

Le schede regionali

Scheda n.1: Alto Adige

1 L'audiovisivo regionale in cifre

L'audiovisivo in Trentino Alto Adige conta poco più di 200 imprese attive sul territorio ovvero l'1,6% del totale nazionale, incidenza che si riduce all'1,8% e all'1,5% se guardiamo rispettivamente al numero degli occupati e al valore aggiunto generato. I tre indicatori posizionano il Trentino Alto Adige al quindicesimo posto nella graduatoria nazionale del numero di imprese, al quattordicesimo per numero di occupati e al dodicesimo per valore aggiunto prodotto².

TAB. 1 IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO IN TRENTINO A.A. E INCIDENZA %, 2012

	Imprese Film Radio- Tv	Incidenza %	Occupati	Incidenza %	Valore ag- giunto (M€)	Incidenza %
Trentino Al- to Adige	209	1,6%	1.300	1,8%	124,5	1,5%
Italia	13.407	100%	73.500	100%	8.056,3	100%

Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

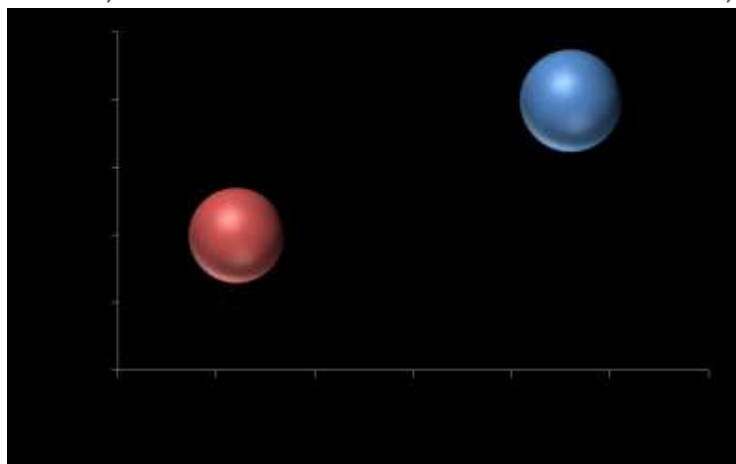
La provincia autonoma di Bolzano prevale su quella autonoma di Trento in tutti e tre i parametri di valutazione.

TAB. 2 IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO NELLE P.A. DI TRENTO E BOLZANO , 2012

Provincia	Imprese	Occupati	Valore ag- giunto
Trento	96	600	57,8
Bolzano	113	800	66,6

Note: dati valore aggiunto in M€. Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

FIG. 1 IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO NELLE P.A. DI TRENTO E BOLZANO, 2012

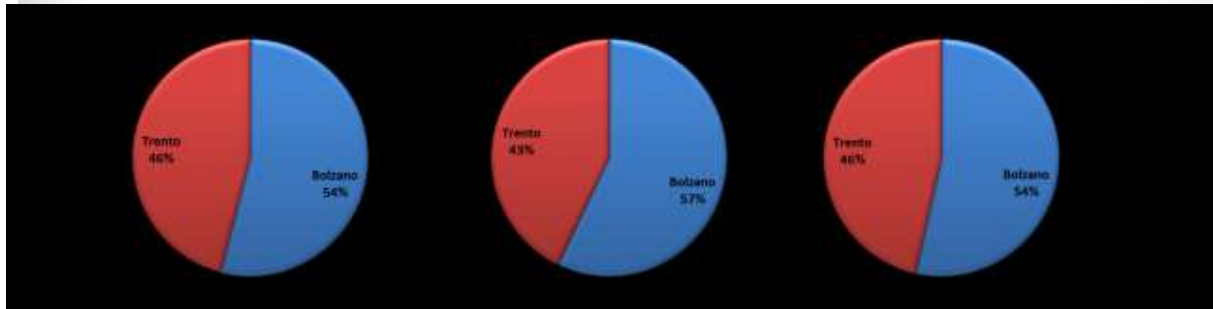


Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

² Fonte: *Io sono cultura: L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi*, III Rapporto Unioncamere – Symbola, 2013

La provincia autonoma di Bolzano, la più settentrionale d'Italia, è al 62° posto della graduatoria nazionale del sistema produttivo culturale privato italiano complessivo per numerosità delle imprese, ma al 42° posto per incidenza del Valore Aggiunto e degli occupati, mentre Trento si posiziona al 33° per numerosità delle imprese ma al 26° per Valore Aggiunto e per occupati.

FIG. 2 QUOTA IMPRESE, OCCUPATI E V. AGGIUNTO NELLE NELLE P.A. DI TRENTO E BOLZANO, 2012



Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

Si tratta infatti di un numero limitato di imprese audiovisive mediamente molto piccole per dimensioni (nessuna nelle top 100 nazionali) per forza occupazionale (3-4 contribuenti ex Enpals mediamente per azienda), ma con fatturati in ascesa, passati complessivamente da 27 milioni di Euro del 2008 ai 39 del 2010 (cfr. Ente dello Spettacolo 2012 su dati Istat). L'attivazione dei fondi ha innalzato il volume dei ricavi negli anni 2011 e 2012, come dimostra il dato Unioncamere sul valore aggiunto.

In termini politico-istituzionali, come vedremo, a dispetto delle ridotte dimensioni regionali, le strategie di investimento nell'Alto Adige prima, e poi parzialmente nel Trentino, dedicate al comparto audiovisivo, risultano particolarmente significative sia in termini di Fondi che di risorse complessive a disposizione delle Film Commission e dell'industria in generale.

Obiettivi strategici al centro di tali politiche di intervento sono quelli di sviluppare una industria locale, di incrementare i flussi turistici, e di rafforzare i progetti di collaborazione con i Paesi esteri limitrofi in virtù della particolare posizione geografica transfrontaliera.

In relazione alla popolazione residente³ il numero di occupati nel settore ammonta a un occupato ogni 800 abitanti, più o meno in linea con la media italiana, che è di un occupato nel settore ogni 812 abitanti.

La relazione abitanti/imprese nel settore è invece di 1 impresa ogni 4.976 abitanti, inferiore al dato italiano di 1 impresa ogni 4.452 abitanti.

Il 55,2% delle famiglie della regione dispone a casa, nel 2012, di un accesso a Internet a banda larga, la penetrazione è superiore a quella del territorio italiano totale, che è del 48,6%.

La quota del Fondo Unico per lo Spettacolo destinata al cinema nel 2011 è stata, per il Trentino Alto Adige di 70.880 euro (lo 0,1% del totale quota destinata al cinema a livello nazionale) a beneficio di 14 soggetti. Al cinema è andato il 2% della cifra che il FUS ha destinato ai soggetti operanti su territorio regionale (3,5 milioni di euro).

I dati Siae⁴ sul settore cinematografico mettono in evidenza una forte crisi del settore, che, nel 2012, si è fatta sentire in maniera consistente in tutti i parametri di ricerca.

Il numero di spettacoli si è ridotto da 27.554 del 2011 a 25.474 del 2012 (-7,5%), mentre gli ingressi al cinema nel 2012 in tutta la regione sono stati 1.097.863, in calo dell'8,1% rispetto al 2011. Le presenze⁵ sono invece diminuite dell'1,6% sul 2011 a 39.735.

³ Popolazione al 31 dicembre 2012 in base a dati Istat (Cfr. <http://demo.istat.it/bil2012/index.html>)

⁴ Siae, *Annuario dello Spettacolo*, 2012.

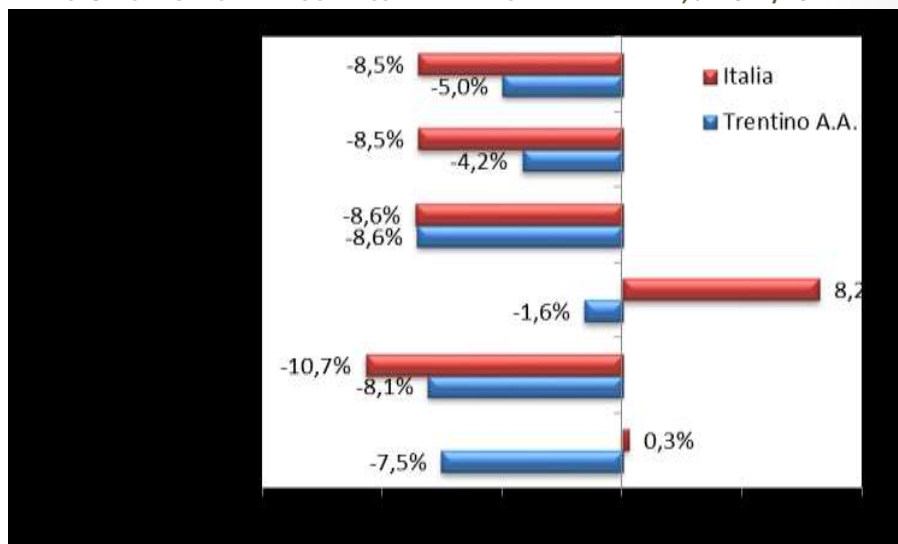
⁵ A differenza degli ingressi, le presenze vengono utilizzate per quantificare i partecipanti a manifestazioni per le quali non è previsto il rilascio di titoli d'accesso.

Nel 2012 il pubblico ha speso, per l'acquisto di biglietti e abbonamenti al cinema (spesa del botteghino), 7.661.234 euro, in calo dell'8,6% rispetto all'anno precedente. La spesa del pubblico⁶ ammonta, per questo settore, a 9.630.220 euro, in calo del 4,2%.

Il volume d'affari complessivo relativo al settore cinematografico in Trentino Alto Adige ammonta dunque a 9.681.680 euro, in calo del 5% sul 2011.

I dati appena citati sono più bassi rispetto a quelli nazionali per tutti i parametri di ricerca e in particolare per presenze e numero di spettacoli.

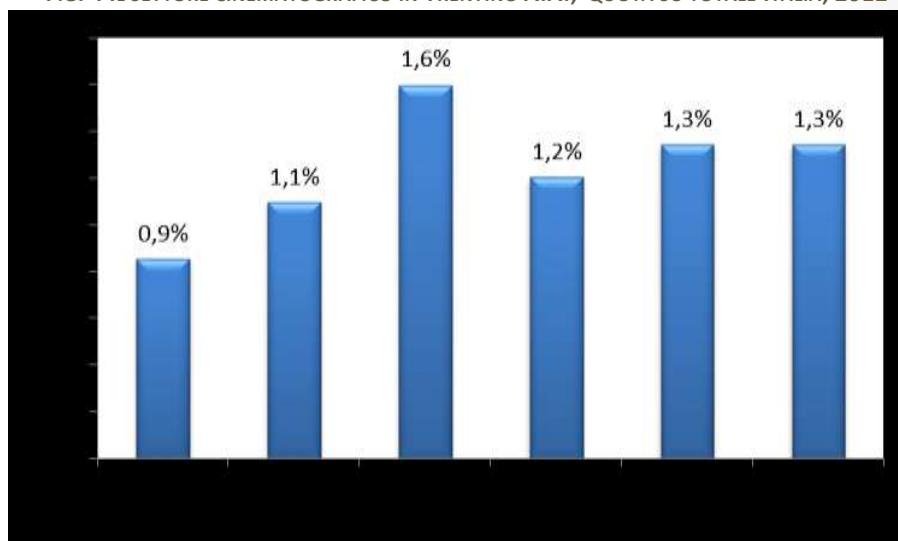
FIG. 3 IL SETTORE CINEMATOGRAFICO IN TRENTINO A.A. E IN ITALIA, % 2012/2011



Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Siae

La quota Trentino Alto Adige sul totale Italia si aggira tra lo 0,9% e l'1,6% per tutti i parametri.

FIG. 4 IL SETTORE CINEMATOGRAFICO IN TRENTINO A.A., QUOTA SU TOTALE ITALIA, 2012



Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Siae


⁶ L'importo che il pubblico ha destinato, nell'anno 2012, alla fruizione degli spettacoli.

L'autonomia amministrativa delle due province richiede di separare da questo momento in poi i dati e le informazioni relative a Bolzano e a Trento, e quindi l'Alto Adige dal Trentino, iniziando dal primo (cfr. *infra*).

2 La Film Commission ALTO ADIGE - BLS⁷

La Film Commission in Alto Adige è nata nel 2008 ed è diventata operativa l'anno successivo. Si configura come un reparto (Film Fund & Commission) dell'agenzia di promozione territoriale Business Location Südtirol – Alto Adige. BLS aderisce, oltre che ad IFC, anche a EFCN – European Film Commission Network e a AFCI – Association of Film Commissioners International.

2.1 Scheda anagrafica

Logo	
Nome completo	BLS Business Location Südtirol-Alto Adige spa – FILM FUND & COMMISSION
Forma giuridica	Reparto di agenzia di promozione territoriale (spa)
Enti pubblici/privati nella compagine	Provincia: Assessorato all'Economia
Persone di riferimento	Direttore BLS: Ulrich Stofner Resp. BLS Film Fund Alto Adige: Christiana Wertz
Data di istituzione	2008
Data di avvio attività	2009 (2010 reparto Film Fund & Commission)
Indirizzo	Passaggio Duomo 15, Bolzano
Contatti telefonici	0471/06.66.00
Sito e mail	www.bls.info service@bls.info
Pagina Facebook/Twitter	Facebook (www.facebook.com/blsfilmlocation)
Eventuali altre sedi	=
Altre FC attive sul territorio	Trentino Film Commission (aderente al Coordinamento)

⁷ Tutti i dati e le valutazioni, laddove non diversamente indicato, hanno come fonte le schede Film Commission compilate dalle FC stesse, e le schede stakeholders compilate dagli stakeholders stessi (individuati in parte su indicazione delle FC e in parte da fonti desk Iem-Rosselli).

2.2 Mission e attività, azioni di monitoraggio

Business Location Sudtirolo-AltoAdige (BLS), società in house della Provincia Autonoma di Bolzano, è un centro di avviamento e servizio per imprese e Comuni altoatesini, e imprese italiane ed estere (434 nel 2011): tra i suoi compiti primari, il consolidamento e lo sviluppo dell'Alto Adige come localizzazione economica, in particolare nei settori chiave delle Energie rinnovabili e delle Tecnologie Alpine. Non funge solo da mediatore per il reperimento di superfici produttive, ma elabora anche la richiesta di finanziamento per il loro acquisto.

E' organizzata in 4 reparti: Location Service (consolidamento e sviluppo location), Marketing e Comunicazione (ad es. posizionamento italiano come "Green region"), Business Development (consulenza all'insediamento delle aziende italiane ed estere interessate), e infine Film Fund & Commission, che promuove la regione come location cinematografica e amministra il Fondo provinciale, avendo come target territoriali primari Italia, Germania ed Austria⁸.

La mission primaria dichiarata dal Film Fund&Commission di BLS è lo sviluppo dell'indotto economico/produttivo, seguito dal sostegno/promozione della produzione audiovisiva e, in misura minore, dall'incentivazione del lavoro delle risorse umane locali, mentre l'attività di promozione turistica non viene dichiaratamente perseguita. Per questo motivo non vengono svolte azioni di monitoraggio dell'impatto turistico delle produzioni nè vengono utilizzate le produzioni come strumento di attrazione turistica nè si tiene conto dell'impatto turistico nella scelta delle produzioni da sostenere.

I servizi offerti comprendono, oltre a quelli base di assistenza, permessi, scouting location e segnalazione delle risorse umane locali, anche finanziamenti diretti alle produzioni e organizzazione di matchmaking tra produzione locale e committenza.

Gli stakeholders interpellati avvertono come inadeguate/insufficienti la fornitura di cineporti/uffici per le produzioni (ancora assenti), l'erogazione di formazione e di iniziative di promozione culturale, e come parzialmente adeguate le attività di promozione culturale e turistica (di fatto assenti), ma adeguata l'assistenza fornita alle produzioni nel suo complesso.

BLS compie, a titolo di monitoraggio e valutazioni delle azioni svolte, statistiche e "Balances Score Card" (rilevante ed eccezionale il fatto che nello staff generale di BLS figuri una posizione di "Research & Data Service", come il fatto che venga redatta e pubblicata sul sito una relazione annuale), anche se alcuni stakeholders reputano ancora insufficienti/inadeguati i monitoraggi sull'impatto dell'audiovisivo nel territorio, a causa della giovane età della struttura (operativa a pieno regime solo dal 2010).

BLS ha commissionato nel giugno 2012 alla struttura londinese di ricerca Available Light Advisory di Richard Miller la ricerca "Analisi del mercato audiovisivo, identificazione di strategie per lo sviluppo dell'Alto Adige come location cinematografica", di cui a fine ottobre 2013 non sono ancora stati resi noti i risultati.

2.3 Il sostegno alle produzioni

Le produzioni finanziate e assistite totali (incluso sia quelle solo assistite con fornitura di servizi, sia quelle finanziate dal Film Fund⁹, ma escludendo quelle non portate a termine) sono state in totale 11 nel 2011, 31 nel 2012 e 24 nel primo semestre 2013, rivelando una progressione significativa, triplicando di fatto i volumi produttivi in un solo anno.

TAB. 3 PRODUZIONI ASSISTITE DALLA FC NEL 2011, 2012 E 1 SEM 2013 PER GENERE PRODUTTIVO

Produzioni	2011	2012	1 H 2013
Lungometraggi cinematografici	4	12	10
Fiction/film per la tv		4	2

⁸ Da qui in poi ci si riferirà per brevità al reparto Film Fund & Commission di BLS, unico competente in materia audiovisiva, come BLS tout court.

⁹ BLS può erogare finanziamenti soltanto tramite il Film Fund, e non ha fondi per l'ospitalità.

Documentari	2	7	3
Cortometraggi	1	2	2
Pubblicità	1	3	2
Videoclip			2
Programmi per la tv	3	2	3
Altro (film di danza)		1	
TOTALE	11	31	24

Fonte: BLS

Mentre qualche anno fa era praticato quasi esclusivamente il genere del documentario (anche per la presenza della scuola Zelig, cfr. *infra*), ad aumentare in modo consistente è stato il numero dei lungometraggi cinematografici.

Delle produzioni girate sul territorio e sostenute da BLS, mediamente metà sono italiane e metà internazionali, di cui l'80% in lingua tedesca (tra Austria, Svizzera e Germania)¹⁰.

TAB. 4 PRODUZIONI ASSISTITE DALLA FC NEL 2011, 2012 E 1 SEM 2013 PER PROVENIENZA GEOGRAFICA

	2011	2012	1 H 2013
Regionali	1	3	2
Extra regionali italiane	5	13	9
Europee	5	15	12
Extra europee			1
TOTALE	11	31	24

Fonte: BLS

Complessivamente sono state effettuate 96 giornate di lavorazione (ripresa e postproduzione) nel 2011, ben 465 nel 2012 e 155 nel primo semestre 2013.

Sottolineamo quindi il poderoso incremento tra il 2011 e il 2012, sia nel numero di produzioni sostenute (triplicati), sia nel numero di giornate totale di lavorazione (quasi quintuplicate).

I film finanziati negli anni 2012 e 2013 spaziano dalle commedie targate Cattleya "Il principe abusivo" di Alessandro Siani (400.000 Euro) e "Un boss in salotto" di Luca Miniero (450mila euro), ai film drammatici "Anita B" di Roberto Faenza (400.000 E) e "La migliore offerta" di Giuseppe Tornatore (700mila euro di finanziamento alla produzione), mentre negli anni precedenti un forte sostegno (ben 1,5 milioni di euro) era andato alla fiction Rai "Un passo dal cielo", interpretata da Terence Hill e ambientata in Alta Val Pusteria (e "sottratta" con un certo clamore ad un Trentino allora meno attivo)¹¹;

TAB. 5 SPESA DIRETTA SUL TERRITORIO 2011, 2012 E 1 SEM 2013

	2011	2012	1 H 2013
	6.206.692€	7.359.437€	6.215.254€ *

Fonte: BLS * non ancora rendicontato

mentre l'"effetto territoriale" complessivo prodotto dall'audiovisivo sostenuto da BLS (sommando produzioni sostenute con servizi e produzioni finanziate dal Fondo) nel 2011 è stato di 7,878 milioni di Euro (cfr. Relazione annuale BLS 2011)¹².

¹⁰ Cfr. Cinema e Video International, 28 agosto 2013.

¹¹ Fonte: Film Database www.bls.info

¹² Cfr. *infra* i criteri di erogazione dei finanziamenti e i vincoli di territorialità.

Da segnalare che BLS organizza periodicamente l'iniziativa "Places", Location tour per illustrare ambientazioni di diverse tipologie e e descrivere i benefici derivanti dal finanziamento locale associati alle agevolazioni legate al tax credit.

2.4 Risorse e costi

Il budget amministrato da BLS per la propria gestione, sia nel 2012 che nel 2013, è di quasi 800mila euro (e diventerà di circa 770mila euro nel 2014): si tratta interamente di fondi provinciali, cui si sommano i 5 milioni di euro annuali del Film Fund (vedi *infra*).

Delle risorse complessive vengono destinati l'80% a contributi diretti all'audiovisivo, il 10% in spese di accoglienza e assistenza alle produzioni, il 5% in costi del personale e il restante 5% alla promozione di eventi.

Il budget a disposizione viene ritenuto sostanzialmente adeguato dagli stakeholders interpellati: il Centro Audiovisivi Bolzano¹³ segnala però l'opportunità di incrementare risorse destinate a movie map e alla promozione turistico-culturale delle location cinematografiche, in collaborazione con enti e strutture operanti sul territorio, mentre Bolzano Cinema¹⁴ vorrebbe incrementare le voci "promozione eventi" e "sostegni a festival e strutture cinematografiche".

Le risorse umane della BLS – sezione Film Fund & Commission comprendevano nel 2012:

- 5 unità a tempo indeterminato (project manager),
- 1 unità anno a tempo determinato (location manager),
- 1 unità anno in stage
- 1 consulente.

Erano in numero stabile rispetto all'anno precedente, nonostante venga dichiarata una necessità di integrazione dell'organico con una figura di Amministratore fondi.

2.5 Servizi on line

I principali servizi on line comprendono il sito www.bls.info, disponibile in italiano, inglese e tedesco (con 3.500 utenti unici mensili), e una pagina Facebook (www.facebook.com/blsfilmlocation, aggiornata mediamente trisettimanalmente, con 1.470 Fans attuali).



¹³ Il Centro Audiovisivi di Bolzano in lingua italiana, parallelo a quello in lingua tedesca, promuove e diffonde la cultura audiovisiva, cinematografica e multimediale. Comprende una Mediateca e una Sala Montaggio, organizza proiezioni e presentazioni cinematografiche, sostiene e promuove la produzione audiovisiva sul territorio tramite l'acquisto e la produzione di documentari di rilevante interesse culturale con attinenza al territorio, offrendo in consultazione un catalogo di 140 documentari, e organizzando il premio "Autori da scoprire" per giovani artisti (nel 2005 e nel 2009).

¹⁴ Bolzano Cinema Filmtage è un Festival cinematografico che raccoglie film d'essai o comunque di difficile circuitazione cinematografica, e film di registi emergenti di paesi confinanti con il nostro (e quindi Austria, Svizzera, Germania) raramente o mai proiettati nelle sale. Nel 2013 si è svolto dal 17 al 21 aprile (cfr. www.filmtage.it).

La **Location guide**¹⁵, strutturata in database per tipologie (ad es. “Piazze”, o “Torrenti”) e per topic (es. “Mistico”, o “Industriale”), consta di circa 400 location, censite in schede esaurienti.

Viene ritenuta da BLS rappresentativa al 40% delle location effettivamente disponibili sul territorio; complessivamente adeguata o parzialmente adeguata dagli stakeholders.

La **Production Guide**, denominata “Directory”¹⁶, consiste in un elenco (per tipologie di imprese e ruoli professionali insieme, senza distinzione tra imprese e singoli) aggiornato settimanalmente: consta al momento della rilevazione di 103 aziende e di 250 tra professionisti e artisti. La Directory viene ritenuta rappresentativa da BLS al 90% per le imprese, al 75% per i professionisti e al 80% per gli artisti, e adeguata dagli stakeholders¹⁷.

L’**Archivio produzioni** (denominato “Banca dati progetti”)¹⁸ è invece un database con query per titolo, call del bando, genere, casa di produzione, regista, campo libero, e anche per tipo di finanziamento erogato (finanziamento della pre-produzione, finanziamento della produzione, o sostegno non finanziario). Contiene schede dettagliate di 90 produzioni dal 2009 (20 annue mediamente).

Il sito, oltre ai 3 servizi di base, tutti ad accesso aperto, comprende anche informazioni esaurienti sul Film Fund (con modulistica scaricabile) e sui permessi (ma senza modulistica), le sezioni News, Press, Casting, e viene ritenuto adeguato anche dagli stakeholders: denota in generale un elevato livello di trasparenza (pubblica la relazione annuale - l’ultima disponibile è quella relativa al 2011 – con i dati di dettaglio sulle produzioni assistite e sui finanziamenti erogati), e riferimenti del personale di contatto con dovizia di dettagli informativi. BLS pubblica inoltre sul sito la propria rivista annuale “Take- Magazine for Film professionals”, giunta nel 2013 al suo terzo numero.



Tra i (pochi) punti di debolezza del sito segnaliamo l’assenza di una sezione Formazione, dedicata sia ai corsi di cui BLS è partner sia ai corsi esterni (ad es. di Zelig, cfr. *infra*), tanto più che il training è come vedremo uno dei punti di forza dell’audiovisivo altoatesino, per la presenza di realtà di eccellenza.

2.6 Relazioni istituzionali

BLS dichiara di avere relazioni con le FC attigue (Trentino) per discutere progetti comuni (produzioni finanziate congiuntamente), e con alcuni soggetti istituzionali chiave, in particolare:

- Bolzano Cinema (Festival del cinema di Bolzano)
- Film Association South Tyrol (FAS)¹⁹
- Zelig – scuola di documentario, televisione e nuovi media.

Vengono citati anche l’Ufficio di Cultura Tedesca e di Cultura Italiana (e Centro Audiovisivo Bolzano – centro Trevi) all’interno del Centro Audiovisivo Bolzano.

Gli stakeholders coinvolti reputano adeguate le relazioni tra la FC, il mercato audiovisivo locale, e la Provincia.

¹⁵ www.bls.info/it/film-location/location

¹⁶ www.bls.info/it/film-location/directory/directory

¹⁷ Effettivamente questi dati sono considerabili coerenti con quelli desk forniti da Symbola-Unioncamere.

¹⁸ www.bls.info/it/film-location/finanziamenti/banca-dati-progetti

¹⁹ La Film Association of South Tyrol (FAS) è nata nel 2004 con l’intento di creare un punto di riferimento per chi lavora nel campo dell’audiovisivo sul territorio della provincia di Bolzano: l’Associazione si pone come mezzo per promuovere e sostenere la realizzazione di film in Alto Adige, e come strumento di diffusione e conoscenza del cinema locale e non solo. Raccoglie una quarantina di professionisti attivi nel campo del film a soggetto e documentario, del film d’arte e sperimentale e dell’audiovisivo in genere (autori, registi, produttori, direttori della fotografia e operatori di ripresa, fonici, compositori e sound designer, montatori ecc), 8 società e Zelig Film school. I suoi membri operano in Alto Adige o sono altoatesini che lavorano all’estero e appartengono a tutti e tre i gruppi linguistici. FAS ha sostenuto la nascita sia del Fondo che della FC.

Gli stakeholders valutano come parzialmente adeguato (Centro Audiovisivi Bolzano) o inadeguato (Bolzano Cinema) il coordinamento degli enti locali deputati all'audiovisivo in un vero "sistema cinema", in quanto "non esiste un coordinamento strutturato, i contatti funzionano soprattutto a livello personale" (secondo Bolzano Cinema).

2.7 Obiettivi della FC e giudizio complessivo

A breve e medio termine, BLS indica come propri obiettivi, oltre al proseguimento del Film Fund:

- Sviluppo territoriale (primario)
- Production & location services
- Promozione territoriale.

Più in dettaglio la struttura è impegnata in questa fase a rafforzare ulteriormente le seguenti aree di intervento:

- Sviluppo territoriale: incrementare ulteriormente l'attrattiva dell'Alto Adige come location per le produzioni cinematografiche esterne, e contribuire contemporaneamente alla crescita del prodotto interno lordo complessivo della provincia, affinché la politica e l'economia, la cultura, il mondo della formazione e dell'aggiornamento professionale e il settore finanziario collaborino in maniera attiva e coordinata. "Sulla base di una precisa strategia territoriale saranno acquisite e insediate aziende adatte alla location nonché avviati progetti di formazione e aggiornamento professionale. BLS inoltre sostiene attivamente la creazione di coproduzioni transnazionali capaci di far sedere a un tavolo comune i rispettivi produttori e registi".
- **Production & Location Services:** continuare a sostenere i cineasti durante la pianificazione e la realizzazione delle produzioni in Alto Adige, in termini di ricerca individualizzata di location e personale, e di una prima consulenza legale e fiscale, oltre che nella richiesta delle autorizzazioni alla ripresa.
- **Promozione territoriale: oltre che in termini di PR e di comunicazione on line,** partecipazione ai principali eventi di settore dei mercati di riferimento in Italia, Austria e Germania (organizzando colloqui personali di consulenza con possibili richiedenti ed eventuali interessati, curando ed estendendo le collaborazioni internazionali, e consolidando il posizionamento dell'Alto Adige come piattaforma per l'industria cinematografica di Italia, Austria e Germania).

Tra i propositi per il futuro, BLS dichiara la volontà di disporre di un ulteriore budget, aggiuntivo a quello dedicato al finanziamento delle produzioni e pre-produzioni, per lo sviluppo di particolari misure di intervento, e su generi emergenti (ad esempio progetti transmediali, games, ecc), ed auspica di poter organizzare eventi informativi, tavole rotonde e task force, per sviluppare insieme a istituzioni e imprese misure comuni per rafforzare l'audiovisivo.

Secondo il parere di Bolzano Cinema, obiettivi prioritari dovrebbero essere la promozione della cultura cinematografica sul territorio nel suo complesso, e una sempre maggiore collaborazione con le strutture cinematografiche e festivaliere locali.

Secondo il Centro Audiovisivi Bolzano (ufficio di Cultura italiana) invece le priorità dovrebbero essere la valorizzazione del territorio anche dal punto di vista turistico e culturale, nella tutela della sua specificità, e un investimento nella distribuzione e nella promozione delle opere, per dare maggiore visibilità ai risultati conseguiti dai prodotti finanziati – soprattutto i documentari su storia e cultura locale - dopo i festival o l'eventuale sala, coinvolgendo anche i centri audiovisivi sul territorio.

Il bilancio e il giudizio complessivo degli stakeholders sull'operato della BLS è positivo, anche se vengono considerati migliorabili il grado di conoscenza delle realtà produttiva audiovisiva, e in generale la capacità di sviluppare una vera e propria strategia di sviluppo della produzione locale, e di una programmazione a lungo termine.

3 Fondi

Il Film Fund di BLS, che aderisce a Cineregio, prevede una somma di 5 milioni annui, erogabile indipendentemente dalla sede delle case di produzione che ne fanno richiesta. "BLS accompagna e consiglia i produttori durante tutto il processo di richiesta di erogazione, valuta i progetti presentati con l'ausilio di una commissione di esperti e propone infine le produzioni da finanziare alla Giunta provinciale dell'Alto Adige."

Sono previste tre tipologie di intervento:

- a) finanziamento separato alla Produzione²⁰,
- b) finanziamento separato alla Preproduzione, (intesa come sviluppo del progetto, pre-produzione in senso stretto e in casi eccezionali anche come sviluppo della sceneggiatura)²¹,
- c) finanziamento combinato per la Pre-produzione e la Produzione²².

TAB. 6 BLS FILM FUND ALTO ADIGE

Data di istituzione	Previsto da Legge provinciale n. 1/2011, operativo dal 2011
Periodicità bandi	Presentazione diretta, no bandi
Fasi filiera interessate	Produzione e pre-produzione
Beneficiari	Imprese di produzione, indipendentemente dalla loro sede. In caso di coproduzione internazionale, beneficiario è il produttore italiano per la sua quota
Budget totale annuo	5.000.000 Euro
Prodotti eleggibili	Lungometraggio (> 80') Documentario (> 30') Fiction tv (> 45') Serie tv (> 45') No spot pubblicitari, trasmissioni sportive, di intrattenimento e di informazione
Importo massimo contribuito	Produzione: max 1.500.000 E Preproduzione (sia nel separato che nel combinato): max 50.000 E
Tipologia di contributo	A fondo perduto non superiore al 50% dei costi (per la produzione: eccezionalmente fino all'80%).

²⁰ "Con il finanziamento alla produzione, BLS sostiene i produttori che realizzano del tutto o in parte un progetto cinematografico in Alto Adige; naturalmente questi fondi possono essere cumulati con altre forme di contributo pubblico. Il produttore deve contribuire al finanziamento con un apporto adeguato di risorse finanziarie, anche sotto forma di contanti. La distribuzione del progetto deve già essere assicurata e particolari voci portanti del piano di finanziamento devono già essere confermate o, come minimo, essere state garantite da fonti degne di fiducia. Nel preventivo dettagliato secondo le modalità proprie del settore devono essere messe in evidenza le attività che saranno svolte in Alto Adige. Un coinvolgimento delle infrastrutture cinematografiche locali e del personale disponibile in Alto Adige, nonché la pianificazione di un impegno in materia di formazione, contribuiranno ad una positiva valutazione della domanda. Ogni progetto dovrà inoltre superare un "test culturale" tramite il quale sarà verificato il rispetto delle prescrizioni UE in materia di concessione di sovvenzioni statali e regionali" (cfr. BLS, Take n° 3, Magazine for Film Professionals, 2013).

²¹ Vengono sostenuti esclusivamente progetti che hanno un diretto riferimento culturale con l'Alto Adige, che può essere definito dal soggetto stesso, ma anche dallo staff coinvolto, in particolare dal produttore, dall'autore o dal regista (il semplice fatto che, sulla base del luogo di ambientazione delle riprese, un soggetto sia adatto a una realizzazione in Alto Adige, non viene riconosciuto come riferimento culturale).

²² La richiesta congiunta di finanziamento alla pre-produzione e alla produzione è prevista per progetti di particolare rilevanza per l'Alto Adige come location cinematografica. Particolare attenzione è rivolta ai progetti per i quali la società di produzione deve sostenere spese elevate per le attività di pre-produzione, perché il luogo delle riprese deve essere spostato in Alto Adige, oppure perché il soggetto deve essere adattato alla location altoatesina; viene inoltre data preferenza alle coproduzioni internazionali, in particolare a quelle tra Italia, Germania e Austria.

Vincoli di territorialità	<p>Per il finanziamento alla produzione:</p> <p>Spesa minima sul territorio Alto Adige (con deroghe):</p> <ul style="list-style-type: none"> - 150% del contributo ricevuto, per progetti che non presentino alcun riferimento culturale ad AA e le cui scene principali non siano girate in location riconoscibili AA - 125% per progetti con riferimenti culturali AA o le cui scene principali girate in location riconoscibili AA - 100% per progetti con riferimenti culturali AA e le cui scene principali girate in location riconoscibili AA <p>SPESA MASSIMA: non più del 80% del budget di produzione.</p> <p>Per il finanziamento separato alla pre-produzione:</p> <p>nessun vincolo di spesa (ma deve essere presente un riferimento culturale AA e la realizzazione del progetto deve avvenire prevalentemente in AA)</p>
---------------------------	--

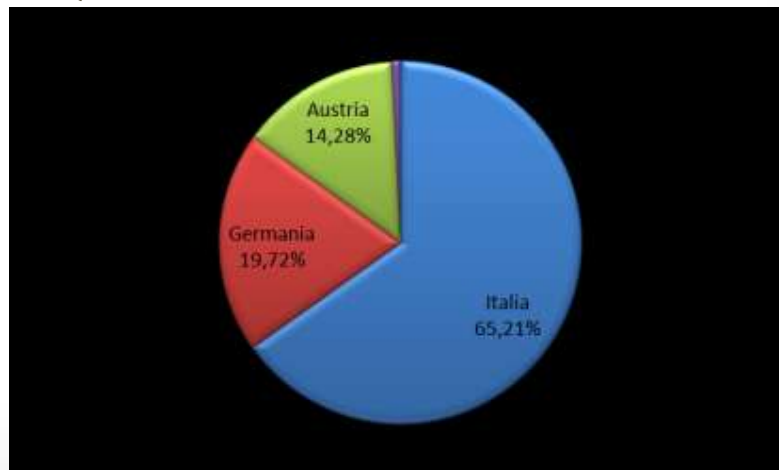
Fonte: Guida ai Fondi Regionali Anica (per maggiori dettagli sul funzionamento operativo: www.anica.it/online/allegati/fondi_regionali/trentino/BLSFilm%20Fund%20Alto%20Adige_190612.pdf)

Per quanto riguarda i generi ammissibili, BLS dichiara di non avere generi elettivi di preferenza rispetto ad altri, ma di analizzare la ricaduta potenziale in termini di spesa territoriale, una volta verificata la presenza sul territorio delle competenze necessarie. Un caso discusso è quello dell'animazione, che attualmente non viene esplicitamente citato dal bando come genere ammissibile (ma nemmeno esplicitamente escluso), cosa che alcuni stakeholders rimproverano a BLS, ipotizzando che il genere possa essere penalizzato, nonostante la lavorazione sia particolarmente estesa nel tempo e il numero delle risorse umane impiegate significativo: da parte sua BLS precisa che, essendo un fondo selettivo e non automatico, la commissione potrebbe comunque includere l'animazione nelle opere sostenute (per quanto ritenuta critica per la mancanza di competenze specifiche sul territorio), come è accaduto ad esempio nel 2013 nel caso del sostegno allo sviluppo di "Clash".

Le risorse del Fondo sono state erogate interamente nel 2011 e nel 2012, e per la quota parte di 3.960.000 Euro nel primo semestre 2013, con un contributo massimo per singola produzione di un milione e mezzo nel 2011, di 700.000 nel 2012, e circa altrettanti nel primo semestre di quest'anno.

Per quanto riguarda la destinazione delle risorse, come evidenziato nel grafico, nel 2012, il 65% dell'ammontare complessivo è stato assegnato a produttori italiani, poco meno del 20% a produttori tedeschi e il 14% circa a produttori austriaci.

FIG. 5 QUOTA FINANZIAMENTO PER NAZIONE DELLA CASA DI PRODUZIONE FINANZIATA

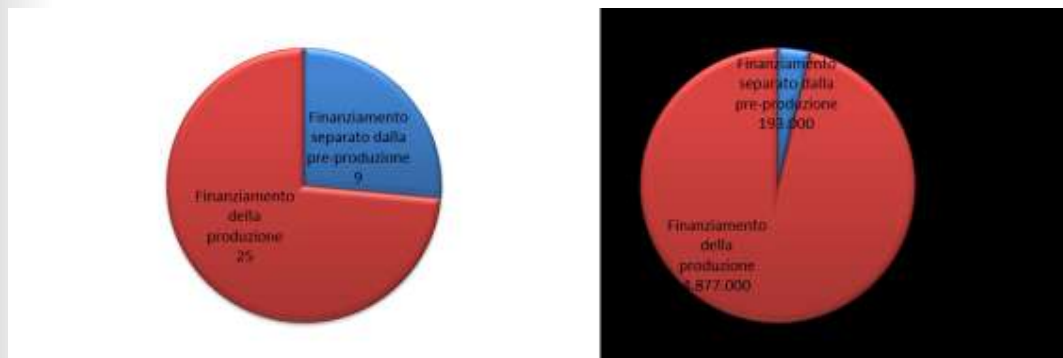


Fonte: BLS, Take 3, 2013

In base agli ultimi dati disponibili sono stati erogati sostegni a 34 progetti di 23 società di produzione, che hanno impegnato 461 giorni di riprese.

Nel dettaglio, 25 progetti sono stati sostenuti in fase di produzione (per complessivi 4.877.000 Euro erogati), mentre i restanti 9 hanno ottenuto contributi per la fase di pre-produzione (per complessivi 193.500).

FIG. 6 N.PROGETTI FINANZIATI E SOMME EROGATE PER TIPOLOGIA DI FASE SOSTENUTA



Fonte: BLS, Take 3, 2013

L'effetto territoriale raggiunto dal solo Fondo²³ è stato di due milioni e mezzo di Euro, pari al 162% dell'investimento (Fonte: BLS, Take 2013, n°3).

Il budget di 5 milioni di Euro è stato ufficialmente riconfermato per il 2014, mentre per la conferma negli anni successivi bisognerà attendere l'esito delle elezioni locali, indette a fine ottobre 2013.

Vi sono inoltre, disponibili sul territorio, altri fondi minori, non gestiti da BLS: un piccolo fondo dell'Ufficio di cultura tedesca per opere (anche audiovisive) di giovani artisti, e fondi FSE - Fondo Sociale Europeo per progetti specifici di formazione.

I fondi sono complessivamente ritenuti dagli stakeholders rispondenti parzialmente adeguati: il Centro Audiovisivi Bolzano indica come area di miglioramento un maggior coordinamento tra gli enti nell'allocazione delle risorse, pur nel rispetto delle loro differenti mission, mentre Bolzano Cinema segnala la mancanza di sostegni adeguati per il film festival e le strutture cinematografiche.

4 Eccellenze locali e internazionalizzazione

Tra i settori che la regione sembra aver voluto privilegiare, anche per garantire alle imprese che girano sul territorio un'adeguata offerta di servizi, figurano in particolare i service tecnici, considerati essenziali per il decollo di una industria locale dell'audiovisivo: da notare in proposito la nascita recente di varie strutture già attive in altri territori, che hanno deciso di aprire filiali altoatesine (cittiamo ad esempio Panalight Sudtirolo, Movie People Sudtirolo, Rec Alto Adige Sudtirolo, la tedesca Maier Bros)²⁴.

Bolzano Cinema individua come soggetti di eccellenza, oltre alla BLS stessa, la scuola di cinema Zelig (quest'ultima individuata, anche in rappresentanza del genere del documentario, anche dal Centro Audiovisivi Bolzano).

²³ I dati sulla spesa territoriale precedentemente citati erano invece relativi all'intera attività di BLS, che comprende anche la fornitura di servizi a produzioni non finanziate dal Fondo.

²⁴ Panalight, presente a Roma e Milano, si è associata alla Helios, società altoatesina di produzione e comunicazione, per un'offerta di mezzi tecnici e trasporti; Movie People di Milano alla Leur trasporti; la Rec romana ha aperto nella primavera 2013 una filia a Merano, dove è attiva anche la Maier Bros di Colonia. Cfr. Sudtirolo Valley, di Chiara Gelato, in Cinema & Video International, 29 agosto 2013.

Il livello di internazionalizzazione viene ritenuto adeguato dagli stakeholders interpellati. La localizzazione del territorio, come crocevia tra Nord e Sud Europa, colloca naturalmente l'Alto Adige in una posizione privilegiata in questo senso.

La capacità delle case di produzione di intercettare i fondi del Programma Media è abbastanza ridotta considerando che, secondo i dati forniti da Antenna Media Torino la quota complessiva del Trentino Alto Adige ha oscillato negli ultimi 3 anni tra il 3,3% del 2011 e il 3,8% del 2012²⁵.

Va aggiunto che la maggior parte delle risorse è stata erogata a Zelig Film School (su cui ci soffermeremo nel prossimo paragrafo) per la Formazione Continua.

5 Formazione

Sul territorio vengono svolte rilevanti iniziative di formazione sia gestite direttamente dalla FC sia promosse da altri soggetti attivi nel settore.

5.1 Iniziative gestite direttamente dalla FC

Un'iniziativa gestita direttamente e annualmente da BLS è **Incontri**: si tratta di uno Script Lab per lo sviluppo di soggetti cinematografici, gratuito per i partecipanti, individuati tra sceneggiatori delle aree linguistiche italiana e tedesca, che lavorano al proprio progetto con un collaudato team di esperti internazionali per alcuni mesi (sia in workshop in presenza in lingua inglese, che assistiti online), sviluppandolo fino alla Bibbia: un trattamento pronto per il mercato, che la BLS presenterà in pitching, festival ed eventi di networking a produttori in Italia, Germania e Austria. Il progetto vincitore si aggiudica un Development Award di 5.000 Euro e potrà prendere parte a "Racconti Residency", un soggiorno di tre settimane finalizzato alla scrittura e alla ricerca, mentre i produttori coinvolti possono richiedere a BLS un finanziamento per un ulteriore sviluppo del progetto. Il focus è su progetti i cui contenuti abbiano un forte collegamento con l'Alto Adige e che siano adatti a una coproduzione tra i tre paesi.

Ad esempio la Call for entries 2012/13 raccoglie idee per serie tv (lunga serialità da 50', miniserie da 2-6 episodi x 100', webseries da 3'-8', tranne soap e daily series), svolte in Alto Adige e su contenuti legati alla provincia.

Un'ulteriore iniziativa, promossa da BLS, organizzata e gestita da Zelig e finanziata dal FSE, è **Movie-It** (cfr. *infra*).

5.2 Altre iniziative formative

La realtà formativa più significativa sul territorio è rappresentata da **Zelig - Scuola di Documentario, Televisione e Nuovi Media**, storica realtà di eccellenza fondata già nel 1988, da una cooperativa di produttori, operatori Rai e operatori culturali, come scuola professionale di tecnici cinetelvisivi. A seguito di una ricerca di mercato condotta nel 1999 con Doc.it Associazione Documentaristi Italiani, l'Associazione Documentaristi Tedeschi, European Documentary Network e PACT, è stato individuato come focus didattico il documentario (anche se recentemente si è aperto anche al crossmedia, gaming incluso), una nicchia allora ancora non coperta da altre offerte formative.

Il corso è internazionale (ha mediamente solo il 50% di studenti italiani, e sono in crescita gli extra-europei), e ha una ricaduta occupazionale del 90% (e al 90% fuori dall'Italia). Dal punto di vista didattico, ha scelto di non avere un corpo docenti fisso, ma professionisti internazionali che non insegnano su base continuativa, e che vengono a Bolzano per una o due settimane di docenza: questa scelta privilegia docenti attivi nel mondo del lavoro, motivati, e che possono offrire agli allievi reali occasioni professionali.

Altre iniziative formative sono:

²⁵ Nel dettaglio: 226.000 Euro nel 2010, pari allo 3,6% del totale italiano di 6,3 milioni; meno di 200.000 nel 2011, pari allo 3,3% del totale italiano di 6 milioni, e poco più di 300.000 Euro nel 2012, cioè il 3,8% del totale italiano di 7,9 milioni.

- EsoDoc-European Social Documentary: un progetto formativo in lingua inglese, sostenuto dal programma MEDIA dell'Unione Europea, focalizzato su documentari multiplatforma su tematiche di comunicazione sociale delle ONG, quali i diritti umani, la giustizia sociale e la protezione ambientale, in particolare nei paesi in via di sviluppo. Nell'arco di 6 mesi, ESODoc offre tre sessioni di una settimana ciascuna, durante le quali i partecipanti, sia individualmente che in gruppo, sviluppano un progetto di film documentario.
- Il già citato Movie-It, organizzato e gestito da Zelig in partnership con BLS e finanziato dal FSE: si tratta di corsi professionali brevi (moduli di 50/100 ore) per assistenti di produzione cinematografica (microfonista, assistente operatore, assistente scenografo/attrezzista) residenti in Alto Adige, già in possesso di esperienze professionali specifiche. Il fabbisogno di un percorso formativo per le professioni di assistenza alle produzioni cinematografiche è stato rilevato e valutato da BLS, FAS – Film Association South Tyrol e ZeLIG, che ne hanno definito congiuntamente obiettivi e contenuti: nella prima edizione del corso (primavera 2012) sono stati formati assistenti per il reparto di produzione (segretario di produzione e di edizione, location scout) e di camera (aiuto operatore, macchinista, elettricista), e anche l'obiettivo della seconda edizione del corso (primavera 2013) è quello di "fornire personale specializzato per le mansioni di assistenza di alto livello, per poter posizionare e confermare l'Alto Adige quale ideale localizzazione per l'economia cinematografica" (cfr. www.bls.info)²⁶.
- "Raccontare l'avventura", un workshop in lingua italiana per filmmaker professionisti su come si racconta la montagna e l'alpinismo, dallo sviluppo del progetto alla preparazione ai pitching; è un'iniziativa che si svolge dal 2006, organizzata da ZeLIG col TrentoFilmfestival, e poi sposata anche da Trentino Film Commission²⁷.

ZeLIG è anche una **casa di produzione** per film, documentari e progetti cross-media, che fornisce quindi occasioni lavorative ai propri corsisti.

ZeLIG percepisce come proprio punto di forza e conseguentemente come punto di forza dei propri diplomati, il fatto di concepire il film come un lavoro collettivo, in cui anche chi studia regia o fotografia non considera degradante o sminuente ricoprire ruoli tecnici di assistente o macchinista: un'artigianalità "europea" dell'audiovisivo si contrappone per certi versi ad una concezione "artistica", che ha forse troppo incoraggiato in passato le rivendicazioni autoriali degli studenti di cinema italiani, attratti dalle gratificazioni di ruoli cosiddetti "artistici" quali regista e autore, causando una sovrabbondanza di offerta formativa per questi ruoli (che ha assecondato le richieste del mercato degli studenti ma non l'effettivo assorbimento occupazionale). Anche la metodologia didattica è quindi quella di una scuola professionale, che insegna la teoria partendo dalla pratica, e che ha rifiutato di farsi assorbire da un'Università.

ZeLIG è membro delle associazioni internazionali ed europee delle scuole di cinema Geect e Cilect, delle Associazioni documentaristi della Germania Ag Dok e dell'Italia Doc/it (di cui è cofondatore), e dell'EDN - European Documentary Network, ed è quindi ben raccordata sia con esperienze internazionali formative di eccellenza con le associazioni professionali di riferimento²⁸.

²⁶ "Fino a due anni fa in Alto Adige mancava del tutto personale addetto al settore cinema. Ora i corsi per assistente operatore e Digital Imaging Technician tenuti dalla Zelig, in cui ...Rec Alto Adige Sudtirolo mette a disposizione le telecamere a titolo gratuito, si moltiplicano. Perché non ha senso offrire macchine e attrezzature tecniche in assenza di personale specializzato". Intervista di Chiara Gelato a Daria Avenia, titolare di Rec Alto Adige Sudtirolo, in "Cinema & Video International", 28 agosto 2013.

²⁷ Vi sono inoltre due programmi sulla collaborazione con l'India: LINCT - Leveraging International Networks for Co-Productions and Training, che ha lo scopo di creare un dialogo per la promozione delle co-produzioni di documentari tra India ed Europa, e EsoDoc India, piattaforma comune per documentaristi indiani ed europei per progetti adatti ad entrambi i mercati, sui temi del sociale e della protezione ambientale.

²⁸ Zelig fa inoltre parte del progetto di "Centro di eccellenza dell'Alta Formazione dell'Alto Adige", insieme ad altre tre scuole; il progetto, promosso fino ad oggi dalla Formazione professionale della provincia, prevede il mantenimento della specificità delle tre scuole, ma corsi trasversali (es. storia dell'arte, pitching...).

Il parere di Heidi Gronauer, Direttrice della Scuola da più di vent'anni, è che lo Stato non dovrebbe finanziare unicamente il Centro sperimentale come Scuola di cinema nazionale, ma anche scuole sul territorio, purchè non abbiano una connotazione puramente locale ma anzi una vocazione internazionale.

5.3 Formazione intesa come matchmaking

L'Alto Adige si dimostra un benchmark anche sotto l'aspetto della formazione intesa come matchmaking, e quindi intesa non come formazione d'aula passiva ma come organizzazione di incontri tra domanda e offerta audiovisiva.

L'iniziativa locale in questo senso è **Incontri-Coproduction Meeting**, giunta alla terza edizione (aprile 2013): eventi per favorire coproduzioni internazionali tra Italia, Germania, Austria e Svizzera, a cui sono invitati anche filmmakers, società di produzione, service.

5.4 Bilancio dell'adeguatezza dell'offerta formativa

L'offerta formativa regionale viene ritenuta adeguata dal Centro Audiovisivi Bolzano e dalla Film Association South Tyrol (quest'ultima soprattutto le iniziative sulle figure tecniche, nel breve termine), mentre Bolzano Cinema considera insufficienti i servizi erogati da BLS stessa, e sottolinea come criticità il fatto che i finanziamenti alla scuola Zelig non siano assicurati per gli anni futuri, impedendo quindi la realizzazione di progetti a medio e lungo termine.

I produttori locali indicano invece come gap formativo quello legato alle basi legali e amministrative della produzione cinematografica (una tematica in realtà considerabile latitante in generale nella formazione audiovisiva italiana tout court, che privilegia, soprattutto nella formazione iniziale, tematiche più "artistiche").

6 Le strategie dell'audiovisivo regionale

L'Alto Adige appare attualmente, e finchè verrà confermata la disponibilità finanziaria per il sostegno alle produzioni, un'importante riferimento per il settore a livello nazionale e internazionale, e un polo di grande attrattività, oltre che un modello positivo nell'interpretare l'audiovisivo come industria. L'incentivo è stato tale per cui nei momenti di massima concentrazione di riprese sul territorio, nell'estate 2013, è emersa la carenza di un numero maggiore di professionisti e maestranze locali, e di un'infrastruttura professionale per le produzioni esterne, fattori che appaiono ora come nuovi obiettivi per le istituzioni di sostegno locali. Per quanto riguarda lo stimolo dato ai player locali a creare nuove strutture per la produzione e a sviluppare progetti da realizzare in Alto Adige, anche questo obiettivo deve essere proseguito incentivandone l'internazionalizzazione²⁹.

6.1 Punti di forza e di debolezza, opportunità e minacce

Punti di forza della regione sono considerati da BLS stessa e dagli stakeholders:

- plurilinguismo (italiano-tedesco-ladino),
- multiculturalità, e vicinanza al mercato tedesco (e quindi terreno fertile per le coproduzioni),
- ricchezza di location,
- serietà del personale e delle istituzioni/service locali,
- forte tradizione documentaristica,
- l'interesse pubblico per il settore e alle capacità organizzative delle strutture protagoniste.
- la solidità del contesto economico di base e lo spirito imprenditoriale della provincia.

Per contro sono individuati come **punti di debolezza**:

- l'ancora giovane età della Film Commission rispetto ad altri territori,
- la scarsa sensibilità cinematografica della popolazione,

²⁹ Cfr. Intervista a Christiana Wertz, Direttore di Film Fund & Commission BLS, in BLS, Take 3, 2013.

- l'assenza, fino a qualche tempo fa, e oggi, come detto, parzialmente colmata, di strutture tecniche e di esperienza nel cinema, e quindi di conoscenza delle pratiche produttive concrete,
- la mancanza di una garanzia a lungo termine sull'esistenza del Fondo, confermato annualmente, e in generale la mancanza di una strategia politica completa per lo sviluppo del settore in regione.

Una **minaccia** è quindi rappresentata dalla politica, e dal timore che le risorse finora assegnate alla FC e al settore cinema in generale possano decrescere in futuro, in un contesto di grande concorrenza da parte delle produzioni romane ed europee in generale: la preoccupazione che la dotazione finanziaria possa in futuro essere cancellata o limitata, ostacola investimenti a lungo termine, e fa sì che si guardi con preoccupazione alla permanenza sul territorio di società qui emigrate perché attratte da incentivi.

L'opportunità è quella di una sempre maggior collaborazione con società di produzione internazionali da un lato, e tra enti locali e nazionali dall'altro, anche grazie ad una solida attitudine e motivazione imprenditoriale del territorio: la vocazione da sostenere non dev'essere solo quella riduttiva della rappresentazione audiovisiva della montagna, ma l'interculturalità in generale.

6.2 Obiettivi e azioni da intraprendere

BLS dichiara come strategie e strumenti necessari per il sostegno al comparto:

- una combinazione tra finanziamenti regionali e nazionali ed europei, come tra fondi orientati verso la dimensione economica (legata alle spese generate su un territorio) e fondi attenti alla dimensione culturale di un progetto;
- misure di finanziamento che sostengano la struttura imprenditoriale e l'approccio imprenditoriale delle case di produzione, che tengano conto del futuro digitale del settore e che conducano le case di produzione verso questa trasformazione, che tengano conto del necessario sviluppo delle infrastrutture di questo settore, e che finanzino le cooperazioni internazionali e i progetti sfruttabili a livello internazionale.

Le azioni da intraprendere indicate dagli stakeholders suggeriscono inoltre varie direzioni di lavoro:

- Sostegno alla Formazione
- Sostegno allo Sviluppo
- Sostegno ai Cortometraggi
- Ridistribuzione più equa (territorialmente) del budget nazionale Rai
- Tax credit (interno ed esterno)
- "sburocratizzazione"
- Sostegno alle "piccole produzioni che fanno crescere"
- Ma soprattutto la possibilità di offrire prospettive a lungo termine, che inducano a fare investimenti.

Il quadro generale auspicato è quello di "un serio fondo per il cinema nazionale che tenga conto delle realtà produttive regionali e non si focalizzi solo su Roma".

Panel stakeholder³⁰

Istituzione	Intervistato	Qualifica	Strumento
BLS – Film Fund & Location	Christiana Wertz	Direttore	Questionario
	Carmen Cian	Film Production & Location Service	Questionario + intervista telefonica
Bolzano Cinema Filmtage	Helene Christanell	Direttore	Questionario
Centro Audiovisivi Bolzano – Ufficio di cultura italiana	Lucia Piva	Vicedirettrice ripartizione cultura italiana della Provincia di Bolzano e Direttrice dell'Uff. Educazione Permanente, biblioteche audiovisivi	Questionario
	Romy Vallazza	Coordinatrice del Centro audiovisivo Trevi	
Film Association South Tyrol; Filmberg/Helios	Patrick Kofler	Presidente; Titolare	Questionario
Miramonte Film ³¹	Andreas Pichler	Titolare, Regista e produttore	Questionario
Zelig Film School	Heidi Gronauer	Direttore	Intervista telefonica

³⁰ Una richiesta di compilazione di un questionario sulle politiche generali dell'audiovisivo era stata inviata e sollecitata anche a Ulrich Stofler, Direttore BLS, che ha delegato Christiana Wertz.

³¹ Miramonte Film è una società di produzione fondata nel 2004 e dedicata alla produzione di documentari di creazione e audiovisivi su commessa, per il mercato locale e internazionale.