

“FIERA del CINEMA” ®

- i mestieri della Settima Arte -



Progetto di
Francesco Brollo

Indice

Pag.

- 3 - premessa
- 4 - introduzione - missione
- 5 - location - settore di riferimento
- 6 - obiettivi - utenti
- 7 - sezione **PUBBLICO** – **Viaggio nei mestieri della settimana arte**
- 7 - padiglioni: - **cinema & musica**
- 8 - **cinema & teatro – cinema & letteratura – cinema & storia**
- 9 - **cinema & fotografia – cinema & pittura/architettura – cinema&cinema**
- 10 - **Omaggi & incontri – Rassegna popolare italiana “nel corso del tempo”**
- 11 - **Le giornate della Fiera**
- 12 - sezione **MERCATO**
- 13 - **promozione**
- 14 - **proiezioni – incontri**
- 15 - **giornata tipo**
- 16 - **postfazione**

Premessa

Il programma si sviluppa in due aree: “**pubblico**” e “**mercato**”.

La fiera evade da qualunque tipo di obbligo “festivaliero”, non avendo il fine di consegnare premi o organizzare concorsi. Essa presenta una grande rassegna dedicata al pubblico per mezzo di visioni speciali con omaggi agli ospiti che intervengono.

Introduzione

La fondazione della più grande manifestazione popolare di sapore cinematografico in Italia. La Fiera di Milano ha conservato nel tempo le caratteristiche commerciali a lei connotate dalla fondazione (originarie). La Fiera del Cinema si propone di conferire alla campionaria quel legame (la connotazione) socio-culturale a lungo cercata e dalla quale trarrà rinnovamento internazionale nell'ambito della crescente ascesa del mercato fieristico.

Perché la Fiera del Cinema? Da dove nasce?

Nasce da un'idea di cinema legato alle persone.

Da troppi anni il cinema, per inseguire modelli di mercato, si presenta al pubblico come una scatola vuota, perdendo una delle caratteristiche principali del proprio essere, l'arte delle maestranze.

Il cinema, come tutte le forme d'arte, denuda i limiti di un rapporto spezzato. Dagli anni '80 ad oggi, il messaggio di Warhol è stato inteso da molti non come l'istantanea di una società troppo consumistica arrivata al suo apice, ma come un modello da perseguire per trarre dall'arte il massimo profitto possibile.

La Fiera vuole tentare di ricucire il rapporto tra il cinema e il suo pubblico. L'intento è di ripartire dal lavoro, dalle persone che non vivono delle luci di mostre, feste o festival, ma da chi ha imparato un mestiere con passione e tale passione vuole comunicare.

Missione

Creare una occasione di business e di contatti per tutti coloro che operano nel mondo del cinema e dell'audiovisivo e per soddisfare le esigenze di internazionalizzazione dell'economia cinematografica italiana. Il mondo del cinema, degli audiovisivi, dalla pre-produzione, alla produzione e alla post-produzione, ricopre un campo molto vasto, dal cinema alla televisione, ai documentari e alla pubblicità. Questo campo, a sua volta, coinvolge una moltitudine di servizi e di interessi correlati: Film Commission, Case di Produzione e Distribuzione, Cineteche regionali e nazionali, grandi colossi industriali che fanno della loro attività il mezzo per la produzione cinematografica.

In Italia gli interessi economici e culturali possono essere raccordati, solo in piccola parte, alla Mostra di Venezia e alla Festa di Roma che però sono soprattutto vetrine esclusive di stars e di spettacolarizzazione.

La Fiera del Cinema sarà in primis una manifestazione espositiva, con l'obiettivo di creare un'occasione di business, di scambio d'esperienze e di informazioni tra gli operatori di settore, le Film Commissions, le istituzioni cinematografiche di tutto il mondo (privilegiando quelle europee), nella convinzione che solo attraverso il confronto, lo scambio e le contaminazioni reciproche, sia auspicabile una vera crescita sociale al fine di valorizzare, al contempo, l'identità culturale di un territorio. Oltre che manifestazione espositiva, il programma prevede l'organizzazione di una serie di incontri e rassegne cinematografiche popolari che possano avvicinare un pubblico diversificato alla Fiera stessa.

La Fiera sarà un crocevia in cui eventi, conferenze e workshops daranno ai professionisti del settore l'opportunità di incontrarsi, dibattere e scambiare punti di vista ed esperienze e permetterà al pubblico di avvicinarsi al cinema comprendendone e condividendone le emozioni.

Location

Milano, in quanto capitale economica del Paese, ha permesso che molte attività commerciali abbiano trovato, nel tempo, varie tipologie di aggregazione con la cultura.

La conversione dell'area milanese da territorio prevalentemente industriale a polo di innovazione e sviluppo creativo, ha definito negli ultimi anni i propri confini, soprattutto con il Nuovo Polo di Fiera Milano che copre con il proprio calendario eventi di carattere specialistico, seppur definiti nel tempo con l'appello della moda, del design e della tecnologia, individuando un pubblico di settore. Il cinema può offrire alla Fiera l'occasione di aprirsi alle persone.

Settore di riferimento

Il mercato del cinema in Italia, che mostra segnali di ripresa con una crescita del 16,10% rispetto al primo semestre dell'anno scorso, 301,6 mln di euro di incasso nello stesso periodo e circa 60 milioni di spettatori, registra finalmente un trend positivo dopo le incerte performance del 2005.

Sono questi i dati di sintesi diffusi a Sorrento nell'ambito delle *Giornate professionali del Cinema* (4-6 luglio 2006), nel corso della conferenza stampa congiunta tenuta da Anec, Anem, Unidim, Anica e Agis, organizzatori dell'evento. Secondo quanto sostenuto, per rilanciare l'industria del cinema e dello spettacolo in Italia sono necessarie risorse e promozione. I cambiamenti che hanno investito il mercato cinematografico impongono oggi un ripensamento profondo del modello di business e del processo produttivo: dalla fase di pre-produzione fino a quella della distribuzione e commercializzazione del prodotto. Le dinamiche finanziarie dell'industria cinematografica vanno quindi immaginate in armonia con un nuovo scenario produttivo e di mercato e la nostra Fiera può diventare un interlocutore che favorisca un processo di avvicinamento tra mercato del cinema e risorse.

Obiettivi

- favorire l'incontro fra domanda e offerta del settore cinematografico;
- favorire l'incontro fra domanda e offerta di eventi culturali fruibili e visibili anche a livello sovraregionale;
- promuovere la produzione artistica, cinematografica e multimediale;
- favorire il rapporto fra tradizione e innovazione cinematografica;
- valorizzare la “diversità” e lo scambio, quale fonte di arricchimento culturale, con particolare attenzione per le contaminazioni fra diversi generi artistici;
- sviluppare la conoscenza e la fruizione di eventi culturali, valorizzando e favorendo il turismo a essi connesso;
- favorire il confronto e lo scambio con le realtà culturali di altri paesi, con particolare riferimento a quelli dell'area europea, nell'ottica della cooperazione e della reciprocità;
- promuovere l'internazionalizzazione e il ruolo della cooperazione internazionale, consolidando il concetto di “comunità europea”;
- portare a conoscenza del pubblico generico le professionalità che hanno reso grande nel mondo il cinema italiano.

Utenti

Operatori di settore (registi, direttori della fotografia, direttori di produzione, ispettori di produzione, location managers, scenografi, produttori e creativi pubblicitari)

Espositori (Buyers e Sellers)

Visitatori (la gente tutta, studenti e docenti di scuole e università europee).

Sezione:

PUBBLICO

- VIAGGIO NEI MESTIERI DELLA SETTIMA ARTE -

Presentare il cinema come bene comune o pubblico; dare alla gente che di solito non frequenta i festival o il set, la possibilità di “vedere da dentro” la settima arte.

Quello che vogliamo offrire al visitatore è proprio un viaggio attraverso tutte le arti che costituiscono il cinema. I padiglioni verranno allestiti dai tecnici delle associazioni di categoria, in rappresentanza dei più grandi nomi del cinema italiano. Ascoltare le maestranze significa capire le tecniche e conoscere le possibilità lavorative per i giovani appassionati di un’arte tutta italiana: la creatività.

Considerando la difficoltà nel reperire molti film del nostro passato, anche recente, è utile creare la possibilità di acquisto dell’oggetto cinema. Oggi è paradossalmente più facile riuscire a vedere un dipinto del ‘400 che un film degli anni ‘70. Il cinema deve diventare più fruibile, non può essere relegato a brevi e distratte distribuzioni nelle sale e tantomeno ai palinsesti televisivi.

Padiglioni:

Cinema & MUSICA

AITS ass. tecnici del suono, cd colonne sonore, dvd musica, concerti.

Questo padiglione viene allestito dai tecnici del suono con effetti sonori che riportano alle atmosfere dei grandi film con un palco per i concerti, lo spazio di Hollywood party e naturalmente gli stands per i rivenditori cd, dvd e altro materiale sonoro.

Cinema & TEATRO

Scuole di teatro, di recitazione, l'attore, sindacato attori, i casting.

Luogo dedicato a tutto il lavoro attoriale, nel quale troviamo allestita, al centro del padiglione, un'arena per gli incontri con l'attore. Qui le società di casting e i vari agenti potranno avere il proprio spazio.

Cinema & LETTERATURA

ANAC ass. degli autori, i libri, la scrittura cinematografica.

Autori e sceneggiatori si confrontano e incontrano il pubblico per discutere delle possibilità che offre il cinema alla scrittura e come viene usata. Allestimento di stands delle case editrici.

Cinema & STORIA

I musei, le cineteche.

Dalla Cineteca di Bologna a quella del Friuli e della Basilicata ed altre anche internazionali; naturalmente il Museo del Cinema di Torino, quelli di Catania, Roma e Milano. Troviamo anche l'allestimento di una mostra sull'evoluzione del cinema.

Cinema & FOTOGRAFIA

AIC associazione italiana autori fotografia cinematografica.

Qui troviamo i rivenditori specializzati di prodotti tecnologici (Sony, Panasonic, Canon, ecc.), che organizzano incontri per presentare i prodotti. Si può organizzare una mostra sulle locandine. E' naturalmente un padiglione con grandi atmosfere di luci.

Cinema & PITTURA / ARCHITETTURA

ASC associazione italiana scenografi, costumisti e arredatori, le location.

Il padiglione, ricco di allestimenti, scene e costumi, farà rivivere i set dei grandi film. Le location, usate sempre più da volano anche per l'aspetto turistico, trovano nelle Film Commission l'agente organizzativo (nel settore mercato).

Cinema & CINEMA

ANICA, Scuola di cinema e scuole di cinema.

Tutte le arti confluiscono in questo grande padiglione/cinema dove, oltre alle grandi istituzioni, trovano spazio le attività prettamente cinematografiche come il montaggio, oltre ad offrire la sala di proiezione per le rassegne.

- OMAGGI & INCONTRI -

Le scelte del pubblico che rappresentano le diverse generazioni.

Il grande pubblico italiano, fin dai tempi di Totò, ha sempre premiato la commedia di ordine morale; sebbene negli ultimi anni i costumi offrono occasioni di maggior esibizionismo, con il trascorrere del tempo molti film si sono rivisti, e da molti critici rivalutati per la loro forma descrittiva del contemporaneo senza compromessi.

ipotesi:

- *Bud Spencer & Terence Hill*
- *le scelte del pubblico: i Vanzina e i film generazionali del momento*
- *nell'ambito della giornata dedicata agli animali: Brigitte Bardot*
- *omaggio a Bruce Lee: rassegna di tutti i suoi film*
- *proiezione /omaggio a "I guerrieri della notte" ospite Walter Hill*

(questa sezione si dovrebbe svolgere nel padiglione Cinema&Cinema)

- RASSEGNA POPOLARE ITALIANA "nel corso del tempo" -

Questa rassegna deve rappresentare il viaggio dell'Italia nel cinema. La sua funzione è quella di unire il pubblico nella condivisione delle emozioni. *(La formula può essere quella di legare un grande fatto storico trasmesso in tv con un film dell'epoca. La presentazione del film viene fatta da un critico cinematografico e uno storico.)*

Ladri di biciclette '48

Guardie e ladri '51

I mostri '63

Brutti sporchi e cattivi '76

Vacanze di Natale '84

Il ladro di bambini '91

Chiude la rassegna un film a sorpresa degli anni 2000/ '07

- LE GIORNATE DELLA FIERA -

Discutere e confrontarsi sui temi del cinema contemporaneo e riuscire a coinvolgere persone che non hanno un interesse diretto nei confronti dell'espressione cinematografica, ma intervengono sul tema trattato.

Ogni giornata è caratterizzata da un argomento per distinguere e richiamare un pubblico con interessi diversi. La giornata si chiude con l'incontro e la proiezione (*es. per la politica potremmo avere l'incontro con Andreotti e Sorrentino e poi la proiezione de "Il divo", oppure per lo sport Maradona e Kusturica con la proiezione del film*).

Si ipotizza di organizzare una proiezione del film del giorno in un cinema della città, per riuscire a portare l'evento anche fuori dagli spazi della fiera, coinvolgendo maggiormente il pubblico cittadino.

Giornate:

- Ambiente e animali**
- Sport**
- Viaggi**
- Famiglia e bambini**
- Politica**
- Pace**
- Religione**
- Cibo**

Sezione:

MERCATO

Che significato dobbiamo dare alla sezione mercato della Fiera del Cinema?

E' un evento "ombrello" in cui i professionisti dell'audiovisivo hanno l'opportunità di vedere, vendere e comprare nuovi film dall'Italia e dal mercato internazionale.

Distribuire i film nel mercato internazionale, scambiare idee ed esperienze riguardo la produzione, produrre training attraverso l'interazione e workshops sulla produzione, promozione ed esportazione del prodotto cinematografico. Aggiornamenti sulle possibilità offerte dall'industria audiovisiva italiana. *(Come accade per le grandi Major americane, che organizzano proiezioni col pubblico prima dell'uscita sul mercato dei film, i distributori italiani e stranieri potranno testare con la Fiera e il proprio pubblico l'interesse per prodotti offerti e acquistarli per il loro mercato nazionale)*

Un luogo in cui coinvolgere l'intera filiera produttiva del settore audiovisivo.

Perché il Mercato?

Il mondo degli audiovisivi, dalla pre-produzione alla post-produzione, ricopre un campo molto vasto, dal cinema alla televisione, dai documentari alla pubblicità.

Per tali ragioni, trattandosi di un settore che ha una ricaduta finanziaria in termini reali, è necessario sempre più prendere consapevolezza che oggi la produzione audiovisiva può essere un elemento decisivo di crescita economica, oltre che di promozione industriale, turistica e culturale.

Inoltre, tenendo conto della centralità geografica della Lombardia nell'area Euromediterranea, per il suo appeal cinematografico, e per l'assenza di una industria "pesante" in riferimento alla settima arte, **l'evento può diventare un laboratorio di nuove strategie del mercato dell'audiovisivo**, in cui sperimentare nuovi disegni per il rilancio del settore.

Il mercato, caratterizzato da tre momenti/aree, si articola nei seguenti spazi:

PROMOZIONE

- Italia nel mondo

come viene descritta l'Italia e quali prodotti circolano sul mercato internazionale

- produttori / distributori

presentazioni film, fiction

- autori / progetti

- uffici stampa / comunicare cinema

- televisioni

- internet

- set Italia, le film commission

- festival del cinema

- musei, cineteche, scuole

PROIEZIONI

a) **presentazione di progetti in fase di sviluppo:** Il progetto “Fiera” nasce da un forte partenariato di due delle più importanti realtà già fortemente radicate ed avviate nell’area interessata: il CineLink di Sarajevo e l’Agorà di Salonicco.

In questo modo, la Fiera del Cinema si inserisce in un percorso temporale, diventando una delle tappe della realizzazione dei progetti in via di sviluppo.

b) **dvd on demand:** i professionisti accreditati hanno accesso all’archivio di dvd che include la maggioranza dei film di finzione compresi nei programmi ufficiali dei maggiori festival dell’area interessata, nella corrente produzione italiana e una varietà di film completati recentemente provenienti dall’Europa e dal Mediterraneo.

INCONTRI

Spazio incontri con servizi di segreteria, interpretariato e di assistenza legale per l’effettiva negoziazione;

one-to-one e workshop

es. giornata tipo:

“FIERA del CINEMA”®
prima edizione

Giugno 2009

Città di Milano

spazio Fiera

Martedì 9 Giugno

ore 10:00 apertura Fiera

ore 11:00 padiglione **Cinema & Letteratura**
le scuole incontrano l'autore (*scrittore o sceneggiatore*)
l'incontro con le scuole rimane fisso cambiando ogni giorno la specifica storia/fotografia/teatro/ecc...

ore 12:00 padiglione **Cinema & Pittura / Architettura**
la film commission - visitiamo la regione del giorno
(si può inserire l'aspetto culinario)

ore 16:00 padiglione **Cinema & Cinema**
le giornate della Fiera- Ambiente
incontro ospite (*ci può essere un esperto della materia con il regista o un attore del film scelto per la proiezione*)

ore 17:00 padiglione **Cinema & Cinema**
proiezione film “tema del giorno”

ore 18:00 padiglione **Cinema & Storia**
gli anni '50&'60 – incontri /lezioni con storico e critico cinematografico
(raccontano il secolo del cinema nella società)

ore 19:00 padiglione **Cinema & Musica**
concerto “colonna sonora”
(prevediamo di organizzare due o tre concerti)

ore 20:00 chiusura Fiera

in città

ore 21:00 **cinema** film /incontro “paese ospite”

ore 23:00 **cinema** film rassegna Fiera

Postfazione alla giornata tipo

Il programma a pagina precedente non include le giornate dell'area mercato, considerando di apportare al settore professionale il necessario approfondimento delle relazioni.

brolo11@gmail.com