

## ADA.22.02.35 - PROMOZIONE E DISTRIBUZIONE DI PRODOTTI DI SPETTACOLO

### SCHEDA DI CASO

**RISULTATO ATTESO 1** - Curare le attività di fund raising, definendo la causa e gli obiettivi strategici, mappando le relazioni, organizzando ed implementando la raccolta di fondi

## 1 - RICERCA FONTI DI FINANZIAMENTO

Grado di complessità 3

### 1.3 STIPULA ACCORDI

Stipulare idonei accordi con il produttore dell'opera al fine di garantire la produzione, promozione e distribuzione dell'opera (es. accordi produzione, finanziamento, distribuzione, accordi in house, acquisizione pura, accordi rent a distributor, etc.)

Grado di complessità 2

### 1.2 FUNDRAISING

Ricerca, dopo aver individuato il progetto, i fondi necessari per la sua produzione e distribuzione mediante un'opera di scouting di bandi regionali, nazionali e/o internazionali, (inclusi quelli dedicati al tax credit), broadcaster, distributori nazionali o stranieri, etc

### 1.2 CASH FLOW

Individuare le risorse economiche necessarie a garantire il cash flow in fase di sviluppo, promozione e distribuzione dell'opera (prestiti presso le banche, finanziamenti delle Film Commission, etc.).

Grado di complessità 1

### 1.1 FABBISOGNO FINANZIARIO

Definire, a seguito di analisi di costo, il fabbisogno finanziario di cui si necessita per realizzare, promuovere e distribuire l'opera di spettacolo

## 2 - RENDICONTAZIONE

Grado di complessità 1

### 2.1 RENDICONTAZIONE ECONOMICA

Predisporre la documentazione necessaria (documenti di spesa, relazioni, prodotti, etc.) a rendicontare le risorse economiche ricevute a seguito di partecipazione a bandi/avvisi pubblici nel rispetto di quanto definito da ciascun fondo/avviso/bando

## ADA.22.02.35 - PROMOZIONE E DISTRIBUZIONE DI PRODOTTI DI SPETTACOLO

## ADA.22.02.35 - PROMOZIONE E DISTRIBUZIONE DI PRODOTTI DI SPETTACOLO

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

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

- Piattaforme / portali di amministrazioni pubbliche di raccolta avvisi e bandi
- Bandi / avvisi pubblici
- Modelli per la rendicontazione del finanziamento
- Progetto artistico

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

- Metodi e tecniche per lo scouting di fondi pubblici
- Metodi e tecniche di rendicontazione
- Metodi per la redazione di accordi

#### OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Finanziamento individuato
- Accordo redatto
- Rendiconto predisposto

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

##### ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. L'insieme delle fonti di finanziamento
2. L'insieme delle tecniche e metodologie per lo scouting dei fondi pubblici
3. L'insieme delle tecniche di predisposizione di un rendiconto di spesa

##### DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: Dato un progetto artistico, simulare un'attività di scouting di fondi pubblici / privati
2. Colloquio tecnico: di approfondimento delle tecniche e metodologie utilizzate per l'opera di scouting di fondi pubblici / privati

## ADA.22.02.35 - PROMOZIONE E DISTRIBUZIONE DI PRODOTTI DI SPETTACOLO

## ADA.22.02.35 - PROMOZIONE E DISTRIBUZIONE DI PRODOTTI DI SPETTACOLO

### FONTI

Argano L. (2019) La gestione dei progetti di spettacolo. Elementi di project management culturale, FrancoAngeli

Colbert F. (2015) Marketing delle arti e della cultura, Rizzoli ETAS

Sacco P.L., a cura di (2006) Il Fundraising per la cultura

Sciarelli, F., & Zamparelli, G. (2015). Break Even Price. Un nuovo metodo di definizione del prezzo per l'impresa culturale/Break Even Price. A new method for the definition of the price in cultural enterprises. IL CAPITALE CULTURALE. Studies on the Value of Cultural Heritage, (12), 979-1007.

Trimarchi M. (2015), Il sostegno regionale dello spettacolo: ruolo, strumenti e strategie, Treccani

([https://www.treccani.it/enciclopedia/il-sostegno-regionale-dello-spettacolo-ruolo-strumenti-e-strategie\\_%28L%27Italia-e-le-sue-Regioni%29/](https://www.treccani.it/enciclopedia/il-sostegno-regionale-dello-spettacolo-ruolo-strumenti-e-strategie_%28L%27Italia-e-le-sue-Regioni%29/))

Zanin L., (2012) Il piano di fundraising, Collana Maggioli Philanthropy