



CINEMA, TELEVISIONE E PRODOTTI MULTIMEDIALI

Luglio 2007

Il lavoro è stato realizzato da PromoBologna con la collaborazione del Prof. Vittorio Capecchi

Si ringraziano tutte le imprese e i soggetti intervistati

INDICE

INTRODUZIONE.....	3
LA FILIERA FILM, DOCUMENTARI E VIDEO.....	5
IL CONTESTO LEGISLATIVO	5
TIPOLOGIA DI PRODOTTI	6
ORGANIZZAZIONE DELLA FILIERA E MERCATO DI SBOCCO.....	7
LE IMPRESE PRESENTI A BOLOGNA.....	11
STRUTTURE DI SERVIZIO PUBBLICHE	17
LOCATION E ATTRATTIVITÀ DEL TERRITORIO	20
LA FILIERA TELEVISIONI LOCALI.....	23
IL CONTESTO LEGISLATIVO	23
TIPOLOGIA DI ESPERIENZE.....	24
LA FILIERA PRODOTTI MULTIMEDIALI.....	27
DEFINIZIONE METODOLOGICA	27
TIPOLOGIE DI PRODOTTI E SERVIZI MULTIMEDIALI	27
LE IMPRESE PRESENTI A BOLOGNA.....	28
L'OCCUPAZIONE E IL GIRO D'AFFARI DEL SETTORE	33
INTERVENTI PUBBLICI A SOSTEGNO DELLE TRE FILIERE.....	34
PROGETTI E INCENTIVI DEL COMUNE DI BOLOGNA	34
BUSINESS ANGEL NETWORK DELLA PROVINCIA DI BOLOGNA (WWW.BANBOLOGNA.IT)	35
GLI SCENARI DELLA INNOVAZIONE TECNOLOGICA.....	37
IL PASSAGGIO DALLA PELLICOLA AL DIGITALE	37
TELECOMUNICAZIONI E NUOVE POSSIBILITÀ DI TRASMETTERE E RICEVERE CONTENUTI MULTIMEDIALI	40
CAMBIAMENTI NELLA MULTIMEDIALITÀ E STRATEGIE DI CROSS-OVER	42
PERCORSI DELLA RICERCA E FORMAZIONE	44
PERCORSI DELLA RICERCA	44
I PERCORSI DELLA FORMAZIONE	46
ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA	48
ASSOCIAZIONI NAZIONALI E REGIONALI	48
AGGREGAZIONI INFORMALI DELLE IMPRESE PER SOTTOINSIEMI	49
CONSORZI	50
FESTIVAL, MANIFESTAZIONI, EVENTI DI SETTORE.....	52
FESTIVAL E MANIFESTAZIONI DI RILIEVO NAZIONALE E INTERNAZIONALE A BOLOGNA.....	52
CINQUE IPOTESI DI INTERVENTO PER BOLOGNA	57
LA CREAZIONE DI UN GRUPPO DI LAVORO PER FAVORIRE SINERGIE FRA LE IMPRESE DELLE FILIERE E DEI CLUSTERS.....	57
ATTRARRE A BOLOGNA PRODUZIONI CINEMATOGRAFICHE E TELEVISIVE	58
PER UNO SPAZIO IN CUI CONCENTRARE IMPRESE DELLA MULTIMEDIALITÀ E DELLA CREATIVITÀ	60
PER UN POTENZIAMENTO DEL SISTEMA FORMATIVO	62
PER UN POTENZIAMENTO DEL SISTEMA FESTIVAL DI BOLOGNA	63

INTRODUZIONE

Nella società postindustriale, l'Italia si trova ad affrontare una crisi di transizione economica senza precedenti. La competitività del tessuto economico italiano, formato in larga parte da piccole e medie imprese, non può più basarsi sui margini di costo ma, se si vuole evitare di competere con i paesi emergenti per rientrare invece fra le economie più avanzate, la sfida non può che riguardare la capacità delle imprese di produrre in modo innovativo.

In questo senso la cultura rappresenta per molti Stati e può rappresentare una valida alternativa all'industria pesante, in particolar modo in un momento in cui da anni si assiste ad un passaggio della forza lavoro dai settori primario e secondario al settore terziario. La cultura può quindi avere un enorme ruolo nel nuovo modello di sviluppo economico. La cultura può e deve iniziare ad essere considerata non più come un semplice "centro di costo" ma come centro di profitto. Nella società dei consumi la cultura sta assumendo un ruolo sempre più centrale nella produzione di valore economico, in quanto direttamente collegata all'esperienza dei consumi. È del tutto evidente infatti come nelle economie avanzate postindustriali si stiano sviluppando nuovi mercati nei quali la dimensione esperienziale assume un'importanza sempre maggiore.

In tale contesto la creatività assume un ruolo decisivo. Il valore cognitivo umano diviene potenzialmente la risorsa produttiva primaria che consente la generazione di valore economico nel tessuto imprenditoriale e territoriale anche in termini di vantaggio competitivo. La competizione nell'età globale e postindustriale riguarda in particolare la battaglia dei e per i talenti.

Valutare il settore cinema&multimedia come un settore strategico per lo sviluppo di un territorio, cercando di sviluppare un'economia creativa (che possa comprendere anche più settori come la musica, il design, l'architettura..) è un'opportunità che Bologna può cogliere, valorizzare e promuovere.

La ricognizione sulle imprese del settore cinema, televisione, prodotti multimediali a Bologna, è stata realizzata nell'ambito del Programma 2006 di PromoBologna volto ad identificare, sul territorio di Bologna, alcune filiere selezionate da sviluppare e promuovere.

La decisione si base anche sulla consapevolezza di un forte legame che lega il territorio bolognese al settore: dal ricco patrimonio di produzioni cinematografiche realizzate a Bologna dal dopoguerra ad oggi firmate da importanti registi come Pier Paolo Pasolini, Pupi Avati, Federico Fellini, Giulio Chiesa, Gabriele Salvatores, Michele Placido Renzo Renzi, Bertolucci alla presenza della Cineteca, alla presenza di due Film Commission per finire con la forte propensione ai consumi culturali della popolazione (quasi il 60% dei cittadini di Bologna si dichiara un consumatore culturale, anche se con diversi gradi di partecipazione¹). Il peso ormai indiscusso dell'economia della conoscenza e del settore terziario, che in Emilia Romagna e a Bologna rappresenta quasi il 70% del valore aggiunto², ha indotto PromoBologna a considerare il settore dell'audiovisivo come un settore emergente e strategico dell'economia bolognese, cercando di valutare sul campo l'esistenza di un distretto culturale-produttivo al fine di mapparne le potenzialità, le criticità e le possibili azioni per la valorizzazione e la promozione di questo settore.

¹ Da "I consumi culturali nella Provincia di Bologna", un'indagine del MEDEC (Centro Demoscopico Metropolitano della Provincia di Bologna, effettuato nel 2006. In particolare la ricerca divide i consumatori culturali fra gli affluenti, gli espressivi, i consumisti e gli anonimi.

² Da "Rapporto Strutturale dell'economia bolognese 2005" della Camera di Commercio di Bologna

La scelta di queste filiera corrisponde alla valutazione che le attività in essa comprese non sono importanti solo da un punto di vista del valore culturale e ricreativo, ma anche per il ruolo attuale e potenziale di sviluppo socio economico per il territorio.

Un approccio che parte dalla ricostruzione delle peculiarità del nostro sistema come fattore fondamentale da cui partire per ragionare in ottica prospettica in modo non astratto, consapevole dei punti di forza ma anche delle debolezze, e aperto ad una visione non localistica delle possibilità di azione.

Definire e circoscrivere le attività che potevano rientrare in questo settore non è stato semplice perché si tratta di un settore che confina e si sovrappone con il più ampio settore della ICT, il settore delle imprese legate alle tecnologie della informazione e comunicazione.

La soluzione adottata è stata quella di concentrare l'attenzione su questo settore distinguendo tre filiere specialistiche: la filiera che comprende la produzione di *film, documentari e video*, quella che considera le *televisioni locali* e quella che considera i *prodotti multimediali*.

Il lavoro è stato realizzato attraverso la raccolta di informazioni e documentazioni e soprattutto con un lavoro sul campo tramite interviste alle imprese e agli stakeholders delle tre filiere.

Il documento qui presentato contiene una sintesi del lavoro svolto che costituisce un utile strumento non solo per fotografare le realtà imprenditoriali esistenti sul territorio nel settore del cinema&multimedia ma anche per valorizzare e promuovere questo settore a livello internazionale

Tenuto conto dell'importanza che sta assumendo sempre più il settore dell'entertainment e dell'intreccio fra prodotti multimediali, cinema e televisione, il documento, che ha un carattere estremamente operativo, rappresenta così la base per un confronto fra le Istituzioni e gli operatori del territorio al fine di valutare possibili azioni proattive da intraprendere per lo sviluppo delle imprese del settore e per la promozione delle tre filiere, anche in campo internazionale. E' in questa prospettiva che vanno lette le sintesi sui punti di forza e di debolezza del sistema e le proposte emerse nel corso del lavoro sul campo che sono contenute nel documento.

LA FILIERA FILM, DOCUMENTARI E VIDEO

Il contesto legislativo

Il cinema e più in generale lo spettacolo rientrano tra le materie a legislazione concorrente e sono dunque regolate da leggi sia nazionali, sia regionali.

Legislazione nazionale

A livello nazionale la legge di riferimento è **il Decreto legislativo n. 28/2004** di riforma delle attività cinematografiche. In particolare, il cosiddetto Decreto Urbani prevede:

- la costituzione di un reference system, una commissione di produttori, registi e critici di comprovata esperienza, che ha il compito di valutare dal punto di vista tecnico ed economico i soggetti che richiedono i finanziamenti allo Stato;
- l'ammontare dei finanziamenti elargiti che, tranne per le opere prime, prevede un tetto massimo del 50% del costo di produzione del film [la precedente legge prevedeva il 90%]. Nel 2006 i finanziamenti sono stati dimezzati a 40 milioni di euro;
- la possibilità di inserire marchi commerciali nei film (la modalità definita "Product Placement"), importante novità che costituisce una possibile fonte di finanziamento per i film.
- la possibilità di usufruire di sgravi fiscali per coloro che investono nel cinema.

Diversi i giudizi riscontrati in merito al Decreto nel corso degli incontri con i testimoni privilegiati:

CRITICHE	ASPETTI POSITIVI
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Penalizza fortemente giovani autori e registi che vorrebbero fare cinema ma che, per mancanza di risorse, non sono in grado di finanziare autonomamente tutti i costi di un film. ➤ La creazione di un reference system non pone fine al clientelismo fra grandi produttori cinematografici e coloro che decidono l'assegnazione dei finanziamenti statali. Ad esserne penalizzati sono in particolare i registi e i produttori indipendenti. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Il "Product placement" apre nuove opportunità per finanziare i film ➤ Il decreto evita di finanziare registi e produttori che spesso si dichiarano tali senza avere in realtà le competenze e l'esperienza necessarie. In passato sono state finanziate molte produzioni che poi non sono uscite nelle sale cinematografiche o non hanno trovato canali di distribuzione.

Legislazione regionale

Nel 1999, la Regione Emilia Romagna ha approvato la legge n. 13, "Norme in materia di spettacolo". Da essa discende la delibera n. 38/2005 relativa al Programma Regionale dello Spettacolo per il triennio 2006-2008, che prevede:

- un potenziamento degli interventi a sostegno delle produzioni cinematografiche, audiovisive e televisive realizzate nel territorio regionale, con particolare attenzione al documentario e al cinema d'animazione, tramite la predisposizione di servizi alle imprese;
- il sostegno all'attività di giovani autori emiliano-romagnoli per la realizzazione di progetti audiovisivi legati prevalentemente al territorio regionale, con particolare riferimento al documentario e al cinema d'animazione, privilegiando le proposte avanzate dai soggetti organizzati;
- l'attuazione di iniziative formative e di promozione culturale, tramite seminari, forme di presenza organizzata in occasione di festival, rassegne e manifestazioni analoghe, in Italia e all'estero, nonché la creazione di forme di comunicazione e collaborazione con l'industria cinematografica.

Fra le iniziative già intraprese, in base al Programma Regionale dello Spettacolo, si segnala la realizzazione di Doc in Tour, una rassegna cinematografica che si è svolta durante Aprile e Maggio 2007, ottenendo un grande riscontro di pubblico, caratterizzata dalla proiezione di 19 documentari realizzati da documentaristi regionali in 29 sale cinematografiche delle nove province emiliano-romagnole. Inoltre si segnala la realizzazione del DVD "Documentando" che rappresenta il primo videocatalogo che contiene i trailers dei documentari realizzati in Emilia Romagna dal 2000 al 2005. Diversi infine i progetti in cantiere fra l'Assemblea Legislativa e D.E-R al fine di diffondere la cultura e la valenza del documentario presso le scuole regionali.

Tra i casi di eccellenza in ambito nazionale, come illustrato più in dettaglio in seguito, va senza dubbio citato il Friuli Venezia Giulia. La legge regionale **n.1 del 29 Gennaio 2003** prevede la creazione di un "Fondo regionale per l'audiovisivo" a sostegno delle case di produzione, dotato di un finanziamento di 900.000 per gli anni 2003-2005. Il successivo regolamento attuativo ha previsto contributi *cash* alle case di produzione cinematografica che scelgono il territorio friulano come location per i propri film, video o documentari. I contributi vanno da un massimo di 120.000 euro per sette settimane di riprese a 5.000 euro per produzioni della durata inferiore ad una settimana.

Tipologia di prodotti

All'interno della filiera convivono tre prodotti, ciascuno con caratteristiche proprie:

1. **i film**, a loro volta suddivisi in:
 - lungometraggi a distribuzione nazionale
 - lungometraggi per il circuito d'essai
 - cortometraggi
 - film d'animazione (cartoni animati)
2. **i documentari**
3. **i video**, all'interno dei quale rientrano:
 - i video tradizionali, dedicati alla promozione di prodotti/servizi
 - gli spot pubblicitari

- i videoclip.

Organizzazione della filiera e mercato di sbocco

La realizzazione di un film, di un documentario o di un video prevede le seguenti fasi:

Soggetto e Sceneggiatura	Il soggetto è una prima bozza di quello che sarà il copione di un film. Viene presentato a uno o più produttori e, se ci sono i presupposti, evolve fino alla stesura della sceneggiatura. Questo secondo processo è decisamente più lungo, delicato e richiede delle buone conoscenze tecniche. Dalla sceneggiatura, infatti, nasce il copione finale, che comprende: la suddivisione in scene, i dialoghi, le ambientazioni, le indicazioni sulle azioni dei personaggi e sulle loro personalità. Il regista può essere il promotore dell'idea, essere coinvolto nel progetto durante questa fase oppure essere scelto a sceneggiatura ultimata, potendo comunque cambiare e modificare il copione in itinere durante le riprese.
Regia e Produzione	La regia è l'atto con il quale dalla sceneggiatura si passa al film, ossia "dalla carta allo schermo". Il regista, basandosi sulla sceneggiatura, decide il tipo di inquadrature, la durata delle sequenze, l'ambientazione, il modo in cui attori e comparse devono interagire tra loro e con il set. Successivamente, è sempre la regia a stabilire che tipo di musica o di colonna sonora dovranno accompagnare le scene. L'output finale è il cosiddetto 'girato'. Il film è realizzato dalla casa di produzione, la quale si avvale di molteplici figure professionali: coloro che si occupano della direzione artistica (sceneggiatori, registi, casting directors, aiuto registi, assistenti della regia, segretari di edizione), coloro che si occupano della fotografia (direttori della fotografia, operatori della macchina, assistenti operatori, elettricisti, macchinisti), i costumisti, gli architetti, gli scenografi, gli arredatori, i tecnici.
Post produzione	Si compone di tutte quelle fasi che seguono la produzione e che permettono la riuscita finale del prodotto (film, video e documentario): <ul style="list-style-type: none"> - <i>montaggio</i> – è solitamente considerato l'anima del cinema, poiché determina il ritmo di un film ed il suo stile narrativo; - <i>colonna sonora</i> - <i>effetti speciali</i> – tra le caratteristiche peculiari del cinema moderno e contemporaneo. Gli effetti speciali, sia visivi che sonori, sono andati raffinandosi con il progresso della tecnologia. La concezione più moderna si basa sulla computer grafica, che ha rivoluzionato l'industria cinematografica, consentendo ai registi di portare sullo schermo qualsiasi visione. Ancora oggi, comunque, gran parte degli effetti speciali vengono realizzati grazie a esperti, professionisti e stunt men. A seconda delle modalità di realizzazione si distinguono in: i) effetti fisici, usati come unica risorsa fino alla fine degli anni '80, nei quali il soggetto o l'evento vengono fisicamente costruiti o preparati per la ripresa (mostri di lattice, modelli in scala, esplosioni, ...); ii) effetti digitali, ricavati tramite l'ausilio di un computer, che elabora le immagini della pellicola aggiungendo o modificando diversi elementi.
Distribuzione	E' una delle fasi più importanti. Grazie alla distribuzione, il 'prodotto' approda sui diversi 'mercati': televisione, cinema, edicole, librerie specializzate, ecc. In Italia è svolta dalle case di distribuzione.
Restauro e archiviazione	Permette la memoria dei film già girati ed una loro valorizzazione nei circuiti normali o nei festival.

L'organizzazione della filiera e il diverso ruolo svolto dalle imprese al suo interno dipendono dalla tipologia di prodotto e dal mercato di riferimento.

Film

Il costo di produzione medio di un film destinato al circuito nazionale del cinema tradizionale è di circa **2 milioni di euro**.

La realizzazione di un film ruota attorno a due soggetti principali: la casa di produzione e la casa di distribuzione.

La **casa di produzione** svolge due attività principali:

- i. il reperimento dei finanziamenti. La casa di produzione può infatti:
 - sostenere da sola il costo di un film;
 - riuscire ad ottenere i finanziamenti dal Ministero (anche se generalmente sono solo quelle di dimensioni più grandi e di più lunga esperienza ad avere maggiori opportunità di accesso ai finanziamenti);
 - tentare la strada della co-produzione con altre case di produzione italiane o estere (è la strada che oggi le giovani case di produzioni tentano di perseguire);
 - ricercare co-finanziamenti privati.
- ii. la produzione e la post produzione del film. Generalmente le grandi case di produzione, in grado di realizzare film più costosi, optano di affidare la produzione esecutiva e la post-produzione ad imprese 'di subfornitura'; al contrario, le case di produzione di film indipendenti spesso svolgono internamente tutte le fasi, affidandosi a società esterne solo per la post-produzione.

Le principali case di produzione leader a livello nazionale sono: Medusa, Fandango, Colorado Film, Catleya, De Laurentis.

La **casa di distribuzione** si occupa di veicolare il film nel mercato finale, attraverso diversi canali:

- il circuito nazionale del cinema tradizionale;
- il circuito d'essai;
- le edicole e le videoteche, canale che è andato diffondendosi sempre più negli ultimi anni e che può interessare i film già distribuiti nei due circuiti precedenti o nuove produzioni che non riescono a raggiungere i canali tradizionali della distribuzione.

I film destinati alla televisione non necessariamente vedono un ruolo delle case di distribuzione.

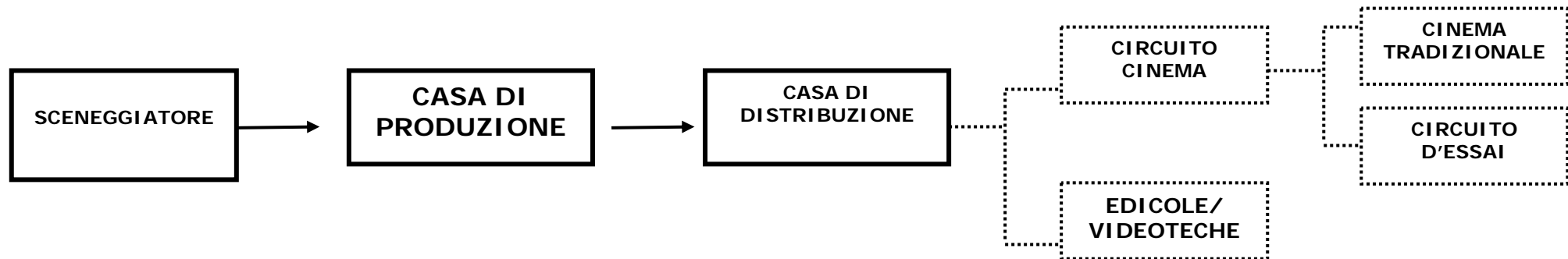
Esistono 2 tipologie di imprese di distribuzione:

- i. quelle che fanno da intermediarie tra la casa di produzione e il circuito cinema (sia quelli nazionali sia quelli del circuito d'essai);
- ii. quelle che acquistano i diritti dalle case di produzione e si occupano dell'editing e della distribuzione di DVD e Home Video nelle edicole e nelle videoteche.

I rapporti tra casa di produzione e casa di distribuzione variano a seconda del film realizzato:

- > per i film più costosi realizzati dalle grandi case di produzione, i rapporti fra queste e le case di distribuzione sono stabili e molto stretti. A livello nazionale, alcune case di produzioni importanti sono anche case di distribuzione.

- > per i film indipendenti e di basso costo, sono le case di produzione che tentano, spesso con scarsi risultati, di trovare case di distribuzione disposte a distribuire il prodotto. L'accesso ai cinema del circuito d'essai (il più importante in Italia è il Circuito Cinema) è altrettanto difficoltoso. In questo caso a volte sono le case di produzione stesse a rivolgersi direttamente nelle sale d'essai oppure vi può essere la mediazione delle case di distribuzione;



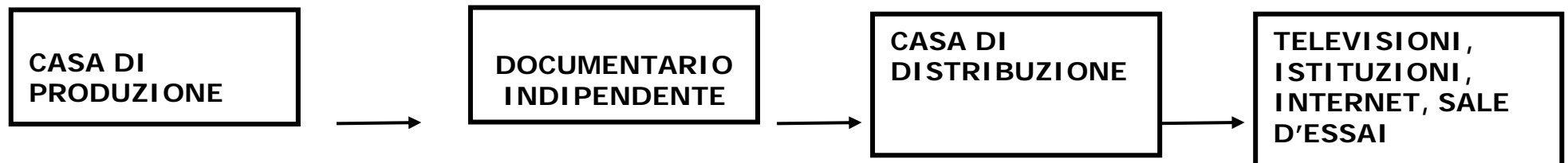
Documentari

La produzione di un documentario segue un percorso in parte diverso dalla produzione di film. In particolare, si possono avere 2 situazioni:

1. il documentario è commissionato ad una casa di produzione direttamente da una rete televisiva o da un organismo della Pubblica Amministrazione;



2. è il documentarista o la casa di produzione che realizza un documentario che poi tenterà di distribuire nel circuito televisivo, alle Istituzioni o nei circuiti d'essai. In questo ultimo caso, il rapporto fra la casa di produzione e il cliente finale può essere mediato dalla casa di distribuzione.



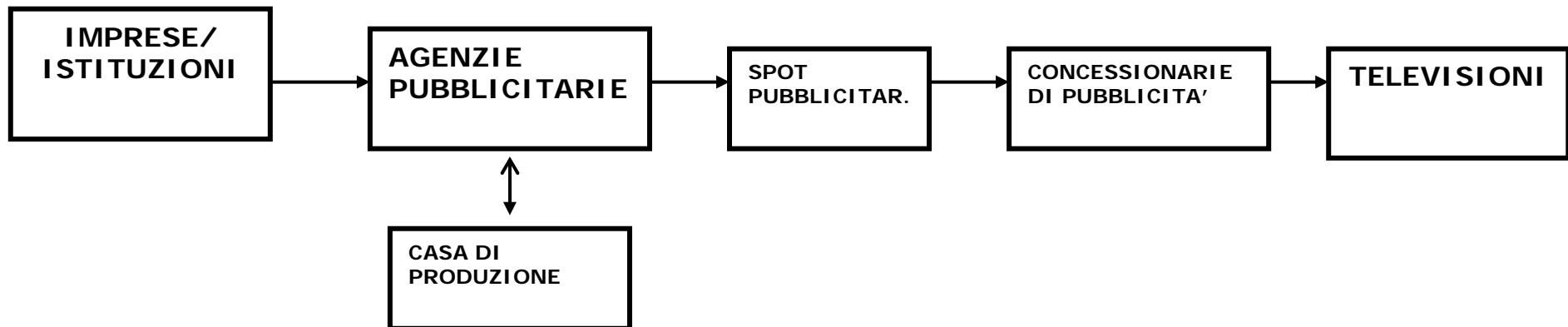
Video

Con il termine video abbiamo inteso ricomprendere tutti quei prodotti che riguardano la presentazione, la promozione di un prodotto o servizio e i video realizzati per la formazione e l'informazione. In questo caso, il processo è molto semplice. È infatti il cliente finale, sia esso un'impresa o un'istituzione, a contattare la casa di produzione per realizzare il prodotto audiovisivo. La casa di produzione, a seconda dei casi, può decidere di realizzare internamente la post-produzione o di esternalizzare interamente o in parte l'attività.



Gli spot pubblicitari presentano alcune caratteristiche distintive. Il ruolo centrale è svolto dalle Agenzie pubblicitarie. Contattate dal cliente finale, sono queste ultime che commissionano la realizzazione dello spot. Una volta prodotto, l'Agenzia pubblicitaria si occupa della distribuzione alla televisione attraverso le concessionarie di pubblicità.

Un meccanismo simile regola la produzione di **video clip**. In questo caso sono le case discografiche a ricoprire un ruolo cruciale nella filiera, affidandosi ad una casa di produzione prima, occupandosi della distribuzione del prodotto in televisione e nelle videoteche in un momento successivo.



Le imprese presenti a Bologna

Le imprese della filiera film, documentari e video rilevate a Bologna sono circa 74, 43 specializzate nella produzione e 31 specializzate nella post-produzione e nella fornitura di servizi. Ad esse si aggiungono oltre 100 liberi professionisti che realizzano produzioni sia in proprio sia per le imprese della filiera (prevalentemente a Bologna, ma non solo).

Nella tabella che segue sono indicate le imprese della filiera, tenendo presente che molte di queste sono caratterizzate da una pluri specializzazione.

Fasi	Specializzazione	Imprese
ORGANIZZAZIONE E PRODUZIONE	FILM A DISTRIBUZIONE NAZIONALE	ITC movie , <i>Beka Films</i> , <i>Down town Pictures</i>
	FILM PER IL CIRCUITO D'ESSAI REALIZZATI DA IMPRESE PLURISPECIALIZZATE	Kamel film, Pidgin, Pierrot e la Rosa, Anni in tasca, Avocado pictures, Azimuth intertainment, Kamera film, Arancia Film
	DOCUMENTARI	Movie Movie, Aranciafilm, Ethnos, Proposta video 8, Mammut film, Luis. it, Imago Orbis, Pierrot e la Rosa, Studio Ginetto Campanini, <i>Cometa film</i> , Luisa Grosso, Fabio Luongo, <i>Davide Pepe</i> , Studio Cinema di Cesare Bastelli, ITL Production, Jack Blutarsky, Video page, House of audio video-visual entertainment
	VIDEOCLIP	Limina, <i>Diamante film</i> , Giostra film, Luca Bitterlin, Fabio Luongo, <i>Igor Borghi</i> , <i>Swan Film Europe</i> , <i>RecStudio 2</i> ,
	VIDEO E SPOT PUBBLICITARI	Kamel film, Pierrot e la Rosa, Video produzione digitale, Luis it, Antoniano, Ulisse Transmedia, Giostra film, Video one, <i>Lima Film</i> , <i>Catis</i> , <i>CMS Video</i> , <i>Giove sas</i> , Rosanna e Associati, <i>Alessandra Masi</i> , Eurovideo, Skipping Musez, R.C. Video, Cicco Corporation
	ANIMAZIONE	Loop, Pseudo Fabrica, Achtoons, Luis.it
	TELEVISIVA	Ballandi Entertainment spa
SERVIZI ALLE PRODUZIONI	CASTING	<i>Wobinda</i> , <i>Valentina Barata</i> , <i>Collection</i> , <i>Sosia e Pistoia</i> , <i>Contatto Casting</i> , <i>Zerocinquantuno</i>
	ALLESTIMENTO SCENOGRAFIE	Scena Laboratorio snc
	FORNITURA SERVICE	Atx, Adcom, Digit one, <i>Videopress</i> , <i>Movieland</i> , <i>Sedicinoni</i> , <i>Rosa Spina</i> , <i>Microcine S.N.C.</i>

Fasi	Specializzazione	Imprese
POST PRODUZIONE	POST PRODUZIONE	Florian Cinetv, Dream Studio, Milletagli, Media Vision Group, Eurovideo, Fonoprint Maxman, Voyager
	EFFETTI SPECIALI	Limina, Imagica Studio, Ideatrucco
DISTRIBUZIONE	DVD E HOME VIDEO	Terminal srl, Vegas Multimedia, Shin Vision, Dynit, Ermitage cinema
	FILM E PROGRAMMI TELEVISIVI	Vegas Multimedia, Vitagraph sas
ARCHIVIAZIONE E RESTAURO	ARCHIVIAZIONE	Cineteca, Archivio video della Regione Emilia Romagna
	RESTAURO	L'immagine Ritrovata

Classificazione realizzata attraverso interviste e ricerche Internet (Infoimprese e Pagine Gialle)

Complessivamente Bologna vede la presenza di imprese significative in tutti i segmenti della filiera: dalla produzione di film per i cinema tradizionali a livello nazionale, a quelle di film per il circuito d'essai; dal cinema di animazione 2D a quello di animazione 3D; dalla produzione di documentari a quella di video e videoclip. Sono inoltre presenti sul territorio sceneggiatori e tecnici di valore. Il trasferimento del Premio Solinas da Roma a Bologna testimonia la presenza di una vasta gamma di autori (di gialli, di fantascienza, di fumetti, di romanzi) in grado di scrivere storie adatte alla sceneggiatura di un film.

Questa ricchezza si trova anche nelle fasi di post produzione: da chi si occupa di luci oppure di suoni e montaggio, a chi traduce il prodotto in DVD, dalle imprese specializzate nel casting a imprese molto particolari, come quella di Davide Sorlini, che organizza produzioni per chi ha budget bassissimi e si propone di realizzare ugualmente dei lungometraggi, ad una impresa, unica nel panorama italiano, ad occuparsi della produzione, comunicazione e promozione di eventi cinematografici (*The Culture Business*). Si intersecano infine con questa filiera numerose imprese che realizzano prodotti multimediali, descritte nel dettaglio nella parte dedicata del presente documento.

La distribuzione, come evidenziato di seguito, è invece l'attività che vede una limitata presenza di realtà imprenditoriali sul nostro territorio.

Dalle informazioni raccolte e dalle interviste realizzate, 29 a imprese e 8 a liberi professionisti, sono emerse le peculiarità della filiera a Bologna:

- **Struttura flessibile delle imprese della filiera.** Tutte le imprese, anche quelle più consolidate, sono caratterizzate da una struttura molto snella e flessibile: sono guidate nella maggioranza dei casi da 2/3 soci operativi, spesso con competenze diverse, affiancati da un numero ristretto di collaboratori stabili. Le imprese di produzione, anche quelle che realizzano lungometraggi, ricorrono infatti a una rete piuttosto stabile di collaboratori esterni specializzati (macchinisti, elettricisti, direttori di fotografia, fonici, ...), che vengono attivati

a seconda del progetto da realizzare. La rete di riferimento per ogni impresa va da un minimo di 5/6 professionisti ad un massimo di 30/40. Minore è il ricorso a professionisti esterni da parte delle imprese specializzate nella post-produzione, nella fornitura di servizi e nell'animazione, attività a più bassa intensità di manodopera e che richiedono tecnologie di cui l'impresa solitamente dispone al proprio interno.

- **Un numero limitato di case di produzione specializzate nella realizzazione di film a distribuzione nazionale.** Tenendo conto delle risorse finanziarie, delle competenze e dei contatti necessari, solo tre case di produzione cinematografica riescono a realizzare film in grado di essere distribuiti nei cinema tradizionali di tutta Italia (ITC Movie, Beka films, DownTown Pictures).
- **Plurispecializzazione delle case di produzione di film "minori".** Numerose imprese sono in grado di realizzare una molteplicità di prodotti: dai video ai documentari, agli spot pubblicitari, ai film distribuiti nel circuito d'essai. Tale diversificazione dei prodotti consente alle imprese: da un lato di avere un volume di attività più stabile e meno vulnerabile ai rischi connessi all'eventuale mancata distribuzione di un film; dall'altro di creare prodotti comunque di qualità elevata. Le imprese in grado di produrre lungometraggi dispongono infatti di competenze tecniche che rappresentano un vantaggio competitivo importante anche nella produzione di video, documentari o spot pubblicitari.
- **Un numero elevato di imprese che producono video e documentari.** A Bologna sono presenti più di venti imprese specializzate nella realizzazione di video e documentari.
- **Assenza di case di distribuzione.** Alcune imprese individuate a Bologna si occupano dell'editing dei film in DVD o della distribuzione di programmi e documentari per la televisione. Solo una impresa (la Vitagraph), e peraltro come attività marginale, è impegnata nella distribuzione di film all'interno dei circuiti d'essai.
- **Presenza di strutture specializzate nel restauro e nell'archiviazione dei film.** La Cineteca di Bologna si distingue nel panorama nazionale e anche internazionale per l'archivio film (18.000 pellicole cinematografiche) e per una struttura interamente dedicata all'attività di restauro dei film. Importante inoltre la presenza dell' Archivio Video della Regione Emilia Romagna, che conserva un numero elevato di documentari e video sulla storia della nostra Regione.
- **Mercato di riferimento nazionale.** Quasi tutte le imprese di produzione della filiera (film, documentari e video) si rivolgono al mercato nazionale, anche perché il mercato locale non esprime oggi una domanda tale da garantire un'attività proficua e continuativa. Sono orientate al mercato nazionale e internazionale anche le imprese presenti nella fase di archiviazione e restauro (Cineteca e L'immagine ritrovata). Da segnalare la rilevanza internazionale delle imprese presenti nella fase di archiviazione e restauro. Delle imprese che operano nelle fasi di post produzione e servizi una parte opera sul mercato locale ed una parte per il mercato nazionale.
- **Rete delle relazioni.** Le imprese hanno stretti legami con strutture della formazione e della ricerca (dal Dams alla Cineteca, dal Cineca ai progetti di ricerca promossi dalla Regione Emilia Romagna). Stretti risultano essere i rapporti fra le imprese di produzione e la Cineteca, punto di riferimento per la gestione di quattro sale cinematografiche e per la rete di contatti in grado di attivare.

La tabella seguente sintetizza le principali imprese bolognesi della filiera.

Principali imprese appartenenti alla filiera cinema, documentari e video

IMPRESE	SPECIALIZZAZIONE	LAVORI REALIZZATI	NOTE
ITC MOVIE	Film	<ul style="list-style-type: none"> - <i>E allora mambo</i>, di Lucio Pellegrini, 1999 - <i>Tandem</i>, di Lucio Pellegrini, 2000 - <i>Ravanello Pallido</i>, di Gianni Costantino, 2001 - <i>Come se fosse amore</i>, di Roberto Burchielli, 2002 - <i>Se devo essere sincera</i>, di Davide Ferrario, 2004 - <i>Instant love</i>, di Franco Angeli, 2004 - <i>Paz</i>, di Renato di Maria, 2005 - <i>E se Domani</i>, di Giovanni La Parola, 2006 	E' riuscita nel corso degli anni a trasformarsi da Agenzia Televisiva a casa di produzione, grazie all'intuizione di Beppe Caschetto di lanciare personaggi televisivi nel mondo del cinema.
DOWN TOWN PICTURES	Film	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Face Addit</i>, di Edo Bertoglio - <i>Fango</i>, di Dervis Zain, 2003 - <i>Topical Malady</i>, di Apichatpong Weerasethakml, 2004 - <i>Il sole</i>, di Aleksandr Sokurov, 2005 	Marco Muller, direttore del Festival del Cinema di Venezia, ha realizzato i suoi film in co-produzione con altre case di produzione estere. Tutti i film sono stati distribuiti dall'Istituto Luce
BEKA FILM	Film	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Quodlibet</i>, di Ila Beka, 2004 	Si è recentemente trasferita da Padova a Bologna considerando questo territorio strategico per la sua attività, grazie al fermento e alla creatività che anima questa città. Ha sede anche a Parigi.
PIDGIN	Film	<ul style="list-style-type: none"> - "Paris Dabar" di Paolo Angelici a (2001) - Progetto "Tuscany dream", serie di 5 filmati sul territorio toscano con il regista cinese Wang Xiaoshuai - Produzione esecutiva e montaggio del film "Mary" di Abel Ferrara, prodotto da Roberto de Nigris. 	Andrea Gropplero è stato il primo Presidente del Consorzio DigiCittà.
ARANCIAFILM	Film	<ul style="list-style-type: none"> - "Il vento fa il suo giro", di Giorgio Diritti, 2005 - "L'uomo che sconfisse il bolgie", documentario di Davide Cocchi, 2006 - "Mainaas Fitaas (Bambini in affitto)", documentario di Giorgio Diritti, 2006 - "Con i miei occhi", documentario di Giorgio Diritti, 2002 	Simone Bachini sta cercando di realizzare un film a Monte Sole (<i>La strage di Marzabotto</i>) con una casa di produzione e distribuzione tedesca e con una francese. In pre-produzione "L'uomo che verrà", lungometraggio di Giorgio Diritti
SOSIA E PISTOIA, RUVIDO PRODUZIONI E AZIMUTH ENTERTAINMENT	Film, cartoni animati, produzioni televisiva e teatrale, postproduzione e casting, organizzazione di eventi	<ul style="list-style-type: none"> - Realizzazione di pubblicità per Lotto, Motta, San Bitter, Dash, Birra Moretti, Agip, H3G Telefonia, Star - Realizzazione di serie televisive come "L'ispettore Sarti" con Gianni Cavina, "Sapori di Bologna2", "Corpi direato" - Realizzazione di lungometraggi come "L'ultimo festival" di Davide Riondino e "Asekon's journey" di Sermoneta. 	Aggregazione di imprese con specializzazioni diverse per presentare servizi integrati

IMPRESE	SPECIALIZZAZIONE	LAVORI REALIZZATI	NOTE
ACHTOONS	Film d'animazione	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Alice is in Heaven</i>, prodotto dalla Fandango - <i>Totò Sapore</i>, prodotto da Medusa - <i>Federicus</i>, realizzato per Rai Fiction 	Sta elaborando un format televisivo in coproduzione con RAI FICTION per educare i ragazzi all'arte, assai importante in un momento in cui la televisione è lo strumento di comunicazione più visto dai giovani ma oggi dai pochi contenuti formativi e culturali. Il progetto ha già anche un nome, "L'ARTE CON MATI' E DADA". Oggi hanno già 2 partner (1 finanziatore e 1 coproduttore) americano e canadese. Mancano il 10 % delle risorse
LUIS IT	Animazione 3D e Spot pubblicitari	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Dada Spa</i> - <i>Mercatone Uno</i> - <i>Haurex Srl</i> 	
BALLANDI ENTERTAINMENT	Produzioni televisive	<ul style="list-style-type: none"> - "Sanremo contro Sanremo" - "Rockpolitic" - la serata di San Silvestro della Rai "L'anno che verrà" - gli speciali in prima serata sulla Rai di "Canzonissime da ballare" 	
KAMERA FILM	Film, documentari , video, formazione, organizzazione di Festival	<ul style="list-style-type: none"> - Maria Martinelli ha realizzato il suo primo lungometraggio nel 2001 "Amorestremo", cura la regia della fiction per la TV "Donne" della giornalista Luisella Castamagna, tra i suoi ultimi documentari "Carne da macellp2 su i fast food. - Stefano Mordini ha realizzato tra i suoi ultimi documentari "L'allievo modello" sulla crisi economica argentina e Paz 77 sulla figura del disegnatore Andrea Pazienza 	Maria Martinelli e Stefano Mordini fondatori di Kamera Film curano il Corto Imola Festival sul documentario internazionale Maria Martinelli sta curando attualmente le regia di "Laura di Rimini" dal romanzo di Carlo Lucarelli
MOVIE MOVIE s.r.l.	Documentari e film televisivi, reportage, video didattici	<ul style="list-style-type: none"> - Documentari per trasmissioni Rai e per strutture come il Centre Pompidou di Parigi e il Museo Guggenheim di New York su tematiche molto diverse (sul cinema, sulla classe operaia, sulla Via Emilia, sul jazz, sulla Cina, sull'Africa, su Renzo Piano, su Lucio Dalla) - Video pubblicitari per la Cassa di Risparmio di Torino, Pavarotti International, Tirrenia, Unipol 	Da venticinque anni è specializzata in "documentari d'autore". Particolarmente significativi i documentari realizzati in Cina. Ha vinto il David di Donatello 2006 per il miglior Documentario-lungometraggio "IL BRAVO GATTO PRENDE I TOPI"
ETHNOS	Documentari	<ul style="list-style-type: none"> - Documentari per la Rai soprattutto a carattere sociale 	Sta realizzando <i>Matres Mature</i> , un documentario sui culti e i riti della fertilità femminile ancora presenti nel Sud d'Italia. Il filmato sarà finanziato dall'Istituto Luce. In corso di realizzazione anche <i>Cunama Cunala Cubulà</i> , documentario sulla storia della più antica e "africana" delle nove etnie dell'Eritrea.
PIERROT E LA ROSA	Documentari, video	<ul style="list-style-type: none"> - "Il mondo di Luigi Ghirri" regia di Gianni Celati, prod. 1999 (Documentary in Europe workshop Bardonecchia 1999, Festival Cinema Giovani di Torino 1999, 	

IMPRESE	SPECIALIZZAZIONE	LAVORI REALIZZATI	NOTE
		Filmmaker Milano 1999). - "Viaggio in Irpinia d'Oriente" regia di Paolo Muran, testi e poesie Franco Arminio, prod. Pierrot e la Rosa - Com. Bisaccia, (Maremma Doc Festival 2000, DocsBarcellona 2000, Merano Festival 2000). - "Carica ragazzi" regia di Enza Negrone, prod. 2001. - "Quanti siamo quelli che siamo" regia Enza Negrone, prod. 2002. - "Visioni di case che crollano" regia di Gianni Celati, prod. Pierrot e la rosa, Stefilm, ZDF 2002 (Infinity festival 2003 Alba, Memorie periferiche Livorno 2003). - "L'ultimo viaggio di Bignozzi e Toselli" regia di Paolo Muran prod. 2005 (attualmente in lavorazione)	
STUDIO DI PRODUZIONE CINETELEVISIVA GINETTO CAMPANINI	Documentari e film televisivi, video su progetti, video didattici	- Documentario "Con l'universo nel cuore" sul pittore cinese Hsiao Chin - Documentari per Il Museo del Patrimonio Industriale di Bologna - DVD su Civitella Ranieri Foundation - Documentari per Geo and Geo	Ha definito due progetti presentati anche attraverso questa ricerca: il progetto di un Campus virtuale e permanente per lanciare coproduzioni di documentari bolognesi al livello internazionale e il progetto di una Casa del documentario naturalistico
EUROVIDEO	Video e spot pubblicitari; fornitura service; post produzione	- Realizzazione spot pubblicitari per Unapa - Video istituzionali per "Caterpillar", TMC, Samobiomedica, Comet, per Ducati - Video teatrali tra cui "Oylem Goylem" di Moni Ovadia	è tra le prime aziende a noleggiare attrezzature broadcast e professional HD. Dispone di 4 postazioni di montaggio Avid e di una sala di posa, di una di registrazione audio, e una dedicata a riversamenti, duplicazioni, trascodifiche. Attualmente sta coproducendo un programma televisivo destinato alla rete televisiva satellitare Rai Gambero Rosso. A breve, dai suoi studi verrà trasmesso la programmazione di un nuovo canale satellitare, DentalSat, di carattere medico scientifico.
ANTONIANO	Produzioni televisive, produzione discografica home video, DVD	- Lo Zecchino d'Oro - Su La festa della mamma - il Concerto di primavera - la Festa per il giubileo dei ragazzi - Sono stati realizzati molti home video come il documentario "Sulle orme di Pietro" o "I cartoni dello Zecchino d'Oro" anche in DVD	L'Antoniano di Bologna è il maggior produttore fonografico per bambini nel mondo . Nelle 44 edizioni dello Zecchino d'Oro ha proposto più di 550 canzoni. E' in corso di realizzazione il DVD "Terra Santa" sui luoghi sacri in Terra Santa programmato in cinque lingue
SWAN FILM EUROPE	Video-clip	- Vasco Rossi – video clip di <i>Fine del millennio, Siamo Soli, Ti prendo e ti porto via, Come stai</i> , DVD di <i>Stupido Hotel, San Siro, Buoni e cattivi</i> , - Video <i>Valentino Rossi intervista Vasco Rossi</i>	

IMPRESE	SPECIALIZZAZIONE	LAVORI REALIZZATI	NOTE
		<ul style="list-style-type: none"> - Videoclip di Nek, Liftiba, Patty Pravo, Marco Masini, Paolo Vallesi e molti altri. 	
ROSANNA E ASSOCIATI	Spot pubblicitari	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Guaber,</i> - <i>Hatù,</i> - <i>Erre Erre</i> - <i>Garbini</i> - <i>Valfrutta.</i> 	Con una sede anche a Milano, vanta un'esperienza decennale nel campo degli spot pubblicitari in particolare modo per le imprese
VEGAS MULTIMEDIA	Post produzione in HD, Home entertainment, restauro digitale	<ul style="list-style-type: none"> - Ha realizzato molti restauri digitali come Diamant software 	<ul style="list-style-type: none"> - E' stata tra le prime imprese in Italia a realizzare un DVD HD con audio in 7.1. - Si è specializzata nell'home entertainment - Ha due sale audio di premastreimng - Insieme ad AdCom ha definito un progetto per il passaggio delle sale cinematografiche bolognesi dalla pellicola al digitale

Strutture di servizio pubbliche

Per strutture pubbliche abbiamo inteso quegli organismi che offrono servizi di vario tipo alle imprese della filiera considerata.

Cineteca di Bologna (www.cinetecadibologna.it)

Nata negli anni Sessanta, la Cineteca di Bologna è membro effettivo della Fédération Internationale des Archives du Film (FIAF) dal 1989, e dalla sua creazione, dell'Association des Cinémathèques Européennes (ACE). La Cineteca di Bologna è un'istituzione comunale autonoma dal 1995, anche se è stabile la sua collaborazione con l'Assessorato alla cultura. Nell'estate del 2000 è iniziata, con l'inaugurazione della nuova sede di via Riva di Reno, una stagione di rielaborazione dell'attività e dei progetti, culminata il 28 giugno 2003 con il trasferimento della Biblioteca e delle collezioni non filmiche e l'apertura di due nuove sale cinematografiche negli spazi dell'area ex-Macello. La Cineteca ha oggi al suo interno un importantissimo **archivio film che conserva oltre 18.000 pellicole cinematografiche in 35 mm e 16 mm**. In soli quindici anni, infatti, l'archivio ha avuto una rapida evoluzione, grazie ad una politica di acquisizione attenta e mirata nei confronti di soggetti proprietari di pellicole di valore ma ad elevato rischio di deterioramento. Oltre a conservare le copie positive e i negativi dei film restaurati dalla Cineteca, l'archivio conserva fondi provenienti da produttori e distributori cinematografici, nonché da importanti collezionisti privati. L'intero arco della storia del cinema (dal periodo muto al sonoro, fino agli anni Novanta) è ampiamente rappresentato dai film conservati in archivio. Importante risulta essere anche **la Biblioteca, che raccoglie 20.000 libri e oltre 1.000 periodici attinenti al cinema**, con lo scopo di documentare la storia, l'evoluzione teorica e tecnica del cinema italiano e internazionale e di favorire lo studio e la conoscenza del cinema come fenomeno culturale ed espressione artistica. Fra le attività più importanti della Cineteca sono da segnalare:

- **La Gestione e la programmazione di quattro sale cinematografiche :**

- il Cinema Lumiere che si compone di due sale. La Sala 1 propone una programmazione dedicata alla storia del cinema nei suoi diversi aspetti; la Sala 2 accoglie ed esplora il cinema italiano contemporaneo e d'essai. La nuova struttura, all'interno di una proposta culturale unitaria, si prefigge lo scopo di interagire con pubblici e settori del mercato cinematografico diversificati, arricchendo il servizio offerto per oltre vent'anni nella storica sede di via Pietralata ed incrementando l'affluenza del pubblico verso un prodotto spesso penalizzato dalla distribuzione commerciale.
- L'Europa Cinema destinato alle prime visioni di qualità, al cinema d'essai, a quei film che faticano a trovare uno spazio di visione nel circuito della distribuzione commerciale, con uno sguardo particolare al cinema europeo.
- la Sala Cervi che conta 60 posti e che accoglie parte delle attività laboratoriali della Cineteca ed ospita alcuni dei seminari promossi dalla stessa Cineteca nell'ambito dei programmi rivolti alle scuole.
- **La promozione di manifestazioni annuali dedicate al Cinema**, fra le quali Officinema, Le parole dello Schermo, Sotto le Stelle del Cinema e la Human Rights Nights.
- **L'educazione all'immagine**, attraverso la visione guidata di film del passato e del presente e attraverso la sperimentazione per produrre audiovisivi. Diverse sono le proposte per le scuole e per chiunque ami l'arte cinematografica:
 1. "Schermi e lavagne", programma rivolto alle scuole con lo scopo di sensibilizzare gli adolescenti al mondo del cinema attraverso la creazione di un cineclub per ragazzi (Ogni Domenica pomeriggio a partire da Ottobre fino a Maggio al Lumiere vengono proiettati ogni mese una serie di film a tema);
 2. "Ora di Cinema", progetto di educazione agli audiovisivi sia sugli aspetti pratici della realizzazione di un prodotto audiovisivo (sceneggiatura, riprese e montaggio), sia sulla conoscenza storica e teorica del cinema attraverso la visione e il commento di film. I corsi sono rivolti agli alunni delle scuole medie superiori, delle medie inferiori e degli ultimi 2 anni delle scuole primarie;
 3. " A scuola con il Cinema", settimana dedicata a sensibilizzare gli alunni di tutte le scuole su tematiche ambientali attraverso la proiezione di pellicole sui diversi temi che toccano l'ambiente;
 4. "Ipotesi Cinema", scuola di formazione di Ermanno Olmi trasferitasi a Bologna a partire dal 2002; infine ogni anno vengono realizzati corsi specifici e seminari sul cinema rivolti al pubblico adulto.
- **"L'immagine Ritrovata"**, struttura riconosciuta a livello internazionale e situata all'interno della Cineteca, composta da otto tecnici specializzati nel restauro di pellicole cinematografiche. *(vedi scheda allegata)*

Film Commission

In Italia, le Film Commission sono strutture nella maggior parte dei casi pubbliche che possono però avere configurazioni e assetti giuridici differenti. Si possono infatti distinguere due tipologie ricorrenti di Film Commission:

- Fondazione no-profit, come nel caso della Film Commission Torino-Piemonte, la Lombardia Film Commission e la Calabria Film Commission, le quali operano grazie ad un fondo finanziato dai soci costituenti (tra i quali figura sempre la Regione) ed hanno ampia

libertà di azione operativa, anche se comunque all'interno degli indirizzi programmatici generali garantiti dai rispettivi Consigli di amministrazione.

- Ufficio interno al soggetto pubblico regionale, estensione diretta di divisioni interne agli assessorati regionali dei settori Cultura, Turismo, Attività Produttive, con il personale inquadrato come dipendente regionale o comune (tra le quali figurano le film commission di Veneto, Emilia Romagna, Marche e Sardegna)

Esistono infine poche altre forme organizzative come ad esempio l'associazione culturale senza scopo di lucro, agenzie regionali ecc.. In totale le Film Commission presenti sul territorio nazionale sono 30 di cui 13 regionali e 17 di carattere locale (che assolvono la funzione di "sportelli cinema" ovvero il ruolo di acquisizione di autorizzazione e permessi dalle pubbliche amministrazioni)

In generale le Film Commission sono strutture che si propongono come punto di riferimento per tutti coloro che scelgono i diversi territori come location per produrre film, documentari e video. Le funzioni che generalmente assolvono sono:

- assistenza alle case di produzione nella scelta delle location da utilizzare per le produzioni, attraverso visite guidate, concedendo anche la possibilità di brevi soggiorni gratuiti
- disponibilità di una banca dati dei professionisti e degli operatori di settore presenti nel territorio di competenza.
- assistenza nel disbrigo delle formalità burocratiche e nella ricerca di soluzioni logistiche
- promozione delle produzioni, delle iniziative e delle professionalità presenti nel territorio di riferimento.

È evidente come queste finalità non siano perseguite dalle Film Commission con la stessa efficacia ed efficienza. A volte dipende dal budget che viene messo loro a disposizione (si va dalla Film Commission Torino-Piemonte che nel 2005 disponeva di un budget di oltre 1 mln di euro alla Film Commission Veneto che gestiva un budget limitatissimo di 35.000 euro) ma anche dal ruolo e dall'autonomia che vengono riconosciute dalle rispettive Assemblee Regionali o Consigli di Amministrazione.

Sul nostro territorio sono presenti 2 Film Commission:

FILM COMMISSION DI BOLOGNA (www.cinetecadibologna.it): nata grazie al forte impulso della Regione Emilia Romagna, fino al 2004 era all'interno dell'Assessorato alle Politiche Giovanili del Comune di Bologna. Oggi la struttura è inserita nella Cineteca di Bologna. L'ambito di competenza della sua attività è quello prettamente bolognese. Dalla nostra indagine è emerso come la struttura presenti grandi potenzialità, ma anche tanti limiti determinati dall'esiguità di finanziamenti e risorse umane. Fra i progetti principali in procinto di attuazione vi è una catalogazione delle location relative a Bologna e Provincia e delle figure professionali presenti nel territorio bolognese.

FILM COMMISSION DELLA REGIONE EMILIA ROMAGNA (www.regione.emilia-romagna.it/cinema): è stata la prima ad essere creata in Italia nel 1997. Oggi vede al suo interno due figure che svolgono le funzioni tradizionali sopracitate. Le interviste hanno confermato che il punto debole di questa struttura è il budget limitato a disposizione (120.000 euro all'anno), che penalizza in modo particolare le attività di promozione e di sostegno alle produzioni cinematografiche.

Location e attrattività del territorio

La scelta della location in cui girare un film rappresenta un fattore di importanza fondamentale per il territorio interessato in termini di ricadute sia dirette sia indirette.

Tre le ricadute dirette vanno evidenziate:

- > l'utilizzo di imprese e risorse professionali locali (dal casting, alle diverse figure tecniche impiegate durante le riprese), che possono così accrescere il proprio know how e le proprie competenze;
- > l'utilizzo di strutture dedicate, laddove presenti, quali ad esempio i teatri di posa.

Tra le ricadute indirette rientrano:

- > la permanenza della troupe esterna in strutture ricettive locali, anche per periodi di parecchi mesi, con conseguente impatto anche sulla ristorazione e sulle attività commerciali;
- > il potenziale incremento dei flussi turistici, a seguito della visione del film;
- > un ritorno in termini di immagine e visibilità per il territorio, che potrà essere speso in eventi o azioni promozionali di varia natura.

Secondo un'indagine dell'ONU i cineturisti sarebbero 100 mln al mondo (10 mln solo negli Stati Uniti). In Italia, nel 2006 in occasione del Festival del Cinema di Venezia, Risposte Turismo ha presentato un'interessante indagine secondo cui per il 47% dei turisti intervistati l'impatto della visione di un prodotto cinematografico sulla scelta della destinazione turistica è stata decisamente significativa. L'indagine ha anche calcolato che circa il 2% dei turisti in Italia sceglie una meta turistica in base alla visione di un film³. La promozione delle location cinematografiche è un'attività che può essere svolta sia nella fase iniziale di progettazione di un prodotto audiovisivo al fine di attrarre sul territorio la realizzazione di tale prodotto (che si rileva poi fondamentale anche per gli indotti diretti, indiretti e indotti) sia come strategia di promozione e attrazione turistica. In entrambi i casi il ruolo delle Film Commission è fondamentale. Confrontando il ruolo delle Film Commission italiane con quelle estere emerge chiaramente come queste ultime abbiano sviluppato negli ultimi anni una funzione importante chiamata film destination marketing planning con la quale riescono, in accordo con i produttori, a ottimizzare al massimo le potenzialità del cinema relativamente alla promozione turistica. In questo senso anche le istituzioni che si occupano di marketing territoriale e turistico e gli operatori privati possono, nel rispetto delle proprie competenze, contribuire alla valorizzazione di un territorio attraverso un prodotto audiovisivo. Il caso della Nuova Zelanda con il "Signore degli Anelli" è significativo. Le Istituzioni, attraverso l'ente nazionale turismo hanno lavorato sulla comunicazione legata agli Oscar promuovendo la vittoria su molti quotidiani esteri in particolare statunitensi. Dall'altra parte circa 50 operatori privati neozelandesi legati al turismo hanno proposto pacchetti e servizi legati al film. Il fatturato turistico generato dai turisti che si sono recati in Nuova Zelanda dopo la visione o l'immaginario suscitato dal film (circa l'1% del totale dei turisti) ha superato i 24 mln di dollari neozelandesi.

In Italia ci preme segnalare le esperienze realizzate in Piemonte, Friuli Venezia Giulia e Campagna, le regioni più impegnate nel promuovere il territorio come location per realizzare produzioni cinematografiche.

³ "Le produzioni cinematografiche, il turismo e i territori", 2006 a cura di Risposte Turismo. La percentuale fa riferimento ai soggetti che scelgono le mete turistiche adottando come unico criterio di preferenza la visione di quella meta in un prodotto audiovisivo.

PIEMONTE

- ⇒ La Film Commission Torino Piemonte, costituita dal Comune di Torino e la Regione Piemonte nel 2000, offre:
 - > servizi di assistenza alle case di produzione nella selezione delle locations e durante il periodo delle riprese
 - > incentivi, attraverso premi o contributi in servizi, ai produttori o ai distributori di quei film che meglio valorizzano il territorio.
 - ⇒ Consistenti investimenti pubblici e privati per agevolare le case di produzione che scelgono il territorio piemontese come location.
 - > realizzazione del Virtual Reality & Multimedia Park con una superficie di 6.000 m², due studi cinematografici e televisivi, di cui uno di 1500 m² con piscina per le riprese subacquee ed uno di 700 m² attrezzato per le riprese in set "virtuali"
 - > realizzazione del Cineporto o "Casa dei produttori", un edificio di circa 9.000 m² pensato come quartiere generale temporaneo per le case di produzione durante le riprese del film
 - > rilocalizzazione del Museo Nazionale del Cinema all'interno della Mole Antonelliana, creandovi intorno il Cineborgo.
 - ⇒ Attivazione di strutture di formazione adeguate per le diverse figure tecniche necessarie alle realizzazioni di un film.
- Come riportato nella relazione della Film Commission alla fine dello scorso anno, nel periodo 2001-2005 in Piemonte sono stati investiti complessivamente 142 milioni di € (di cui 29,35 milioni di € nel 2005). In termini di impatto sul territorio si evidenziano:
- 880 settimane di lavorazione (di cui 172 nel 2005),
 - 180 settimane di preparazione (di cui 36 nel 2005),
 - un numero crescente di personale tecnico impiegato (600 persone nel 2005)
 - un numero medio di 200 attori locali utilizzati ogni anno per un totale di 142 milioni di euro investiti in Piemonte (nel 2005 29,350 milioni).

FRIULI VENEZIA GIULIA

- > La Regione ha costituito la Friuli Venezia Giulia Film Commission nel 2000
 - > Legge regionale 1/2003 stabilisce un ammontare di finanziamenti di 900.000 € per gli anni 2003-2005 e contributi che vanno da un massimo di 120.000 € per sette settimane di riprese a 5.000 € per produzioni della durata maggiore di una settimana.
- Alla fine del 2005 il bilancio dell'anno è di 3 film, 3 miniserie TV e altre 18 produzioni tra cortometraggi e video, per un totale di 310 giornate di lavorazione e 210 di giornate di preparazione. Complessivamente sono stati spesi direttamente sul territorio 5,600 milioni di €, per un indotto economico stimato in 10 milioni e mezzo di euro

CAMPANIA

- > La Regione ha costituito la Campania Film Commission come Onlus nel 2001 e ha approvato, con delibera 16 Dicembre 2005, la costituzione della Società Consortile a responsabilità limitata Film Commission Regione Campania Onlus, di cui la Regione Campania è unico socio con un aumento del capitale sociale a 590.000 €.
- > La Campania Film Commission offre oltre ai tradizionali servizi di una Film Commission, le seguenti agevolazioni economiche:
 - sconti alberghieri del 40% per tutto l'anno,
 - sconti sui trasporti ed ospitalità 40%,

- sconti catering 30%,
- sconti assunzione personale tecnico e artistico.

EMILIA ROMAGNA

- > La Film Commission dell'Emilia Romagna dispone di un budget molto limitato, 120.000 € all'anno.
 - > Le conseguenze di questa politica ha fatto sì che nella provincia di Bologna e in Emilia Romagna, come risulta dall'archivio messo a disposizione nel sito della Cineteca, nel periodo 2001-2005 siano stati girati in Emilia Romagna 30 film, di cui 19 a Bologna, un numero quindi nettamente inferiore ai 56 girati nello stesso periodo a Torino/Piemonte.
 - > Nettamente inferiore rispetto a Torino è il numero di soap opera realizzate in Emilia Romagna (nessuna), come pure il numero delle miniserie TV (il dato esatto non è disponibile).
- La Film Commission dell'Emilia Romagna non fornisce dati sulle giornate di produzione e preparazione di questi film né indica stime di spese e di indotto economico stimato sul territorio.

La filiera televisioni locali

Il contesto legislativo

Per quanto riguarda **le televisioni** la legge di riferimento è **la n. 112/2004**, la cosiddetta legge Gasparri, a cui ha fatto seguito il Decreto legislativo 31 Luglio 2005, n.177, "Testo unico della radiotelevisione".

L'obiettivo della legge è il riassetto del sistema radio-televisivo italiano per rispondere alla fondamentale esigenza di pluralismo e di imparzialità dell'informazione. In particolare, il decreto prevede la transizione dalla tecnologia analogica alla tecnologia digitale nelle trasmissioni televisive terrestri, che consentirebbe di trasmettere da un solo canale analogico circa 6/7 programmazioni, anziché una soltanto. Tale processo è in linea con quanto stabilito dall'Unione Europea, che prevede infatti la conversione in tecnologia DTT di tutte le reti nazionali di trasmissione televisiva, secondo i tempi decisi autonomamente dagli Stati membri. In Italia tale passaggio (il cosiddetto *switch over*) era previsto per il 2006, ma il Consiglio dei Ministri nel Dicembre 2005 ha rinviato la cessazione del servizio analogico alla fine del 2008.

Dalle interviste realizzate sono emerse forti preoccupazioni in merito a quest'ultima decisione: nel 2008, infatti, il digitale potrebbe essere una tecnologia già superata da altre forme comunicative, quali ad esempio la web tv o la televisione sui telefonini. Inoltre, a partire dal 2004, è stato osservato come le due società che di fatto detengono il duopolio nazionale del sistema televisivo abbiano iniziato ad acquisire i canali rimasti inutilizzati dalle tv locali, prive delle risorse necessarie per effettuare il switch over. Tale situazione potrebbe condurre al paradosso di rafforzare le posizioni dominanti già esistenti in contrasto con gli obiettivi dichiarati della legge. Con riferimento alla situazione locale va rilevato che solo Italia7 Gold ha deciso di non vendere i canali e di fare il passaggio al digitale (che attualmente riesce a coprire l'intera Emilia Romagna).

Va infine evidenziata l'esistenza di una direttiva comunitaria, denominata **Televisione senza frontiere**, che definisce le condizioni per la trasmissione di programmi televisivi all'interno del mercato unico europeo. In particolare, la direttiva prevede che gli Stati membri coordinino le proprie normative nazionali per far sì che i canali televisivi, se possibile, riservino almeno metà della durata delle proprie trasmissioni, al netto dello spazio riservato a notiziari, giochi, manifestazioni sportive, pubblicità e televendite, a film e programmi prodotti in Europa. A questo proposito l'aspetto interessante da sottolineare è che la legge Gasparri introduce nel computo dello spazio per programmi nazionali anche i dibattiti (talk show), un genere che in termini quantitativi, rappresenta una quota rilevante della programmazione televisiva, riducendo quindi notevolmente lo spazio da riservare a film e a programmi europei.

Tipologia di esperienze

Sono state riscontrate a Bologna diverse realtà appartenenti al vasto ambito delle televisioni locali, riconducibili a:

1. Televisioni locali via etere
2. Telestreet e Tv di condominio
3. Nuove esperienze, quali il progetto della Regione sulla tv digitale e la televisione via Web

Televisioni locali via etere

A Bologna sono state rilevate 6 emittenti televisive che fanno capo a 4 società. Italia7 Gold risulta essere l'emittente, fra le televisioni locali, più seguita in Emilia Romagna con circa 600.000/700.000 spettatori ogni giorno. Grazie al fatto di essere parte di una Syndication che copre tutto il territorio nazionale, è inoltre la televisione locale con più che trasmette programmi e film di maggiore qualità. Sono però ugualmente importanti le esperienze televisive locali del gruppo Video Regione.

Televisioni locali presenti a Bologna

TELEVISIONE	SOCIETA'	AMBITO TERRITORIALE DI TRASMISSIONE	ISCRIZIONE AD ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA	PRINCIPALI PROGRAMMI
Rete 8	Syndication Sesta Rete e Rete 8	Emilia Romagna ma la Syndication copre l'intero territorio nazionale; presente sul digitale terrestre		
Italia 7 Gold	Syndication Sesta Rete e Rete 8		Associata a FRT	- "Sgarbi quotidiani" - "Diretta stadio" -
Telesanterno srl	fa parte del circuito nazionale ODEON	Emilia Romagna e zone limitrofe come parte delle Marche della Lombardia e dell'Apennino tosco-emiliano	Aeranti e Corallo	- "Provincia in" - "Regione in magazine" - "Con i piedi per terra"
è-Tv spa	È-tv S.p.a	Regione Emilia Romagna; presente sul satellite		- " Affari centro-nord"
Canale 11 srl*	Gruppo video Regione srl	Territorio di Imola e Bologna sud; Il Gruppo video Regione è presente anche sul digitale, coprendo l'intera Regione.		Programmi interamente locali
Rai Regione	RAI			Telegiornali locali

* Il Gruppo video Regione è presente anche sul digitale, coprendo l'intera Regione.

A Bologna sono stati realizzati due modelli di televisione locale molto diversi tra di loro:

- **Una televisione locale che conquista una audience al livello nazionale attraverso una syndacation.** Questo modello è stato realizzato da Luigi Ferretti proprietario del marchio Italia 7 Gold che ha collegato la televisione locale ad una syndacation (gruppo di soggetti proprietari di tv, in cui un soggetto può detenere massimo il 40% della proprietà). Italia 7 riesce così a trasmettere su tutto il territorio nazionale ed è riuscita a conquistare l'1,5% dello share. All'interno della syndacation la programmazione è comune per dodici ore. Fra i programmi principali trasmessi (e cofinanziati da tutte le televisioni locali aderenti alla syndacation) si sono affermati: *Sgarbi quotidiani*, condotto ogni giorno da Vittorio Sgarbi, e *Diretta Stadio*, trasmissione di cronaca in diretta delle partite di calcio di serie A. Nelle rimanenti ore i programmi sono diversificati al livello locale. Italia7 oggi è anche presente sul digitale terrestre.
- **Una televisione locale che realizza programmi riferiti solo ad un territorio specifico.** E' il modello di televisione realizzato dal Gruppo Video Regione, che copre la Romagna con quattro televisioni: Romagna Canale 11 (Imola), Romagna Video Regione (Forlì, Cesena, Ravenna), Romagna Erreuno TV (Riccione, Cattolica, Rimini), DI.TV (piattaforma digitale terrestre per tutta la Romagna). Il Gruppo Video Regione ha anche acquistato Teleappennino. Le televisioni di questo gruppo trasmettono per 18 ore al giorno informazioni, inchieste, dibattiti, show, concorsi a premi. La pubblicità che sostiene queste TV è locale, molto meno costosa rispetto a quella sulle reti nazionali, ma del tutto adeguata all'interesse di istituzioni, imprese e negozi che intendono promuoversi solo sul loro territorio.

Dalle interviste realizzate, le principali caratteristiche sono:

- La realizzazione completa dei programmi al proprio interno, dalla redazione alla messa in onda;
- Un equilibrio economico fondato quasi esclusivamente sugli introiti pubblicitari. Le modalità di reperimento sono diverse: Italia7 Gold controlla direttamente una società dedicata (Media Media 93) e solo per circa il 10% degli introiti si affida ad una società esterna; è-TV si avvale di personale interno che si dedica all'attività commerciale.

Telestreet e televisioni di condominio

Bologna viene ritenuta un punto di riferimento nazionale sulle telestreet e le televisioni di condominio. Nate a partire dal 2002, le telestreet sono:

- Tv dal basso, fatte dai cittadini che smettono di vestire i panni di telespettatori passivi per diventare soggetti attivi di comunicazione e maturazione politica.
- Tv che trasmettono via etere, utilizzando i coni d'ombra di alcune frequenze televisive, non avendo la concessione governativa.

In Italia la prima telestreet è nata a Bologna, "Orfeo Tv", che ha contemporaneamente creato Telestreet, la rete nazionale via web delle televisioni di strada. Telestreet è allo stesso tempo un luogo virtuale di coordinamento e di scambio di tutte le esperienze.

Le telestreet di Bologna sono:

Orfeo tv: (www.radioalice.org) E' nata nel 2002 come prima TV di strada sfruttando come frequenza il cono d'ombra del canale 59. Orfeo è fruibile solo da Via Orfeo, via Castiglione, via Rialto e una parte di Via S. Stefano. I due promotori di Orfeo TV, Giancarlo Vitali e Ciro d'Aniello, sono stati invitati al festival di Rotterdam del 2006 per organizzare un importante evento sulla utilizzazione della loro tecnologia. È possibile, infatti, utilizzare più flussi di informazione e costruire una esperienza interattiva utilizzando una web TV basata su palmari o telefonini della terza generazione. Le esperienze di una TV che trasforma persone passive in persone attive davanti alla comunicazione ha portato Orfeo TV a definire un progetto di televisione civica presentato all'Assessore all'Urbanistica del Comune di Bologna.

Teleimmagini: è la tv di quartiere della Bolognina. Nata nel 2002, situata nell'ex-mercato 24, è gestita da un gruppo di ragazzi che si sono formati al DAMS. L'obiettivo di Teleimmagine è quello di unire il web con la televisione. Trasmette infatti su di un semplice computer 24 ore su 24 utilizzando la frequenza 71. Fra i principali progetti realizzati si segnala la proiezione di filmati riguardanti Paesi stranieri; un progetto di formazione in Colombia per incentivare la diffusione di nuove strutture di comunicazione indipendenti.

Infine va segnalata l'interessante esperienza di **Teletorre 19** (www.teletorre19.com), la prima tv condominiale italiana. Nata nel 2001 da un'idea di Gabriele Grandi, Teletorre 19 è una tv via cavo realizzata in un palazzo a Bologna in via Casini 4, al Pilastro nel Quartiere San Donato. Il meccanismo è semplice: collegando un videoregistratore ad un modulatore di frequenza e trasportando via cavo il segnale modulato alla centralina d'antenna, il segnale viene considerato dalla centralina d'antenna come un normalissimo canale televisivo, anche se il segnale proviene dal videoregistratore o dal DVD. In questo modo le 72 famiglie (180 persone) che vivono alla Torre 19 condividono un canale loro, nel quale ogni giorno 24 ore su 24 vengono trasmessi film e documentari. La coesione ed il livello di convivenza delle famiglie è talmente alto da permettere loro la realizzazione di un vero e proprio notiziario settimanale "FinestrAperta" prodotto e montato interamente dai condomini, che contiene servizi di carattere informativo, ricreativo e culturale. L'importanza di questa esperienza è senz'altro da rintracciarsi nella volontà delle famiglie di questo palazzo di mettere in comune le proprie esperienze e di condividere un percorso che ha portato anziani e giovani ad apprendere insieme le modalità per trasmettere e creare un programma televisivo. L'esperienza di Teletorre ha trovato apprezzamenti a livello nazionale ed è stata oggetto di una puntata di "Racconti di vita" su RAI 3.

Nuove esperienze: la Tv Regionale digitale "Lepida" e il progetto della tv via web "Codec"

Lepida TV (www.regionedigitale.net). Come è ampiamente documentato nella rivista on line *Emilia Romagna digitale*, è stato finanziato dalla Regione Emilia Romagna e dal CNIPA, il progetto *Casper* che definisce la sperimentazione del digitale terrestre in Emilia Romagna. Questa sperimentazione viene realizzata con la messa in onda di dieci servizi con un decoder distribuito a un campione di almeno cinquecento persone.

Codec TV (www.flashvideo.it). è la tv on line curata dai giovani videomaker redattori del portale www.flashvideo.it del Comune di Bologna. Codec.tv è un appuntamento settimanale che intende dare voce alle diverse realtà culturali bolognesi e alle iniziative dedicate ai giovani attraverso interviste, inchieste, rubriche e anticipazioni. In ogni puntata viene riservato uno spazio ai cortometraggi, ai videoclip e ai microdocumentari realizzati e autoprodotti dai giovani videomaker inviati alla redazione e inseriti nell'archivio video del portale.

La filiera prodotti multimediali

Definizione metodologica

L'aggettivo multimediale può essere inteso in diverse accezioni, tutte di estrema attualità. **È multimediale un prodotto che:**

- integra, in formato digitale, le diverse forme in cui l'informazione può essere codificata, coinvolgendo così più media: da quelli verbali a quelli scritti, da quelli iconici a quelli sonori, con l'integrazione oggi possibile tra computer, telefonini della terza generazione, I-Pod.
- permette l'interazione tra persone o tra enti e persone, usando in parallelo o in alternativa trasmissioni di immagini, suoni e dati come sta accadendo nelle esperienze di comunità virtuali, rapporti fra enti pubblici e utenti, utenti di Internet e di telefonini della seconda e terza generazione tra loro.

La scelta metodologica da noi compiuta ha preferito escludere dalla ricognizione le imprese che si occupano di ICT in senso stretto e le aziende che al loro interno elaborano e realizzano servizi e prodotti di ICT, preferendo invece segnalare le imprese più innovative nell'ambito della produzione multimediale.

Tipologie di prodotti e servizi multimediali

Nell'ambito della filiera è possibile distinguere diverse tipologie di prodotti e servizi multimediali a seconda dei contenuti e, in ultima analisi, dei settori e dei mercati di sbocco. A questo proposito va evidenziato l'utilizzo, sempre più diffuso, di prodotti multimediali non soltanto per finalità legate alla promozione e alla comunicazione (siano esse di imprese o di istituzioni), ma anche con finalità sociali, culturali e formative. Si distinguono infatti:

- **Prodotti e servizi per la comunicazione tradizionale:** CD-ROM, DVD, progetti di comunicazione (sito internet e la conseguente gestione di contenuti), ma anche video e documentari pensati per rispondere alle esigenze sia delle imprese che delle Istituzioni.
- **Prodotti e servizi per la cultura e la formazione:** progetti e prodotti tesi alla diffusione di nuove modalità di fruizione della cultura e della formazione (da quella universitaria alla formazione professionale), quali ad esempio Biblioteche multimediali, progetti di E-learning, Enciclopedie multimediali, giochi virtuali ludodidattici, ecc...
- **Prodotti e servizi per l'arte ed i beni culturali:** prodotti che favoriscono l'incontro tra le tecnologie multimediali e le diverse direzioni che possono avere i percorsi artistici oltre alla valorizzazione dei musei e dei beni culturali.
- **Prodotti e servizi per il sociale:** la tecnologia oggi offre grandi opportunità alle persone disabili e alle persone anziane potendo renderle più autonome modificando le abitazioni e l'organizzazione delle città. I prodotti e i servizi realizzati collegano il tema della multimedialità con quello della demotica, dell'abbattimento delle barriere architettoniche, dalla assistive technology, dell'aiuto alla autonomia e alla comunicazione delle persone diversamente abili.

- **Prodotti e servizi per una democrazia partecipata e scelte urbanistiche:** le nuove tecnologie multimediali servono anche a coinvolgere maggiormente i cittadini nei rapporti con la Pubblica Amministrazione e a definire più appropriate scelte urbanistiche, e più in generale, a rispondere alle esigenze di una società più solidaristica e partecipativa.

Le imprese presenti a Bologna

Le imprese della filiera prodotti multimediali rilevate a Bologna sono circa 61 e comprendono, oltre alle imprese di produzione, le aziende specializzate sia nella vendita e noleggio di attrezzature multimediali, sia nell'organizzazione di eventi e nella distribuzione di prodotti multimediali. Ad esse si aggiunge una molteplicità di liberi professionisti che realizzano produzioni sia in proprio sia per le imprese della filiera (prevalentemente a Bologna, ma non solo).

TIPOLOGIA DI PRODOTTI	IMPRESE
COMUNICAZIONE E PRODUZIONE MULTIMEDIALE GENERALE	<p>Le Macchine Celibi, Eventi progetti Speciali, Loop srl Luis it, Baule dei suoni, Inauge multimedia, Giostra film, Igloves, Eurovideo, Area Digitale</p> <p><i>Media Vision, CNC, Hot Minds, , Studio Arki, 3V Multimedia, Adeste, Syntetica, Avenue Media, Mediando Communication, DDMaster service, Europa multimedia, Metamorfosi, Clast, Compte, Studio 80, Mediatica web, MTB duplicazioni, Tekne Immagine, Mazzanti media, Studio Immagine, Derbau Media Design Agency, Gate2000.com srl, Koinema srl, Interwideo, Skyline production</i></p> <p><i>Channel web, Swan film Europe, Acme, Not Available, Intradoc, Fonoprin</i></p>
CULTURA E FORMAZIONE	<p>Horinzons Unlimited, Art e servizi editoriali, Le Macchine celibi, Fondazione Aldini e Valeriani, Baule dei Suoni, Koala Games, Around photography, Sinform, Efeso, Scienter, Cefal Bologna ,</p>
ARTE E BENI CULTURALI	<p>Xing, Galleria Neon, Sonifcroket, Pumblea Record, Curvatura 10, Giardini sonori,</p>
INTERVENTI NEL SOCIALI	<p>Asphi, Anastasis, Ausilioteca, Arcadia Lab,</p>
DEMOCRAZIA PARTECIPATA	<p>Orfeo TV, Vag 61, Omega Generation, Associazione Orlando, Progetto donna, Loop design center</p>

VENDITA E NOLEGGIO ATTREZZATURE	Adcom, ChannelWeb, Eurovideo
ORGANIZZAZIONE EVENTI E DIFFUSIONE PRODOTTI	Xing Associazione Culturale Symballein, Modo Infoshop, The Culture Business

Dalle interviste realizzate, 13 a imprese e 19 a testimoni privilegiati, sono emerse le peculiarità della filiera a Bologna:

- **Micro e piccola dimensione delle imprese:** come per le imprese della filiera film, documentari e video le imprese del multimediale sono per la maggioranza dei casi guidate da 2/3 soci; mediamente hanno una struttura formata da 2/6 collaboratori stabili e da una rete esterna di professionisti da attivare a seconda del progetto.
- **Numero elevato di Associazioni ed Enti:** di particolare rilevanza è il ruolo delle Associazioni e degli enti in particolare in quelle strutture che si occupano di produrre prodotti e servizi multimediali nel campo del sociale e della cultura.
- **Vocazione prevalente nella fornitura di prodotti e servizi riguardanti la comunicazione:** il maggior numero di imprese riscontrate si occupa di prodotti e servizi multimediali per le imprese e le Istituzioni.
- **Ruolo fondamentale delle Istituzioni nella fruizione di prodotti e servizi multimediali:** a parere di tutte le imprese intervistate, le pubbliche amministrazioni dell'Emilia Romagna rappresentano un punto di eccellenza nazionale nell'utilizzare e nell'incentivare la diffusione di prodotti/servizi/tecnologie multimediali. A testimonianza di ciò è stata rilevata la presenza di molte strutture di emanazione pubblica.
- **Mercato di riferimento nazionale e promozione non strutturata.** La maggioranza delle imprese realizza prodotti e servizi rivolti a imprese, Istituzioni e singoli operatori per tutto il territorio nazionale. Infatti il ricorso a prodotti e servizi multimediali da parte del tessuto di piccole-medie imprese dell'Emilia Romagna è ancora basso, rispetto ad altri territori (in primis Milano). Il mercato di riferimento diviene quindi quello nazionale. La promozione viene effettuata attraverso Internet e attraverso contatti personali. Quasi nessuna delle imprese intervistate possiede, infatti, una struttura commerciale. Va considerato inoltre che lavori commissionati dalle Istituzioni sono soggetti a bando di gara.
- **Rete delle relazioni.** Forti risultano essere le relazioni con l'università grazie alla presenza del DAMS, di Scienze della Comunicazione e dei corsi di laurea con contenuti fortemente tecnologici all'interno di Ingegneria. Lo scambio fra Università e Imprese è uno scambio non solo di contenuti e prodotti ma anche di risorse umane (inizialmente inseriti nelle imprese con contratti di stages). Strette anche le relazioni con strutture come l'Aster e il Cineca.

In questa sezione abbiamo ricompreso quelle imprese che nei vari ambiti di specializzazione e in relazione ai progetti realizzati ci sono sembrate più importanti.

Le principali imprese della filiera

IMPRESE	SPECIALIZZAZIONE	PROGETTI REALIZZATI	NOTE
SWAN FILM EUROPE	Comunicazione multimediale	- fornitore ufficiale di contenuti UMTS per le telefoniche dell'Asia e dell'Europa.	
LOOP SRL	Comunicazione multimediale	- Demo di presentazione del cartone animato 'Desdemona e Colacola' - Episodio pilota della serie 'Do not touch, please' - CD-Rom presentazione della Ducati - Presentazione multimediale per la Segafredo - Catalogo online del maggior produttore di elettrodomestici da incasso in Italia Rex built-in	Attualmente è in corso un Progetto di realizzazione di un cortometraggio in 3D su di un piccione a Bologna
AREA DIGITALE	Comunicazione multimediale e animazione 3D	- "Eyeliner", permette l'interazione tra scena reale ed entità virtuale nello stesso spazio e tempo in cui si trova l'osservatore. - Realizzazione di diverse animazioni in 2D e in 3D.	Coorganizzatore dell'HD-DAY
EUROVIDEO	Comunicazione multimediale e vendita e noleggio attrezzature	- Collana DVD "Drumtastic" - Realizzazione di grafiche e menù interattivi per DVD o CD multimediali e loro duplicazione - Realizzazione di showreel aziendali e personali	Incentiva la diffusione delle tecnologie HD e delle produzioni televisive per il circuito regionale e nazionale
SINFORM	Prodotti e servizi per la cultura e la formazione	- Ambienti e strumenti di Open Distance learning per le donne. - Misure di sistema per l'integrazione della formazione a distanza nel Sistema formativo regionale. - <i>Mythos</i> , progetto per la formazione a distanza di interpreti e masse di artisti al teatro d'opera.	Società consortile senza scopo di lucro formata dai seguenti enti: AECA, ECAP-CGIL, ENAIP-ACLI, ENFAP-UIL, IAL-CISL
SCIENTER	Prodotti e servizi per la cultura e la formazione	- progetti europei nei programmi comunitari Delta, Telematics applications, E-learning con grande attenzione alla costruzione di reti tra regioni europee.	società consortile, senza scopo di lucro che nel 1999 ha costituito dal 1999 Scienter Espana ed è membro formatore del Gruppo Europeo di Interesse Economico (GEIE) MENON incaricato dalla Commissione Europea di coordinare numerosi progetti e gruppi di lavoro nel campo dell'e-learning.
CEFAL	Prodotti e servizi per la cultura e la formazione	- <i>Palestra informatica</i> in cui attraverso un aula didattica con PC multimediali si insegna ad avere un ruolo attivo con le tecnologie; - <i>Taller Learning in team</i> , strategia elaborata da un Centro di Barcellona (www.9icta.com) e rielaborata dal Cefal per imparare ad imparare agevolando anche in questo caso la partecipazione attiva di frequentatori del corso; - <i>Simulimpresa</i> , strategie di simulazione di impresa con collegamenti con imprese reali in varie direzioni di attività.	Consorzio Europeo per l'addestramento e la formazione dei lavoratori

IMPRESA	SPECIALIZZAZIONE	PROGETTI REALIZZATI	NOTE
KOALA GAMES	Prodotti e servizi per la cultura e la formazione	<ul style="list-style-type: none"> - - "Drive", un videogioco sull'educazione stradale - CD-ROM "ECOCITY" per la Regione Emilia Romagna, Assessorato Ambiente - Simulatore stradale per il Comune di Piacenza - Simulazioni territoriali per l'Urbanistica Partecipata per il Comune di Bologna - Il Codice dell'Alchimista per CREDIBO- Banca di Credito Cooperativo 	L'impresa si occupa della progettazione e realizzazione di CD-ROM ludodidattici. L'obiettivo è quello di creare dei giochi per gli adolescenti ma che abbiano una finalità altamente didattica e non solo di puro entertainment.
HORIZONS UNLIMITED	Prodotti e servizi per la cultura e la formazione	<ul style="list-style-type: none"> - CD-ROM multimediali tra i quali "Encyclomedia" (la serie di cd rom sulla storia della civiltà europea diretti da Umberto Eco) e "Bologna Musei", strumento di promozione del sistema museale bolognese. - Sistemi per biblioteche multimediali e digitali (Provincia di Parma, Provincia di Reggio Emilia, Provincia di Ravenna, Comune di Bologna- Sala Borsa, Comune di Modena, Regione Umbria..) - CMS e web design per privati e PAL (Regione Campania, Provincia di Modena- sistema museale, Comune di Castelveltro, Comune di Bologna) 	ha la peculiarità di offrire contemporaneamente la comunicazione e la produzione di contenuti insieme con la parte informatica (software per semplificare le operazioni riguardanti l'aggiornamento di un sito o la comunicazione on line).
CURVATURA 10	Prodotti e servizi per l'arte e i beni culturali	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Videolettura</i>: presentazione di libri con performance multimediali liberamente ispirate. - <i>Superfici sensibili</i>: allestimenti di spazi con videoinstallazioni. - <i>Rifrazioni</i>: progetto per vetrine in movimento - <i>Semiquadri</i>: happening mostre di opere elettroniche prodotte da videomaker; (e) <i>Voice session 3</i>: jam teatrale con voci a concerto con musica dal vivo (regia di Anna Bianco) 	
PUMBLEA RECORDS	Prodotti e servizi per l'arte e i beni culturali	<ul style="list-style-type: none"> - Produzione e distribuzione di musica originale, nell'interazione con eventi teatrali e mostre espositive cercando di unire sinergicamente diversi linguaggi, approcci e supporti comunicativi. 	Ha partecipato all'edizione 2006 di Palinsesto Italia; Molto interessante il sito internet www.plumbea-records.com
ANASTASIS	Prodotti e servizi per l'ambito sociale	<ul style="list-style-type: none"> - Quaranta programmi software rivolti a bambine e bambini con difficoltà di apprendimento. - Portale interattivo <i>Integrazioni in rete</i> per l'integrazione nel mondo del lavoro e della scuola e si occupa di accessibilità di siti web. Tra i suoi progetti c'è anche un impegno nella formazione. 	Cooperativa promossa da Asphi (Onlus che realizza progetti per il trasferimento tecnologico a persone diversamente abili)
ASPHI	Prodotti e servizi per l'ambito sociale	<ul style="list-style-type: none"> - Realizza numerosi progetti che hanno al centro la trasmissione di competenze tecnologiche (non solo informatiche) a persone disabili (non solo non vedenti). 	promuove e coordina la esposizione e insieme di congressi Handimatica
ISTITUTO CIECHI CAVAZZA	Prodotti e servizi per l'ambito sociale	<ul style="list-style-type: none"> - Il museo tattile Anteros per avvicinare le persone non vedenti alla pittura e trasmettere i concetti di spazio e di prospettiva. 	

IMPRESE	SPECIALIZZAZIONE	PROGETTI REALIZZATI	NOTE
		<ul style="list-style-type: none"> - Il progetto Libri digitali - La rivista Phono Magazine - Rivista cartacea <i>Vedere oltre</i>. 	
ARCADIA LAB SRL	Prodotti e servizi per l'ambito sociale	<ul style="list-style-type: none"> - Software Galileo testato all'Ospedale Maggiore di Bologna e all'Ospedale di Zurigo per coadiuvare da un punto di vista informatico (utilizzando le reti neurali artificiali) le diagnosi di tumore al seno basate sulle immagini radiologiche. 	Impresa nata da un gruppo di ricerca del Dipartimento di Fisica dell'Università di Bologna
SAMO SOFTWARE SAS	Progetti e servizi per favorire la democrazia partecipativa	<ul style="list-style-type: none"> - Realizzazione di siti web dinamici per L'Associazione Amici di Luca, Walter Vitali, ABC Vacanze. - Sistema informativo per La Casa dei Risvegli Luca De Nigris. 	l'impresa, diretta da Iacopo Matteuzzi, prosegue l'esperienza di Omega Generation
ASSOCIAZIONE ORLANDO	Progetti e servizi per favorire la democrazia partecipativa.	<ul style="list-style-type: none"> - Il progetto di un Server donne realizzato da Marzia Vaccari con la messa in rete delle informazioni presenti nei centri di documentazione delle donne. - <i>Città desiderabile</i>, progetto di una ricerca partecipata per valorizzare le proposte delle donne a Bologna. - Progetto <i>Equal Portico</i> per creare uno spazio fisico e virtuale in modo da avvicinare le donne alla ICT; il progetto <i>Techne Donne</i> per affrontare in modo creativo il gender digital divide. 	
LOOP DESIGN CENTER		<ul style="list-style-type: none"> - Realizzazione dello stand nel salone internazionale di Colonia per l'azienda di macchine utensili Femi Spa. - Progettato un intervento integrato su scala urbana per il Comune di Castel Guelfo di Bologna. 	Il Loop Group Design è formato da tre strutture: una impresa di comunicazione , uno studio di architettura, il laboratorio creativo Creative Lab
RAUM	Organizzazione eventi	<ul style="list-style-type: none"> - Ideazione e promozione di Netmage, il festival internazionale dedicato ai live media e all'innovazione nel vasto ambito della produzione visiva contemporanea, fra musica, elettronica, arti visive e performing arts. - Infine collabora nella nell'organizzazione e nella realizzazione di Palinsesto Italia. 	Sede Bolognese di Xing.
CHANNEL WEB	Applicazioni web, grafica e multimedia, streaming e videoconferenze, amministrazione di reti	<ul style="list-style-type: none"> - Partecipazione, all'interno del Consorzio Digicittà, ai progetti SUMMIT (progetto di Attività A5 promosso dalla Regione Emilia Romagna) e INSEBALA , progetto di INtegrazione e Servizi per la Banda Larga legato alla iniziativa 1.1 del piano Telematico Regionale Programma Operativo 2002. 	Fa parte del consorzio Digicittà

IMPRESE	SPECIALIZZAZIONE	PROGETTI REALIZZATI	NOTE
ADCOM	Vendita e noleggio attrezzature	- <i>Progetto per agevolare le sale cinematografiche a passare al digitale.</i> Il progetto, molto articolato, prevede che in un anno la sala cinematografica in digitale si ripaghi dei costi delle nuove attrezzature.	

L'occupazione e il giro d'affari del settore

La filiera cinema&multimedia, che comprende le tre filiere specialistiche sopra analizzate, è formata nella maggior parte dei casi da piccole imprese guidate in media da tre soci operativi. Se a questi si aggiungono gli oltre 700 lavoratori dipendenti stabili si può stimare che il settore abbia un numero di dipendenti e collaboratori stabili pari a oltre **1100 unità**. Inoltre, come peraltro già specificato, il settore è caratterizzato da un numero elevato di liberi professionisti e collaboratori che vengono attivati a seconda del progetto da realizzare. In totale, sul territorio bolognese si contano oltre **1.300 collaboratori occasionali e liberi professionisti**, che vivono e operano in misura preferenziale sul territorio pur non mancando opportunità di lavoro extraregionali

Anche per il giro d'affari è possibile fare una stima del fatturato annuo; in base ai dati raccolti il settore cinema&multimedia di Bologna muove circa **340 milioni di euro l'anno**. Si tratta indubbiamente di un cifra considerevole tenuto conto del numero delle imprese, della loro dimensione e delle difficoltà di contesto legate all'assenza di grande strutture. Dall'analisi svolta è emerso inoltre un altro dato interessante: l'Emilia Romagna rappresenta la prima area di provenienza dei clienti delle imprese del settore, ma il 90% delle imprese ha fra i primi 5 clienti imprese e istituzioni di altre Regioni. La Regione Lazio e Lombardia risultano rispettivamente la seconda e la terza regione per la provenienza dei clienti, a dimostrazione della centralità di Roma e Milano per lo sviluppo del settore.

Interventi pubblici a sostegno delle tre filiere

Per incentivi abbiamo invece considerato quei progetti che le strutture pubbliche sviluppano per incentivare i settori da noi analizzati.

Progetti e incentivi del Comune di Bologna

Da alcuni anni il Comune di Bologna è attivo nell'incentivare il settore delle produzioni multimediali attraverso diversi progetti e iniziative:

- Progetto Mambo
- Piano Giovani del Comune di Bologna
- Progetto di un nuovo spazio dei giovani e della creatività

Progetto Mambo

Mambo: progetto del Comune di Bologna iniziato nel 1999 e finalizzato alla riqualificazione di zone a rischio di degrado della città attraverso l'insediamento di piccole imprese nei settori dell'ICT, dell'artigianato artistico e del commercio. I primi interventi hanno consentito la riprogettazione di una struttura che ospitava in precedenza un macello pubblico, trasformandola in un incubatore per l'insediamento di piccole imprese operanti in settori innovativi, chiamate a partecipare a bandi di gara per l'assegnazione degli incentivi. Ad oggi sono state chiuse 4 selezioni. La prima edizione ha finanziato l'insediamento di imprese operanti nel settore multimediale. La seconda edizione ha esteso il bando alle imprese operanti nel settore dell' ICT. La terza edizione ha focalizzato le azioni di sostegno all'insediamento e allo sviluppo delle imprese del settore dell'artigianato artistico e dell' ICT. La quarta edizione ha esteso il bando anche alle imprese operanti nel settore del commercio al dettaglio. Le iniziative a favore delle imprese hanno riguardato innanzitutto la creazione di un incubatore per le imprese, ovvero di struttura a supporto di start-up di imprese vincitrici (prima individuata in via S. Caterina di Quarto, successivamente nella zona Pilastro). La struttura, interamente cablata, ha offerto inoltre l'utilizzo di attrezzature tecnico-informatiche e spazi comuni quali un'aula per la formazione, una biblioteca e salette riunioni. Successivamente si è lavorato sulla formazione, fornendo un pacchetto di ore di aula a cui hanno partecipato tutte le imprese ed un pacchetto di ore facoltativo destinate alla consulenza ad hoc per singola impresa, modulato in base alle specifiche esigenze di ogni impresa. Diversi i contenuti trattati nell'ambito dei corsi: strategia d'impresa, marketing operativo e relazionali, analisi e politiche di bilancio, aspetti legali inerenti il settore ICT. Infine sono state realizzate azioni rivolte alla promozione delle imprese, fornendo l'opportunità di partecipare a fiere di settore a costi contenuti.

Imprese delle filiere considerate che hanno ottenuto i finanziamenti "MAMBO"

IMPRESSE PROMOSSE	SETTORE	EDIZIONE DI MAMBO
ACHTOONS	Cinema, Animazione	1 edizione
CLAST	Comunicazione e produzione multimediale	1 edizione
COMTE	Comunicazione e produzione multimediale	1 edizione
SONICROCKET	Multimediale, arte e beni culturali	1 edizione
STUDIO ARKI'	Comunicazione e produzione multimediale	1 edizione
STUDIO IMMAGINE	Comunicazione e produzione multimediale	1 edizione

ADESTE	Comunicazione e produzione multimediale	2 edizione
DIGIT ONE	Filiera Cinema, nolleggio apparecchiature	2 edizione
IGLOVES	Comunicazione multimediale	2 edizione
LOOP SRL	Filiera Cinema e multimediale	2 edizione
KOALA GAMES	Multimediale, cultura e formazione	3 edizione
LOOP SRL	Comunicazione e produzione multimediale, animazione 3D	4 edizione
DERBAU MEDIA DESIGN AGENCY	Comunicazione e produzione multimediale, e-commerce, e-learning	4 edizione

Flash video del Comune di Bologna (www.flashvideo.it)

È il nuovo portale che il Comune di Bologna – Ufficio Politiche Giovanili ha dedicato ai giovani appassionati di audiovisivi e tecnologie multimediali, così come ai professionisti del settore che operano nel campo delle produzioni video e cine-televisive. L'obiettivo principale del nuovo web-magazine è **dare visibilità ai giovani** e a quella preziosa creatività sommersa che cresce e si sviluppa nel substrato culturale bolognese.

Il portale si compone di diverse sezioni che forniscono ai giovani informazioni su: corsi, concorsi, rassegne e imprese presenti sul territorio.

Flashvideo presenta anche un **catalogo on-line** di video prodotti da associazioni, gruppi, videomaker e backstages bolognesi, direttamente accessibili on-line, e una **vetrina della creatività** che permette una più ampia visibilità ai prodotti video indipendenti. Una novità è rappresentata dal già citato rotocalco on-line **Codec** (dal programma di compressione dei video per il web), interamente realizzato dai giovani videomakers, redattori di Flashvideo.

Progetto di uno nuovo spazio dei giovani e della creatività

Nell'introduzione del Documento preliminare del Piano Strutturale Comunale, "Bologna città che cambia", un paragrafo è dedicato alla creazione di uno spazio giovani e della creatività. Nello specifico viene considerata una scelta vantaggiosa per Bologna definire un'area della città per la localizzazione di laboratori, "incubatori" pubblici e privati, residenze per i ricercatori, residenze per studenti, edilizia libera e sociale per giovani coppie e lavoratori, attività culturali e di spettacolo e musica. Concentrare geograficamente in uno spazio i giovani e le loro attività darebbe un forte impulso alla creatività che anima le migliaia di giovani presenti a Bologna.

Business Angel Network della Provincia di Bologna (www.banbologna.it)

La B.A.N. Bologna è una struttura permanente no-profit coordinata dalla Provincia di Bologna, che intende garantire l'incontro tra imprenditori che necessitano di capitale di finanziamento e di competenze manageriali e gli investitori informali che offrono i capitali ed il proprio supporto manageriale. Costituita nel 2001 dalla Provincia di Bologna, ALA, API, ASCOM Bologna, CNA, Confartigianato Bologna e Legacoop Bologna, dopo due anni la rete ha ricevuto circa 152 contatti da potenziali proponenti idee imprenditoriali e 22 da potenziali

business angels. Circa il 13% dei primi ha presentato progetti imprenditoriali, che sono stati valutati dapprima dalla Provincia di Bologna e, successivamente, solo quelli ritenuti validi, da un Comitato di valutazione, composto dalle Associazioni di categoria che compongono la compagine della B.A.N. Bologna. Circa il 31% dei potenziali business angels contattati hanno aderito all'iniziativa ed hanno richiesto l'accreditamento. A marzo 2003 la B.A.N. Bologna contava 7 progetti imprenditoriali valutati positivamente in via definitiva e 7 business angels accreditati alla rete. I 7 progetti imprenditoriali sono stati immessi nel circuito della B.A.N. Bologna per farli conoscere agli investitori accreditati ed ai primi 5 è stata data visibilità in occasione del Forum d'Investimenti.

Tra le imprese delle filiere che hanno presentato progetti vanno segnalate Koala Games, Achtoons e la Down Town Pictures.

GLI SCENARI DELLA INNOVAZIONE TECNOLOGICA

Una analisi, anche se molto sintetica, degli scenari della innovazione tecnologica è molto importante, perché si è di fronte a grandi cambiamenti tecnologici in atto in tutte e tre le filiere a livello internazionale. È perciò importante capire come, di fronte a questi cambiamenti si stanno posizionando le imprese presenti nella provincia di Bologna. Le direzioni dell'innovazione tecnologica sono esaminate considerando tre livelli di analisi:

- Ad un primo livello, l'innovazione viene vista all'interno della storia del cinema. Sono considerati gli scenari che derivano dalla così detta *rivoluzione digitale* che, se applicata in tutte le fasi e per ogni tipo di film, porterebbe a radicali cambiamenti, dalla produzione, alla post produzione fino all' allestimento delle sale cinematografiche;
- Ad un secondo livello l'innovazione tecnologica viene vista nel cuore delle trasformazioni presenti nelle tecnologie della informazione e della comunicazione. Si parla quindi di *Telecomunicazioni e nuove possibilità di trasmettere e ricevere contenuti multimediali* che modificano profondamente sia l'organizzazione e gestione delle reti sia le modalità con cui le persone recepiscono i messaggi;
- Infine conviene considerare un terzo livello, *Cambiamenti nella multimedialità e strategie di cross-over*, in cui l'attenzione è sui contributi che l'innovazione tecnologica può fornire alle scelte urbanistiche, culturali, artistiche e sociali di un territorio inserendosi, con logiche di cross-over, nelle quattro aree prima ricordate: Cultura e formazione, Arte e beni culturali, Interventi nel sociale, Democrazia partecipata e scelte urbanistiche.

Il passaggio dalla pellicola al digitale

Nel passaggio dalla pellicola al digitale si possono individuare due diversi passaggi temporali, tenendo presente che la seconda situazione non è ancora realizzata e può richiedere un tempo non breve per la sua completa attuazione:

- **La tecnologia digitale si concentra nelle fasi di post produzione (montaggio e realizzazione di effetti speciali) e nella realizzazione di film di animazione in 3D.** Nel cinema si parla di "effetti speciali" fin dalla sua origine con la contrapposizione al "realismo" dei Fratelli Lumière delle "fantasmagorie" di Georges Méliès che sovrapponeva più pellicole per simulare lo sdoppiamento di persone oppure, attraverso il montaggio, simulava la scomparsa di una persona. Seguono poi le "rivoluzioni" dal cinema muto al sonoro e dal bianco e nero al colore aumentando la presenza di effetti speciali e la sperimentazione di nuove tecnologie. Gli anni '70 sono, ad esempio, dominati dagli *animatronic*, complessi sistemi meccanici ed elettronici comandati a distanza, rivestiti da vari materiali e truccati da maestri come l'italiano Carlo Rambaldi e l'americano Rick Backer che permettono la realizzazione di film come *King Kong* (1976), *Alien* (1979), *E.T* (1982). Nel 1982 Francis Ford Coppola e Vittorio Storaro sperimentano in un teatro di posa tutte le possibili innovazioni tecnologiche dell'epoca realizzando il film *Un sogno grande un giorno*. Alla fine degli anni '80 arriva la computer grafica (CG) e con essa trionfano i film di Spielberg e di Lucas che, con *Guerre stellari*, nel 1977 riceve il primo Oscar per gli effetti speciali. Viene ad essere accreditato un tipo di film con molti effetti speciali che richiede elevati investimenti ma che permette anche elevati incassi (*Titanic* del 1998, diretto da James Cameron, ha richiesto 285 milioni di dollari di investimento e cinque anni per la sua realizzazione ma ha incassato 1 miliardo e 700 milioni di dollari). Il digitale è sempre più presente anche nelle megaproduzioni del cinema di animazione con il famoso scontro tra la Dreamworks (collegata alla Disney) e la Pixar che termina con il recente accordo tra la Disney e la Pixar. In questa fase si ritiene che il digitale sia confinato alle fasi di post produzione (montaggio

ed effetti speciali) mentre sia nella fase di ripresa che in quella di diffusione si usa la pellicola (rendendo quindi sempre necessaria una riconversione dal digitale alla pellicola per poter vedere il film nelle sale).

- **La tecnologia digitale entra in tutte le fasi della realizzazione di un film (dalla ripresa alla proiezione in sale digitali).** La riduzione degli incassi nelle sale cinematografiche che proiettano film in pellicola da un lato (si vedano i dati 2005 rispetto al 2004 in Italia ma anche negli Stati Uniti ed Europa), e il fatto che l'80% di incassi del settore cinema sia fatto da TV e Home video dall'altro (dati per l'Italia della Fondazione Rosselli) porta a riflettere seriamente sulla possibilità di una "rivoluzione digitale".

Secondo Sjoerd De Clerck, Direttore Generale di Barco Digital Cinema, i vantaggi del digitale sono diversi:

- Nella produzione verrebbe a realizzarsi innanzitutto un abbassamento dei costi ("il 35mm è favoloso ma caro, ogni inquadratura che viene girata ha un costo sensibile. Con il digitale puoi ripetere una scena tutte le volte che vuoi. E serve anche meno illuminazione. Quindi costa meno").
- Verrebbero poi ad essere avvantaggiati i registi europei ("ogni regista aspirante sa che è difficile trovare i soldi per fare un film, ma grazie al digitale i costi diminuiscono e le possibilità aumentano") con la possibilità di creare nuovi stili di cinema ("Alcuni registi come quelli che si riconoscono in Dogma sono interessati al fatto che la telecamera è più maneggevole e quindi meno invadente consentendo nuovi stili di ripresa").
- La qualità della produzione girata in digitale è oggi molto alta per la possibilità di girare con cineprese di nuova generazione in HD.
- Importanti vantaggi anche nella fase di postproduzione. A differenza del sistema analogico, infatti, le sfumature di colore possono essere illimitate con il digitale potendo lavorare sui colori secondari e su parte dell'immagine. Gli effetti ricavati sono perciò di qualità superiore ed è evidente il risparmio nei tempi e nei costi per i passaggi successivi alla realizzazione del master: partendo da un solo file si possono realizzare anche gli altri prodotti come le versioni per la pay tv e il DVD.
- Sono poi da tener presente i vantaggi per la conservazione dei film ("se la pellicola infatti si consuma nel tempo, il digitale può essere conservato per sempre").
- La fase che poi trae più vantaggi dal digitale è la distribuzione ("una drastica riduzione dei costi che può arrivare al 70-80% cioè circa 600-700 milioni di dollari per la sola industria statunitense"). In questa fase con il digitale è possibile un esatto incontro tra domanda e offerta perché viene meno il problema di stabilire in anticipo quante copie stampare di un determinato film e, con il sistema di trasmissione via satellite, il costo di trasmissione resta lo stesso sia che un film sia diretto ad un solo cinema o a cento (mentre i costi con il 35mm aumentano in maniera proporzionale al crescere del numero delle copie).
- Evidenti sono i vantaggi anche per l'esercizio di una sala digitale. C'è molta più flessibilità di luogo e tempo di proiezione ("un film che non funziona bene può essere cambiato velocemente") e la maggiore flessibilità di organizzare una programmazione può permettere di trasmettere oltre ai film di carattere nazionale anche film di carattere locale, sport, concerti con anche nuove opportunità di sponsorizzazione e di presenze pubblicitarie. De Clerk sottolinea un ulteriore vantaggio del digitale: con il crollo delle spese di trasporto anche i cinema più piccoli e lontani dai grandi centri possono avere copie negli stessi tempi "e ciò rende il sistema più democratico".

Agli inizi del 2006 la tendenza al digitale è ancora lenta ma inarrestabile. Negli Stati Uniti si è già iniziato a girare totalmente in digitale. Robert Rodriguez ha filmato in digitale *Spy Kids* e *Sin City* e James Cameron sta sviluppando, per il suo prossimo film ispirato a un manga giapponese, una tecnica 3D stereoscopico progettato per specificamente per le sale digitali. Per accelerare questa tendenza è cruciale la

presenza di sale digitali e, negli Stati Uniti, Mark Cuban ha deciso di riconvertire al digitale 60 delle sue 270 sale (i Landmark Theaters) e anche la terza più grande catena di sale Usa, la Carmike Cinemas, ha deciso di riconvertire 2.500 schermi al digitale entro il 2007. D'altra parte anche in Brasile e in Cina, dove vi sono grandi distanze e una cronica debolezza di sale tradizionali di cinema, inizia ad esservi una grande attenzione al digitale: in Brasile ci sono già 100 sale digitali che ricevono film via satellite da San Paolo e in Cina nel 2005 erano già attrezzate 150 sale digitali con l'obiettivo di arrivare a 400 entro il 2006 tenendo presente che nel 2005 sono stati diffusi in queste sale 60 film in digitale di cui 24 importati (11 prodotti solo in digitale) e 36 di produzione cinese (di cui 7 prodotti solo in digitale). Queste tendenze sono rilevabili anche in Europa dove negli ultimi anni sono nati Cinema NetEurope (www.cinemaneteurope.com) per la diffusione di documentari in digitale (con l'obiettivo di diffondere anche film d'essai, corti, film di animazione) e European Digital Cinema Forum per il coordinamento di diffusione di film in digitale (www.digitalcinema-europe.com). Le sale digitali in Europa sono ancora poche (alla fine del 2004 erano 37 contro le 110 asiatiche e le 85 nel Nord America) ma gli spostamenti verso il digitale sono visibili. Ad esempio Ingmar Bergman ha girato nel 2003 il film *Sarabanda* in digitale HD e si è rifiutato di trasferirlo in pellicola ritenendo la pellicola non all'altezza dell'alta definizione così che in Europa dopo essere passato negli schermi TV, può essere solo visto in sale digitali iniziando il suo percorso in due sale digitali a Parigi. Anche *Dogville* di Lars Von Trier (primo film della *Trilogia USA*) è stato completamente girato con telecamere digitali ad alta definizione. In Italia nel 2001 è stata attrezzata a Melzo (Milano) la prima sala digitale (*Arcadia*) e tra il 2004 e il 2005 le sale digitali sono salite a nove.

La rivoluzione digitale a Bologna

A Bologna la "rivoluzione digitale" è ben presente sia nei dibattiti che nelle strategie delle imprese. Nel Future Film Festival del 2006 è stato interessante il dibattito "*Production lab: la corsa al digitale*" tra Massimo Cristaldi (produttore), Angelo Guglielmi (Assessore alla cultura del Comune di Bologna), e Alexis Sweet (regista televisivo). Guglielmi ha posto la domanda se il digitale abbia veramente dato la possibilità di girare film con budget limitati e la risposta data da Cristaldi e da Sweet è stata negativa. Un film competitivo è costoso anche con l'uso della tecnologia digitale perché la possibilità di girare con cineprese digitali e di realizzare effetti speciali, pur aumentando le possibilità creative della sceneggiatura e della regia, non riducono (almeno secondo Cristaldi e Sweet) i costi complessivi che passano dalla fase di produzione a quella di post produzione a causa dei costi ancora molto elevati nel passaggio dal digitale alla pellicola. I costi minori deriverebbero tutti da una "rivoluzione digitale" completa. Come ci ha precisato Marcello Guidelli della Adcom, oggi ogni copia in pellicola di un film costa circa 2.000 euro e un film che voglia essere presente nelle sale contemporaneamente deve almeno girare in 500 copie. C'è quindi un costo di 1 milione di euro che potrebbe essere risparmiato e a questo risparmio si aggiunge il risparmio nei costi di trasporto e di assicurazione perché le copie in digitale potrebbero essere trasmesse in un canale dedicato (con quindi garanzia di qualità e affidabilità delle copie stesse). Diventa quindi importante attrezzare le sale per proiezioni in digitale e su questo punto Guidelli ha già pronto un progetto, fatto insieme alla Vegas di S. Lazzaro, che potrebbe consentire alle imprese di attrezzarsi per la proiezione in digitale con costi molto limitati. In quanto all'intervento del digitale nel restauro, Davide Pozzi de L'immagine ritrovata valuta, in linea con i più aggiornati studi promossi dalla Comunità europea, che le tecnologie del restauro vadano sicuramente nella direzione del digitale ma che possano essere abbandonate le strategie del restauro in fotochimica soprattutto per le pellicole che hanno un passo diverso da quello abituale.

Telecomunicazioni e nuove possibilità di trasmettere e ricevere contenuti multimediali

Come è risultato chiaramente dal 3GSM World Congress di Barcellona 2006 l'area delle telecomunicazioni e delle possibilità di ricevere messaggi con modalità diverse (computer, televisione, telefonini, ecc..) sono attraversate da grandi cambiamenti tecnologici. Si avvertono, in questo senso, tre possibilità che *potrebbero* diventare tendenze (anche se il congresso ha individuato anche ostacoli e resistenze nella scelta di standard accettati da tutte le imprese presenti): (a) la possibilità sempre più ampia di trasmettere e ricevere contenuti multimediali in *modo interattivo* (creando quindi una comunicazione non passiva); (b) la possibilità di trasmettere e ricevere contenuti multimediali indipendentemente dal luogo in cui la persona si trova e dalle possibili disabilità che questa persona può avere (quindi una sempre più ampia *accessibilità* dei messaggi tenendo conto che una persona può essere non vedente, non udente o avere altri tipi di disabilità); (c) la possibilità di ricevere messaggi multimediali sempre di più in banda larga, in HD, con modalità wireless (nel convegno mondiale di Barcellona si è discusso a lungo di TV mobile e di Banda larga mobile)

Queste possibilità vanno esaminate tenendo conto di come in una data area (ad esempio la regione Emilia Romana) avvengono le **interazioni e le dinamiche interne ai tre blocchi** individuati nello schema proposto da Van der Meer e Van Winden (2003) che distinguono tra: (a) **Infrastrutture elettroniche** (che rappresentano le parti hardware delle telecomunicazioni con quindi le diverse possibilità di ripetitori, antenne satellitari, antenne wireless, cablaggi in fibra ottica ecc.); (b) **Accesso elettronico** (con tutte le diverse possibilità da parte di utenze differenti di accedere ai contenuti trasmessi); (c) **Contenuti e servizi trasmessi** (che sono al centro della domanda/offerta di servizi e contenuti a seconda dei diversi tipi di utenza).

Le tendenze in atto vanno quindi viste nel contesto delle relazioni tra infrastrutture, modalità di accesso, contenuti in una data area:

- **Connessioni satellitari digitali.** Come risulta dalla fiera SAT Expo 2005 lo sviluppo delle *comunicazioni in banda larga in via satellite* è in una fase di forte espansione e sono in atto progetti per le comunicazioni di mezzi in movimento come aerei, navi e treni; progetti di comunicazione satellitare per aree geografiche che hanno ostacoli naturali che non permettono la diffusione delle comunicazioni in banda larga e in fibra ottica. Il direttore del dipartimento multimedia di Eutelsat afferma che i servizi offerti dalla comunicazione satellitare possono essere fondamentali per la telemedicina e per il monitoraggio della terra e la prevenzione delle catastrofi. In Toscana la Skylogic Italia (la società controllata da Eutelsat per la fornitura di banda larga satellitare) si è aggiudicata (insieme alle società MBI, IcarusNet, Brain Technology) il progetto di portare la banda larga nelle comunità montane della regione Toscana. La TV via satellite in Giappone e Stati Uniti è già attrezzata per l'HD.
- **La televisione digitale terrestre,** la DVB-T (che significa *Digital Video Broadcasting* e T sta per *Terrestre*), che trasmette via etere attraverso ripetitori. In Europa c'è un impegno di tutte le nazioni della Comunità europea a trasformare le trasmissioni via etere delle reti TV dall'analogico al digitale. I vantaggi della televisione digitale terrestre sono molti. Innanzitutto rispetto alla TV analogica tradizionale e alla TV satellitare introduce la possibilità della interattività con uno standard internazionale (MHP, Multimedia Home Platform). E' quindi possibile portare in tutte le case, attraverso il televisore, i servizi interattivi a cui oggi possono accedere solo i possessori di computer utenti di web, possedendo un *set top box interattivo* (cioè un decoder, il cui costo è relativamente basso, con supporto MHP, lo standard ratificato dallo European Telecommunications Standard Institute, ETSI). Questa televisione interattiva potrà essere trasmessa da emittenti che potranno disporre di più canali. Inoltre sarà possibile vedere programmi televisivi di buona qualità anche su televisori portatili (mentre questo non è possibile con la TV analogica) non sarà necessario installare una antenna ulteriore (come nel caso della TV satellitare); infine la comunicazione produce emissioni più contenute per cui la diffusione della televisione

digitale terrestre ha un impatto positivo sulla salute e sull'ambiente. In Italia la Legge 112 del 2004 (nota come Legge Gasparri) ha indicato che a partire dal 2006 sarà possibile trasmettere in tecnica analogica solo se sarà attivato almeno un apparato digitale (questo termine è stato prorogato dal 2006 al 2008) e i decoder che permettono l'interattività sono stati messi a disposizione della popolazione con un contributo da parte dello Stato per incentivare la loro diffusione. Questi decoder non permettono però una visione in HD per cui per adeguarsi alla tendenza internazionale di una ricezione in HD sarà necessario cambiare i ponti di trasmissione appena rinnovati e cambiare il decoder. In Emilia Romagna l'installazione di impianti di emissione prevista dal Piano telematico prevede che la rete a banda larga collegherà, alla fine del 2006, 341 comuni, 8 province e 18 comunità montane dell'Emilia Romagna per cui sarà poi sufficiente un decoder e un antenna sul tetto per trasformare il piccolo schermo in una postazione interattiva

- **Comunicazioni Wireless**, via cavo e in fibra ottica, telefonia cellulare di nuova generazione (UMTS), telefonia di nuova generazione (ADSL- NDSL) Nel valutare lo sviluppo di queste tecnologie è importante tener presente che l'Italia è una nazione lunga, stretta e montagnosa per cui diventa importante la diffusione di infrastrutture che permettano la trasmissione di dati, suoni, immagini fisse e in movimento via radio (Wireless) o via satellite; trasmissione che è sicuramente meno costosa e notevolmente più efficace delle reti corrispondenti basate su cavo e fibra ottica. In questa direzione l'innovazione tecnologica sta orientandosi verso soluzioni capaci di ridurre l'inquinamento elettromagnetico proponendo soluzioni a banda larga wireless che permettano comunicazioni interattive da parte di tutte le persone. A titolo esemplificativo si può ricordare la soluzione AerialMesh proposta dalla Aerialnet di Terni in cui ogni utente si trasforma in Nodo parte integrante della rete utilizzando il concetto della rete a maglia (Mesh). Aerialnet (www.mediarama.it/aerialnet.html) ha ottenuto la licenza WLL (Wireless Local Loop) vincendo una gara di appalto per l'assegnazione di frequenze radio a larga banda punto multipunto nella banda di frequenza 25-26 Ghz per la maggior parte delle regioni del Centro Italia tra cui la regione Emilia Romagna ed ha iniziato a rendere operativa questa licenza per la regione Umbria.

Per tenere conto della **relazione tra infrastrutture/accesso/contenuti**, a livello internazionale sono individuabili **due tendenze**: (a) Una prima tendenza è *a favore delle trasmissioni di contenuti tra le persone abitanti nei paesi ricchi con potere di controllo di Internet da parte del Governo Usa*. Punto di riferimento di questa tendenza è Bill Gates che in occasione della chiusura dello Smau 2005 vede come "oggetto di desiderio... la TV del salotto, l'IPTV (Internet Protocol Television) ovvero i programmi televisivi via Internet. Da internet dipenderà tutto, non solamente il fruire dei programmi televisivi ma anche telefonare a costi ridotti o nulli da terminale a terminale con il VOIP (Voice Over Internet Protocol), giocare con videogames interattivi, in alta risoluzione ecc..". Questa tendenza alla ricerca del maggior confort possibile per la popolazione che sta nell'area più ricca del mondo si interseca con l'attuale regolazione di accesso ai domini che esistono su Internet attraverso l'ICANN la società controllata dal governo USA che gestisce il sistema DNS (Domain Name System) che assegna ad ogni indirizzo Ip un corrispondente indirizzo testuale (l'ICANN non controlla direttamente il contenuto dei siti Internet ma il sistema che permette di accedere ai siti); (b) Una seconda tendenza è *a favore delle trasmissioni di contenuti tra le persone abitanti nei paesi più poveri con potere di controllo di Internet da parte dell'Onu*. Questa seconda posizione è emersa nel Summit mondiale sulla società della informazione tenuto a Tunisi nel 2005 dove Kofi Annan ha posto il problema del passaggio del controllo sui domini di Internet dall'ICANN ad una struttura sotto l'egida dell'ONU (il problema non è stato affrontato e Annan ha solo ottenuto che se ne riparli ufficialmente in un Summit apposito da tenere tra cinque anni). Sempre in questo Summit Annan insieme a Nicholas Negroponte hanno presentato a nome del Media Laboratory di Boston il nuovo prototipo di computer portatile che ha il prezzo fissato a soli 100 dollari, un computer che dovrebbe essere utilizzato solo a scopi formativi utilizzando un microprocessore AMD da 500 Mhz, Gb di memoria RAM e uno schermo LCD da 12 pollici con una versione leggera del sistema operativo Linux e che può funzionare in assenza di una rete elettrica perché si alimenta con sistema a dinamo manuale: un computer pensato per la trasmissione di contenuti multimediali in nazioni povere come quelle africane.

Cambiamenti nella multimedialità e strategie di cross-over

Nel volume curato da Andrea Balzala e Anna Maria Monteverdi (2004) si parte dalla discussione sul significato da attribuire al termine multimedialità che sempre meno riesce a dare una idea delle tendenze oggi in atto. Nel testo sono stati proposti termini che volta a volta pongono l'attenzione su uno dei diversi aspetti delle convergenze oggi in atto: intermediale, multimodale, unimedia, multicasting, sinmediale ecc... Alla fine, la conclusione è di conservare il termine "multimediale" ma di avere attenzione a tutte le diverse strategie di contaminazione e di attraversamenti tra aree diverse che le tendenze in atto fanno intravedere.

In questa ricerca si è cercato di verificare quali strategie di cross-over (con relative innovazioni tecnologiche) potevano essere più interessanti da documentare e, come già precisato, sono state individuate quattro aree con cui le complesse tecnologie della multimedialità hanno interagito (Cultura e formazione, Arte e beni culturali, Interventi nel sociale, Democrazia partecipata e scelte urbanistiche).

- **Cultura e formazione.** Le tecnologie dell' e-learning (nelle sue diverse generazioni) stanno diventando punti di riferimento importanti del sistema educativo a tutti i livelli, così come le strategie di realizzazione di prodotti multimediali per permettere la trasmissione di conoscenze ai diversi gruppi di persone nelle tante parti del mondo. La cultura, in una strategia di internazionalizzazione dei problemi e dei prodotti e con la necessità di un dialogo interculturale, diventa essenziale non solo per obiettivi politici di convivenza e solidarietà ma anche per obiettivi economici di crescita imprenditoriale. Per una area come quella di Bologna forte di progettualità creativa e di capacità di elaborare contenuti c'è spazio per progetti che si pongano in una logica di cross over tra culture e spazi geografici diversi. Da tener presente le prospettive sempre più interessanti dell'**endutainment** (education più entertainment) che hanno, ad esempio, recentemente portato a diffondere in edicola il robot da costruire a puntate (www.i-droid01.com) realizzato dalla De Agostini e dalla Robotech sulla base di un progetto elaborato dalla Scuola superiore S. Anna di Pisa.
- **Arte e beni culturali.** Le direzioni dell'arte, così come emerge dall'esposizione tenuta a Parigi *Le numerique dans l'art* (Centre Pompidou 16 novembre 2005-16 gennaio 2006), dal convegno *Matematica, arte e industria culturale* tenuto a Cetraro (Cs) nel maggio 2005, dai festival tenuti a Bologna nel gennaio 2006 di *Bo Art* e di *Netmage*, vedono un sempre crescente utilizzo delle tecnologie informatiche e del Web nella realizzazione artistica. Artisti bolognesi importanti come Saffaro che hanno collaborato con il Cineca per realizzare le proprie composizioni artistiche oggi non stupiscono più. La logica del cross-over porta l'artista non solo a cercare di creare nuove soluzioni e progetti nell'area della esposizione artistica utilizzando le strategie della Net-art o quelle dell'arte elettronica con più apporti (video, musica, teatro) ma a percorrere vie diverse come quelle del movimento diffuso nei paesi scandinavi di *Form and Function* in cui la ricerca del bello e dell'armonia viene messa al servizio delle forme funzionali degli ausili tecnologici di persone anziane e disabili.
- **Interventi nel sociale.** Al livello europeo le tendenze della Assistive Technology, espresse dalla associazione AAATE e dalla rivista *Technology and Disability*, mettono in evidenza come l'abitazione e il territorio diventino una sfida tecnologica per aiutare un numero sempre più elevato di persone che hanno difficoltà a compiere i gesti della vita quotidiana (perché hanno deficit alla nascita, perché agli incidenti sul lavoro e in casa è aumentato in modo impressionante il numero di incidenti in auto o in motorino, perché c'è un aumento delle persone con età elevate). Come esempio di cross-over si può ricordare che all'interno del Future film festival di Bologna 2006 è stato invitato a parlare Mat Laibowitz del Mit Media lab (Media Art and Science) dei *sensate media*, strutture di sensori a rete che possono permettere la diagnosi di persone che hanno problemi di equilibrio motorio. D'altra parte all'interno del sociale le applicazioni dei modelli a reti neurali che permettono di fare previsioni sulle lastre che documentano tumori al seno portano

anche alla analisi di immagini di quadri. Nicola Colecchia (2003), ad esempio ha scritto un libro sull'utilizzazione dei modelli a reti neurali per capire meglio un quadro di Manritte.

- **Democrazia partecipata e scelte urbanistiche.** Date le strette relazioni tra infrastrutture/modalità di accesso e contenuti, non sorprende che le scelte tecnologiche in tema di informazione e comunicazione abbiano considerato nella loro complessità le scelte urbanistiche di un territorio e ripropongano in maniera più complessa cosa significa oggi fare marketing territoriale. Le scelte di Annan e Negroponte, prima ricordate al livello internazionale, possono essere tradotte anche a Bologna e in Emilia Romagna dove esiste già una ricca produzione di contenuti orientata in queste direzioni. I temi della partecipazione, dei servizi ai diversi tipi di utenza e delle scelte urbanistiche sono attraversati dalla innovazione tecnologica e presentano alternative e potenzialità importanti. I tre filoni precedenti possono trovare in questa quarta area una loro ricomposizione in una logica di sinergie.

PERCORSI DELLA RICERCA E FORMAZIONE

I percorsi della ricerca e della formazione nel settore cinema, televisione e prodotti multimediali sono numerosi a Bologna grazie alla presenza di facoltà universitarie e centri di ricerca universitari e privati molto attivi. La presenza di più percorsi di ricerca e di formazione validi costituisce una grande risorsa per Bologna e testimonia le potenzialità di espansione del settore.

Percorsi della ricerca

Per quanto riguarda la ricerca vengono indicati alcuni progetti esemplificativi delle diverse direzioni della ricerca a Bologna che hanno coinvolto sia strutture pubbliche che private.

STUTTURA O ENTE PROMOTORE	PROGETTI
CINECA	Crea TV , modello di televisione digitale interattiva presentato nel 2004 alla Sat Expo di Vicenza ai professionisti del broadcast e delle telecomunicazioni.
CINECA	Teatro Virtuale in 3D , teatro virtuale realizzato nel Laboratorio VIS.I.T (Visual Information Technology) che permette di realizzare ambienti virtuali e una realtà aumentata da una possibile fruizione multisensoriale.
CINECA E LOOP	Progetto per realizzare una struttura di rendering per cartoni animati in 3D così da permettere la realizzazione di cartoni animati in 3D come quelli realizzati dalla Loop.
CINECA E AREA DIGITALE	Progetto per verificare i collegamenti tra le realizzazioni del Cineca e quelle della tecnologia 3D Eyerleiner progettata dalla inglese Musino Systems Ltd di cui Area Digitale è concessionaria. Questa tecnologia permette di proiettare in un teatro immagini tridimensionali in movimento senza usare gli occhialini.
REGIONE EMILIA ROMAGNA	"Summit" (http://summit.aster.it) E' un progetto promosso dalla Regione Emilia Romagna (Assessorato alle attività produttive) che si propone <i>Servizi Ubiquitari MultiMediali per l'Innovazione Tecnologica e telematica</i> . Il progetto ha come partner il CNIT (di Bologna, Ferrara e Parma) , il CNR , Digicittà , Aster e Cineca e si propone di realizzare strutture integrate per Laboratori cooperativi su rete eterogenea (CNIT di Bologna), videoconferenze adattative (CNIT di Ferrara), accesso alla strumentazione attraverso terminali mobili (CNIT di Parma), piattaforme di lavoro collaborative per la condivisione di documenti e biblioteche (CNR), videoconferenza e Groupware Web (Digicittà).
REGIONE EMILIA ROMAGNA	Progetto Insebala (www.insebale.cnit.it) legato alla iniziativa 1.1 del Piano Telematico Regionale, Programma Operativo 2002. Si tratta di un progetto di <i>INtegrazione e SErvizi per la BAnda LARga</i> coordinato da Gianluca Mazzini del CNIT di Ferrara insieme al CNIT di Modena , CNIT di Reggio Emilia , CNIT di Parma , Digicittà e a sette imprese di cui due presenti in Emilia Romagna. Questo progetto si propone due obiettivi principali: la creazione di una rete avanzata per la Regione Emilia Romagna (integrata nei servizi e nelle tecnologie, basata su infrastrutture reali e potenziali) e la realizzazione di alcuni servizi pilota orientati a mostrare i vantaggi offerti dall'integrazione e ottimizzazione delle risorse in termini di accessibilità, di copertura e di compromesso tecnico/economico. Punto di riferimento di questi progetti è Gianluca Mazzini, il docente universitario di Ferrara da noi intervistato che ha anche coordinato il progetto Casper collegato a Lepida TV .
REGIONE EMILIA ROMAGNA	Ricerche di e-government , documentate nel <i>Terzo Rapporto sull'innovazione</i> realizzato dal CRC Emilia Romagna, iniziate nel 2003, riguardano: (a) le potenzialità di diffusione della banda larga Lepida con due

	sottoprogetti LEPIDA sanità e LEPIDA Videocomunicazione, il progetto Center (Centro per lo sviluppo e il controllo della telematica regionale) e il progetto DOCAREA; (b) le possibilità di diffusione del digitale terrestre come il progetto Casper e Prim@TV essendovi collegamenti anche con CUP 2000; (c) come Partecipa.net (a livello regionale), Partecipa il sociale (Provincia Parma), E-Mobility (Comune Parma), E-GOVERDIANE (Comune di Busseto), WEB-democracy (Comunità montana Appennino Faentino)
UNIVERSITA' DI BOLOGNA	Programma e-learning (www.unibo.it), promosso dalla Università di Bologna e cofinanziato dalla Comunità Europea ha come destinatari le Università e Istituti di Istruzione Superiore. Il programma 2005 ha elargito finanziamenti in tre direzioni: (a) <i>Alfabetizzazione digitale</i> sia come identificazione di buone pratiche sia come realizzazione di reti europee per la diffusione di progetti in questa area; (b) <i>Campus virtuali europei</i> sia come identificazione di buone pratiche che come progetti europei di mobilità virtuale; (c) <i>Azioni trasversali</i> per dare servizi di informazione e di supporto all'apprendimento per gli utilizzatori finali di e-learning
UNIVERSITA' DI BOLOGNA (DIPARTIMENTO DI DISCIPLINE STORICHE)	Progetto Nuovo Museo elettronico della Città di Bologna (www.storiaeinformatica.it) Questo progetto dal nome NUME (<i>Nuovo Museo Elettronico</i>) permette la ricostruzione storica della città di Bologna sia nelle tre dimensioni dello spazio che in quella del tempo. In questo museo virtuale è possibile sia una visita in rete sia la possibilità di usufruire di una visione semi immersiva utilizzando il laboratorio V.I.S.I.T del Cineca prima ricordato
LABORATORI FONDAZIONE GUGLIELMO MARCONI	Sperimentazione di particolari strategie di comunicazione (www.labs.it) In questa direzione si segnala <i>Twin e Morane</i> (simulazioni, prove sul campo e validazione del sistema GSM-R per comunicazione terra-treno), <i>Rosin, Traincom, Euromain</i> (sperimentazione di tecnologie innovative basate su TCN-bus data bordo dei treni), <i>Calypso</i> (Sviluppo e sperimentazione sul campo di una carta integrata di multiservizi), <i>Gale e-gap</i> (sviluppo di gateway multiaccesso con informazioni integrate e servizi ai cittadini), <i>Radio Net</i> (rete Wireless Local Loop), <i>Gaudi, Antares, Miro, Concert</i> (sperimentazione sul campo di tecnologie per il trasporto pubblico), <i>Smiler, ADS, CASH, VITA</i> , (comunicazioni veicolo-bordo strada).
COMUNE DI BOLOGNA (ASSESSORATO URBANISTICA)	Le diverse mappe di Bologna. Nel sito del SIT (http://sit.comune.bologna.it) si può effettuare una consultazione della serie storica dei fotopiani. Il sistema consente un volo virtuale nel modello tridimensionale di tutto il territorio del Comune di Bologna
ASSOCIAZIONE ORLANDO	Progetto Technedonne. (www.technedonne.it) E' un progetto finanziato nell'ambito della iniziativa Comunitaria Equal, promosso insieme a Ecipar Emilia Romagna, Laboratori Guglielmo Marconi, Cineca, Università di Bologna Corso di laurea in Economia di Internet (sede di Forlì), Amitié, Links, Le Nove , per capire se l'approccio delle donne alle nuove tecnologie può apportare una diversa prospettiva proponendo nuovi percorsi e nuovi linguaggi.

I percorsi della formazione

I percorsi della formazione nel settore cinema, televisione, prodotti multimediali presenti a Bologna possono essere distinti in:

- (a) corsi di alta formazione
- (b) corsi per professionalità intermedie

Corsi di alta formazione

ENTE	CORSO
UNIVERSITA' DI BOLOGNA	<ul style="list-style-type: none"> - Laboratori didattici multimediali (www.artivisive.unibo.it) Sono laboratori del Dams che all'interno del Dipartimento di arti Visive realizzano una piattaforma informatica multidisciplinare. - Corso per Videoreporter per eventi culturali (www.flashvideo.it) Corso di alta formazione diretto da Davide Riondino per le produzioni culturali audiovisive con particolare riferimento al nuovo bacino di impiego rappresentato dalle tecnologie digitali. Il corso è collegato sia al Dams che al Dipartimento di Italianistica - Corso di laurea triennale in Economia di Internet (www.unibo.it) - Master Tecnologia del Software libero e Open source. Master del Dipartimento di Scienze della Informazione diretto da Renzo Davoli che richiede per poterlo frequentare una laurea triennale - Master Tecnologie per la qualità della vita. Master del Dipartimento di scienze dell'Educazione diretto da Vittorio Capecci che richiede per poterlo frequentare una laurea triennale - MBA Service, Culture and Intertainment, all'interno della Facoltà di Economia - Master Metodi e tecniche per l'individuazione e lo sviluppo dei sistemi locali territoriali e la programmazione negoziata Master del Corso di laurea in Scienze geografiche diretto da Paola Bonora che richiede per poterlo frequentare una laurea triennale
CINETECA, SCUOLA DI ERMANNO OLMI	<ul style="list-style-type: none"> - Ipotesi Cinema (www.ipotesicinema.it), trasferita nel 2001 a Bologna presso la Cineteca. obiettivo di questa scuola è di far crescere giovani autrici e autori cinematografici che lavorano sulla registrazione della realtà contemporanea usando videocamere digitali e seguendo il metodo della postazione per la memoria, un metodo di osservazione, registrazione e proposta della realtà contemporanea entrando in relazione con l'oggetto del proprio interesse, rispettando i tempi naturali della realtà.
ASSOCIAZIONE LUS	<ul style="list-style-type: none"> - Corso di alta formazione per sceneggiatori
SCUOLA SUPERIORE DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE DELL'EMILIA ROMAGNA E DELLE MARCHE	<ul style="list-style-type: none"> - Progetto formativo sul tema Innovazione amministrativa. Formazione per diffondere l'uso delle nuove tecnologie tra chi opera nella Pubblica Amministrazione.

Sull'alta formazione ci preme infine sottolineare la proposta del direttore della Cineteca di un corso di alta formazione per produttori cinematografici data la crescente necessità nel settore di figure che abbiano sempre più competenze finanziarie e in grado di muoversi in campo internazionale per poter realizzare coproduzioni.

Corsi per professionalità intermedie

ENTE	CORSO
DIGICITTA', FONDAZIONE ALDINI VALERIANI (www.consorziodigicitta.it)	<ul style="list-style-type: none"> - Corsi di Tecnico di Exhibits and Parks, Digital Visual Editor - Corso di specializzazione in inglese/americano tecnico per operatori del settore cinetelevisivo.
COOPERATIVA LE MACCHINE CELIBI (www.ladis.it)	<ul style="list-style-type: none"> - corsi di web designer e di Editor multimediale - incontri gratuiti per sound designer (le tecniche di produzione digitali per la creazione di elementi sonori) e per multiplayer game developer (per imparare a produrre giochi multiplayer). - Corso di progettazione e gestione di eventi culturali
OLTRE LE QUINTE (www.oltrelequinte.it)	<ul style="list-style-type: none"> - corsi per il sistema dello spettacolo: tendenze e prospettive nelle forme di gestione; la gestione del personale nelle sale cinematografiche; Comunicazione e marketing per lo spettacolo e la cultura; Nuove frontiere per l'illuminotecnica; Ufficio stampa e comunicazione per le imprese culturali
COMUNE DI BOLOGNA, UFFICIO GIOVANI (www.flashvideo.it)	<ul style="list-style-type: none"> - workshop intensivi teorico-pratici per la fiction, il documentario, Videoclip e Videomaker per il web e la TV.
BAULE DEI SUONI (www.bauledeisuoni.it)	<ul style="list-style-type: none"> - Corsi per l'organizzazione e la gestione di radio web nelle scuole
FONDAZIONE ALDINI VALERIANI	<ul style="list-style-type: none"> - corsi di Tecnico superiore per la comunicazione multimedia - I mestieri del cinema: film editor, Formazione tecnica in ambito audiovisivo multimediale, Web designer avanzato esperto di accessibilità web, Specialista di sistemi open source, Strumenti per la grafica computerizzata.
PROVINCIA DI BOLOGNA E REGIONE EMILIA ROMAGNA	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicazione e marketing per lo spettacolo e la cultura, Nuove frontiere per l'illuminotecnica, La pubblica amministrazione e i processi di innovazione delle attività di spettacolo.
PALAZZINA DI IMOLA (http://lapalazzina.imola.info)	<ul style="list-style-type: none"> - Corsi di audiovisivo
ADCOM (www.adcom.it)	<ul style="list-style-type: none"> - Corso di riprese cinematografiche in alta definizione
ECIPAR (CNA) (www.eciparbologna.it)	<ul style="list-style-type: none"> - Corsi di Multimedia Specialist, di Filmmaker Digitale e Sound Engineer

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

Le strategie di aggregazione delle imprese delle tre filiere possono essere considerate a due livelli:

- *Primo livello*: adesione delle imprese ad Associazioni di categoria presenti a livello nazionale o regionale
- *Secondo livello*: Aggregazione "informale" delle imprese al livello provinciale o regionale per "sottoinsiemi" che tengono conto delle specificità dei prodotti realizzati dalle imprese senza arrivare ad una formalizzazione di questi sottoinsiemi

Associazioni Nazionali e Regionali

In generale va evidenziato il numero ristretto di imprese bolognesi iscritte alle Associazioni di categoria. Tra le ragioni segnalate dalle imprese intervistate vi è senza dubbio la dimensione aziendale, piccola o spesso micro, che da un lato non consente di usufruire pienamente dei servizi erogati dalle Associazioni e dall'altro non viene sufficientemente rappresentata e tutelata.

Oltre all'adesione alle Associazioni imprenditoriali, in particolare Lega Coop e CNA, alcune delle imprese bolognesi appartenenti alle tre filiere sono iscritte ad Associazioni nazionali di categoria, quali:

UNIVIDEO (www.univideo.org), Unione Italiana Editoria Audiovisiva, raggruppa le principali aziende attive nel settore dell'home entertainment italiano, rappresentandone gli interessi di editori, duplicatori e distributori di contenuti cinematografici e multimediali sui supporti Digital Versatile Disc - DVD e Videocassetta – VHS. Ha sede a Milano ed è parte di Confindustria.

DOC/IT (www.documentaristi.it), Associazione documentaristi italiani, rappresenta oltre 120 autori e circa 80 imprese. Dal 2002 la sede legale e operativa è a Bologna, mentre uffici e di riferimento sono presenti a Torino, Venezia e Roma. Tra i numerosi partner dell'Associazione si segnalano il Comune di Bologna, la Cineteca di Bologna e il Consorzio Digidigità.

FRT (www.frt.it), Federazione Radio Televisioni, è l'Associazione di categoria delle imprese radio televisive private. Aderisce alla FEDERCOMIN (Federazione alle imprese dell'informatica e della comunicazione) di Confindustria. A FRT fanno capo 4 Associazioni, tra cui quella delle TV locali. Ha sede a Roma.

AERANTI-CORALLO (www.aeranticorallo.it), Associazione aderente a Confcommercio, che riunisce due Associazioni di categoria: AERANTI (Associazione delle imprese radiofoniche e televisive locali, satellitari, via internet, agenzie di informazione radiotelevisiva e concessionarie pubblicitarie radiotelevisive) e CORALLO (che rappresenta 230 radio, 59 televisioni locali, 2 canali satellitari e 1 agenzia di informazione a diffusione nazionale).

A livello Regionale va infine segnalata l'**Associazione documentaristi Emilia Romagna** (www.dder.org), che riunisce 60 documentaristi della Regione. L'Associazione, presieduta da Alessandro Rossi, ha l'obiettivo di interagire con le Associazioni nazionali e con le Istituzioni locali per favorire una maggiore diffusione e distribuzione del documentario. L'associazione ha recentemente presentato un progetto per la

promozione del Documentario in Emilia Romagna, interamente scaricabile dal sito. Infine da segnalare un importante progetto, in via di realizzazione insieme alla Emilia Romagna Film Commission, alla Videoteca dell'Assemblea legislativa Regionale e in collaborazione con doc/it, riguardante la creazione di un CD- videocatalogo su tutti i principali documentari prodotti in Emilia Romagna dal 2000 a oggi.

Aggregazioni informali delle imprese per sottoinsiemi

Imprese di animazione dell'Emilia Romagna: Questa rete di imprese si è costituita in seguito alla realizzazione di un DVD dal titolo *Emilia Romagna regione animata. Il Cinema di animazione in Emilia Romagna: case di produzione, registi e festival*. In questo DVD, realizzato da Achtoons nel 2005 c'è un elenco aggiornato delle imprese e delle persone che operano in questo sottoinsieme della animazione. Questa rete si è attivata per rispondere alla decisione della Regione Emilia Romagna di finanziare un cortometraggio in 3D.

Imprese artistiche legate a Bo Art (www.bo-art.it): La visibilità delle imprese che realizzano arte elettronica ha portato ad una loro prima aggregazione intorno alla Associazione Bo Art coordinata da Carlo Terrosi della Coop Le Macchine Celibi. Anche questa aggregazione è significativa perché ha messo in rete artisti, Associazioni e circoli provenienti dalle diverse zone dell'Emilia Romagna. Un elenco delle imprese legate a Bo Art è riportato nel quaderno pubblicato da Bo Art, *Quale futuro per la cultura a Bologna*, Bologna 2005

CONSORZI

Bologna vede la presenza di due Consorzi di imprese, uno che riunisce alcune imprese della filiera cinema, video e documentari, il secondo attivo nell'ambito del multimediale e inserito all'interno della LEGA COOP:

- Digicittà
- Bologna Multimediale

Digicittà (www.digicitta.it)

Nato nel 2001, il Consorzio riunisce 18 imprese fra imprese e liberi professionisti, appartenenti al settore delle produzioni cinematografiche, documentari e video (vedi tabella).

In questi anni l'impegno del Consorzio, prima sotto la guida di Andrea Gropplero e oggi di Luca Bitterlin, è stato rivolto soprattutto verso le Istituzioni (sia Comunali, che Provinciali che Regionali) e ha permesso di raggiungere importanti risultati come:

- la costruzione di un teatro di posa (all'interno delle Aldini Valeriani), 500 mq di teatro e 400 mq di servizi, che consente ogni anno la realizzazione di un discreto numero di videoclip e spot pubblicitari (nel 2005 sono stati prodotti circa 10 spot e 10 videoclip).
- la realizzazione, in collaborazione con l'Istituto Aldini Valeriani, la Provincia di Bologna e grazie al contributo economico dei Fondi per l'obiettivo 3 dell'Unione Europea, di corsi di formazione per operatori del settore cinetelvisivo in inglese, per digital visual editor e per tecnici di exhibits and parks.
- La partecipazione attiva ai progetti di ricerca promossi dalla Regione Emilia Romagna, SUMMIT e INSEBALA, utilizzando le competenze della impresa Channel Web.

Gli ambiti di attività del Consorzio riguardano la sperimentazione della TV Digitale Lepida dell'Emilia Romagna e la costituzione di una struttura impegnata esclusivamente nella promozione, attraverso la partecipazione ai Festival e alle manifestazioni di settore, del Consorzio e delle attività/servizi che le Aziende sono in grado di offrire.

SOGGETTI ADERENTI AL CONSORZIO	SPECIALIZZAZIONE
Cineteca di Bologna	Struttura di servizio
Area Digitale	Animazione 3D
A.T.X. sas di Luca Bitterlin	Servizi alla produzione
Ideatrucco International di Alessandra Santanera	Trucco professionale ed effetti speciali
Giostra film	Produzione video
Imagica Studio di Giorgio Giorgioni	Effetti speciali
I tc Movie	Produzione film

Maxman	Servizi alla produzione
Movieland	Service per produzioni cinetelevisive, specializzato in fornitura luci
Pidgin	Produzione film
Pierrot e la Rosa	Produzione film e video
Studio di produzione cinetelevisiva Ginetto Campanini	Produzione documentari
Videopress	Servizi alla produzione
Alessandra Masi	Produzione video (spot pubblicitari)
Partita doppia srl	Studio commercialisti e consulenti lavoro
ChannelWeb	Contenuti audiovisivi con le reti telematiche (streaming, video-conferenze, ecc.)
Downtown Pictures	Produzione film
Scena laboratorio snc di Scarpa Leonardo e Lega Carla	Allestimento scenografia

Bologna Multimediale (www.bolognamultimediale.com)

Creato nel 2001 nell'ambito di Lega Coop Bologna, il Consorzio raggruppa 8 imprese che operano nel campo della formazione, della produzione culturale e dello spettacolo, della comunicazione e pubblicità, dei sondaggi, delle traduzioni, del video, della programmazione, dei servizi e dei contenuti per il web e del multimediale. Presieduto da Paolo Soglia (direttore della Cooperativa Not Available che gestisce Radio Città del Capo), attualmente Bologna Multimediale svolge due attività principali:

- partecipa all'organizzazione di Palinsesto Italia, la manifestazione legata al multimediale che si svolge ogni anno a Bologna.
- partecipa a bandi riguardanti progetti per i quali sono necessari l'apporto e le competenze di più imprese appartenenti al Consorzio.

NOME IMPRESA	SPECIALIZZAZIONE
Not Available soc. coop.	Gestione di Radio Città del Capo
Ritram	Animazione bi-tridimensionale
Acme soc. coop.	Comunicazione sui media elettronici
Le Macchine Celibi soc. coop.	Produzione cd-rom, DVD e formazione professionale
SWG Bologna	Società di ricerche di mercato e sondaggi d'opinione
Expansion	Agenzia di marketing, advertising e media communication (le sedi sono a San Marino e a Milano)
Fibo	Società finanziaria
Intradoc	Società di comunicazione linguistica (aiuta le imprese a sviluppare relazioni con i mercati esteri fornendo traduzioni, supporto per le funzioni finanziarie e di marketing)

FESTIVAL, MANIFESTAZIONI, EVENTI DI SETTORE

Festival e manifestazioni di rilievo nazionale e internazionale a Bologna

Cinema, documentari e video

Future Film Festival (www.futurefilmfestival.it)

Manifestazione internazionale dedicata al cinema con particolare riferimento all'animazione e agli effetti speciali. Diretto da Giulietta Fara e Oscar Cosulich, è giunto nel Gennaio 2006 alla sua ottava edizione. L'edizione 2005 ha contato oltre 30.000 presenze durante i 145 eventi nei 5 giorni della manifestazione. Il festival prevede una serie ricchissima di eventi, omaggi a grandi registi e produttori del cinema d'animazione italiano ed europeo, incontri a favore dei giovani per avvicinarli al mondo dell'animazione e degli effetti speciali anche attraverso il confronto con coetanei europei. Si compone di diverse sezioni, ad ognuna delle quali corrisponde l'assegnazione di premi. Le sezioni dell'edizione 2006 sono state:

- *Future film festival digital award* (concorso che premia opere italiane che contengano elaborazioni in 3D).
- *Future film short* (sezione dedicata ai cortometraggi provenienti da tutto il mondo realizzati con tecniche d'animazione tradizionale e digitale o live con effetti speciali).
- *Future web festival* (concorso dedicato ai siti più innovativi e originali. Si compone di due categorie, quella dei siti amatoriali e quella relativa ai siti realizzati per scopi commerciali/aziendali).
- *Il futuro dei toons* (sezione dedicata alle novità più interessanti nel mondo delle serie tv animate).
- *Future film game* (dedicato ai videogame).

La manifestazione si svolge a Palazzo Re Enzo e al cinema Multisala Capitol.

Premio Solinas, scrivere per il cinema (www.premiosolinas.org)

Premio nazionale per la sceneggiatura, trasferitosi da Roma a Bologna, i premi nella edizione 2005 sono stati così suddivisi: migliore storia di commedia (7.000 euro), migliore storia drammatica (7.000 euro), premio Franco Solinas per sceneggiature di film che sappiano proporre analisi e visioni del mondo e degli uomini (15.000 euro), premio Leo Benvenuti, in collaborazione con ITC Movie, (15.000 euro). Il premio Solinas è promosso da Direzione Generale Cinema (Dipartimento per lo Spettacolo e lo Sport del MBAC), Regione Emilia Romagna, Comune di Bologna Politiche giovanili, Cineteca di Bologna, ITC Movie. Il premio viene assegnato durante OFFICINEMA.

Officinema (www.cinetecadibologna.it)

Manifestazione internazionale che si svolge ogni anno a Bologna nel mese di Novembre, è promossa dalla Cineteca di Bologna e dalla Mostra Internazionale del Cinema libero. Giunto alla quarta edizione, Officinema è un festival sul cinema del futuro, sui cineasti e sulle produzioni di domani e rappresenta la sede ideale per conoscere le migliori opere realizzate nelle scuole di cinema europee ed esaminare il vasto universo costituito dalle produzioni indipendenti di cortometraggio. Si compone di diverse sezioni:

- *Mostra delle scuole europee di Cinema* (mette a confronto trenta cortometraggi selezionati fra le più importanti e conosciute scuole di cinema europee).
- *Visioni italiane* (concorso per corto e mediometraggi realizzati nell'anno da giovani filmmakers italiani che comprende al suo interno delle sottosezioni "Visioni emiliano-romagnole", "Visioni doc" per i documentari, "Visioni Ambientali" per opere che affrontino tematiche legate all'ambiente, "Visioni animate" per opere di animazione in flash).

- *Fare Cinema a Bologna* (presenta la proiezione in anteprima di lungometraggi realizzati da registi bolognesi).

Nel corso della manifestazione, oltre al premio Solinas, viene assegnato il *Premio Luca De Nigris*, dedicato ai lavori svolti nelle scuole primarie, medie e superiori della Regione Emilia Romagna. L'edizione 2005 ha ospitato la presenza di Martin Scorzese, che ha presentato il suo ultimo documentario su Bob Dylan "No Direction Home".

Cinema Ritrovato (www.cinetecadibologna.it)

Festival di otto giorni promosso dalla Cineteca e dalla Mostra Internazionale del Cinema libero, che si svolge ad inizio Luglio a Bologna. Il festival ospita alcuni dei maggiori restauri internazionali, retrospettive dedicate a periodi chiave nella storia del cinema muto e sonoro, film delle origini e cinema 'moderno', registi e attori da scoprire o ritrovare in materiali spesso rari, talvolta unici. Giunto alla quindicesima edizione, il festival ruota ogni anno attorno ad una specifica tematica (nell'edizione 2005, la Seconda Guerra Mondiale).

Le parole dello Schermo (www.cinetecadibologna.it/paroledelloschermo.htm)

Festival iniziato nel 2005 dedicato all'intreccio fra cinema e letteratura. Il festival promosso dall'Assessorato Cultura del Comune di Bologna e dalla Cineteca dura quattro giorni e prevede un ricco programma di iniziative animate da scrittori e registi internazionali, critici letterari e cinematografici, editori e produttori.

Sotto le Stelle del Cinema (www.cinetecadibologna.it)

È la rassegna estiva della Cineteca in programma a luglio nella splendida cornice di Piazza Maggiore. Un mese di cinema, una lunga serie di nottate in cui la Piazza ospita film proiettati su uno schermo gigante e nello splendore di copie in lingua originale, spesso restaurate.

Human Rights Nights Film Festival (www.humanrightsnights.org)

Human Rights Nights è un festival di cinema e arti dedicato ai diritti umani, che è iniziato nel 2001 dalla Cineteca di Bologna e dal CCSDD cresciuto notevolmente in termini di importanza e notorietà a livello nazionale ed internazionale. Presenta circa 50 film di finzione, documentari, cortometraggi, animazione e mise en scene, di registi da tutto il mondo. I film sono accompagnati da dibattiti, mostre fotografiche e di arte contemporanea, eventi di musica e moda e focus tematici. Nel 2006, il festival ha registrato più di 8000 presenze e una significativa attenzione mediatica di stampa e TV.

Immaginaria (www.immaginaria.org)

Festival sul cinema indipendente lesbico e femminista di tutto il mondo, si svolge a Bologna nel mese di Febbraio dal 1993 ed è organizzato dall'Associazione culturale Lesbo-Femminista VISIBILIA. Il festival presenta film e video di genere documentario, narrativo, sperimentale ed animazione diretti da donne e con contenuti lesbici o femministi. IMMAGINARIA si propone di diffondere il cinema indipendente lesbico e femminista in Italia e i lavori migliori al circuito cinematografico ufficiale ed alle televisioni nazionali. Durante il festival vengono assegnati quattro premi: al miglior documentario, al miglior narrativo, al miglior sperimentale e un premio Speciale Immaginaria di 2.000 euro.

Il Corto Imola Festival (www.cortoimolafestival.it)

Festival internazionale del cortometraggio diretto da Franco Calandrini e organizzato da Laura della Godenza e Alberto Bucci dal 1994. Si svolge ogni anno ad Imola presso il Teatro Comunale "dell'Osservanza". Il Festival prevede, oltre alla proiezione di cortometraggi realizzati da registi italiani ed europei, una serie di incontri con registi emergenti e un premio "Kinder Kino" per il cinema nelle scuole.

Biografilm Festival (www.biografilm.it).

Festival dedicato a lungometraggi e cortometraggi realizzati in video o pellicole che trattano di biografie. Realizzato per la prima volta nel 2005 a Bologna, è organizzato dal Cinema Lumière, il Dipartimento di Musica e Spettacolo e il Centro Sociale Anziani Andrea Costa. Il tema attorno al quale si svolge il festival è quello delle donne e degli uomini che con la loro vita hanno marcato la storia delle arti, delle tecniche, delle scienze e delle invenzioni, la storia dei popoli, delle lingue, delle religioni. L'ideatore e l'organizzatore del Festival è Andrea Romeo, già ideatore del Future Film Festival e titolare di "The Culture business", unica impresa in Italia che si occupa dell'organizzazione e della promozione di eventi legati al cinema.

Videofreccia, Molinella (www.terredipianura.it)

Concorso dedicato ai videoclip musicali, iniziato nel 2002 per iniziativa del Comune di Molinella in collaborazione con l'Assessorato alla Provincia di Bologna e gli altri Comuni dell'associazione intercomunale "terre di pianura" (comuni di Varicella, Budrio, Granarolo, Malalbergo, Minerbio, Molinella). Il concorso prevede l'assegnazione di due premi, di cui uno dedicato agli esordienti (di 500 € ciascuno). I videoclip vincitori vengono inoltre presentati durante il Meeting delle etichette indipendenti di Faenza (www.meiweb.it).

Multimediale e televisioni**Netmage (www.netmage.it)**

Festival internazionale dedicato ai live media e all'innovazione nel vasto ambito della produzione visiva contemporanea, fra musica elettronica, arti visive e performing arts. Il festival, lanciato nel 2000 è organizzato dalla sede bolognese di Xing (Raum) in collaborazione con la DIESEL.

Gender Bender (www.genderbender.it)

Giunto alla quarta edizione, è un festival internazionale e interdisciplinare che propone un ampio programma di appuntamenti: proiezioni cinematografiche, spettacoli di danza e teatro, mostre e installazioni di arti visive, incontri e convegni di letteratura, concerti e live set di musicisti e dj, party notturni. Presenta al pubblico gli immaginari prodotti dalla cultura contemporanea, in particolare quelli legati alle nuove rappresentazioni del corpo, delle identità di genere e dell'orientamento sessuale. Gender Bender è promosso da il "Cassero" e il Gay Lesbian Center di Bologna. Realizzato grazie ai contributi di diversi partner istituzionali e privati, l'ideazione e l'organizzazione esecutiva è di The Culture Business.

Premio Dams Festival (www.premiodams.unibo.it)

Nel 2005 questo premio è giunto alla sua quarta edizione. Il festival, che dura otto giorni e si svolge nel mese di Giugno, è organizzato dal DAMS. Numerosi gli eventi in cartellone – proiezioni, spettacoli, concerti, esposizioni, incontri – che si svolgono alla Manifattura delle Arti. Più di 150 i cortometraggi, tra quelli in concorso e fuori concorso, che vengono proiettati nelle giornate del festival e che trattano del giovane cinema italiano. L'edizione 2005 ha visto la nascita di nuovi appuntamenti come:

- *Cronache damsiane*, durante il quale sono stati proiettati cortometraggi premiati dai DAMS di Roma, Torino e Bologna, con la partecipazione del regista e docente al DAMS di Roma Vito Zagarrìo.
- *Telegomorra* che ha riproposto il meglio del genere comico/trash selezionato tra i cortometraggi delle prime tre edizioni del Premio DAMS.

- un evento, all'insegna della risata, curato dal Pavonificio Ghinazzi, vivace gruppo di giovani filmmakers, vincitori del Premio DAMS 2004 nella sezione Cinema.

Durante il Festival sono organizzati concerti di musica, spettacoli teatrali, convegni e letture.

Il Suono e l'Immagine (www.muspe.unibo.it/cimes).

Manifestazione che si svolge a Bologna, è giunta nel 2005 alla terza edizione. Promosso dal CIMES, laboratorio sperimentale di musica e spettacolo dell'Università di Bologna, Il progetto prevede lo svolgimento di un percorso conoscitivo attraverso diverse e significative esperienze condotte intorno al suono, all'immagine e alle loro integrazione in ulteriori formati performativi. Rivolto a studenti, specialisti e interessati, ognuna di queste sezioni prevede seminari, l'apporto di studiosi e artisti, momenti pubblici (concerti, audizioni o cicli di proiezioni). I partecipanti possono quindi seguirle tanto separatamente che nell'insieme, usufruendo di esplicazioni storiche, tecniche e culturali, che consentiranno loro di confrontare e connettere le peculiarità delle diverse tendenze sperimentali.

Festival delle arti (www.festivaldellearti.it)

Festival nato nel 2001 per premiare e far conoscere talenti che aspirano a mettersi in evidenza nelle diverse direzioni dell'arte. La Direzione artistica del Festival delle Arti è di Andrea Mingardi e collaborano con la Direzione artistica l'Università di Bologna, l'Accademia delle Belle Arti, il Conservatorio GB Martini, la Cineteca di Bologna, l'Associazione scrittori di Bologna, la Scuola Teatro di Bologna. Il Festival delle Arti si articola in nove sezioni: Musica pop e rock solisti, musica pop e rock gruppi, musica classica, teatro, cabaret, arti figurative, letteratura, danza e videoclip.

DOCET (www.docet.bolognafiere.it)

Importante manifestazione a carattere nazionale per le scuole e la Pubblica amministrazione, che propone una esposizione di prodotti come l'Editoria multimediale, Informatica e tecnologie, E-learning.

Fair Play Games (www.fairplay-srl.it)

Premio conferito durante il ProGameShow che si svolge nella Fiera di Bologna. Per l'occasione vengono distribuiti diversi riconoscimenti ai vincitori delle seguenti sezioni: design, innovazione tecnologica, costumer care, gestore e il premio più importante il Fair Play Communication Award.

Fiera internazionale del libro per ragazzi (www.bookfair.bolognafiere.it)

Esposizione internazionale, tra le uniche al mondo esclusivamente dedicata all'editoria e ai prodotti multimediali per ragazzi.

TTV Festival Bologna Performing arts on screen. (www.fanaticaboutfestival.it)

Festival presente a Bologna dal 2004, è l'unico festival italiano dedicato a film, video, programmi televisivi riguardanti il complesso delle arti sceniche e visuali: teatro, danza, opera contemporanea. Il Festival inizia a Bologna e poi prosegue a Riccione.

4 Comm Digital Imaging- Nuove tecnologie per comunicare con l'immagine- (www.pegasoft.biz/4comm/pages/net.com)

Festival iniziato nel 2006, tenutosi nella sala della CNA al Fiera District di Bologna, è rivolto a tutti gli operatori della comunicazione che producono o trattano immagini digitali, statiche o in movimento (videomaker, creativi video, fotografi, grafici, service digitali, webdesigner, webmaster).

HD Day (www.adcom.it)

Giornata dedicata alla Alta definizione organizzata da AdCom in cui sono presentate le cineprese con HD più interessanti con un dibattito sull'Alta definizione cinematografica con un confronto diretto tra Viper, Cinealta e Varicam

La comunicazione nella Pubblica Amministrazione, università e scuola

Lepida: una Regione in rete

Incontri annuali per documentare i progressi avvenuti nei programmi di e-government in occasione della presentazione dei Rapporti annuali sulla Innovazione in Emilia Romana. La documentazione di questi incontri è nella rivista on line Emilia Romagna digitale a cui si può accedere da tutti i siti della Regione Emilia Romagna.

L'e-learning all'Università di Bologna (www.unibo.it)

Incontri annuali per documentare le diverse tipologie di progetti e-learning realizzati nell'Università di Bologna.

Rassegna delle esperienze didattiche con il computer della scuola bolognese.

Rassegna annuale, organizzata dal Progetto Marconi (www.istruzioneer.it), è un progetto del Provveditorato agli studi di Bologna.

Compa- Salone Europeo della Comunicazione Pubblica e dei Servizi al Cittadino e alle Imprese (www.compa.it)

Manifestazione annuale sulle nuove tecnologie digitali nell'area dell'e-governing, è ormai riconosciuta come sede privilegiata per un confronto diretto tra Aziende, Enti, Amministrazioni, studiosi, operatori, che lavorano al servizio della trasparenza, dell'ammodernamento, dell'efficienza della Pubblica Amministrazione. Con i suoi qualificati convegni e un'area espositiva ricca di progetti innovativi e moderne soluzioni, il Salone rappresenta un laboratorio di idee e un vivaio di applicazioni capace di stimolare, sostenere, promuovere il cambiamento della Pubblica Amministrazione. Durante il Compa 2005, la Regione Emilia Romagna si è aggiudicata l'Oscar del web 2005 (premio Promosso da Labitalia e Associazione italiana della comunicazione pubblica e istituzionale in base a criteri come la qualità delle informazioni, la funzionalità dei servizi on line, la facilità d'accesso e l'usabilità).

CINQUE IPOTESI DI INTERVENTO PER BOLOGNA

In base alla ricognizione effettuata, emergono alcune linee di lavoro che riprendono temi già emersi nel dibattito locale e che a nostro avviso richiedono un percorso che entri nel merito di diverse specifiche tematiche:

- **La creazione di un gruppo di lavoro per favorire sinergie fra le imprese della filiera e dei clusters.**
- **Attrarre a Bologna/Emilia Romagna produzioni cinematografiche e televisive seguendo altre esperienze (come ad esempio nelle aree di Torino/Piemonte e del Friuli Venezia Giulia).**
- **Concentrare a Bologna, in un spazio delimitato, imprese della multimedialità e della creatività seguendo altre esperienze (come il polo dell'audiovisivo di Cologno Monzese a Milano o la Sterpaia vicino a Pisa).**
- **Potenziare il già riconosciuto sistema formativo bolognese, al fine di sviluppare competenze manageriali e capacità di relazioni con altre realtà imprenditoriali internazionali.**
- **Sviluppare una strategia di promozione e di attrattività turistica basata anche sull'enorme capacità creativa dei numerosi festival cinematografici e multimediali che ogni anno si svolgono a Bologna.**

La creazione di un gruppo di lavoro per favorire sinergie fra le imprese delle filiere e dei clusters

La presenza di strutture di eccellenza in tutte le filiere e i clusters analizzati e allo stesso tempo la frammentazione e l'individualismo delle realtà imprenditoriali operanti sul nostro territorio hanno fatto emergere l'esigenza di creare dei momenti di confronto e di relazione fra le diverse realtà produttive per mettere a sistema la creatività (soprattutto nella fase di progettazione) e le diverse specializzazioni che animano queste imprese, favorendo in tal senso il consolidamento ed una maggiore strutturazione delle realtà imprenditoriali attive sul territorio, anche attraverso il ricorso alle potenzialità e alle opportunità offerte dalla Cineteca e da alcune importanti eccellenze locali riconosciute a livello nazionale come l'ITC Movie o The Culture Business (per quanto attiene all'organizzazione e alla promozione di eventi legati al cinema).

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
a) Presenza di consorzi e logiche di aggregazione per cluster	a) Frammentazione strutturale delle imprese delle tre filiere
b) Presenza di imprese di qualità in tutte e tre le filiere e in tutti i cluster	b) Tendenza di una parte delle imprese ad operare in modo individuale senza ricercare sinergie
c) Presenza di attori pubblici e privati che operano nell'area e che rappresentano punti di riferimento importanti per le imprese del settore	c) Difficoltà nell'aggregare in unico tavolo attori pubblici e privati del settore

settore (Assessorati comunali e provinciali, Cineteca, Dams, Associazioni di imprese..)

d) Linee guida 2007-09 del Piano Telematico

d) Mancanza di una visione di sistema e di collegamenti forti e stabili fra gli attori locali e i principali operatori nazionali e internazionali

Attrarre a Bologna produzioni cinematografiche e televisive

Dal lavoro svolto sono emerse delle condizioni favorevoli per costruire una strategia credibile di promozione del nostro territorio come location per realizzare film, soap opera e miniserie televisive. A tal fine l'adozione di incentivi e l'offerta di servizi qualificati, come testimoniano altre esperienze, rappresentano i presupposti per incrementare il numero di produzioni cinematografiche realizzate a Bologna e in Emilia Romagna, evitando che ciò avvenga su base prevalentemente occasionale. Come già evidenziato, inoltre, la promozione di un territorio come film location genera impatti positivi sul sistema ricettivo e della ristorazione ma soprattutto costituisce un importante volano in termini di attrattività turistica. Infine tale scelta permetterebbe di valorizzare le professionalità e le imprese di produzione e post produzione presenti sul territorio.

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
<p>a) Un ricco patrimonio di produzioni cinematografiche, dal dopoguerra ad oggi, firmate da importanti registi come Pupi Avati, Pier Paolo Pasolini, Federico Fellini, Giulio Chiesa, Gabriele Salvatores e Michele Placido.</p> <p>b) La posizione centrale di Bologna nella rete ferroviaria a metà strada fra Roma (leader nelle produzioni cinematografiche) e Milano (leader nelle produzioni televisive e per il multimediale) e la tradizione di ospitalità che da sempre caratterizza questa città (i commercianti e chi vive a Bologna risultano essere sempre molto disponibili nei confronti di chi viene a girare in città e non chiedono, come in altri territori, compensi economici)</p> <p>c) La presenza della Cineteca di Bologna, riconosciuta a livello internazionale per il restauro di film e per l'archivio film.</p> <p>d) La presenza a Bologna di numerosi festival e manifestazioni dedicati che costituiscono da un lato la conferma di una vocazione del territorio, seppure non ancora consolidata; dall'altro un importante vantaggio competitivo rispetto altri territori in particolar modo grazie al carattere fortemente innovativo di tali</p>	<p>a) Assenza fino ad ora di una politica strategica da parte della Regione Emilia Romagna e del Comune di Bologna per attrarre film, soap opera e miniserie televisive nel territorio. Da qui ne consegue una limitata disponibilità di risorse pubbliche e private nei confronti del settore, evidente se confrontata con altre realtà locali e regionali che hanno puntato su questi settori (si vedano ad esempio l'esperienza di Torino/Piemonte e del Friuli Venezia Giulia). Risulta anche limitato l'interesse di capitali privati presenti nel territorio che esprimono forti resistenze nei confronti dell'area "cinema" soprattutto per mancanza di esperienze a riguardo.</p> <p>b) Carenze di relazioni strutturate da parte dei soggetti locali pubblici e privati con le due principali strutture di distribuzione e produzione televisiva in Italia.</p> <p>c) Progressiva perdita di professionalità presenti sul territorio. Negli ultimi anni molti tecnici specializzati in sceneggiature, montaggio, fotografia, luci e suoni che avevano avviato la loro attività a Bologna si sono spostati a Roma o Milano.</p>

festival.

e) La presenza di sceneggiatori, tecnici e imprese in grado di sostenere le fasi di produzione e post produzione e di un piccolo teatro di posa che potrebbe essere ampliato. Chi sceglie Bologna come location per le proprie produzioni può contare su di una base tecnica di buona qualità che potrebbe essere potenziata con facilità per la storica e ampia rete di professionisti di origine locale. Anche il piccolo teatro di posa delle Aldini e Valeriani è una base importante da cui partire se ci fosse un impegno nel far diventare Bologna uno dei poli del cinema in Italia.

f) La presenza di una Film Commission Bologna e di una Film Commission Emilia Romagna il cui ruolo potrebbe essere ampliato se dotate di budget adeguati. La presenza di Film Commission, quella della Emilia Romagna è stata la prima in Italia, costituisce una risorsa importante per iniziare un progetto di sviluppo e potenziamento della filiera.

d) Carenza di alcune strutture tecniche specializzate. E' stata segnalata ad esempio la mancanza di una struttura in grado di fare il passaggio dalla pellicola al digitale e viceversa.

e) Carenze nei servizi e nella ricettività alberghiera. Le strutture alberghiere ed i servizi alle fasi di produzione e di post produzione sono oggi appena sufficienti per il numero limitato di film che vengono girati. Il costo degli alberghi e della ristorazione sono poco attrattivi e la ricettività alberghiera è quasi sempre molto difficile, data la presenza di fiere. Manca una politica mirata che incentivi le location grazie alla presenza di servizi collegati come convenzioni con alberghi e ristoranti. L'unico teatro di posa presente a Bologna (quello delle Aldini Valeriani), risulterebbe inadeguato in relazione a possibili sviluppi.

In base a questi elementi Bologna ha tutti i presupposti per:

- Potenziare l'attrattività di Bologna e della Regione per permettere a case di produzione italiane (e non italiane) di scegliere maggiormente questo territorio come location per i film, documentari e video.

Per raggiungere questa finalità, dalle interviste alle imprese, sono emerse le seguenti proposte:

- Costruire e potenziare dei contatti strutturati con le dirigenze dei programmi televisivi nazionali per portare a Bologna il set di programmi che consentano di impiegare in modo più stabile il personale tecnico presente a Bologna.
- Arrivare alla creazione di un "referente" unico tra le imprese che si confronti con il livello regionale per valutare le forme e le concrete possibilità di sostegno (incentivi economici e regolatori, agevolazioni alberghiere ecc) e per definire una azione mirata per una politica di attrattività del territorio. Questa proposta proviene da molte imprese intervistate e non solo da quelle che hanno come obiettivo la produzione di lungometraggi. Dietro questa proposta c'è la valutazione che occorre dare un segnale forte per attrarre registi a scegliere il territorio bolognese come location per i film. L'obiettivo è duplice: (a) creare le condizioni per un marketing territoriale che abbia effetti positivi e ricadute commerciali e alberghiere su tutto il territorio (si sottolinea che un film girato in un luogo oggi è un forte incentivo per venire a visitare quel luogo); (b) permettere alle figure professionali di coordinamento e intermedie della filiera film, documentari e video di poter essere occupate con stabilità. Gli esempi che vengono ricordati sono gli incentivi economici decisi a Torino come convenzioni con alberghi e ristoranti per attrarre produzioni cinematografiche e soprattutto la strategia della Regione del Friuli. Quest'ultima, infatti, creando un fondo apposito che finanzia parzialmente chi sceglie il territorio

regionale come location per le produzioni ed utilizza manodopera del territorio, ha visto aumentare in maniera sostanziale il numero di film girati in Friuli. Il Friuli ha compreso a tal punto l'importanza di attrarre produzioni sul proprio territorio che ha misurato in termini quantitativi le ricadute economiche sul territorio. Ad esempio nel 2005 su un totale di 24 produzioni (tra film, soap, fiction, documentari e video-clip) la spesa diretta sul territorio è stata di 5.675.000 euro con un indotto economico complessivo di 10.215.000 euro circa. Da molti ci è stato sottolineato che, con la creatività che Bologna riesce ad esprimere, incentivi del genere porterebbero a Bologna un numero significativamente superiore di produzioni.

- Valutare la possibilità di un ampliamento del teatro di posa Aldini e Valeriani come strumento di supporto importante, una volta riusciti ad incrementare il numero di produzioni di film, documentari e video realizzati a Bologna.
- Partecipare alla BICT, la Borsa Internazionale del cineturismo, uno dei pochi eventi mondiali che mira a creare un'occasione di business ma anche di scambio di esperienze e informazioni fra produttori, Regioni, Tour operator e Film Commission. La BICT si svolge a Ischia, in Giugno, in concomitanza con l'Ischia Film Festival (che premia le produzioni che hanno maggiormente valorizzato i luoghi Locations). La BITC potrebbe essere un'occasione importante per promuovere il nostro territorio e attrarre nuove produzioni cinematografiche.

Per uno spazio in cui concentrare imprese della multimedialità e della creatività

Anche in questo caso, come nel cinema, sono emerse delle condizioni favorevoli per impostare una strategia di sviluppo del settore multimediale a Bologna.

In questi ultimi anni, è emersa da più parti l'idea di identificare a Bologna uno spazio, un'area definita, dove localizzare imprese, centri di ricerca, "incubatori" pubblici e privati attinenti al multimediale. Tuttavia, gli interventi e le iniziative promossi fino ad oggi dalle Istituzioni e da altri soggetti del territorio non sono stati ancora in grado di produrre azioni e progetti integrati di sviluppo di questa filiera. L'opportunità di creare un polo del multimediale e della creatività deriva da diversi elementi da noi riscontrati:

- a) la creatività viene considerata tra i fattori competitivi fondamentali di un'economia (e di una società) fondata sulla conoscenza. In particolare, la creatività è una qualità riconducibile non soltanto a singole personalità, ma anche ad un territorio (ad una comunità), che offre le condizioni favorevoli affinché la creatività dei singoli possa tradursi in progetti sia artistici, sia imprenditoriali. Si tratta dunque di valutare quali settori, tra quelli ad elevato contenuto di creatività, possono valorizzare al meglio i punti di forza, e le vocazioni, anche emergenti, presenti su un territorio;
- b) il multimediale è un settore estremamente composito, all'interno del quale convivono imprese che realizzano prodotti diversi e destinati a mercati diversi, ma che sono accomunate quantomeno da tre elementi: l'elevato contenuto creativo, l'impiego di ICT, la propensione all'innovazione costante (anche come 'naturale' conseguenza dei due elementi precedenti);
- c) la prossimità territoriale tra i diversi attori della filiera può creare una serie di cosiddette 'economie esterne' positive, tipiche dei distretti industriali, che favoriscono da un lato la diffusione della conoscenza (anche in una logica di 'coo-petizione') dall'altro lo sviluppo di sinergie e di economie di scala tra le diverse attività insediate.

Ancora una volta, l'esempio di altri territori può fornire utili spunti di riflessione dai quali partire per valutare l'opportunità di procedere ad un percorso di lavoro mirato. Diversi gli approcci seguiti dagli altri territori: L'Agenzia di Sviluppo Milano Metropoli, ad esempio, dopo uno studio sulle imprese attive nel territorio di Cologno Monzese, ha riscontrato un numero elevato di imprese operanti nel multimediale e nell'ICT. Ha deciso così di favorire lo sviluppo di un vero e proprio polo dell'audiovisivo, concentrando le imprese in unico spazio, fornendo servizi per la formazione continua, per la ricerca e il trasferimento tecnologico, e sviluppando infrastrutture tecnologiche specifiche. Interessante, inoltre, l'approccio bottom up seguito dalla Sterpaia (www.lasterpaia.it), nata da un'idea di Oliviero Toscani, sostenuta dalla Regione Toscana, dalla Provincia di Pisa, dall'Ente Parco di S. Rossore dalla Scuola Normale di Pisa, che consiste in un centro creativo (comprendente varie discipline come la fotografia, la musica, il cinema, i New Media, l'Architettura) dedicato a ragazzi sotto i 25 anni, collocato in un'area di 23 ettari vicino Pisa.

Il riquadro successivo evidenzia i principali punti di forza e le criticità che sottendono la proposta di valutare la fattibilità di un distretto multimediale a Bologna.

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
<p>a) La creatività e la capacità di produrre contenuti (per la comunicazione) delle imprese bolognesi.</p> <p>b) La presenza a Bologna di studenti e giovani che chiedono spazi per sperimentare nuove forme di comunicazione e di valorizzazione della loro creatività</p> <p>c) La presenza di strutture e capacità di ricerca nel settore multimediale, cinematografico e più in generale, dell'ICT come la Cineteca, il Dams, l'Aster e il Cineca.</p> <p>d) L'interesse di molte imprese locali a trasferirsi in un unico spazio dotato di infrastrutture tecnologiche e servizi alle imprese</p>	<p>a) Difficoltà nel trovare investimenti pubblici e privati nel progetto</p> <p>b) La difficoltà nel trovare uno spazio dedicato da parte delle Istituzioni.</p> <p>c) l'individualismo di una parte delle imprese</p> <p>d) Difficoltà di alcune realtà associative e imprenditoriali ad abbandonare i tradizionali luoghi di aggregazione nel centro di Bologna</p>

Per un potenziamento del sistema formativo

La presenza di 90.000 studenti universitari, 3 corsi di laurea e più di 5 master nel settore cinema&multimedia organizzati dall'Università di Bologna, la scuola di cinema di Ermanno Olmi "Ipotesi Cinema", un corso di alta formazione per sceneggiatori a cura dell'Associazione Lus, oltre 15 corsi per professionalità intermedie organizzati da strutture pubbliche rappresentano senza dubbio una delle condizioni per la scelta della localizzazione delle imprese su questo territorio. La creatività e la capacità di creare contenuti sono gli elementi distintivi di questo territorio che hanno fornito nel corso degli anni sceneggiatori e autori di alto livello che hanno avuto successo su tutto il territorio nazionale e che hanno contribuito, fra le altre cose, a trasferire il premio Solinas da Roma a Bologna.

È evidente come un patrimonio così importante debba essere valorizzato e sviluppato ulteriormente. Il legame fra chi si occupa della ideazione e della creazione di nuove storie e progetti e chi traduce operativamente le idee e i contenuti creativi in prodotti audiovisivi va rafforzato. Sono necessari occasioni, strutture e luoghi che favoriscano tale incontro e che siano in grado di alimentare e valorizzare l'enorme patrimonio creativo che caratterizza questo territorio.

Allo stesso modo, nell'epoca dell'internazionalizzazione, della delocalizzazione delle produzioni, del ridimensionamento del ruolo dello Stato nel finanziare le produzioni, per chi opera nel settore cinematografico e multimediale è indispensabile acquisire competenze manageriali e riuscire ad attivare contatti e relazioni con realtà imprenditoriali estere. In questa direzione pubblico e privato possono e debbono muoversi al fine di attivare nuove relazioni, professionalità, scambi ed esperienze. Anche l'Università, che già presenta importanti e riconosciuti corsi di laurea nel campo cinematografico e multimediale, potrebbe svolgere un ruolo in questa direzione potenziando gli insegnamenti già attivi o eventualmente valutando la possibilità di crearne nuovi che possano divenire punti di riferimento nazionale per l'acquisizione di competenze manageriali in questo ambito.

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
<p>a) La presenza a Bologna di una capacità elevata di produrre contenuti grazie alla presenza di persone attente ai diversi linguaggi della comunicazione, disponibili a iniziative imprenditoriali nell'area della comunicazione, dell'arte e del sociale. La presenza di facoltà come il Dams che hanno attratto giovani da tante regioni italiane e la diffusione di Associazioni, circoli culturali, cooperative sociali, iniziative artistiche, autori specializzati in generi diversi (dal giallo alla fantascienza al fumetto) fa sì che Bologna sia una città particolarmente favorevole nel "produrre contenuti" con cui realizzare film, documentari, video.</p> <p>b) La presenza a Bologna della Cineteca che rappresenta un polo di ricerca e di diffusione di iniziative sul cinema e sui linguaggi audiovisivi.</p> <p>c) La presenza a Bologna del DAMS, dei centri di Ricerca e di Istituti tecnici</p>	<p>a) La mancanza di corsi di formazione in grado di abbinare la capacità di produrre contenuti a competenze manageriali</p> <p>b) Carenze di capacità che possano favorire l'attivazione di contatti internazionali strutturati per poter lavorare a progetti di coproduzioni e collaborazioni con altre strutture europee per rendere i prodotti realizzati più forti sul mercato internazionale sia nella fase di produzione che nella fase di distribuzione.</p> <p>c) Mancanza di una visione di sistema e di filiera che consenta anche di sostenere la competitività territoriale in ottica di sviluppo imprenditoriale e di valutare esigenze specifiche ad esempio in campo tecnologico.</p>

Per un potenziamento del sistema festival di Bologna

È ormai noto come i film incamerino cultura sociale e producano cultura specifica. Essi rappresentano un valore fondamentale per la collettività favorendo lo sviluppo dell'identità di un territorio e stimolando, allo stesso tempo, la creatività individuale.

I festival hanno ormai da diverso tempo mutato la loro natura originaria. Non sono più solo i contenitori di film, ma sempre più stanno diventando essi stessi il contenuto. I film diventano allora lo strumento con cui questo contenuto è riconosciuto socialmente. I festival diventano ancora il luogo per eccellenza della valorizzazione del prodotto-film, il momento nel quale si opera uno scambio reale e simbolico tra opera e pubblico. Nella società dello spettacolo, nella società dove il cinema ormai non è più l'unico media di massa (sostituito da una variegata "filiera" di produzioni audiovisive, dal telefilm al videoclip, dal videogioco allo spot pubblicitario) e dove gli strumenti per la promozione dei film si sono moltiplicati in maniera esponenziale e la distribuzione di opere cinematografiche e audiovisive può contare su supporti prima inesistenti, per permettere il successo di un festival è necessario costruire una forte identità all'evento, una sorta di marchio riconoscibile e riconosciuto che cerchi di catturare uno o più segmenti dell'enorme bacino di spettatori che non è più solo fatto dagli esperti e dai professionisti del settore ma che coinvolge strati sempre più ampi della popolazione non solo locale, ma nazionale e internazionale. A Bologna e in Emilia Romagna sono presenti una grande varietà di festival del cinema e del multimediale. Solo a Bologna sono state censite 22 manifestazioni. Un tale quantità di festival su questo territorio non è casuale ma ha radici e ragioni profonde. Un territorio particolarmente ospitale, la presenza di una Cineteca che per prima organizza e promuove alcuni fra i più importanti festival del territorio e che concede spazi e servizi ad altri attori pubblici e privati del territorio, una cittadinanza particolarmente predisposta ai consumi culturali, la presenza di numerosi Associazioni legate al settore cinema costituiscono l'humus ideale per l'ideazione, la realizzazione e il successo di tante manifestazioni. La valorizzazione, la promozione e la messa a sistema di tutti questi eventi potrebbe essere importante per il nostro territorio al fine di diffondere una maggiore conoscenza degli eventi al di fuori dei confini strettamente locali, ma anche per gli impatti diretti, indotti e derivati che i festival sono in grado di generare sul territorio.

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
<p>a) La presenza a Bologna di festival durante tutto il corso dell'anno. Gli eventi di Bologna sono di nicchia ma nel corso degli anni hanno saputo crearsi un'identità forte e a crescere costantemente in termini di presenze.</p> <p>b) La presenza di un ricco patrimonio di giovani disposti ad iniziare l'esperienza lavorativa nel settore cinema&multimedia partendo dai festival.</p> <p>c) La presenza di un territorio particolarmente vantaggioso per l'accessibilità e per l'ospitalità.</p> <p>d) La forte propensione ai consumi culturali di questo territorio</p>	<p>a) La mancanza di una promozione unitaria e sistemica delle potenzialità creative e delle eccellenze organizzative di questo territorio</p> <p>b) La mancanza di una strategia di promozione e attrazione turistica basata sui festival</p>