

Le Film Commission: esperienze e prospettive

*Orsola Patrizia Ghedini**

Sommario

1. Premessa. – **2. L'attuazione delle Film Commission. Soluzioni normative e ruolo del governo locale.** – **3. Prospettive e proposte di sviluppo delle Film Commission.**

1. Premessa

Negli anni '40, con il *boom* delle produzioni cinematografiche, maturò negli Stati Uniti l'esigenza di una struttura pubblica in grado di porsi come interfaccia fra le imprese di produzione e le autorità locali per offrire soluzioni e assistenza rapide alle produzioni audiovisive, attraverso il disbrigo delle pratiche amministrative legate alle riprese sul territorio. Nacquero così le prime Film Commission.

Col tempo e grazie all'esperienza acquisita, le Film Commission iniziarono a svolgere un ruolo di vera e propria promozione del territorio, intuendo i possibili vantaggi turistici ed economici connessi alla loro attività.

Da allora, tutte le Film Commission offrono servizi gratuiti a favore delle società di produzione, nel tentativo di promuovere, sia dal punto di vista economico (riducendo i costi di produzione) sia dal punto di vista artistico (proponendo *locations* ideali), la produzione sul territorio di propria competenza. I compiti delle Film Commission sono quindi complessi, così come gli strumenti e le strategie per raggiungerli; l'obiettivo principale rimane tuttavia quello di attirare le produzioni audiovisive, sia

(*) Responsabile del Servizio Cultura, Sport e Progetto Giovani della Regione Emilia-Romagna.

nazionali che straniere, favorendo l'individuazione delle *locations* sul proprio territorio e offrendo condizioni vantaggiose per la realizzazione delle riprese e la permanenza della *troupe in loco*.

Con il proliferare di queste istituzioni, dapprima negli USA e nel mondo anglosassone, quindi a livello mondiale, venne istituita nel 1975 l'AFCI (*Association of Film Commissioners International* – www.afci.org), un'associazione internazionale con lo scopo di creare un *network* per lo scambio di informazioni ed esperienze da una parte, e di fornire un percorso formativo standardizzato rivolto agli associati dall'altra. Attualmente fanno parte di questa associazione oltre 300 Film Commission, in rappresentanza di circa 40 Paesi.

In Europa, intorno alla fine degli anni '80, fu l'Inghilterra a dare il via alle prime esperienze di Film Commission, seguita dalla Francia all'inizio degli anni '90 e successivamente da altri Paesi. Alla fine degli anni '90, l'importanza della presenza di Film Commission fu colta anche in Italia, grazie all'impulso di alcune istituzioni come "Italia Cinema" (Agenzia per la promozione del cinema italiano all'estero), che invitarono le Regioni ad aprire questo nuovo tipo di strutture.

2. *L'attuazione delle Film Commission. Soluzioni normative e ruolo del governo locale*

A distanza di un decennio dall'avvio delle prime esperienze, il panorama italiano delle Film Commission si presenta piuttosto frammentario, in particolare per quanto riguarda la loro natura giuridica. Nel tentativo di colmare velocemente il *gap* maturato nei confronti degli altri Paesi, le vie percorse nelle diverse realtà territoriali sono risultate molto diverse e, in alcuni casi, un po' "tortuose".

Le Film Commission oggi attive in Italia sono una ventina. Dal punto di vista della natura giuridica, esse possono essere suddivise in 4 differenti tipologie:

- uffici interni agli enti pubblici (50% del totale);
- fondazioni a partecipazione regionale (15% circa);
- associazioni culturali che operano in convenzione con enti locali (20% circa);
- strutture miste pubblico-privato (15% circa).

La fotografia della situazione italiana rispecchia, grosso modo, il risultato di una rilevazione sul legame fra le Film Commission ed i governi locali, condotta su scala internazionale dalla già citata AFCL.

Dal 2001 esiste un Coordinamento delle Film Commission italiane, al quale aderiscono gran parte delle realtà esistenti sul territorio nazionale. Il percorso per arrivare a questa forma associativa è stato lungo e complesso e, nel 2002, ha potuto contare anche sul supporto del Ministero per i Beni e le Attività culturali, che nell'atto di indirizzi per l'attività di Cinecittà Holding ha previsto il sostegno alle Film Commission ed ha istituito un piccolo fondo per "l'implementazione delle attività di coordinamento". Lo scopo principale del Coordinamento è la progettazione e realizzazione di strumenti comuni o coordinati di *marketing*, in particolare rivolti agli interlocutori esteri, che informino sulle possibilità di assistenza gratuita in Italia, rispettando le peculiarità dei singoli territori.

Spesso, la molla che ha spinto gli enti territoriali italiani a dar vita ad una propria Film Commission è stata la volontà di promuovere il territorio e di valorizzare il patrimonio culturale esistente, suscitando nel contempo interesse attorno al settore dell'audiovisivo. In un secondo momento, sulla base delle esperienze maturate e degli studi fatti (soprattutto da soggetti stranieri), si è compreso che la presenza di *troupes* sul proprio territorio non rivestiva soltanto un valore culturale ma anche un vantaggio economico non trascurabile: si pensi ad esempio alle spese sostenute dalle produzioni per il vitto e l'alloggio, all'incremento del giro d'affari delle imprese audiovisive locali, alla maggiore richiesta di manodopera di professionisti e maestranze residenti nel territorio e, infine, allo sviluppo del cineturismo.

Con il termine cineturismo si intende l'affluenza di visitatori in quei luoghi portati all'attenzione del pubblico in quanto ambientazioni di film e *fiction* di successo. Studi di settore hanno evidenziato che a trarne il maggior beneficio sono soprattutto le ambientazioni relativamente meno conosciute che, in alcuni casi, hanno visto un elevato incremento delle presenze. Questa realtà è ancor più evidente nei casi in cui i vari soggetti locali abbiano saputo dotarsi di un sistema di servizi efficienti e consolidati nel tempo, capaci di supportare il flusso di visitatori.

Le strategie attuate dalle Film Commission per raggiungere i loro obiettivi sono diversificate in rapporto alle differenti caratteristiche del territorio in cui operano: alcune mirano a incentivare il turismo proponendo come *location* aree ancora poco conosciute del loro territorio; altre, godendo di una visibilità internazionale già consolidata, sono specializzate prevalentemente nell'attività di sportello per agevolare e supportare le varie fasi di produzione audiovisiva sul territorio. Infine, vi sono realtà che per circostanze contingenti hanno puntato sulle Film Commission quale strumento a supporto della riconversione economica del proprio territorio. Di conseguenza, alcune Film Commission hanno dato maggiore impulso alla loro attività istituendo veri e propri incentivi finanziari o fondi a sostegno della produzione, con l'intento di attrarre un numero sempre maggiore di progetti cinetelevisivi.

L'*Emilia-Romagna Film Commission*, per soddisfare al meglio le esigenze delle produzioni, ha predisposto una rete di collaborazione con le amministrazioni comunali che in molti casi ha portato all'abolizione della tassa di occupazione del suolo pubblico, all'assistenza gratuita della polizia municipale, alla disponibilità gratuita delle *location* di proprietà dell'ente. Oltre all'attività di assistenza e ai servizi generalmente offerti dalla maggioranza delle Film Commission, dallo scorso anno la Film Commission regionale è stata dotata di un fondo da destinare alla produzione di documentari, in coerenza con il Programma per lo Spettacolo del triennio 2006-2008 previsto dalla l.r. 13/1999, che individua nelle opere documentarie e di

animazione i generi su cui concentrare l'attenzione in ambito cinematografico.

Ad arricchire il sistema di servizi offerti, si aggiungono altri importanti strumenti promozionali, tra cui, in particolare, una *Guida alla produzione*, giunta alla quarta edizione, nella quale sono disponibili informazioni utili a tutti coloro che vogliono effettuare riprese sul territorio regionale, composta da una breve sezione dedicata alle normative del settore, e da una che racchiude indicazioni relative agli enti e istituzioni importanti per le attività di produzione audiovisiva (aeroporti, vigili del fuoco, autorità marittime, soprintendenze, ecc.). Nella guida è inoltre possibile consultare una banca dati, con oltre 400 contatti, divisa per categorie di operatori, maestranze e agenzie di servizi con sede nel territorio regionale; le stesse informazioni sono anche disponibili sul sito web www.regione.emilia-romagna.it/cinema, dove il *data base* è costantemente aggiornato.

Secondo strumento di promozione realizzato, non certo in ordine di importanza, è la *Location guide*. Si tratta di una raccolta fotografica di *locations* corredate da schede tecniche che ne illustrano le modalità di fruizione. Questa raccolta, non esaustiva, è stata realizzata con lo scopo di offrire una panoramica del ricco ventaglio che il territorio mette a disposizione per la scelta dei luoghi, composto da scenografie naturali e spazi urbani, fino ad arrivare a edifici abbandonati e strutture architettoniche di pregio.

A questi due fondamentali strumenti di lavoro della Film Commission si aggiungono altri prodotti multimediali che sostengono e promuovono il lavoro delle imprese del territorio che operano nel settore dell'audiovisivo. Col DVD *Che musica questa terra*, un raccolta di videoclip musicali di cantanti e autori emiliano-romagnoli, girati sul territorio, si è cercato di far conoscere al mondo della musica, attraverso un mezzo di facile e piacevole lettura, la filiera produttiva regionale legata alla realizzazione del videoclip. *Emilia-Romagna regione animata* è invece una raccolta di *show-reel* di case di produzione, registi e festival specializzati nel settore dell'animazione pre-

senti nel territorio regionale. Anche in questo caso lo scopo è quello di far conoscere una realtà altamente qualificata della nostra regione spesso nota solamente agli addetti ai lavori. Il CD-ROM *Documentando*, infine, è un video-catalogo contenente oltre 100 documentari prodotti dal 2000 a oggi da autori della nostra regione.

3. *Prospettive e proposte di sviluppo delle Film Commission*

Dal quadro d'insieme tratteggiato, emerge con grande chiarezza che gli obiettivi per cui i diversi enti hanno creato le Film Commission (sostegno e qualificazione dell'economia locale, promozione turistica, *marketing* territoriale, promozione culturale) sono tutti riconducibili a campi su cui le Regioni da tempo definiscono strategie, indirizzi e scenari di sviluppo. Si tratta in effetti di materie per le quali la Costituzione riserva alle Regioni un ruolo centrale, sulla base di principi guida di riferimento e di un opportuno coordinamento nazionale.

È certamente utile, per rafforzare il lavoro e la rete delle Film Commission, ribadire quindi la centralità delle Regioni nella definizione degli indirizzi di lavoro e degli obiettivi, qualunque siano le formule e i soggetti giuridici scelti per la loro gestione. Le leggi regionali più recenti, su questo aspetto, mostrano come vi sia una consapevolezza crescente, se non la chiara volontà di assumere un ruolo diretto nella nascita o nella crescita delle Film Commission ⁽¹⁾.

Oltre a quello della centralità regionale, un secondo aspetto su cui è importante ribadire la necessità di un indirizzo comune, è quello della centralità delle politiche culturali. Negli Stati Uniti, dove il cinema è da molti decenni una forte realtà

(1) Tra i provvedimenti più recenti: legge della Regione Autonoma Friuli-Venezia Giulia 6 novembre 2006, n. 21; legge della Regione Liguria 3 maggio 2006, n. 10; legge della Regione Autonoma Sardegna 20 settembre 2006, n. 15; legge della Regione Lazio 28 aprile 2006, n. 4.

industriale ed economica, le Film Commission sono organizzate come strutture trasversali con legami stabili all'interno dei dipartimenti della cultura, del turismo e della promozione economica. Viceversa in Italia, così come avviene nella maggior parte dei Paesi europei, le Film Commission fanno generalmente capo ai soli dipartimenti o assessorati alla cultura. Poiché le politiche culturali spesso non godono delle stesse disponibilità economiche e dell'attenzione degli altri settori, ciò può costituire un serio limite.

È certamente vero che senza un forte coordinamento con le politiche per lo sviluppo economico e turistico dei territori, le attività delle Film Commission rimarrebbero penalizzate o marginali; ed è urgente, oltre che auspicabile, la convergenza delle politiche turistiche, culturali ed economiche regionali verso azioni mirate a sostenere la filiera dell'audiovisivo. D'altro canto, l'ottica, le conoscenze e gli strumenti di lavoro con cui le Film Commission debbono rapportarsi alle produzioni audiovisive sono quelli propri della produzione e della promozione culturale. È solamente il caso di fare un accenno, a questo riguardo, all'impegno delle Regioni nella ricerca e nella messa a punto di criteri e strumenti efficaci per il finanziamento selettivo delle produzioni culturali, anche al fine di aumentare le ricadute e gli effetti positivi per il sistema territoriale complessivo, al di là dell'intrinseco valore culturale del progetto. Per la stessa ragione, le Regioni e il loro coordinamento hanno assunto impegni precisi per la costruzione e il rafforzamento degli Osservatori dello Spettacolo e della Cultura, che sono e diverranno sempre più strumenti fondamentali di conoscenza del rilievo economico e sociale degli investimenti culturali, utili anche alle stesse Film Commission.

Se da un lato, quindi, il livello regionale è quello certamente più adeguato per disciplinare l'attività e le funzioni delle Film Commission, dall'altro lato è necessario sottolineare anche le esigenze di coordinamento a livello nazionale. Il confronto che si aprirà entro breve tra lo Stato e le Regioni sulla nuova legge di sistema per il cinema e l'audiovisivo, offrirà una prima im-

portante occasione per una migliore definizione del ruolo delle Film Commission, dando così maggiore visibilità e impulso al loro lavoro in un quadro di rilancio degli interventi pubblici a favore delle produzioni cinematografiche e audiovisive.

Sarebbe importante, inoltre, definire un pacchetto minimo di servizi che le Film Commission si impegnano ad offrire, individuando al contempo *standard* di qualità per gli strumenti promozionali e informativi al fine di garantire alle produzioni nazionali e internazionali *location* competitive e operatori qualificati. L'opportunità e la necessità di promuovere le eccellenze del territorio hanno spinto infatti numerose Film Commission a differenziare ed ampliare la propria missione. Un'eccessiva diversificazione, tuttavia, rischia di disorientare i produttori cinematografici italiani e stranieri, che rimangono in ogni caso i principali interlocutori delle Film Commission.

Un altro strumento importante per qualificare il lavoro delle Regioni e delle Film Commission è lo studio dei riflessi economici diretti e indiretti delle produzioni sul territorio. L'ANICA ha già avanzato una proposta in tal senso, incontrando l'interesse dei Ministeri interessati e delle Regioni. Le ricerche effettuate in alcune realtà locali su casi circoscritti hanno messo in evidenza dati e spunti interessanti, che debbono essere sviluppati in un quadro analitico d'insieme sui benefici e gli effetti moltiplicatori degli investimenti nel settore dell'audiovisivo.

Merita un ultimo accenno la tendenza in atto che vede sempre più spesso assegnato alle Film Commission il ruolo di soggetto gestore dei fondi regionali a sostegno delle produzioni cinematografiche e audiovisive "locali". Si tratta cioè di fondi mirati alla promozione della creatività e dei talenti che vivono nel territorio regionale e quindi diversi da quelli destinati ad attrarre genericamente produzioni audiovisive "esterne". *Marketing* territoriale e sostegno alla creatività non si contrappongono necessariamente e costituiscono tuttavia due temi diversi, che presuppongono strategie appropriate e criteri specifici per la valutazione dei progetti e dei risultati. Sul versante della ricerca di nuovi talenti e della valorizzazione dei patrimoni e

delle identità culturali, campi nei quali non si misura, se non indirettamente, la capacità competitiva dei territori, è quindi possibile e auspicabile si possano impostare in tempi brevi sia la ricerca che la condivisione delle migliori pratiche.