

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 1

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

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)
- CNA Industria Cinema e Audiovisivo (www.cna.it/area-tematica/cinema/)