

## 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

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

### 2.1 DEFINIZIONE DATA USCITA PRODOTTO

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

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

artistico, in relazione a vincoli di budget (costoso, mirato)

## 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/))