

Esperto in produzioni cinematografiche, documentaristiche, televisive e multimediali

# PRODUZIONE E ORGANIZZAZIONE DI PRODOTTI CINEMATOGRAFICI E AUDIOVISIVI

## I CONTRATTI DI PREVENDITA

I diritti di antenna e le coproduzioni – ACQUISIZIONE E PRE ACQUISTO  
L'attivazione

## II FUNDRAISING: METODOLOGIA DI RICERCA FONDI

Gli interlocutori nazionali

Mibact Direzione Generale Cinema– Film commission

Sviluppo

Contributi selettivi

Contributi automatici

Gli interlocutori internazionali

Europa creativa – Eurimages – Ibermedia – ecc.

I trattati Bilaterali: olffi.com Film Financing Made Easy

Co produzioni : almeno 10% del budget

Nazionalità

Distribuzione degli utili : i Collection agents

## IL CROWDFUNDING

Il crowdfunding può essere un eccellente mezzo per finanziare piccoli progetti a basso budget

Produzioni dal basso, Kickstarter ecc.

Donazioni o Reward ed altre forme di ricompensa per i donatori / investitori

## IL PRODUCT PLACEMENT

Inserimento di brand o prodotti in:

Un'opera cinematografica

Una fiction televisiva

Un programma di intrattenimento

Una canzone

Un videogames

## Tipologie di product placement

Visuale – Screen placement

Verbale – Split placement

Integrato – Plot placement

Caso a se è il Props Placement

## IL PRODUCT POSITIONING

Il posizionamento del proprio brand nella mente del consumatore è da sempre l'obiettivo principale delle imprese ed il cinema non ne è immune.

Targettizzazione  
Obiettivi  
Strategia

I casi al cinema ed in Pubblicità

The blair witch project - <https://www.youtube.com/watch?v=ughMM2OIRrg>

Taffo - <https://www.youtube.com/watch?v=L2jnwkJ73FQ>

Tipp ex - <https://www.youtube.com/watch?v=RcGaTzFV-pw&t=25s>

## LO SPONSOR

La sponsorizzazione nei film è stata quasi del tutto sostituita dall'attività di product placement, ma il rapporto dei grandi brand e non solo con il cinema è sempre vivo: tante sono le aziende che associano il proprio brand ad eventi culturali di rilievo come i Festival Internazionali del Cinema.

Visibilità

Attenzione alla cultura

Associazione ad altri prestigiosi Brand

## IL CASO

Matteo Achilli, giovane studente romano della Bocconi con la sua startup EGOMNIA  
Ha sponsorizzato la 71<sup>a</sup> Mostra Internazionale d'arte Cinematografica di Venezia.  
Tra gli sponsor : Google, Renault, Versace, San Pellegrino, ecc.

## L' E-MAIL MARKETING

E' sicuramente un mezzo obsoleto di comunicazione diretta, ma resta il fatto che si ha un ROI (ritorno dell'investimento), circa 4 volte superiore alla spesa.

Va strutturata nel modo più sintetico possibile

Bisogna sfruttare bene le parole per comunicare meglio e di più

Può essere usata anche in fase di found raising costruita esaltando la connessione tra i punti di forza della proposta , dell'azienda proponente e le caratteristiche del cliente.

## IL BLOGGING E IL MICROBLOGGING

Sono entrambi utili ad “affezionare” i lettori di un determinato tema, ma la loro azione è stata quasi del tutto sostituita dai social network.

Facebook e twitter quest’ultimo in particolar modo, offrono la possibilità di instaurare un rapporto con i lettori attraverso delle frasi e dei post molto brevi, ma costanti

## IL SOCIAL NETWORK MARKETING

Ha l'obiettivo di instaurare un dialogo tra l'azienda ed i potenziali clienti

Al cinema quasi tutte le aziende di produzione e distribuzione si servono dei social network per mostrare i trailer delle loro prossime uscite, ma soprattutto instaurare un dialogo con il potenziale spettatore appassionandolo al tema del film ( vedi pagina ERA GIOVANE E AVEVA GLI OCCHI CHIARI e PROFILI PRIVATI DEGLI ATTORI PRINCIPALI)

## IL BUZZ MARKETING

La parola è onomatopeica, richiama il ronzio delle api e proprio come le api, i consumatori devono circolare insieme al tema che l'azienda pone al centro della discussione . Il prodotto non è il protagonista della discussione, ma chiaramente ne è lo scopo a cui vogliamo arrivare

La strategia è coinvolgere in prima battuta quindi nel lancio della discussione, personaggi che godono di una ottima reputazione sul web

<https://www.youtube.com/watch?v=e0opoPZPLpE>

## L'ONLINE ADVERTISING

Letteralmente vuol dire Pubblicità on line, la sua azione racchiude un po' tutti i concetti precedenti ciò nonostante ha diversi strumenti a sua disposizione di natura diversa dal semplice passaparola. Le parole infatti in questo caso diventano la “chiave” con cui entrare nei desideri degli utenti della rete.

Facebook ads

Twitter ads

Linkedin ads

Google adwords

Obiettivo: attirare l'utente, farlo diventare interessato, trasformarlo in cliente fidelizzato

## IL TAX CREDIT E LA TAX SHELTER

Tax credit = Credito di Imposta interno per le imprese di produzione cinematografica ed esterno per le imprese esterne alla filiera cinematografica

Tax Shelter = Detassazione degli utili reinvestiti dalle imprese di produzione cinematografica