

### ● **MERCOLEDI 12 LUGLIO 2017**

11:00 – 11:30

#### **APERTURA ACCREDITI**

11:30 – 13:00

#### ● **DISTRIBUZIONE FULL-RIGHTS**

L'ideale per qualsivoglia produttore è vendere il proprio film ad un distributore che possa prendersi cura professionalmente della commercializzazione per il territorio domestico (Italia) per tutte le finestre di sfruttamento.

**Marina Marzotto** – Presidente AGPCI

13:00 – 14:00

#### **BREAK**

14:00 – 15:30

#### ● **DISTRIBUZIONE solo THEATRICAL e SERVICE**

La distribuzione cinematografica: circuiti, essai, indipendenti.

La distribuzione cinematografica: classica, il Service, gli eventi.

**Corrado Azzollini** - Presidente Draka Distribution e **Gino Zagari** - Direttore Generale Draka Distribution

15:30 – 17:00

#### ● **THEATRICAL-ON-DEMAND**

La prima piattaforma di self-publishing cinematografico che permette di trasformare i fan del tuo film in promotori e spettatori di eventi cinematografici nelle sale di tutta Italia.

**Antonello Centomani** – Founder & CEO Movieday

### ● **GIOVEDI 13 LUGLIO 2017**

10:00 – 11:30

#### ● **AUTO-DISTRIBUZIONE**

Quali parametri definiscono l'auto-distribuzione, quali le criticità e quali i vantaggi.

**Domenico Dinoia** - Presidente FICE, **Marco Colombo** - Amministratore Unico Adler Entertainment

11:30 – 12:45

● **TAX CREDIT DISTRIBUZIONE**

Come beneficiano i Produttori del Tax Credit alla Distribuzione. Beneficiari, aliquote, procedure, obblighi e vantaggi.

**Maria Giannattasio** - Coordinatrice del Centro Studi della DG Cinema - MiBACT

12:45 – 14:00

**BREAK**

14:00 – 15:00

● **CRITERI E DETERMINAZIONE DEL P&A**

Come diceva Franco Cristaldi, il produttore rimane sempre un imprenditore dell'industria culturale, nasce quindi la necessità di doversi districare anche in piani economici e risorse finanziarie. Per la distribuzione cinematografica è necessaria a monte una fase di analisi economica, per poter stimare e ottimizzare al meglio le risorse, le opportunità ed i costi, inserendo il tutto in un form di facile comprensione: il P&A (Print & Advertising). La costruzione del P&A deve essere correlata alle strategie di distribuzione ed alle disponibilità finanziarie, ma anche alle possibili strategie marketing e ai diversi target di riferimento del pubblico.

**Stefano Fiano** – Theatrical Marketing Consultant

15:00 – 16:00

● **L'IMPORTANZA DEL MARKETING**

Materiali, campagna pubblicitaria e social.

**Damiano Ricci** – Direttore Marketing BIM Distribuzione

16:00 – 17:00

● **DATI BOXOFFICE**

I dati del boxoffice: realtà e leggende, tra disinformazione interessata e pura ignoranza.

**Robert Bernocchi** – Story editor & Data Analyst at Pepito Produzioni e Data and Business analyst at Cineguru

## contatti

segreteria@agpci.eu

Tel: (+39) 06 8847 3362

Mobile: 392 9087850