

# PROGRAMMA

## GIOVEDÌ 28 GENNAIO 2016

09:30 – 11:30

### II FILM IN TRE MINUTI

di **Graziella Bildesheim** – Programme Director Maia Workshops

- Come raccontare un progetto in breve tempo

Con il modificarsi delle modalità produttive e della figura del produttore, sempre più capace di gestire l'attività attraendo *partner* e risorse anche a livello internazionale, la capacità di sapere trasmettere ai propri interlocutori il valore aggiunto del progetto a cui si sta lavorando, diventa di strategica importanza. Questo modulo ha l'obiettivo di voler offrire gli elementi di base per la riuscita di un buon *pitch*, a cui seguirà in data ancora da destinarsi una sessione di laboratorio come esercitazione pratica.

11:30 – 12:00

### BREAK

12:00 – 14:00

### MARKETING CINEMATOGRAFICO 2.0

di **Alfredo Borrelli** – CEO Estrogeni

- Raggiungere il pubblico dal web alla sala

Come per molti prodotti presenti sul mercato, anche nel settore cinematografico la promozione web è andata ad integrare e, in alcuni casi, anche a sostituire la pubblicità tradizionale. La natura stessa dell'offerta cinematografica che si alimenta con il passaparola, ha trovato il suo habitat nell'ambiente dei Social dove trame, trailer ma soprattutto commenti possono creare molta più attenzione intorno all'opera di mille manifesti stradali. Ma siamo davvero sicuri di saper creare la giusta promozione web intorno al nostro prodotto? Quali sono le regole alla base del web marketing e come è possibile anche con piccoli investimenti creare interesse verso un film?

14:00 – 15:00

### BREAK

15:00 – 17:00

### PROGETTI TELEVISIVI

di **Luca Milano** – Vice Direttore Rai Fiction

- Come presentare progetto di lunga seriali a un *broadcaster*

con il patrocinio di



in partnership con



Per la natura dei progetti televisivi italiani, che nella maggior parte dei casi vengono realizzati su commissione di un singolo *broadcaster*, i produttori non sperimentano molto spesso il confronto con interlocutori da coinvolgere nell'apparato produttivo. Questo modulo vuole fornire delle linee guida per la costruzione del dossier illustrativo per un progetto televisivo, senza tralasciare però un breve approfondimento sulle diverse tipologie di prodotto, sul target di riferimento e sulle richieste per ciascuna Rete.

---

## VENERDI 29 GENNAIO 2016

09:30 – 11:30

### CULTURA BANCARIA

di **Alberto Baldini** - Ref. Cinema-Media – Divisione Corporate BNL Gruppo BNP Paribas

- Mantenimento rapporti sani con sistema bancario;
- Concetto di rating. Presentazione bilanci e documentazione di descrizione attività della propria azienda presso la Istituto di credito;
- Accesso al credito e garanzie;
- Tax Credit ext: La banca come investitore nel settore cinema.

Fare impresa in Italia molto spesso comporta avere una conoscenza del sistema bancario e consapevolezza di come mantenere dei rapporti sani con il proprio istituto. Ma questo come si traduce? A partire dalla lettura del bilancio societario e di quali sono i parametri che un funzionario della banca osserva con maggiore attenzione, a quali sono le attenzioni che un imprenditore deve tenere per non incorrere in dannose segnalazioni, fino al concetto di rating, all'accesso al credito e presentazione dell'attività aziendale, questo modulo intende offrire un focus su come coinvolgere una banca nel business dell'imprenditore.

11:30 – 12:00

### BREAK

12:00 – 14:00

### AUTODISTRIBUZIONE

di **Domenico Dinoia** – Presidente FICE

- Produrre e distribuire nuova modalità per rapportarsi con il mercato;
- Distribuzione intelligente conquistare il pubblico regione per regione.

L'andamento altalenante del mercato cinematografico italiano segnala come spesso per alcuni prodotti sia necessario una distribuzione che parta dal territorio, scegliendo di curare l'uscita con poche copie per permettere una diffusione itinerante. Esempi di film indipendenti che hanno adottato tale sinergia registrano degli importanti *case*

con il patrocinio di



in partnership con





*studies*, da approfondire e se possibile replicare. Questo modulo desidera analizzare il fenomeno e creare un modello distributivo che si adatti alla nuova produzione indipendente.

14:00 – 15:00

### **BREAK**

15:00 – 17:00

### **PRODUCT PLACEMENT**

di **Marina Marzotto** – CEO Propaganda Italia

- Come rendere funzionali alla storia l'inserimento dei marchi.

Essere consapevoli di come il *product placement* possa diventare un valido sostegno per la produzione di un film è il primo passo per affrontare in modo corretto questo modulo. Troppo spesso infatti si tende ad "appiccicare" marchi all'interno della sceneggiatura sperando di interessare qualche azienda privata. Ma il *placement* è l'arte di saper raccontare un'eccellenza, è coerenza con la storia in primis, consapevolezza e strategia di vendita poi. Significa essere pronti ad immaginare differenti disponibilità di spazi di visibilità, che sappiano superare la messa in scena, e che accompagnino il film in tutto il suo processo di crescita, dalla realizzazione alla promozione, alla distribuzione.

---

## **SABATO 30 GENNAIO 2016**

09:30 – 11:30

### **I NUMERI PRIMA DELLE STORIE**

di **Alberto Pasquale** – Consulente presso la Direzione Generale Cinema del MiBACT e Docente a contratto Università Sapienza

- Come organizzare un *business plan* di un'impresa cinematografica.

Dall'entrata in vigore del Tax Credit e della possibilità di coinvolgere investitori privati nei progetti cinematografici, i produttori hanno dovuto imparare un linguaggio nuovo, fatto di numeri prima ancora che di storie. Questo modulo spiega come costruire un piano finanziario a partire dalle strategie commerciali, dalle previsioni di vendite, dai tempi di realizzazione e sfruttamento del prodotto. Si desidera raccontare il progetto cinematografico attraverso un nuovo dizionario, in grado di offrire l'investimento usando le stesse parole, anzi cifre, di un qualsiasi altro business.

11:30 – 12:00

### **BREAK**

12:00 – 14:00

con il patrocinio di



in partnership con





## **STRATEGIA FESTIVAL**

di **Fabrizio Ferrari** – Direttore RIFF | Rome Independent Film Festival  
- Scelta del festival adatto al proprio film.

Per la maggior parte dei film indipendenti, la partecipazione ai festival è la prima vera formula di distribuzione dell'opera. Ma come orientarsi nelle migliaia offerte presenti in tutto il mondo? Come studiare a tavolino una corretta strategia di promozione attraverso il circuito dei festival e rassegne sia a livello nazionale che internazionalmente? Anche qui la scelta giusta non è questione di intuito o di casualità, ma uno studio attento che parta dal prodotto fino all'ottenimento degli obiettivi. Durante questo modulo, si approfondiranno i metodi di analisi e l'individuazione della strategia per la distribuzione di un film nei festival da costruire caso per caso, Paese per Paese.

14:00 – 15:00

## **BREAK**

15:00 – 17:00

## **LABORATORIO: COME SI PIANIFICA UN BUSINESS PLAN**

di **Giancarlo Barbarisi** – Amministratore Unico [www.businessplanvincente.com](http://www.businessplanvincente.com)  
- Il business plan, documento fondamentale per realizzare la tua idea!

Il *business plan* è documento fondamentale per un imprenditore. E' diviso in due parti principali: la prima descrittiva in cui occorre descrivere tutti gli aspetti dell'idea di *business* (dalla definizione degli obiettivi all'analisi del mercato intesa in termini di clienti potenziali e concorrenti reali senza dimenticare l'analisi dei punti di forza e di debolezza), la seconda tecnica in cui si definisce la cosa più importante: la fattibilità economica e finanziaria dell'idea!

Solo dopo avere calcolato il rapporto investimenti/rendimenti è possibile emettere un parere sull'idea.

17:00 – 18:30

## **L'IMPORTANZA DEL VIDEO ON DEMAND**

di **Alessandro Ravani** – Responsabile commercializzazione diritti Rai Com  
- *Overview* mercato e opportunità per i Soci AGPCI.

Andamento del mercato cinematografico degli ultimi anni. *Overview* del mercato digitale e trend futuri. Possibile progetto di creazione di un listino digitale da proporre alle piattaforme. Economics del mondo digitale.

con il patrocinio di



in partnership con

