

## 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

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

### 2.4 REDAZIONE BUDGET

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

### 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/))