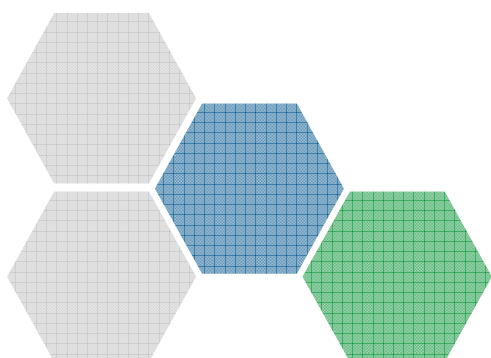


**FABBISOGNI FORMATIVI EMERGENTI NELLA
FILIERA AUDIOVISIVA LAZIALE:
L'INTERNATIONAL FILM PROMOTER**

MOVEUP



Anno 2015

Fabbisogni formativi emergenti nella filiera audiovisiva laziale: il caso dell'International Film Promoter

Negli anni scorsi (in particolare nel triennio 2010-2012) sono state realizzate delle **analisi annuali sul mercato del lavoro laziale** che hanno approfondito in particolare alcuni settori economici considerati più promettenti dal punto di vista della capacità di assorbimento occupazionale. La finalità di tali analisi è stata sempre quella d'individuare aree economiche in cui Ass.For.SEO potesse investire con maggior efficacia, ovvero progettare interventi formativi in grado di fornire maggiori garanzie occupazionali ai suoi vari target di utenza. Nel 2013 invece, fermo restando il monitoraggio continuo dei predetti aspetti¹, la relazione annuale - partendo dall'evidenza di un impatto della crisi sempre più forte sul sistema economico regionale - si è soffermata sull'analisi di alcune **linee guida generali per la formazione** affinché questa possa dare un significativo contributo al superamento della crisi. Quindi nel 2014 la relazione annuale ha adottato un approccio di tipo monografico - **centrato cioè sul settore della cooperazione** - fornendo una sintesi di una ricerca più ampia realizzata nell'ambito della Sovvenzione globale "S.COOP: Servizi per il mondo delle COOPERative"² e da cui è emerso che quello

¹ Ass.For.SEO effettua un costante monitoraggio della situazione socio-economica del Lazio, e dei relativi fabbisogni formativi e occupazionali, attività peraltro richiesta dal sistema di accreditamento degli organismi di formazione della Regione Lazio. In particolare negli anni scorsi si è preso spunto dalle analisi previsionali al 2015 realizzate da ISFOL e IRS (cfr. *ISFOL/IRS, Fabbisogni professionali on line*: <http://professionioccupazione.isfol.it/>). Per le numerose altre fonti utilizzate si veda l'Allegato II.2 previsto dal sistema di accreditamento regionale (*Documento di osservazione periodica del contesto di riferimento*) e relativa "griglia ipertestuale" per il monitoraggio periodico dei principali siti web di riferimento. Inoltre i dati e le informazioni raccolte a livello desk vengono costantemente integrate attraverso l'analisi dei dati dei progetti della società (formativi e non) recentemente conclusi o in fase di realizzazione. Assai utili anche altri canali d'informazione generalmente usati da Ass.For.SEO quali ad esempio: partecipazione a convegni, seminari ed eventi di settore; interviste non strutturate con docenti e consulenti di riferimento; rapporti con partners e altri interlocutori privilegiati; impressioni raccolte presso i principali stakeholders territoriali di riferimento.

² Sovvenzione Globale finalizzata allo sviluppo e al consolidamento delle imprese cooperative del Lazio - *PO FSE Regione Lazio 2007-2013 - Asse I Adattabilità, obiettivi a) e c) - Asse II Occupabilità, obiettivo e)* - nell'ambito

delle imprese cooperative è un segmento che sta mostrando una certa capacità di resistenza alla crisi.

Proseguendo sulla linea intrapresa nel 2014, anche quest'anno la relazione annuale intende soffermarsi su uno specifico settore – quello dell'**audiovisivo e delle Industrie culturali e creative in genere** - ampiamente frequentato in questi ultimi, anche in questo caso nell'ambito di una Sovvenzione globale finanziata dalla Regione Lazio: **MOVIE UP**³.

A partire soprattutto dagli anni novanta il tema dell'**economia creativa** ha iniziato a suscitare una crescente attenzione grazie alla diffusione di numerosi studi e ricerche tese ad evidenziare l'importanza di quei settori economici caratterizzati principalmente dall'apporto - oltre che delle capacità tecnico/artistiche degli operatori - della creatività e dell'innovazione. Oggi quindi si parla correntemente di **Industrie Culturali e Creative (ICC)** come uno dei settori dell'economia globale caratterizzati dai maggiori tassi di crescita e che comprende non solo le aree artistiche tradizionali (ad es. arti visive, arti performative, letteratura, musica, etc.) ma anche design, moda, artigianato, intrattenimento, industria del gusto, etc.

Alcuni dati aiutano a comprendere meglio la crescente importanza economica delle ICC:

- a livello europeo il numero di lavoratori creativi impiegati nel periodo 2005-2008 ammonta a 19,2 milioni e rappresenta il 7,2% della forza lavoro; oltre la metà di tali lavoratori (il 51,6%) risiede

della quale Ass.For.SEO opera come Organismo Intermedio della Regione Lazio. Per la ricerca completa ed ulteriori informazioni sul progetto: www.sovvenzioneglobalescoop.it

³ *MOVIE UP - Sovvenzione Globale finalizzata al consolidamento e trasferimento di competenze degli operatori del settore audiovisivo per l'internazionalizzazione - POR Lazio FSE - Obiettivo 2 Competitività Regionale e Occupazione 2007-2013 - Asse I Adattabilità - Obiettivo specifico c).* Per ulteriori informazioni, ivi incluso un analitico rapporto di ricerca sulla filiera audiovisiva laziale:

<http://www.sovvenzioneglobalemovieup.it/>

nel Regno Unito, in Francia, Germania e Italia (cfr. *Territorial Dynamics in Europe – The Creative Workforce, ESPON, 2012*);

- a livello italiano le ICC contano circa 460.000 aziende, occupano 1,5 milioni di addetti (5,7% del totale degli occupati) e determinano il 5% del PIL (cfr. *L'Italia che verrà: Rapporto sull'industria culturale in Italia, Symbola-Unioncamere, 2013*).

Le ICC, nel loro complesso, rappresentano un comparto estremamente variegato, con confini in continua evoluzione e pertanto sono difficilmente catturabili in una definizione univoca. Una definizione piuttosto condivisa è comunque quella contenuta nella Convenzione Unesco del 2005 per la protezione e la promozione della diversità delle espressioni culturali che identifica le industrie culturali come quelle che *"producono beni, servizi e attività considerate – per i loro attributi, scopi e caratteristiche – culturali, indipendentemente dal valore economico intrinseco"*.

Più recentemente anche la Commissione Europea (*Libro Verde "Le industrie culturali e creative: un potenziale da sfruttare", 2010*) ha riconosciuto l'importanza del settore per lo sviluppo e per l'occupazione fornendo tra l'altro una definizione più ampia e in linea con le evoluzioni più recenti. Per ICC s'intendono quelle **"industrie che producono e distribuiscono beni o servizi che, quando vengono concepite, sono considerate possedere un carattere, un uso o uno scopo specifici che incorporano o trasmettono espressioni culturali, quale che sia il loro valore commerciale;..... "oltre ai settori tradizionali delle arti (ad es. spettacolo dal vivo, arti visive, patrimonio culturale, etc.) questi beni e servizi comprendono anche film, dvd, video, televisione e radio, videogiochi, nuovi media, musica, libri e stampa"**.

Ad ogni modo – al di là delle differenze terminologiche – si possono rilevare alcune caratteristiche di fondo comuni al variegato mondo delle ICC:

- prevalenza di PMI, ditte individuali e liberi professionisti;

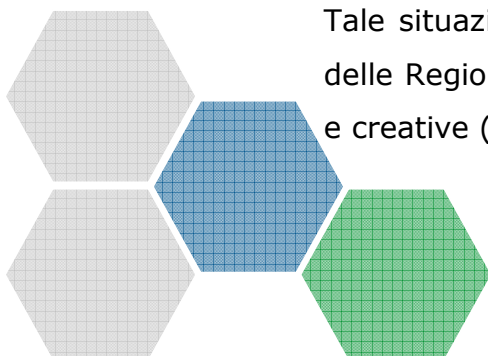
- *alto tasso d'innovazione tecnologica, non-tecnologica e sociale;*
- *alto contenuto di conoscenza;*
- *multidisciplinarietà e varietà nei settori di applicazione.*

Rispetto ai trend futuri già si parla di **distretti culturali** quale naturale evoluzione dei distretti industriali. In particolare tali distretti - indissolubilmente legati al territorio, al *genius loci* e alla comunità - individuano nella cultura, nell'arte e nei beni culturali il loro principale driver d'innovazione. Si tratta di un trend estremamente interessante che può e deve interessare in modo significativo il contesto regionale. In effetti, andando ad analizzare più specificamente la situazione del Lazio, secondo Unioncamere Lazio (*Relazione sulla situazione economica del Lazio 2012-2013*) **il Lazio presenta uno dei maggiori punti di concentrazione di ICC, sia a livello nazionale che internazionale.** In particolare emergono soprattutto i seguenti dati:

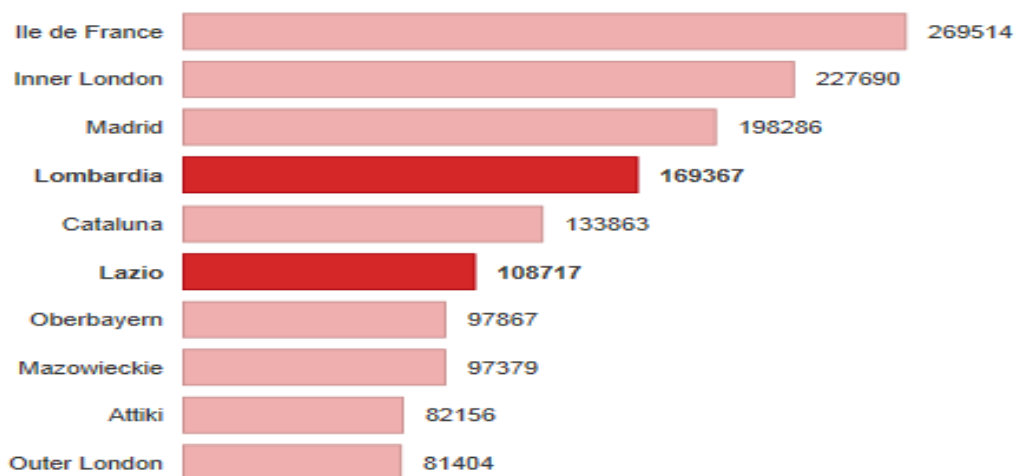
- ✓ numero di imprese: 51.248, pari all'11,6% del totale nazionale e all'8,4% rispetto al totale dell'economia regionale (oltre un punto in più rispetto alla media nazionale);
- ✓ valore aggiunto: oltre 10,6 Miliardi di euro, pari al 14% del totale nazionale e al 6,8% rispetto al totale dell'economia regionale (un punto e mezzo in più rispetto alla media nazionale);
- ✓ occupazione: circa 160.000 addetti, pari all'11,6% del totale nazionale e al 6,3% rispetto al totale dell'economia regionale (1,3 punti in più rispetto alla media nazionale).

Si tratta di una situazione confermata anche da altre fonti. Ad esempio interrogando il data base del sito specializzato www.clusterobservatory.eu emerge che **il Lazio si colloca ai vertici a livello europeo** dove il podio è occupato da tre grandi capitali - Île-de-France (Parigi), Inner London e Madrid - seguite da Lombardia, Catalogna e appunto dal Lazio.

Tale situazione è illustrata nel grafico seguente che mostra la Top 10 delle Regioni europee per livello di occupazione nelle industrie culturali e creative (dati 2011).



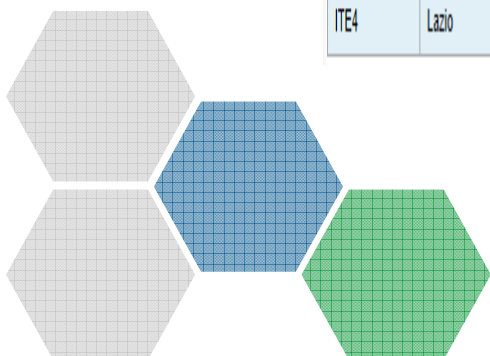
Top 10 delle Regioni europee per livello di occupazione nelle Industrie Culturali e Creative



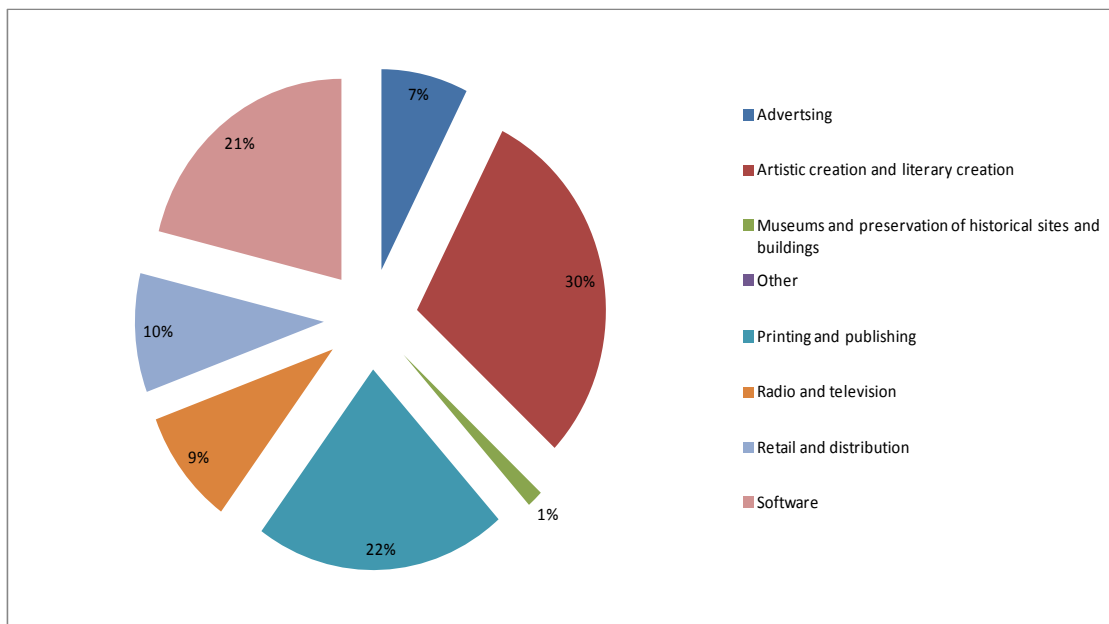
La tabella sottostante e il grafico che segue forniscono invece un dettaglio della distribuzione dell'occupazione laziale nei principali segmenti delle ICC da cui emerge **il ruolo trainante dell'ICT, dei servizi radio-televisivi (e dell'audiovisivo in genere), seguiti dalle attività di creazione artistica e letteraria.**

L'occupazione nel Lazio nelle ICC: valori assoluti

Code	Region	Year	Sectors	Employees
ITE4	Lazio	2011	Advertising	5410
ITE4	Lazio	2011	Artistic creation and literary creation	22434
ITE4	Lazio	2011	Museums and preservation of historical sites and buildings	1561
ITE4	Lazio	2011	Other	
ITE4	Lazio	2011	Printing and publishing	15847
ITE4	Lazio	2011	Radio and television	28529
ITE4	Lazio	2011	Retail and distribution	6281
ITE4	Lazio	2011	Software	28655



L'occupazione nel Lazio nelle ICC: distribuzione percentuale

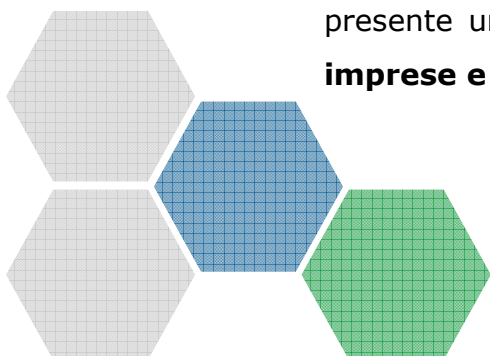


Andando ad approfondire, si evidenzia che **il Lazio detiene una consolidata leadership nel panorama cinematografico e audiovisivo nazionale** e in particolare secondo dati Isicult (*Istituto Italiano per l'Industria Culturale*):

- il 69% del totale nazionale delle imprese cinematografiche e audiovisive ha sede nel Lazio;
- il 27% del totale nazionale degli occupati nel settore lavora nel Lazio;
- l'1,4% del totale della forza-lavoro del Lazio è occupato nel settore.

Isicult stima anche che **tra un terzo e la metà dell'intera produzione cinematografica nazionale viene realizzata nel Lazio** e la situazione è ancora più marcata per quanto riguarda la produzione di "fiction": nel Lazio ha sede il 60% del totale nazionale dei "produttori indipendenti".

In sostanza l'audiovisivo è la seconda industria del Lazio dove è presente una vera e propria filiera in cui si concentrano circa **3.400 imprese e 27.000 addetti**.



Oltre a tale impatto diretto l'audiovisivo – e in particolare il settore cinematografico – determina ulteriori **effetti di moltiplicazione dei consumi** che stimolano a loro volta altri settori produttivi e l'economia regionale nel suo complesso. A tal riguardo si evidenzia che Ass.For.SEO ha realizzato una ricerca di settore nell'ambito della citata ***Sovvenzione globale Movie-up*** da cui è emerso che ogni euro investito in uno dei progetti ammessi al Fondo Regionale per il Cinema e l'Audiovisivo viene moltiplicato per 3,67 in termini d'impatto sull'economia locale.

Ferma restando la dimensione regionale del fenomeno è opportuno ricordare che il comparto audiovisivo regionale presenta una **fortissima concentrazione in Provincia di Roma e in particolare nel territorio romano rispetto al quale si può parlare di un vero e proprio "distretto"**.

Secondo una ricerca di Sviluppo Lazio (*Quaderni di Economia Regionale: "L'impresa culturale: il distretto Audiovisivo nel Lazio, 2008*) in Provincia di Roma (specie sul territorio di Roma) si concentra il 93% delle imprese audiovisive del Lazio. In particolare secondo un'altra ricerca (*CENSIS/CCIAA di Roma, Impresa, territorio e direttrici di sviluppo nel sistema Lazio: una mappa ragionata del capitale produttivo regionale - 2010*) è in corso una polarizzazione nascente che fa capo a Formello verso cui è in atto un processo di delocalizzazione delle imprese dell'audiovisivo a partire dalle zone urbane (Prati e Saxa Rubra) e dall'area dei Castelli.

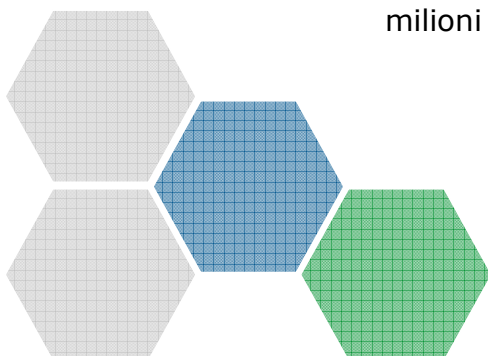
Dati più recenti e specifici per il settore cinematografico sono stati raccolti da Ass.For.SEO nell'ambito della citata ricerca Movie up ed attestano che sul territorio romano si contano **oltre 250 società di produzione**, generalmente di piccola/media dimensione, la cui attività è il più delle volte orientata allo sviluppo di un ridotto numero di progetti. Relativamente ai distributori cinematografici si contano circa **60 società** alcune delle quali sono coinvolte anche nella fase di produzione. Gli operatori integrati verticalmente nella filiera produttiva sono generalmente quelli di maggiori dimensioni (ad es. Rai Cinema, Medusa, Moviemax, etc.) e sono capaci di unire le funzioni di

produzione e pianificazione finanziaria con quelle di distribuzione e marketing.

Un aspetto problematico da evidenziare riguarda invece l'apertura internazionale di questa filiera. In effetti negli ultimi anni l'incidenza delle esportazioni di prodotti audiovisivi regionali sul totale dell'export nazionale del settore ha iniziato a diminuire in modo sensibile: da circa l'80% dello scorso decennio al 56% del 2011 (secondo una ricerca presentata nel 2013 dall'Unione industriali regionale, "*Internazionalizzazione: driver di sviluppo dell'audiovisivo italiano*").

Più in generale, continua a registrarsi una certa marginalità dell'export dell'audiovisivo italiano rispetto ai principali competitor europei (Francia, Germania, Regno Unito, Spagna) e ad esempio appena il 10% degli incassi globali dei film italiani deriva dall'estero contro il 25% del cinema francese. Inoltre l'Europa continua ad essere la destinazione più importante per il nostro cinema che invece ancora non riesce a penetrare adeguatamente altri mercati internazionali con forti trend di crescita (ad es. America latina, Paesi del Golfo, Cina e Sud-asiatico). In sostanza **la ridotta proiezione internazionale rappresenta il principale punto di debolezza dell'audiovisivo, regionale e nazionale, e in particolare del cinema.** Questa debolezza è confermata anche da altri indicatori che sintetizzano il peso del nostro cinema nello scenario internazionale:

- il numero delle co-produzioni italiane è decisamente inferiore rispetto a quello degli altri grandi paesi europei e sostanzialmente stabile nel periodo 2005-2010 (con una media annua attorno alle 30 unità contro le circa 50 della Germania le oltre 80 della Francia);
- gli investimenti esteri nel cinema italiano non solo sono molto distanti dai paesi leader in Europa (Gran Bretagna innanzitutto quindi Francia) ma sono in costante diminuzione (dati annuali in milioni di euro: 2008: 105; 2009: 144; 2010: 112; 2011: 90).



Dunque delineato questo quadro generale si può affermare che lo sviluppo delle ICC - e del cinema/audiovisivo in particolare (considerata la sua già notevole rilevanza per l'economia regionale) - potrebbe avere effetti molto significativi in termini di nuova occupazione. In effetti secondo dati dell'Indagine Excelsior del Ministero del lavoro (*Cultura e creatività: gli sbocchi di lavoro per i giovani, 2012*) **nel Lazio si stima che su 100 assunzioni non stagionali pianificate dalle imprese circa 15-16 riguardano professioni creative e culturali**; inoltre circa la metà di tali assunzioni sono considerate "di difficile reperimento", in parte per il ridotto numero dei candidati rispetto alle posizioni offerte e in parte per l'inadeguatezza degli stessi candidati.

In particolare si potrebbero aprire spazi interessanti per **profili professionali innovativi in grado di contribuire ad affrontare un chiaro punto di debolezza dell'audiovisivo regionale: la ridotta proiezione internazionale**⁴.

A tal fine si può immaginare la formazione di un profilo professionale innovativo - ***l'International Film Promoter*** - in grado di agire professionalmente a tutti i livelli della vita di un prodotto cinematografico (identificazione del bisogno, progettazione, produzione, marketing, distribuzione, comunicazione, valorizzazione culturale, etc.) occupandosi prevalentemente di marketing strategico e di prodotto (ad es. analisi di scenario, ideazione e sviluppo del concept, strategie di produzione e product placement, ricerca di agevolazioni e finanziamenti) e di comunicazione, promozione e valorizzazione del prodotto utilizzando vari canali (media; editoria; web; informazione a stampa, televisiva e radiofonica; eventi, mostre e rassegne di settore; etc.). La caratteristica peculiare di tale profilo professionale è comunque quella di **saper operare per la promozione e vendita sui**

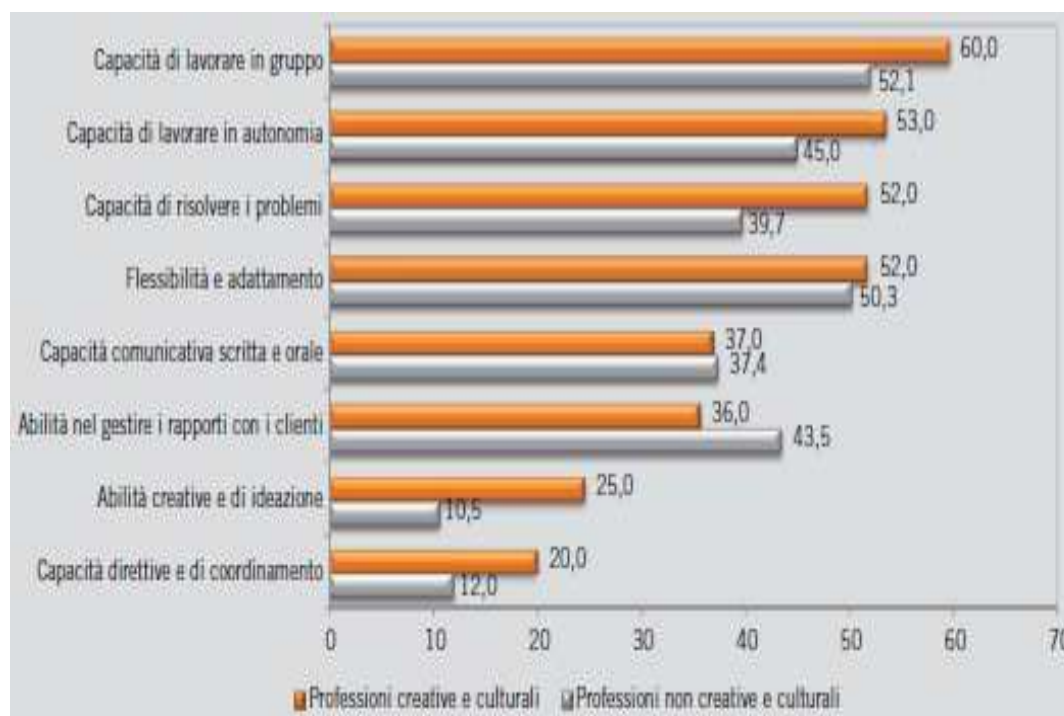
⁴ Si evidenzia anche che il settore cinematografico è considerato prioritario nei Programmi Operativi Regionali 2014-2020, sia FSE (ove è prevista, tra le altre cose, l'istituzione di una Scuola di Alta Formazione per il Cinema) sia FESR (ove è prevista un'azione specifica - Azione 3.1.3 Attrazione di produzioni cinematografiche e azioni di sistema - tra le cui finalità figura anche quella di aumentare le co-produzioni estere, le connessioni tra imprese laziali ed estere e i rapporti con paesi europei ed extraeuropei).

mercati esteri di prodotti cinematografici e audiovisivi nonché per la promozione di co-produzioni internazionali e altri progetti d'internazionalizzazione⁵.

Completa il profilo ipotizzato un'adeguato possesso di **competenze trasversali** particolarmente apprezzate dalle imprese del settore.

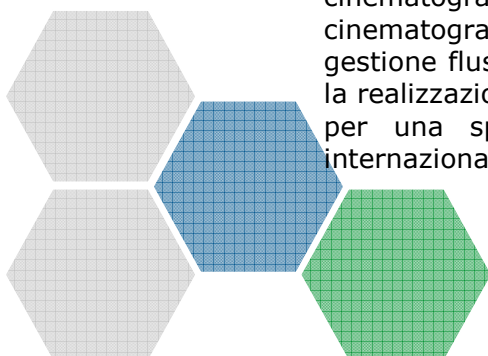
Competenze trasversali che le imprese ritengono molto importanti ai fini dell'assunzione per le figure professionali creative e culturali nel 2012 a confronto con le altre figure professionali

(incidenza percentuale della modalità "molto importante" sul totale delle assunzioni non stagionali).



Fonte: Ministero del Lavoro – Unioncamere, "Cultura e creatività: gli sbocchi di lavoro per i giovani, 2012.

⁵ Si evidenzia che tale profilo è collegabile al "Produttore esecutivo di progetto cinematografico e audiovisivo" previsto dal Repertorio regionale dei profili professionali e formativi (cfr. Regione Lazio - DGR 220/2010 Approvazione dei profili professionali e formativi del settore cinema e audiovisivo e inserimento nel Repertorio regionale dei profili professionali e formativi istituito con DGR 128/2006). Rispetto a tale profilo l'International Film Promoter condivide le principali unità di competenza (impostazione progetto cinematografico/audiovisivo; pianificazione progetto cinematografico/audiovisivo; gestione progetto cinematografico/audiovisivo; gestione flussi economici, amministrativi e finanziari) tuttavia si distingue per la realizzazione di compiti orientati maggiormente al marketing e, come detto, per una specifica unità di competenza nel campo delle coproduzioni internazionali e dell'internazionalizzazione in genere.



Relativamente agli sbocchi occupazionali dell'IFP si segnalano in particolare: imprese di produzione, promozione e distribuzione del cinema; agenzie di comunicazione e uffici stampa; critica e informazione cinematografica; editoria specializzata; enti e strutture per la valorizzazione del cinema (Film commission, cineteche; etc.).

