

## ADA.22.02.01 - CURA DELLA PRODUZIONE DEL PRODOTTO AUDIOVISIVO E DELLO SPETTACOLO DAL VIVO

### RIEPILOGO SCHEDA DI CASO

**RISULTATO ATTESO 1** - Elaborare il progetto artistico, sulla base di un'idea creativa, di scelte e linee artistico-culturali, valutandone la fattibilità e la validità con i soggetti coinvolti (committenza, produzione, regia, ecc.)

#### CASI ESEMPLIFICATIVI:

**Dimensione 1** - Elaborazione del progetto artistico: **3 casi**

**Dimensione 2** - Valutazione della fattibilità artistico-tecnico-produttiva: **6 casi**

#### RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)

---

**RISULTATO ATTESO 2** - Definire ed organizzare il progetto artistico a partire dal piano di fattibilità, identificando e gestendo le risorse economiche, tecniche e artistiche necessarie

#### CASI ESEMPLIFICATIVI:

**Dimensione 1** - Definizione del progetto artistico: **8 casi**

**Dimensione 2** - Organizzazione del progetto artistico: **5 casi**

#### RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)

---

**RISULTATO ATTESO 3** - Coordinare le attività della fase di post produzione a partire dall'avvenuta lavorazione del prodotto audiovisivo e dello spettacolo, curando la sua distribuzione/lancio sul mercato, organizzando le risorse coinvolte e definendo le modalità di attuazione

#### CASI ESEMPLIFICATIVI:

**Dimensione 1** - Post-produzione: **1 caso**

**Dimensione 2** - Distribuzione / lancio sul mercato: **5 casi**

#### RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)

---

## ADA.22.02.01 - CURA DELLA PRODUZIONE DEL PRODOTTO AUDIOVISIVO E DELLO SPETTACOLO DAL VIVO

### SCHEDA DI CASO

**RISULTATO ATTESO 1** - Elaborare il progetto artistico, sulla base di un'idea creativa, di scelte e linee artistico-culturali, valutandone la fattibilità e la validità con i soggetti coinvolti (committenza, produzione, regia, ecc.)

## 1 - ELABORAZIE DEL PROGETTO ARTISTICO

Grado di complessità 3

### 1.3 ELABORAZIONE SOGGETTO ARTISTICO

Rielaborare l'idea creativa in soggetto artistico, con il concorso di alcuni soggetti (produttore, regista, sceneggiatore, ecc.), formalizzando un breve racconto (3/10 cartelle, da circa 2.500 battute), contenente alcuni elementi essenziali (es. tempo / luogo storia, protagonista, personaggi principali, sviluppi narrativi, ecc.)

Grado di complessità 2

### 1.2 INDIVIDUAZIONE IDEA

Individuare l'idea creativa, sulla base di una proposta originale (es. proposta del produttore, del regista, ecc.), oppure selezionandola da opere e/o testi già esistenti (es. opera letteraria, testo teatrale, fumetto, brano musicale, ecc.)

Grado di complessità 1

### 1.1 CESSIONE DIRITTI

Verificare con i diretti detentori (autore, editore) le condizioni per l'autorizzazione alla trasposizione dell'idea creativa non originale (es. cessione diritti d'autore e/o d'immagine, rilascio nulla osta, ecc.)

## 2 - VALUTAZIONE DELLA FATTIBILITÀ ARTISTICO-TECNICO-PRODUTTIVA

Grado di complessità 4

### 2.4 STESURA PIANO FATTIBILITA'

Definire il piano di fattibilità esecutivo di supporto alla pianificazione operativa, sulla base di un documento strategico, in coerenza con la strategia di produzione, condividendo in corso d'opera l'impostazione con la committenza

### 2.4 REDAZIONE BUDGET

## ADA.22.02.01 - CURA DELLA PRODUZIONE DEL PRODOTTO AUDIOVISIVO E DELLO SPETTACOLO DAL VIVO

Predisporre il budget ideale, con l'ausilio di un modello gestionale, riportando le principali voci di costo relative alle fasi di produzioni (sviluppo progetto, pre-produzione, produzione, post produzione)

Grado di complessità 3

### 2.3 RICERCA DISTRIBUTORE

Ricerca la società di distribuzione, e quindi il canale distributivo (theatrical, free TV, Pay TV, home video, internet) in relazione al prodotto artistico, valutando le condizioni di offerta (costo di lancio e pubblicità, n° copie theatrical)

Grado di complessità 2

### 2.2 INDIVIDUAZIONE COMMITTENZA

Individuare la committenza più idonea alla realizzazione del progetto artistico in relazione alle condizioni di offerta, in ambito nazionale (es. MIBACT, RAI, Mediaset), e/o internazionale (co-produzione), per la condivisione del soggetto artistico e del piano di fattibilità

### 2.2 RICERCA SPONSOR

Ricerca eventuali sponsor aggiuntivi (es. banche, produttori beni di consumo, ecc.) per verificare l'inserimento di un prodotto e/o un marchio all'interno del progetto artistico (product placement), definendo le condizioni economiche e contrattuali

Grado di complessità 1

### 2.1 VERIFICA FATTIBILITA' ARTISTICA

Verificare la fattibilità artistica del progetto sulla base della disponibilità degli attori protagonisti e in coerenza alla fattibilità economica

## ADA.22.02.01 - CURA DELLA PRODUZIONE DEL PRODOTTO AUDIOVISIVO E DELLO SPETTACOLO DAL VIVO

### SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 1

#### RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Ciclo di vita della produzione cine audiovisiva e degli spettacoli dal vivo (processi, attività, ruoli e specializzazioni digitali)
- Committenti italiani ed europei, pubblici e privati; fonti di finanziamento e modalità di concessione
- Società di distribuzione, differenziate per canale (theatrical, free TV, Pay TV, home video, internet)
- Idea creativa del produttore / regista (proposta originale, opere / testi esistenti)
- Caratteristiche dei protagonisti
- Normativa in materia di cinema e audiovisivo
- Normativa sul diritto d'autore e di immagine
- Personal computer
- Software gestionale

#### TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Metodi e tecniche di elaborazione/scrittura di un soggetto artistico
- Metodi e tecniche di redazione di un piano di fattibilità per il settore cine audiovisivo e/o spettacoli dal vivo
- Tecniche di budgeting per il cine audiovisivo e/o spettacoli dal vivo
- Modalità di ricerca di sponsorizzazioni per il product placement nel cine audiovisivo
- Tecniche di comunicazione e negoziazione
- Operatività per la valutazione tecnico - artistica delle location

#### OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Soggetto artistico definito negli elementi essenziali (tempo / luogo storia, protagonisti, personaggi principali, sviluppi narrativi, ...).
- Committente individuato (MIBACT, RAI, Mediaset)
- Contratto con sponsor per product placement definito
- Società di distribuzione individuata
- Budget delineato nelle principali voci di costo per fasi di produzione (sviluppo progetto, pre produzione, produzione, post produzione)
- Piano per la valutazione della fattibilità artistico-tecnico-produttiva definito
- Disponibilità degli attori protagonisti acquisita
- Autorizzazione alla trasposizione dell'idea creativa non originale ottenuta

#### INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

## ADA.22.02.01 - CURA DELLA PRODUZIONE DEL PRODOTTO AUDIOVISIVO E DELLO SPETTACOLO DAL VIVO

### ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. Due tipologie di progetti artistici (cine audiovisivo, spettacoli dal vivo)

### DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale:
2. - a partire da un progetto artistico, predisposizione di un budget di massima, con l'individuazione delle principali voci di costo per fasi di produzione
3. - a partire da un'idea creativa data, elaborare un breve soggetto artistico (max 1/3 cartelle), contenente alcuni elementi essenziali (es. tempo / luogo storia, protagonista, personaggi principali, sviluppi narrativi, ecc.).B2
4. Colloquio tecnico relativo alla tecniche e modalità di redazione di un piano di fattibilità di un progetto artistico; illustrazione delle principali sezioni del documento; indicare le motivazioni alla base delle scelte per l'individuazione della tipologia di committenti (pubblici, privati), sponsor e società di distribuzione, in relazione al prodotto artistico

## ADA.22.02.01 - CURA DELLA PRODUZIONE DEL PRODOTTO AUDIOVISIVO E DELLO SPETTACOLO DAL VIVO

### SCHEDA DI CASO

**RISULTATO ATTESO 2** - Definire ed organizzare il progetto artistico a partire dal piano di fattibilità, identificando e gestendo le risorse economiche, tecniche e artistiche necessarie

#### **1 - DEFINIZIONE DEL PROGETTO ARTISTICO**

Grado di complessità 4

##### **1.4 SCELTA CAST DEFINITIVO**

Scegliere il cast artistico definitivo (principale, secondario, piccoli ruoli, figurazioni speciali), in funzione delle necessità artistiche, adottando specifici metodi di selezione (es. casting, provini generici, provini su parte, ecc.)

##### **1.4 SOPRALLUOGO LOCATION**

Effettuare sopralluoghi delle location /ambienti scelti, con il coinvolgimento di alcune professionalità (es. direttore fotografia, fonico, ecc.) per la verifica della disponibilità e agibilità degli ambienti, atte a garantire la qualità delle riprese e la sicurezza sul lavoro

Grado di complessità 3

##### **1.3 DEFINIZIONE CONDIZIONI CONTRATTUALI**

Negoziare modalità e condizioni contrattuali per il cast artistico, per la troupe, per i fornitori, per le location, in coerenza al CCNL

##### **1.3 ELABORAZIONE PIANO DI LAVORAZIONE**

Elaborare, con l'ausilio di strumenti (es. foglio di calcolo, software scheduling, ecc.), il piano di lavorazione contenente i tempi, la fasi, le attività, le sequenza e le modalità di lavoro, definendo la data di inizio delle riprese

Grado di complessità 2

##### **1.2 DETERMINAZIONE MEZZI TECNICI**

Verificare gli elenchi delle strumentazioni tecniche (es. macchine da presa, dolly, carrelli, illuminazione, ecc.) e delle forniture necessarie per le diverse fasi di lavorazione (es. fotografia, suono, ecc.), in coerenza con il progetto artistico e la fattibilità economica

##### **1.2 INDIVIDUAZIONE LOCATION**

Realizzare la prima individuazione delle location e/o ambienti (es. riprese in interno/ dal vivo, ricostruite, in esterno, in altre regioni, paesi, ecc.), adatti a rappresentare il progetto artistico,

## ADA.22.02.01 - CURA DELLA PRODUZIONE DEL PRODOTTO AUDIOVISIVO E DELLO SPETTACOLO DAL VIVO

attraverso il coinvolgimento dei collaboratori (es. scenografo, ecc.), negoziando i costi

Grado di complessità 1

### 1.1 COMPOSIZIONE TROUPE

Definire la composizione dello staff per i principali reparti (produzione, regia, fotografia, suono, scenografia, costumi), in funzione delle necessità tecnico - artistiche

### 1.1 COMPOSIZIONE CAST IDEALE

Individuare la composizione ideale del cast principale, in coerenza con il soggetto artistico e le risorse economiche

## 2 - ORGANIZZAZIONE DEL PROGETTO ARTISTICO

Grado di complessità 3

### 2.3 COORDINAMENTO REPARTI PRODUZIONE

Coordinare i lavori dei reparti di produzione per verificare il rispetto dei tempi di lavorazione, intervenendo nella gestione e soluzione di situazioni di conflittualità interna

### 2.3 PROGRAMMAZIONE FABBISOGNO GIORNALIERO

Programmare le necessità giornaliere in termini di numero di scene, set, attori, mezzi tecnici, tempistica riprese (es. diurna, notturna), attraverso la compilazione dell'ordine del giorno

Grado di complessità 2

### 2.2 VERIFICA GESTIONE ECONOMICO-FINANZIARIA

Verificare l'avanzamento economico - finanziario del progetto artistico, in coerenza a quanto stabilito nel Piano di fattibilità, individuando gli scostamenti sulla base di modelli di controllo

Grado di complessità 1

### 2.1 CONTROLLO ADOZIONE MISURE SICUREZZA

Predisporre e controllare l'adozione di misure e/o interventi finalizzati al rispetto della normativa sul contratto di lavoro, sulla sicurezza delle persone e degli ambienti di lavoro

### 2.1 VERIFICA ADEMPIMENTI

Verificare, collaborando con i consulenti, la realizzazione degli adempimenti amministrativi, fiscali e legali a supporto delle riprese (es. richieste permessi, assicurazioni, informazioni per la sicurezza,

## ADA.22.02.01 - CURA DELLA PRODUZIONE DEL PRODOTTO AUDIOVISIVO E DELLO SPETTACOLO DAL VIVO

ecc.)



## ADA.22.02.01 - CURA DELLA PRODUZIONE DEL PRODOTTO AUDIOVISIVO E DELLO SPETTACOLO DAL VIVO

### SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 2

#### RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Budget disponibile
- Modelli gestionali di pianificazione e budget
- Piano di fattibilità artistico-tecnico-produttiva
- Elenchi di potenziali location, individuate in aree geografiche anche diverse
- Risorse umane da impegnare nel cast e nelle troupe
- CCNL del settore cine audiovisivo
- Fornitori di mezzi tecnici per i principali reparti
- Normativa in materia di sicurezza sul lavoro
- Procedure per il rilascio di permessi, autorizzazioni
- Personal computer
- Software gestionale e/o di pianificazione

#### TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Metodi e tecniche di gestione di progetti complessi
- Metodi e tecniche di project management
- Tecniche per la scelta delle location, in base a parametri artistico e tecnici
- Metodi per la selezione del cast
- Metodi, tecniche e operatività di supervisione del lavoro dei diversi reparti
- Tecniche di comunicazione e negoziazione

#### OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Progetto artistico definito per risorse finanziarie, location, permessi, strumentazioni, cast e troupe
- Avanzamento gestione economico - finanziaria monitorata tramite modelli / software di controllo (con individuazione scostamenti)
- Location idonee alla rappresentazione del soggetto artistico individuate, in collaborazione con altre professionalità (es. direttore fotografia, fonico, ecc.)
- Elenchi strumentazioni tecniche /forniture per i principali reparti definiti
- Piano di lavorazione compilato (con tempi, fasi, attività, sequenze, ecc.)
- Ordine del Giorno aggiornato (numero di scene, set, attori, mezzi tecnici, tempistica riprese, ecc.)
- Cast definito (principale, secondario, piccoli ruoli, figurazioni speciali), e contrattualizzato
- Troupe e fornitori contrattualizzati
- Adempimenti amministrativi, fiscali e legali a supporto delle riprese rilasciati

#### INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

## ADA.22.02.01 - CURA DELLA PRODUZIONE DEL PRODOTTO AUDIOVISIVO E DELLO SPETTACOLO DAL VIVO

### ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. Due tipologie di progetti artistici (cine audiovisivo, spettacolo dal vivo)

### DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: Sulla base di alcune scene / riprese di un prodotto cine audiovisivo, simulare il fabbisogno giornaliero in termini di set, attori, mezzi tecnici, tempistica riprese, attraverso la compilazione dell'ordine del giorno
2. Colloquio tecnico relativo alle modalità di organizzazione-gestione complessiva di un progetto artistico, dalle tempistiche di organizzazione/ attivazione dei reparti in relazione alla tempistiche delle attività, con riferimento all'utilizzo dei diversi strumenti di lavoro e/o pianificazione (es. piano lavorazioni, gestione economico - finanziaria, fornitori, adempimenti, ecc.)

## ADA.22.02.01 - CURA DELLA PRODUZIONE DEL PRODOTTO AUDIOVISIVO E DELLO SPETTACOLO DAL VIVO

### SCHEDA DI CASO

**RISULTATO ATTESO 3** - Coordinare le attività della fase di post produzione a partire dall'avvenuta lavorazione del prodotto audiovisivo e dello spettacolo, curando la sua distribuzione/lancio sul mercato, organizzando le risorse coinvolte e definendo le modalità di attuazione

## 1 - POST-PRODUZIONE

Grado di complessità 1

### 1.1 COORDINAMENTO POST-PRODUZIONE

Coordinare le attività della post produzione (es. montaggio immagini, montaggio suoni, musica, effetti visivi, doppiaggio), facilitando il contatto tra le professionalità coinvolte, organizzando incontri, riunioni, ecc.

## 2 - DISTRIBUZIONE / LANCIO SUL MERCATO

Grado di complessità 3

### 2.3 GESTIONE CAMPAGNA PUBBLICITARIA

Gestire la campagna pubblicitaria, con il supporto della società incaricata e dell'Ufficio Stampa, pianificando le uscite sui media, sulla stampa (quotidiana, settimanale), in passaggi televisivi e/o radiofonici (es. ospitate televisive del cast, ecc.), sul web, in eventi (es. partecipazioni a festival)

Grado di complessità 2

### 2.2 DISTRIBUZIONE PRODOTTO

Pianificare, con il supporto della società incaricata, la distribuzione del prodotto artistico nei circuiti previsti (es. cinema, teatri/spazi, rassegne/festival, web, ecc.) e sul territorio (es. regionale, nazionale, estero)

### 2.2 STRATEGIE DI LANCIO

Redigere un Piano (di MKTG) contenente la strategia di promozione e distribuzione sul mercato del prodotto artistico, in coerenza al budget (es. costoso, mirato), individuando strumenti (es. materiale informativo, brochure, manifesti, addobbi bus, parapetonali, ecc.) e modalità (es. pubblicità, eventi, video, trailer).

Grado di complessità 1

### 2.1 DEFINIZIONE DATA USCITA PRODOTTO

## ADA.22.02.01 - CURA DELLA PRODUZIONE DEL PRODOTTO AUDIOVISIVO E DELLO SPETTACOLO DAL VIVO

Definire il periodo e/o la data di uscita del prodotto artistico, sulla base del calendario dei principali eventi di settore, nazionali e/o internazionali (es. Mostra del Cinema di Venezia, Festival di Giffoni, Festival Cannes, ecc.), alle festività (es. natalizie, pasquali, S. Valentino).

### 2.1 DETERMINAZIONE COPIE PRODOTTO

Stabilire il numero di copie del prodotto artistico da distribuire a livello territoriale, in funzione del prodotto artistico realizzato (es. film commerciale, film d'autore) e della domanda del mercato

## ADA.22.02.01 - CURA DELLA PRODUZIONE DEL PRODOTTO AUDIOVISIVO E DELLO SPETTACOLO DAL VIVO

### SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 3

#### **RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)**

- Prodotto artistico
- Budget
- Società di distribuzione, per canale distributivo (theatrical, free TV, Pay TV, home video, internet)
- Calendario principali eventi/festival di settore, nazionali, europei e internazionali
- DB/elenchi sale, teatri, cinema, ecc.

#### **TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ**

- Metodi e tecniche per promozione e distribuzione del prodotto artistico
- Metodi e tecniche per la stesura di un piano di marketing di un prodotto artistico
- Tecniche di comunicazione e negoziazione

#### **OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ**

- Attività di post-produzione coordinate tra i reparti
- Data lancio progetto stabilita
- Piano di marketing definito, con strategia di lancio e distribuzione del progetto artistico
- Campagna pubblicitaria gestita (anche con supporto di agenzia)
- Pianificazione uscite sui media e/o canali definita, con il dettaglio della tipologia di stampa (quotidiana, settimanale), passaggi televisivi e/o radiofonici (es. ospitate televisive del cast, ecc.), web, eventi (es. partecipazioni a festival)

#### **INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE**

##### **ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE**

1. Due tipologie di progetti artistici (cine audiovisivo, spettacolo dal vivo)

##### **DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE**

1. Prova prestazionale: Sulla base di un progetto cine audiovisivo (es. film commerciale, film d'autore), ipotizzare una data di lancio, anche in relazione a eventi di settore, e calcolare un numero di massima delle copie del prodotto artistico da distribuire a livello territoriale (es. regionale e/o nazionale)
2. Colloquio tecnico relativo alle modalità di definizione di una strategia di lancio di un progetto artistico, in relazione a vincoli di budget (costoso, mirato)

## ADA.22.02.01 - CURA DELLA PRODUZIONE DEL PRODOTTO AUDIOVISIVO E DELLO SPETTACOLO DAL VIVO

## ADA.22.02.01 - CURA DELLA PRODUZIONE DEL PRODOTTO AUDIOVISIVO E DELLO SPETTACOLO DAL VIVO

### FONTI

#### BIBLIOGRAFIA

- ANICA, L'industria Italiana del Cinema e dell'Audiovisivo. L'impatto per l'occupazione e la crescita del Paese, Centro Studi Confindustria, Roma 11.4.2019
- Biondi C., Professioni del cinema - Nuova edizione, Guida ai mestieri dell'audiovisivo nell'era digitale, Roma, Audino Editore, 2020
- Biondi C., L'ABC dell'organizzazione cinematografica. Guida alla pianificazione di un progetto, Roma, Audino Editore, 2018
- Biondi C., Corso breve di produzione audiovisiva, Roma, Audino Editore, 2014
- Pecorelli G., Fai un film, Roma, Gremese Editore, 1996

#### REPERTORI REGIONALI

- Produttore esecutivo progetto cinematografico e audiovisivo, [E1.08], Regione Lazio, Repertorio delle competenze e dei profili

#### NORMATIVA

- Legge 14 novembre 2016, n. 220, recante "Disciplina del cinema e dell'audiovisivo"
- CCNL per i dipendenti dell'industria cineaudiovisiva del 09.07.2019

#### ASSOCIAZIONI

- ANICA - Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Multimediali ([www.anica.it](http://www.anica.it))
- CNA Industria Cinema e Audiovisivo ([www.cna.it/area-tematica/cinema/](http://www.cna.it/area-tematica/cinema/))