



CITTÀ DI ISCHIA

Provincia di Napoli

Originale Verbale di Deliberazione di Giunta Comunale

Seduta del **25/06/2009** N. **132**

Oggetto: "Il VIAGGIO DELLA CREATIVITA' "ISCHIA FILM FESTIVAL 2009" FESR 2007 - 2013 Ob. Op. 1.12. RIMODULAZIONE PROGETTO - AFFIDAMENTO AD ISCHIA RISORSA MARE - NOMINA RESPONSABILE UNICO DEL PROCEDIMENTO

L'anno **duemilanove** , addì **venticinque** , del mese di **giugno** , alle ore **14,00** nella sala delle adunanze del Comune di Ischia, si è riunita la Giunta Comunale, convocata nelle forme di legge.

Presiede l'adunanza **FERRANDINO GIUSEPPE** , nella sua qualità di **SINDACO** .

COGNOME E NOME	QUALIFICA	PRESENTI
BOCCANFUSO LUIGI	VICE SINDACO	Si
BARILE CARMINE	ASSESSORE	Si
BAZZOLI LUCIANO	ASSESSORE	No
FERRANDINO CHRISTIAN	ASSESSORE	Si
PINTO ANTONIO	ASSESSORE	No
MATTERA OTTORINO	ASSESSORE	No

Sono presenti gli Assessori Comunali:

Assiste il Segretario Generale dott. Giovanni Amodio

Il Presidente, dichiarata aperta la seduta, invita gli intervenuti a deliberare sull'argomento in oggetto.

La Giunta Comunale

SU proposta dell'Assessore al Turismo e Spettacolo;

PREMESSO:

- CHE con Delibera di G.M. n. 57/09 veniva approvata manifestazione d'interesse alla Regione Campania per la partecipazione al bando sulla misura 1.12 a valere sui fondi FESR 2007-2013;

- CHE con propria nota di protocollo del 25 maggio 2009 la Regione Campania comunicava l'ammissione al finanziamento richiesto condizionata alla rimodulazione del progetto presentato in ordine all'ammissione al finanziamento ottenuto di Euro 60.000,00.

PRESO ATTO che con stessa nota si è richiesto di fornire progetto esecutivo di dettaglio, rimanendo invariata la compartecipazione pubblica e/o privata;

RILEVATA la richiesta della nomina del R.U.P.;

VISTI i pareri favorevolmente espressi ex art.49 D.L.gs 267/2000;
ON voti unanimi resi nelle forme di legge;

d e l i b e r a

Per i motivi espressi in premessa e qui s'intendono come riportati anche se materialmente non trascritti:

- Approvare la rimodulazione del progetto così come allegato al presente provvedimento;
- Fissare la Compartecipazione in capo al Comune d'Ischia per € 5.000,00 da impegnarsi sul cap. 1691 del bilancio di previsione corrente 2009;
- Nominare R.U.P. la Dr.ssa Luciana Zabatta Dirigente Amministrativo del Comune d'Ischia
- Affidare ad Ischia Risorsa Mare, società partecipata del Comune d'Ischia la realizzazione dell'iniziativa raccomandando alla stessa l'individuazione del soggetto terzo atto a garantire l'ulteriore compartecipazione alla spesa prevista dal progetto di € 21.000,00;
- Approvare le schede progettuali così come elaborate;
- Disporre l'invio della progettualità esecutiva di cui al presente provvedimento ed a cura del 1° Settore - Area Amministrativa secondo così come allegata al presente provvedimento, che ne forma parte integrante e sostanziale;
- Allegare al presente provvedimento il prospetto riepilogativo dei pareri espressi ex art.49 D.L.gs 267/2000;
- Dichiarare la presente ai sensi dell'art.134 c.4 del Dlvo 267/2000, immediatamente eseguibile.

Del che il presente verbale.

IL PRESIDENTE
Ing. Giuseppe Ferrandino

IL SEGRETARIO GENERALE
Dott. Giovanni Amodio

ALLEGATO "C"

IDENTIFICAZIONE DELL'EVENTO

1. Nome _____ ISCHIA FILM FESTIVAL (SETTIMA EDIZIONE) _____

2. Ente pubblico realizzatore/Beneficiario

Ente _____ COMUNE
D'ISCHIA _____

Indirizzo (Civico, CAP, Località) ____ Via lasolino
1 _____

Telefono
____ 0813333111 _____

FAX
____ 0813333201 _____

E-Mail
____ segreteria@ischiafilmfestival.it _____

**3. Localizzazione dell'intervento: ISCHIA PONTE – PALAZZO MALCOVATI "TORRE DELLO
SCUOPOLO – CASTELLO ARAGONESE – TORRE DEL MOLINO – BORGO S.ANGELO**

4. Costo dell'intervento

TOTALE _____ 86.000 _____, di cui :

Finanziamento richiesto alla Regione _____ 60.000 _____

Altre Risorse pubbliche _____ 5.000,00 _____

Risorse private _____ 21.000,00 _____

DESCRIZIONE E CARATTERISTICHE DELL'INTERVENTO

1. Descrizione dell'intervento - finalità – obiettivi

1.1 – Descrizione dell'intervento

L'Ischia Film Festival, posto sotto l'Alto Patronato del Presidente della Repubblica, patrocinato dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri, dal Ministero degli Affari Esteri, dal Ministero delle Comunicazioni, dal Ministero dello Sviluppo Economico, e dal Ministero dell' Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare, è l'unico festival Internazionale che in appena sei edizioni è stato riconosciuto come il più qualificato evento cinematografico che contribuisce al dialogo tra due grandi settori: quello del cinema e quello del turismo distinguendosi come l'evento internazionale dedicato al "Movie Induced Tourism".

Nel contempo il progetto dell'Ischia Film Festival favorisce la tutela dei luoghi utilizzati dall'audiovisivo ed il rilancio di queste "Locations" attraverso l'unico mercato europeo sui "Movie Tours" (percorsi cineturistici) che si svolge parallelamente al festival.

Dopo lo straordinario successo ottenuto dalle prime sei edizioni, con il concorso cinematografico che ha visto la partecipazione e la proiezione di film provenienti da oltre 33 nazioni del mondo, gli studi sul fenomeno del cineturismo, il focus sul cinema tedesco attraverso le sue location, il focus sul rapporto tra i paesi del mediterraneo attraverso l'audiovisivo, l'omaggio ai luoghi dell'isola con le proiezioni dei film ivi ambientati nelle location dove furono girati, il focus sul Product Placement, la Borsa delle Location e del Cineturismo, il focus sul cinema e il mare, il focus sulla location negata, i casi di sviluppo economico attraverso l'audiovisivo: l'Inghilterra, la Nuova Zelanda, gli stati Uniti, l'Australia; eventi che hanno visto il coinvolgimento di diversi ambasciatori del cinema e del turismo tra cui ben sei premi Oscar e diversi registi di fama internazionale da Ken Adam a Vittorio Storaro, da Alan Lee a Mario Monicelli, da Carlo Rambaldi a Kristoff Zanussi, la settima edizione del festival si concentrerà sullo sviluppo del territorio attraverso l'audiovisivo con approfondimenti sul diritto d'autore e la presentazione di case history di successo.

L'iniziativa 2009 presenterà numerose novità nell'arte cinematografica, nel turismo cinematografico e nella comunicazione audiovisiva grazie al contributo di studi e di ricerche che coinvolgeranno i media globali. Il programma si articolerà attraverso: anteprime di film, il concorso internazionale di cortometraggi e di documentari con premiazioni ma anche riflessioni e dibattiti che consolideranno il forte legame tra l'industria audiovisiva e gli operatori dell'industria turistica e dei mass-media. I numerosi incontri con artisti, registi e produttori, nel corso di forum, convegni e conferenze stampa, apriranno una finestra sulla società internazionale in generale e in particolare sul fenomeno del Movie Induced Tourism che coinvolgerà le realtà culturali internazionali in un palcoscenico unico come l'Isola Verde e l'intero golfo di Napoli, sulla scia delle attività pionieristiche realizzate, negli anni '50 dal produttore Angelo Rizzoli e dal regista Luchino Visconti.

A completamento delle attività culturali saranno allestite mostre fotografiche sul tema del cinema in generale e sui luoghi in particolare. L'evento, ricalcando il format delle precedenti edizioni, si svilupperà nelle seguenti aree tematiche, ognuna delle quali funzionale alla realizzazione degli obiettivi progettuali:

- Concorso Cinematografico Internazionale Ischia Film
- Scenari (rassegna di film internazionali)
- Ischia e il Cinema (omaggio ai film girati nell'isola verde)
- MovieForum – dibattiti e workshop sul Product Placement

- Mediterraneo Cinema Forum (rassegna di film girati nell'area euro-mediterranea)
- Movie Tour Educational (tour sui luoghi del cinema nell'isola d'Ischia)
- Cineturismo International Forum (Annual Meeting)
- Location Negata (Selezione di corti e documentari)
- Mostre Fotografiche presso il Palazzo Malcovati "Torre dello Scuopolo" e la Torre del Molino
- Ischia Foreign Award (serate a tema con premi speciali alle produzioni straniere che hanno scelto l'Italia quale set per le loro riprese)
- Gran Galà Ischia Film Festival - Serata di premiazione

1.2 Finalità dell'intervento

L'Ischia Film Festival 2009 per la sua identificazione culturale turistica è di forte impatto rispetto agli altri eventi dell'estate europea per l'originalità del rapporto che lega il cinema e il territorio al complesso settore della comunicazione.

Un appuntamento internazionale che unirà simbolicamente il mercato del cinema a quello dello sviluppo economico territoriale attraverso l'audiovisivo, integrandosi con la tradizione locale. Un evento che sintetizzerà gli obiettivi di comunicazione futuri del "Movie Induced Tourism", del cinema internazionale, nella piena coscienza della memoria storica.

Il fine culturale della manifestazione sarà, dunque, coinvolgere importanti realtà internazionali al fianco del cinema italiano nell'originale mercato del cineturismo, attraverso la partecipazione dei Media, delle università e degli enti turistici.

In questa prospettiva Ischia si confermerà location strategica per favorire il rapporto tra le realtà cinematografiche italiane e l'industria del turismo; la sede perfetta per il rilancio dei territori, dell'artigianato e del commercio europeo al cospetto dei principali operatori dell'informazione e dell'industria cinematografica e turistica.

Con questi scopi il progetto "Ischia Film Festival '2009" riporterà all'Isola Verde la collocazione di "Promotore del territorio attraverso il cinema" avviato dal produttore Angelo Rizzoli negli anni 50.

1.3 Obiettivi dell'intervento

L'Ischia Film Festival, in soli sei anni, è diventato il più qualificato evento cinematografico sulle location. Il progetto, insieme al rilancio dei luoghi del cinema mondiale, si è posto l'obiettivo di accrescere attraverso questo originale evento la notorietà dell'isola d'Ischia e della Regione Campania, attraverso il coinvolgimento, diretto e indiretto, dei partecipanti alla kermesse, quali ambasciatori delle valenze turistiche locali nel mondo.

E nel 2009 l'isola di Ischia, e di conseguenza la Regione Campania, saranno al centro dell'interesse internazionale sia durante la preparazione che nel corso dell'evento, grazie alla sua originalità ed unicità nonché per il coinvolgimento dei media di due settori quello del cinema e quello del turismo.

Questi i principali obiettivi della manifestazione sotto il profilo turistico-promozionale:

- proporre Ischia e la Campania sul mercato nazionale ed internazionale, come prodotto turistico-culturale e sede di Movie Tours;
- aggregare la filiera turistica attorno ad un evento internazionale, favorendo l'interazione pubblico-privata;
- favorire l'offerta integrata di beni culturali, ambientali e di attrazioni turistiche;
- attrarre flussi turistici internazionali, attraverso il posizionamento dell'isola nella vetrina promozionale della kermesse;
- sollecitare la partecipazione attiva della popolazione turistica locale;

2. Mercato nazionale/internazionale di riferimento

Il mercato di riferimento dell'Ischia I Film Festival travalica decisamente l'ambito nazionale. Per la sua specifica tematica legata al cineturismo il mercato di riferimento nazionale è ben disposto a conoscere nuove iniziative culturali legate ai movie tours e a pacchetti turistici a tema. Attualmente si registra una forte attenzione verso il Festival da parte della Spagna, dell'Inghilterra e della Francia, dopo i recenti successi avuti da questi paesi nel campo del cineturismo. Per il mercato internazionale si punta al mercato turistico Americano, Australiano e a quello Inglese da sempre mercati turistici all'avanguardia. Bisogna considerare che il primo ha dato inizio agli studi internazionali sul fenomeno del turismo legato all'audiovisivo, il secondo ha fortemente puntato su questo mercato con il recente film "Australia" ed il terzo, quello inglese, già da diversi anni promuove il proprio territorio attraverso l'audiovisivo, basti pensare ai tour sulle cento locations di "Harry Potter", per capirne l'impegno nel settore.

A questi vanno aggiunte le promozioni costanti del brand Ischia e Campania (Hong Kong, Malaga, Leeds) con l'attività di relatore internazionale sul fenomeno del Movie Induced Tourism messa in campo direttamente attraverso i suoi interventi a convegni internazionali dal produttore Michelangelo Messina, titolare del Format.

3. Luogo di svolgimento – Locations

L'Ischia Film Festival si svolgerà, come da consolidata tradizione, in luoghi storici e culturali di grande pregio, per incentivare attraverso l'audiovisivo la rivalutazione dei beni culturali ma anche per promuoverne la conoscenza e la fruizione del turista e del residente.

Lo scenario principale delle varie attività connesse al progetto è l'isola d'Ischia, senza contare altre attività collaterali e propedeutiche di importanza strategica come le conferenze stampa di Venezia, Roma e Napoli.

Le principali location sono quelle storiche delle precedenti edizioni:

- Grand Hotel Miramare & Castello – Convegni
- Chiesa Diroccata Barocca dell'Assunta (Castello Aragonese) – Incontri e Proiezioni
- Piazzale delle Alghe – Luogo di allestimento del cinema all'aperto sul mare
- Torre del Molino (Ischia Ponte) – Sede di mostre tematiche e Proiezioni
- Piazzale delle Armi (Castello Aragonese) – Proiezioni di lungometraggi
- Largo Convento (Castello Aragonese) – Proiezioni speciali
- Palazzo Malcovati "Torre dello Scupolo" (Ischia Ponte) – Inaugurazione Festival e Mostra
- Borgo Sant'Angelo (Serrara Fontana) – Proiezioni e incontri
- Saletta convento (Castello Aragonese) – sede ufficio stampa

Nel corso delle attività si cercherà la collaborazione delle realtà municipali ed imprenditoriali

locali e la disponibilità di altri sedi altrettanto importanti e suggestive.

Bene o sito culturale valorizzato con l'evento:

Una delle particolarità del progetto è quella di aver scelto come sede del festival, per le proiezioni, i convegni e gli incontri in esclusiva dei siti archeologici e delle strutture di beni culturali di notevole importanza: il Castello Aragonese, la Torre del Molino e la cinquecentesca Torre dello Scupolo "Palazzo Malcovati". Il progetto prevede l'allestimento di mostre tematiche sul cinema all'interno del Palazzo Malcovati e della Torre del Molino.

Come per gli anni addietro i visitatori delle esposizioni stabili saranno felici di visitare la mostra sul cinema ed in contemporanea ammirare l'antico carcere del Molino o i siti archeologici del Castello Aragonese.

Si tratta quindi di beni culturali importanti per l'isola la cui valorizzazione costituisce nel contempo uno degli obiettivi e un valore aggiunto per gli organizzatori del Ischia Film Festival.

A queste importanti location ne vanno aggiunte altre tre di assoluto valore storico e culturale per l'isola d'Ischia

- Palazzo Malcovati "Torre dello Scuopolo" (Ischia) – Mostre e apertura ufficiale
- Piazzale delle Alghe (Ischia Ponte) – Proiezioni ed incontri
- Borgo di Sant'Angelo (Serrara Fontana) – Proiezioni e premiazioni

4. Date di svolgimento degli eventi

L'Ischia Film Festival ha sempre goduto di un **radicamento storico e territoriale** ben preciso, collocandosi nell'ultima settimana di Giugno. Quest'anno, visto il forte impegno che il territorio isolano, le amministrazioni locali e lo stesso direttore artistico del Festival profondono per la realizzazione di una fiction a lunga serialità che occuperà le location del festival e che si svolgerà nei mesi di Maggio, Giugno, Settembre e Ottobre, questa amministrazione ha deciso di spostare a Luglio le date del Festival.

La settima edizione del Festival si svolgerà dunque nell'isola d'Ischia **dal 5 all'11 Luglio 2009**

Ben consci dell'importanza che una fiction televisiva può avere nella promozione territoriale (proprio grazie a ricerche e studi realizzati o presentati nel corso di questi anni dal Festival) ma anche consapevoli dell'impegno che questa amministrazione profonderà per facilitare le riprese televisive, in accordo con la **Film Commission Regione Campania**, abbiamo deciso di collocare il Festival in un arco temporale che ben si accorda con il calendario degli eventi ischitani, ovvero subito dopo il Premio Ischia Internazionale di Giornalismo e prima della Festa a Mare agli Scogli di Sant'Anna.

Una collocazione temporale stabilita non solo per aggiungere un attrattore turistico-culturale all'offerta isolana, ma anche per la necessità di positive condizioni meteorologiche, indispensabili per un'iniziativa che si svolge essenzialmente all'interno di **siti storico/culturali/architettonici di pregio**.

5. Palinsesto e programma dettagliato

ISCHIA FILM FESTIVAL

VII edizione 5 | 11 Luglio 2009

Castello Aragonese | Torre del Molino | Piazzale delle Alghe | Borgo Sant'Angelo
| Palazzo Scuopolo

Sotto l'Alto Patronato del Presidente della Repubblica On. Giorgio Napolitano

Con il patrocinio morale di
Presidenza del Consiglio dei Ministri
Ministero per i Beni e le Attività Culturali
Ministero degli Affari Esteri
Ministero dello Sviluppo Economico
Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare
Regione Campania
ENIT
ANICA
ICE

PROGRAMMA

Domenica 5 Luglio

- **Ore 18:00** Apertura ufficiale della settima edizione del festival presso il Palazzo "Scuopolo" Malcovati –
- **Ore 19:00** Inaugurazione della Mostra **"Set cinematografici"** percorso sul set de **"Il Talento di Mr. Ripley"**
- **Ore 20:00** Inaugurazione della Mostra fotografica **"Ischia: Scenari cinematografici ieri e oggi"** allestita presso la Torre del Molino
- **Ore 21:00** Proiezione delle opere in concorso (**Ischia Film Award**) e delle selezioni speciali nelle seguenti aree del Castello Aragonese di Ischia:
 - Piazzale delle Armi
 - Terrazza Chiesa dell'Immacolata
- **Ore 21:00** Proiezioni per la sezione **"Location negata"** presso l'open space convento
- **Ore 21:00 "Scenari"** Proiezioni delle opere fuori concorso presso la Torre del Molino e al Sant'Angelo
- **Ore 21:30 "Ciak: il cinema e.." incontro con l'ospite d'onore della serata a seguire**
- **Ore 22:00** Proiezione speciale (anteprima nazionale) di un film girato ad Ischia presso la Chiesa diroccata Barocca dell'Assunta

Lunedì 6 Luglio

- **Ore 20:00 "Film Cocktail" "Un drink tra cinema e luoghi"** presso la terrazza del Castello Aragonese
- **Ore 21:00 "Ciak: il cinema e.." incontro con l'ospite d'onore della serata a seguire**
- **Ore 21:30** Serata speciale per la sezione "Primo Piano – il cinema internazionale" presso la Chiesa diroccata Barocca dell'Assunta
- **Ore 21:30** Proiezioni e incontri al piazzale delle alghe
- **Ore 21:00** Proiezione delle opere in concorso (**Ischia Film Award**) e delle selezioni speciali nelle seguenti aree del Castello Aragonese di Ischia:
 - Piazzale delle Armi
 - Terrazza Chiesa dell'Immacolata
- **Ore 21:00** Proiezioni per la sezione **"Location negata"** presso l'open space convento
- **Ore 21:00 "Scenari"** Proiezioni delle opere fuori concorso presso la Torre del Molino e al Sant'Angelo

Martedì 7 Luglio

- **Ore 20:00** “**Film Cocktail**” “Un drink tra cinema e luoghi” presso la terrazza del Castello Aragonese
- **Ore 21:00** “**Ciak: il cinema e..**” incontro con l’ospite d’onore della serata a seguire
- **Ore 21:30** Serata speciale per la sezione “Primo Piano – il cinema internazionale” presso la Chiesa diroccata Barocca dell’Assunta
- **Ore 21:00** Proiezione delle opere in concorso (**Ischia Film Award**) e delle selezioni speciali nelle seguenti aree del Castello Aragonese di Ischia:
 - Piazzale delle Armi
 - Terrazza Chiesa dell’Immacolata
- **Ore 21:30** Proiezioni e incontri al piazzale delle alghe
- **Ore 21:00** Proiezioni per la sezione “**Location negata**” presso l’open space convento
- **Ore 21:00** “**Scenari**” Proiezioni delle opere fuori concorso presso la Torre del Molino e al Sant’Angelo

Mercoledì 8 Luglio

- **Ore 10.00** Grand Hotel Miramare & Castello
Convegno Nazionale sul “**Cineturismo**” – Prima Parte
- **Ore 15.00** Convegno Nazionale sul “**Cineturismo**” – Seconda Parte
- **Ore 20:00** “**Film Cocktail**” “Un drink tra cinema e luoghi”
- **Ore 21:00** “**Ciak: il cinema e..**” incontro con l’ospite d’onore della serata a seguire
- **Ore 21:30** Serata speciale per la sezione “Primo Piano – il cinema internazionale” presso la Chiesa diroccata Barocca dell’Assunta
- **Ore 21:00** Proiezione delle opere in concorso (**Ischia Film Award**) e delle selezioni speciali nelle seguenti aree del Castello Aragonese di Ischia:
 - Piazzale delle Armi
 - Terrazza Chiesa dell’Immacolata
- **Ore 21:00** Proiezioni per la sezione “**Location negata**” presso l’open space convento
- **Ore 21:00** “**Scenari**” Proiezioni delle opere fuori concorso presso la Torre del Molino e al Sant’Angelo

Giovedì 9 Luglio

- **Ore 10.00** Grand Hotel Miramare & Castello
Workshop sul cinema e i luoghi – Prima Parte
- **Ore 15.00** Workshop sul cinema e i luoghi – Seconda Parte
- **Ore 20:00** “**Film Cocktail**” “Un drink tra cinema e luoghi” presso la terrazza del Castello Aragonese
- **Ore 21:00** “**Ciak: il cinema e..**” incontro con l’ospite d’onore della serata a seguire
- **Ore 21:30** Serata speciale per la sezione “Primo Piano – il cinema internazionale” presso la Chiesa diroccata Barocca dell’Assunta
- **Ore 21:00** Proiezione delle opere in concorso (**Ischia Film Award**) e delle selezioni speciali nelle seguenti aree del Castello Aragonese di Ischia:
 - Piazzale delle Armi
 - Terrazza Chiesa dell’Immacolata

- **Ore 21:00** Proiezioni per la sezione **“Location negata”** presso l’open space convento
- **Ore 21:00 “ Scenari”** Proiezioni delle opere fuori concorso presso la Torre del Molino e al Sant’Angelo

Venerdì 10 Luglio

- **Ore 10.00** Grand Hotel Miramare & Castello
Convegno sul **Product & Location Placement** - prima parte
- **Ore 15:00** Convegno sul **Product & Location Placement** – seconda parte
- **Ore 20:00 “Film Cocktail” “Un drink tra cinema e luoghi”** presso la terrazza del Castello Aragonese
- **Ore 21:00 “Ciak: il cinema e..” incontro con l’ospite d’onore della serata a seguire**
- **Ore 21:30** Serata speciale per la sezione “Primo Piano – il cinema internazionale” presso la Chiesa diroccata Barocca dell’Assunta
- **Ore 21:00** Proiezione delle opere in concorso (**Ischia Film Award**) e delle selezioni speciali nelle seguenti aree del Castello Aragonese di Ischia:
 - Piazzale delle Armi
 - Terrazza Chiesa dell’Immacolata
- **Ore 21:00** Proiezioni per la sezione **“Location negata”** presso l’open space convento
- **Ore 21:00 “ Scenari”** Proiezioni delle opere fuori concorso presso la Torre del Molino e al Sant’Angelo

Sabato 11 Luglio

Nell’incantevole scenario della rotonda sul mare del Grand Hotel Miramare & Castello serata per la premiazione delle opere in concorso e dei special awards della VII edizione del premio Internazionale Ischia Film Festival, a seguire cena di gala.

*Questo programma potrebbe essere soggetto a cambiamenti. Le eventuali modifiche, i nominativi degli ospiti premiati e le opere in concorso saranno comunicate nella conferenza stampa ufficiale che si terrà nel mese di Giugno presso l’ANICA a Roma, attraverso l’ufficio stampa e attraverso la pubblicazione sul sito. www.ischiafilmfestival.it

6. Cast artistico

La natura intrinseca del progetto, prevedendo un casting di personaggi del cinema nazionale ed internazionale impedisce la formulazione preventiva e definitiva dell’elenco delle personalità che prenderanno parte alla kermesse di luglio 2009 in quanto inviti e conferme sono attività progettuali in continua evoluzione. Generalmente sono coinvolte nella manifestazione personalità del cinema e del turismo che si sono poste alla ribalta del pubblico e della critica tra l’ultimo semestre del 2008 e l’anno in corso.

La presenza del Direttore artistico Michelangelo Messina alle principali vetrine mondiali del cinema e del Turismo (Bit, Berlinale, Cannes) ha come scopo principale il “reclutamento” di artisti, registi, produttori e giornalisti capaci di dare maggior visibilità all’evento di Ischia.

6.1 Personalità del mondo dello spettacolo intervenute nelle passate edizioni

A titolo esemplificativo del livello finora conseguito nel casting si ritiene utile elencare i principali protagonisti delle precedenti edizioni:

Sir Ken Adam	Premio Oscar	Luca Verdone	Regista
Carlo Rambaldi	Premio Oscar	Cinzia Th Torrini	Regista
Vittorio Storaro	Premio Oscar	Alberto Sironi	Regista
Oswaldo Desideri	Premio Oscar	Michele Ferrari	Regista
Alan Lee	Premio Oscar	Giuseppe Gagliardi	Regista
Gabriella Cristiani	Premio Oscar	Silvano Agosti	Regista
John Howe	Conceptual Desig. Lord of Rings	Francesco Munzi	Regista
Andrea Piersanti	Critico Cinematografico	Francesco Castellani	Regista
Vittorio Giacci	Critico Cinematografico	Giorgio Diritti	Regista
Silvio Danese	Scrittore e Critico Cinemat.co	Michele Bia	Regista
Luigi Painsi	Critico Cinematografico	Claudio Bondi	Regista
Federico Pontiggia	Critico Cinematografico	Cortanza Quatriglio	Regista
Giuseppe Massaro	Presidente Anica	Piero Cannizzaro	Regista
Massimo Magliaro	Rai International	Luca Mazzieri	Regista
Shaila Rubin	Casting Director	Salvatore Romano	Regista
Romina Power	Attrice – Cantante – Regista	Marta Bifano	Regista
Licia Colò	Conduttrice Televisiva	Galliano Passerini	Regista TV
Ennio Guarnieri	Direttore della Fotografia	Valerio Nataletti	Regista TV
Carlos Rosado	Spain Film Commission	Enzo Sisti	Produttore Esecutivo
Piluca Querol	Andalusia Film Commission	Marco Valerio Pugini	Produttore Esecutivo
Mohannad Al-Bakri	Royal Film Commission – Jordan	Andrea Rizzoli	Produttore
Amedeo Fago	Direttore di Festival	Oreste Rossignoli	Produttore
Gianluca Curti	Direttore di Festival	Katharina Trebitsch	Produttrice
Andrea Romeo	Direttore di Festival	Andreas Eicher	Produttore
Remigio Trucchio	Direttore di Festival	Silvia Pettini	Produttrice
Maria Grazia Cucinotta	Attrice/Produttrice	Laura Pettini	Produttrice
Arnoldo Foà	Attore	Rean Mazzone	Produttore
Enrico Lo Verso	Attore	Cristina Pittalis	Produttrice
Leonardo Pieraccioni	Attore	Umberto Massa	Produttore
Sean Kanan	Attore	Mario Orfini	Produttore
Giorgio Pasotti	Attore	Angelo Bassi	Produttore
Nicoletta Romanoff	Attrice	Franco Porcarelli	Produttore
Francesco De Vito	Attore	Elisabetta Arnaboldi	Produttrice TV
Dario D'Ambrosi	Attore	Francesco Frigeri	Scenografo
Sergio Muniz	Attore	Marisa Rizzato	Scenografa
Mattia Sbragia	Attore	Eva Desideri	Scenografa
Giovanni Capalbo	Attore	Marina Pinzuti	Scenografa
Fabio Troiano	Attore		
Donatella Finocchiaro	Attrice		
Giuseppe Battiston	Attore		
Lino D'Angiò	Attore		
Daniela Fazzolari	Attrice		
Giacomo Battaglia	Attore		
Mario Monicelli	Regista		
Luciano Emmer	Regista		
Carlo Lizzani	Regista		
Edoardo Winspeare	Regista		
Mario Brenta	Regista		
Claudio Bozzatello	Regista		
Francesco Patierno	Regista		
Paul Kieffer	Regista		
Lorenzo Hendel	Regista		
Vincenzo Marra	Regista		

6.2 Comitato d'Onore permanente del festival

Sir Ken Adam (Premio Oscar) Presidente

Vittorio Storaro (Premio Oscar)

Carlo Rambaldi (Premio Oscar)

Osvaldo Desideri (Premio Oscar)

Alan Lee (Premio Oscar)

Gabriella Cristiani (Premio Oscar)

Kristof Zanussi (Regista)

Carlo Lizzani (Regista)

Mario Monicelli (Regista)

Giuliano Montaldo (Regista)

Comitato d'Onore 2009 (alla data odierna)

On. Antonio Bassolino (Presidente Regione Campania)

Dr. Matteo Marzotto (Presidente Enit Italia)

Dr. Giosi Ferrandino (Sindaco d'Ischia)

Dr. Cesare Mattera (Sindaco di Serrara Fontana)

7. Direttore Artistico/Curatore scientifico

Ideatore e Direttore artistico del Festival è Michelangelo Messina.

La scelta della Direzione artistica e l'organizzazione generale del progetto non a caso è caduta su Michelangelo Messina, fondatore della manifestazione. Profondo conoscitore del marketing territoriale da anni è impegnato per lo sviluppo del cineturismo, termine da lui coniato e regolarmente registrato. Un professionista del cinema e della comunicazione che ha dimostrato nelle precedenti sei edizioni di essere l'anima e l'energia vitale della kermesse. Le sue capacità professionali, i suoi rapporti relazionali e la sua preparazione, sia come produttore che come comunicatore, hanno consentito il raggiungimento di risultati, altrimenti inimmaginabili alla luce del budget disponibile.

Il Direttore Artistico si avvarrà di uno staff di collaboratori che già nelle passate edizioni lo hanno coadiuvato sia durante la preparazione, che in fase di produzione.

Breve Biografia

Michelangelo Messina compie i suoi studi nel settore del turismo. Per un periodo di 4 anni vive e studia a New York. Lavora per molti anni in Italia e in Europa nel campo turistico e successivamente si occupa di organizzazione eventi. Contribuisce attivamente a tutte le produzioni cine-televisive che approdano nelle isole del golfo di Napoli. Dal 1996 comincia a lavorare nel cinema come location manager e direttore di produzione. Collabora con diverse produzioni cinematografiche italiane ed internazionali. E' da quest'esperienza e dopo alcuni anni di ricerche che nel 2003 matura l'idea di realizzare un festival ed un mercato dedicati alle location cinematografiche. Collabora dal 2005 con la FCRC Film Commission Regione Campania offrendo assistenza ai progetti della Film Commission Campana su Ischia e Procida.

Annovera nel suo curriculum organizzazioni su Ischia e Procida di eventi quali:

- Visita del Papa Giovanni Paolo II ad Ischia
- Festa a mare agli scogli di S.anna (Direttore Artistico 2008)
- Il Talento di Mr Ripley (Film Produzione Miramax)
- Il Commissario Raimondi (Fiction TV Mediaset)
- Settembre sul sagrato (Diverse edizioni)
- La Domenica del Villaggio (Trasmissione Mediaset)
- Speciale TG1 Ischia (Rai Uno)
- Cartolina d'Italia (Rai Uno)
- Uno Mattina (Rai Uno)
- Fornelli d'Italia (Trasmissione Mediaset)
- Mela Verde (Trasmissione Mediaset)
- Alle falde del Kilimangiaro (Programma TV Rai)
- Il Paradiso all'Improvviso (Film di Leonardo Pieraccioni)
- Se lo Fai sono guai (Film di Michele Massimo Tarantini)
- Viaggio in Italia (LA7 Programma TV)
- Leonardo Speciale Ischia (Programma satellitare)
- Nuvolari Speciale Ischia (Programma satellitare)
- Alice Speciale Ischia (Programma satellitare)
- Un estate al Mare (Film di Carlo Vanzina)
- Villa Amalia (Film francese di Benoit Jaquot)
- Fiat 500 cabrio (Spot internazionale della Fiat)
- I delitti del cuoco (Fiction Tv Mediaset)

8. Coerenza del progetto con l'idea forza del "Viaggio nella creatività"

« Il cinema racchiude in sé molte altre arti; così come ha caratteristiche proprie della letteratura, ugualmente ha connotati propri del teatro, un aspetto filosofico e attributi improntati alla pittura, alla scultura, alla musica. »

Questa citazione del grande regista **Akira Kurosawa** evidenzia quanto il Cinema racchiuda in se tutte le forme d'arte che hanno come comun denominatore la creatività.

Questo in breve spiega tutta la coerenza del progetto Ischia Film Festival con l'idea del "Viaggio nella creatività".

In particolare il cinema è una delle tante rappresentazioni della "scrittura creativa". La rapida successione di immagini che contengono una ripresa frazionata della medesima azione è alla base di quella illusione ottica che noi conosciamo con il nome di cinema.

L'Ischia Film Festival, con i suoi convegni e workshop sul cineturismo e sul product placement è sempre stato un attrattore di giovani studenti universitari provenienti dall'Italia e dall'estero. Lo stesso legame dell'Ischia Film Festival con il mondo del turismo non è altro che un impulso di creatività che ha spinto il suo Direttore Artistico, Michelangelo Messina a dar vita al termine "Cineturismo" che fino al 2003 non esisteva.

9. Piano di comunicazione dell'evento – descrizione

9.1 Premessa

L'obiettivo del piano di comunicazione è, innanzitutto, raggiungere i risultati attesi dal progetto. Questo obiettivo, permetterà al festival di raggiungere quella notorietà tale da divenire un punto di riferimento per gli addetti ai lavori e gli appassionati del settore. Tale notorietà verrà veicolata tramite una massiccia presenza nei media, sia on line che off line. Una grande aiuto verrà anche dalla televisione, con la presenza della notizia del festival sia in antenne locali che nazionali.

In particolare, verranno utilizzati i seguenti canali:

1. ufficio stampa;
2. internet;
3. eventi;
4. pubbliche relazioni;
5. promozioni;
6. pubblicità (advertising).

Come già detto, la comunicazione si avvarrà di promozioni e conferenze quali trampolini di lancio per **catturare l'attenzione del pubblico e dei media**.

Per monitorare la soddisfazione dei partecipanti al festival, sia addetti ai lavori in concorso che pubblico, sarà creato di un **questionario di gradimento** da somministrare alla conclusione dei lavori del festival. Dai risultati del sondaggio, sarà possibile capire quali sono gli aspetti da migliorare al fine di raggiungere un risultato ottimale: il report realizzato sarà un ottimo strumento di stimolo e riflessione per la realizzazione delle edizioni successive del festival.

9.2 COMUNICAZIONE ESTERNA

Premessa

La comunicazione esterna, realizzata sia secondo la prospettiva one to one, per rivolgersi ai singoli giornalisti, sia con un'azione di massa per attirare il grande pubblico, avverrà considerando due canali principali:

1. addetti ai lavori che parteciperanno al festival
2. grande pubblico

Questo perché è importante non solo comunicare e mantenere vivo il rapporto con i partecipanti al festival già a conoscenza della manifestazione, ma è fondamentale instaurare un legame forte e continuativo anche con una platea maggiore per far sì che il festival si confermi una manifestazione di interesse nazionale ed internazionale.

9.3 UFFICIO STAMPA

L'ufficio stampa è essenziale al fine di una corretta campagna di comunicazione. La scorsa edizione ha avuto un ufficio stampa dedicato, ma le ridotte possibilità economiche hanno permesso una comunicazione concentrata principalmente su internet e su media di settore. Quest'anno, invece, anche in funzione dell'apporto economico sollecitato con il presente progetto, l'obiettivo è quello di ottenere l'attenzione di media nazionali ed internazionali con azioni significative ed efficaci..

Azioni da effettuare

L'ufficio stampa si articolerà in due parti principali: **attività quotidiana e attività legata ad eventi speciali**, come conferenze e serate di gala, ed entrambi saranno svolti sia on line che off line. In particolare saranno previste due conferenze stampa di

presentazione: una a Roma, capitale d'Italia e del cinema nazionale, ed una a Napoli per la stampa regionale.

Il Festival potrà avvalersi di un **database di giornalisti**, internazionali, nazionali, locali e specialistici, con i quali si cercherà di creare un rapporto speciale e che diverranno destinatari privilegiati di ogni nuova informazione concernente l'Ischia film festival.

Verranno attivate azioni di "avvicinamento" tramite benefit ed eventi mirati per creare rapporti stretti con i media di nostro interesse.

Grande spazio verrà dato al **monitoraggio** di media nazionali e di settore per individuare quei giornalisti che si occupano di temi inerenti il Festival a cui verrà proposto del materiale informativo sulla manifestazione così da invogliarli a realizzare articoli su di noi.

Si contatteranno le **televisioni e radio locali** per presentare il festival come un evento di riferimento del settore. Con le stesse argomentazioni si contatteranno soprattutto i **media a livello nazionale** per ottenere più spazio.

Alla conclusione del lavoro di ufficio stampa, si realizzeranno le **rassegne stampa riepilogative** da inserire nelle presentazioni da portare ai potenziali sponsor. Tali rassegne verranno anche inserite in un'apposita sezione del sito internet.

9.4 INTERNET

Grande importanza verrà data anche ad internet che si sta rivelando un mezzo comunicato estremamente efficace. In particolare:

1. sarà effettuata una campagna di comunicazione per il sito, con una nuova **iscrizione nei motori ricerca** e una campagna di scambio link. L'Ischia Film Festival è legato ad un sito internet fortemente indicizzato ed il posizionamento nei motori di ricerca è fondamentale per apparire nelle prime tre pagine della ricerca ed ottenere risultati concreti in termini di contatti.
2. Il sito www.ischiafilmfestival.it gode anche di una sezione per le **news** con inserimento di comunicati stampa e articoli di giornale che parlano del Festival. Il sito consta anche di una sezione dedicata esclusivamente alla stampa, con la possibilità di scaricare materiale informativo e fotografico relativo all'Ischia film festival.
3. Il sito viene **aggiornato continuamente** in quanto un sito non aggiornato di frequente dà l'idea di una organizzazione non viva alle spalle.
4. Già da diversi anni l'organizzazione del Festival ha attivato una **campagna di scambio link** con altri siti al fine di migliorare il ranking del sito e ottenere posizioni migliori nei motori di ricerca.
5. Il sito gode di un servizio di **statistiche** che permette di avere informazioni precise sul numero di accessi al sito, in quali occasioni e attraverso quali canali. In questo modo è possibile avere un riscontro chiaro alle azioni intraprese e apportare eventuali modifiche alle azioni di comunicazione. Annualmente il sito gode di oltre **1.700.000 contatti**.
6. **Newsletter.** Da quest'anno l'ufficio stampa del Festival si è dotato di un programma per l'invio professionale di newsletter agli oltre **16.000 iscritti** di cui 12.000 nazionali e 4.000 internazionali. Grazie ad una newsletter mensile l'organizzazione del Festival può contare su un rapporto efficace e costante con i suoi utenti che nel corso dell'anno sono informati periodicamente sulle attività del Festival. Questo crea un'aspettativa che spinge molti di essi a prenotare una vacanza in occasione della kermesse. In prossimità delle date del festival la newsletter diventerà settimanale e poi giornaliera.

7. **Social Network.** Sempre da quest'anno l'ufficio stampa del Festival ha intensificato la sua attività di comunicazione diretta con gli utenti del social network attraverso **Facebook, MySpace, YouTube** ed altri siti di forte impatto sugli utenti della rete. Il webchannel del Festival consta di oltre 50 video caricati e periodicamente visti dagli utenti. Il Gruppo su Facebook ha superato i **1500 iscritti**. Un sistema di comunicazione diretta con gli utenti di questi siti permette all'organizzazione del festival di offrire direttamente soluzioni di viaggio e pacchetti di soggiorno per incentivare l'incoming turistico dell'isola e potenziare l'utenza del Festival.

9.5 PUBBLICHE RELAZIONI

Premessa

Le pubbliche relazioni restano il campo privilegiato per stringere contatti utili con gli opinion leader dei settori che ci interessano. Per questo motivo, l'attenzione dell'ufficio stampa è concentrata sulla creazione di ottimi rapporti con le figure di rilievo di settore e dei media, ma anche enti, istituzioni e pubbliche amministrazioni.

Un'attenzione particolare è riservata **all'analisi del database dei contatti** del festival: l'obiettivo è quello di implementarlo con notizie più specifiche, anche dal punto di vista personale, in modo tale da avere una visione completa dei riferimenti non solo dal punto di vista professionale ma anche dal **punto di vista umano**. Questo quadro di insieme ci consente di creare un legame più intimo con tali figure di riferimento ed ottenere un canale di comunicazione privilegiato, grazie anche ad una comunicazione mirata, one to one, ed al ricorso ad **azioni promozionali specifiche per la singola persona**.

9.6 EVENTI SPECIALI

Come già anticipato, si prevedono **due conferenze stampa**. In entrambi i casi verranno invitati giornalisti di settore, con i quali si inizierà a creare un rapporto speciale in vista anche della loro presenza al festival, e televisioni locali e nazionali. Durante le conferenze, infine, verranno comunicati i titoli delle opere in concorso. Questo evento farà da attrattore per i giornalisti, in particolar modo quelli di settore.

Durante il corso del festival, invece, sono previsti **momenti di aggregazione** come cene o cocktail che serviranno non solo ad attirare un pubblico di vip ma anche ad assicurarci la presenza sui rotocalchi specializzati in gossip ampiamente distribuiti e letti dal grande pubblico.

9.7 ADVERTISING

E' prevista una **campagna di advertising** sui principali quotidiani nazionali e locali, senza trascurare la free press. Questo darà la possibilità al festival di raggiungere anche quel segmento di pubblico che non legge i quotidiani a pagamento ma si limita a sfogliare la free press distribuita nelle metropolitane.

Saranno acquistati spazi sui **cartelloni pubblicitari** stradali e saranno realizzate **locandine** da affiggere nelle vetrine dei negozi di Ischia e Napoli.

Un'azione di **merchandising** consentirà a tutti coloro che dispongono di una card di accredito al festival (gratuita) di usufruire di sconti nelle principali attrazioni turistiche e nei negozi dell'isola che aderiranno all'iniziativa. Questo garantirà maggiore presenza nelle vetrine dell'isola e quindi ulteriore attenzione verso l'evento.

E' prevista, infine, la realizzazione di **cartoline pubblicitarie** diffuse in occasione dei principali eventi di cinema e turismo, e la stampa di oltre **50.000 programmi** in inglese e in italiano, da diffondere in tutte le strutture ricettive dell'isola.

Il catalogo del Festival stampato in oltre 5.000 copie rappresenta il principale strumento di promozione per gli autori cinematografici presenti nel concorso internazionale Ischia Film Festival ad ognuno dei quali è garantita una pagina con la scheda tecnica dell'opera, **come previsto dai canoni internazionali dei festival cinematografici**. Il catalogo costituisce anche un'occasione di promozione per le istituzioni, gli imprenditori locali e gli sponsor che sosterranno l'iniziativa.

9.8 CONCLUSIONI

La realizzazione delle azioni di comunicazione stabilite garantirà il **raggiungimento della visibilità desiderata**. Inoltre permetterà di realizzare un patrimonio di contatti che si riveleranno utili non solo per questa edizione ma anche per quelle successive.

Il conseguimento di una posizione da leader del settore dei festival cinematografici sicuramente sarà una meta raggiungibile solo dopo un certo numero di edizioni, ma la realizzazione di questo piano di comunicazione contribuirà a gettare solide basi per la realizzazione dell'obiettivo prefisso.

10. Cronogramma dell'evento

La promozione dell'evento inizia dall'anno precedente (Agosto 2008) e si conclude con l'inizio della manifestazione (Luglio 2009).

Le modalità prevedono la partecipazione a vari mercati turistici ed ad importanti festival cinematografici nazionali ed internazionali.

10.1 Dal punto di vista della comunicazione:

Sono già stati realizzati cocktail e dibattiti per presentare il resoconto della sesta edizione e fornire le anticipazioni per la prossima edizione del Festival.

In occasione del Clorofilla Film Festival (tenutosi nell'ambito di **Festambiente 2008**) l'Ischia Film Festival ha avuto un ampio spazio espositivo.

In Settembre 2008 Michelangelo Messina ha presentato in anteprima la settima edizione del Festival alla 65esima edizione della **Mostra Internazionale del Cinema di Venezia** dando così il via al concorso cinematografico internazionale che ha deadline al 15 Aprile.

In Dicembre 2008 il Direttore Artistico del Festival è intervenuto al convegno di Spoleto "**I centri storici come luoghi e palcoscenici per set cinematografici**" quale rappresentante del fenomeno del cineturismo in Italia. In **Febbraio 2009** il fenomeno del Cineturismo, è stato tra i protagonisti della **BIT 2009** con un intervento di Michelangelo Messina al convegno ufficiale dell'**ISNART "La congiuntura e il turismo in Italia: il ruolo di televisione, cinema e internet nella scelta delle vacanze"** nonché con la presentazione ufficiale della settima edizione del Festival e inclusa tra gli appuntamenti culturali di Ischia e la diffusione di materiale sul cineturismo nello stand della Regione Campania dedicato alla filiera omonima.

La **conferenza stampa** ultima, con i film in concorso, la giuria, gli ospiti ed il programma definitivo avrà luogo a Napoli ed a **Roma** in Giugno 2009.

10.2 Fasi Organizzative:

L'attività organizzativa del Festival dura tutto l'anno per la presenza del concorso internazionale. Il concorso è lanciato generalmente a **Venezia in Settembre** e le opere giungono alla segreteria del Festival fino alla **deadline prevista per Aprile. Durante questi**

mesi le opere sono catalogate, archiviate e sottoposte alla visione della commissione selezionatrice. In Giugno il giudizio della commissione viene diffuso tra tutti coloro che hanno inviato le opere in concorso e dopo la conferenza stampa ufficiale del Festival parte l'ultima fase attuativa che si conclude con la realizzazione dell'evento.

AZIONE → MESE ↓	Promozione e comunicazione	Organizzazione e contrattualizzazioni	Realizzazione evento	Rendicontazione
Gennaio	SI	SI		
Febbraio	SI	SI		
Marzo	SI	SI		
Aprile	SI	SI		
Maggio	SI	SI		
Giugno	SI	SI		
Luglio	SI	SI	SI	SI
Agosto	SI			SI
Settembre	SI			SI
Ottobre	SI	SI		SI
Novembre	SI	SI		
Gennaio	SI	SI		

ANALISI DELLA DOMANDA

11. Capacità dell'evento di attrarre significativi flussi turistici

Per la sua natura l'Ischia Film Festival è un'iniziativa culturale che si propone proprio ad un pubblico di turisti e ad un'utenza specifica di operatori del settore provenienti dall'Italia e dal resto del mondo.

Grazie ad un sito molto articolato (www.ischiafilmfestival.it) il Festival offre al turista ogni strumento per poter trasformare il suo interesse culturale e cinematografico in una vera e propria vacanza.

Inoltre una serie di **convenzioni ed accordi stretti con gli operatori turistici locali** (agenzie – ristoranti – alberghi) consentono al festival di offrire ai suoi utenti pacchetti di soggiorno di ottimo livello e sconti sui soggiorni prenotati autonomamente.

Tra le pagine del sito si possono infatti trovare:

- Informazioni sulle modalità di accredito
- Proposte di soggiorno
- Indirizzi e recapiti degli alberghi convenzionati
- Indirizzi e recapiti dei ristoranti convenzionati
- Orari dei collegamenti marittimi

- Info sulle modalità per raggiungere l'isola
- Modalità per muoversi ad Ischia ed orari Autobus
- Attrazioni turistiche da visitare ad Ischia
- Storia del cinema ad Ischia e luoghi ad esso legati

12. Tipologia dei destinatari

L'“Ischia Film Festival 2009” è prodotto nell'intento di offrire cultura, arte cinematografica, turismo ad appannaggio di un vasto target di pubblico turisti e operatori dell'industria dell'audiovisivo, dell'arte e del turismo internazionali ed italiani, nonché locali (turisti già presenti ad Ischia ed operatori e appassionati della Regione, della Provincia e dei comuni dell'Isola d'Ischia). La natura turistico-culturale dell'evento ha coinvolto, per le diverse attività in programma, un vasto pubblico di diversa estrazione sociale e culturale, di ogni fascia di reddito ed età, senza distinzione di sesso. Nello specifico, l'attenzione è stata rivolta ai giovani che guardano al grande cinema e turismo come occasioni di ricerca, analisi, approfondimento e sviluppo economico. In sei anni il Festival ha goduto della presenza di molti accreditati provenienti dalle migliori università italiane ed ha fruttato oltre 70 tesi di laurea che l'anno visto oggetto di studio e approfondimento.

Le proiezioni, gli incontri con i registi e le mostre sono aperte al pubblico e vanno ad integrare la corposa offerta culturale del Comune d'Ischia. L'area espositiva, i convegni ed i workshop sono invece rivolti agli operatori del settore che pagano un accredito per parteciparvi.

13. Priorità dell'intervento per il territorio

Il progetto ha tenuto conto delle linee guida del turismo in Campania e del POR regionale. L'Ischia Film Festival 2009 dopo sei edizioni si ormai affermato tra gli appuntamenti del comparto turistico dell'isola di Ischia più attesi dell'anno. Ne sono la prova le numerose richieste di soggiorno abbinate al Festival che hanno definitivamente consolidato l'evento come kermesse da incoming turistico. **Nella sola edizione 2008 hanno prenotato il loro soggiorno per partecipare al festival oltre 280 persone.** La ripetitività consolidata dell'evento lo inserisce tra le migliori opportunità che gli operatori di settore possono utilizzare nella confezione delle proprie proposte turistiche. La capacità di coinvolgere le realtà municipali locali insieme alle principali associazioni imprenditoriali e culturali favorisce quell'interazione pubblico-privato tanto ricercata dalle politiche regionali.

Con il progetto Cinema e Territorio, la Regione Campania e l'Isola d'Ischia diventano protagoniste di un evento destinato ad avere forti ripercussioni anche sulle altre Regioni, non si dimentichi che in un momento così delicato per l'economia italiana, il lancio di questo progetto rappresenta la risposta concreta a nuove forme di sviluppo turistico - culturale del prodotto Italia, ne sono da esempio l'America, l'Irlanda e Inghilterra che grazie ai pacchetti turistici “Movie Tours”, hanno ottenuto un incremento dei soggiorni sul territorio. Recente la forte attenzione della Cina, verificata anche attraverso il convegno di Hong Kong nonché della Spagna e dell'Inghilterra che hanno avviato studi universitari sull'evento di Ischia.

Conclusioni:

- il settore ha un peso economico rilevante nel sistema produttivo cittadino
- il territorio è ricco di professionalità specifiche
- il settore è caratterizzato da promozione derivante dalle produzioni

- il territorio (allargato) ha una rendita di posizione legata al patrimonio storico, artistico e ambientale di Ischia, del suo Golfo e della regione Campania.

13.1 Risultati attesi

Risultato primario che ci attende dall'evento è, come anzi detto, l'accrescimento qualificato della notorietà dell' isola d'Ischia ed il rilancio sul piano internazionale dell'immagine dell'intera Regione Campania. Per il 2009 si punta ad un miglioramento quantitativo e qualitativo dei flussi turistici, soprattutto di quelli nazionali, nel periodo a cavallo ed immediatamente dopo la manifestazione. Grazie alla realizzazione di Movie Tour educational rivolti alla stampa specializzata ed agli operatori turistici ci si aspetta un incremento di un nuovo e qualificato target di utenti interessati al cinema ed ai suoi luoghi.

FATTIBILITÀ FINANZIARIA

14. Quadro economico dell'intervento

Quadro economico dell'intervento rimodulato

Prospetto COSTI EFFETTIVI (dati espressi in euro)	
Direzione artistica e coordinamento	4.300,00
Ufficio Stampa	3.010,00
Progettazione Grafica per Sito Web, Catalogo e Comunicazione Coordinata	2.580,00
Personale a vario titolo: segreteria, hostess, operai etc.	5.375,00
Spese di gestione e organizzazione evento	5.375,00
Fitto strutture e noleggio spazi	8.600,00
Allestimento spazi (Gazebo, info point) e mostre	5.160,00
Service per proiezioni – noleggio, trasporto e assicurazione pellicole – Servizi di sottotitolaggio film – spese SIAE – Service serata finale	8.600,00
Stampa e distribuzione di materiale cartaceo e promozionale (cataloghi, cartelline, programmi, locandine, manifesti etc.)	6.450,00

Comunicazione, Advertising e azioni di Marketing internazionale	4.300,00
Ospitalità: Viaggi, Transfert, Soggiorni e Vitto	15.050,00
Compensi per giurati, ospiti, relatori e testimonial	6.450,00
Realizzazione Premi (ciak di corallo e statuette vincitori)	2.150,00
Servizi di traduzioni e interpretariato	3.010,00
Service video e foto (back stage, interviste e riprese eventi)	4.300,00
Servizi vari	1.290,00
Totale Complessivo	86.000,00
Prospetto Entrate	
<u>regione</u>	60.000,00
<u>comune</u>	5.000,00
<u>altri</u>	21.000,00
<u>Totale</u>	86.000,00

**15. Altre risorse finanziarie (Entità e tipologia finanziamento; risorse pubbliche e private)
(Vedi prospetto).**

16. Analisi finanziaria dell'evento, con particolare riferimento a quanto disposto dall'art. 55 del Reg. CE 1083/2006

Considerata le nuove regole di gestione finanziaria stabilite per i progetti generatori di entrate

l'Ischia Film Festival, in quanto operazione che comporta un investimento in cultura soggetto ad alcune tariffe direttamente a carico degli (fornitura di servizi promozionali, accrediti professionali, partecipazione a convegni contro pagamento), può essere valutato anche in proporzione al suo rientro economico. Tale rientro, potrà oscillare intorno ad una quota di €. 10.000 generata dal pagamento di accredito professionale da parte degli operatori del cinema e del turismo e corrispettivo per servizi resi a Film Commisison, Aziende e Tour Operator che parteciperanno al festival in qualità di espositori. La quota in oggetto è già stata considerata in bilancio come parte dei 50.000 euro che costituiscono il 25% che attraverso contributi privati l'ente proponente apporterà al bilancio totale.

RISULTATI ATTESI

17. Risultati attesi::

- ***flussi turistici movimentabili***

Il sito del Festival raggiunge **1.700.000 contatti**.

La newsletter del Festival raggiunge mensilmente **16.000 utenti iscritti**.

Il social network del Festival è in contatto costante con oltre **1.500 iscritti**. Grazie a questi numeri il Festival può contare ogni anno su un nutrito numero di accreditati provenienti dall'Italia e dall'estero. Lo scorso anno, oltre a **100 ospiti** a carico dell'organizzazione, il Festival ha goduto della presenza di circa **100** accreditati professionali e **100** tra studenti e stagisti. Alle proiezioni con ingresso libero, regolato dal ritiro di un accredito culturale, hanno partecipato mediamente **600 persone a serata**.

Lo scorso anno le sole prenotazioni che sono passate attraverso il festival (e dunque documentabili per nome albergo, data arrivo, data partenza, nominativo ospite) sono state 150 (tra singoli e coppie) il che dimostra la validità dell'iniziativa come attrattore turistico per l'isola.

A questi vanno ovviamente aggiunti tutti coloro che non hanno comunicato direttamente con la segreteria del festival ma hanno prenotato autonomamente e poi ritirato l'accredito direttamente all'info point.

Oltre ai flussi turistici direttamente legati al festival vi è un **incremento turistico a medio e lungo termine non documentabile** ma sicuramente più significativo che è quello generato:

direttamente – dalla promozione dell'immagine di Ischia a livello nazionale ed internazionale dovuta alle attività di comunicazione del festival

indirettamente – dal miglioramento dell'immagine dell'isola generato dalle produzioni cinematografiche che scelgono Ischia come location grazie alla conoscenza dei suoi luoghi avvenuta mediante il rapporto che il Festival costruisce con registi, scenografi e direttori della fotografia invitati nel corso delle sue edizioni.

- ***durata della permanenza degli stessi***

I soggiorni degli ospiti del Festival variano tra **1 settimana e 4 giorni**. Nessun ospite si trattiene generalmente meno di 3 notti. Questo per poter fruire delle iniziative del festival (convegni, proiezioni, incontri) a cui è interessato.

Il target del **turista culturale**, ovvero il viaggiatore alla ricerca di emozioni per l'anima più che di mero divertimento, è una tipologia di turista che generalmente sceglie **periodi medio lunghi di permanenza**. Questo target si concentra prevalentemente nei mesi meno affollati contribuendo alla **destagionalizzazione** ed ha una **capacità di spesa medio alta**.

- ***grado di soddisfazione dei turisti***

Sia nel 2007 che nel 2008 le hostess del Festival hanno somministrato dei questionari di gradimento al pubblico ed agli operatori professionali accreditati.

Il gradimento per l'iniziativa è stato ottimo. Così come il gradimento per le strutture ricettive. Tra le segnalazioni negative dei turisti le uniche rilevanti sono state per il costo elevato dei collegamenti marittimi.

IMPATTI SOCIO-ECONOMICI ATTESI

18. Quantificazione e stima degli impatti attesi :

18.1 Impatti formativi ed occupazionali

Tra gli obiettivi dell'Ischia Film Festival vi è un **progetto formativo per Promuovi Italia**.

Promuovi Italia è una società di proprietà dell'ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo, che, ai sensi dell'art. 12 della Legge 80 del 2005, svolge attività di Agenzia di Assistenza Tecnica alle dipendenze del Dipartimento per lo Sviluppo e la Competitività del Turismo della Presidenza del Consiglio dei Ministri, a supporto degli interventi di settore.

Il progetto formativo, unico nel suo genere in Italia, è stato ideato da Promuovitalia e dal dipartimento Turismo del Ministero in collaborazione con Ischia Film Festival. Il Corso si rivolge a chi desidera lavorare nel campo del Cineturismo, nella produzione audio e video, con un focus sulla gestione e produzione di strumenti di marketing per la valorizzazione del territorio. Il corso si prefigge di trasferire contenuti e massima operatività, saperi teorici e pratici, finalizzati all'acquisizione di competenze (metodi, tecniche e strumenti), sempre più richieste dalle aziende e dalle società di consulenza, regioni e enti pubblici.

Il progetto garantirà a 20 studenti campani di cui 15 residenti tra Ischia e Napoli, la formazione specialistica nell'ambito del Cineturismo finalizzata alla futura professione nel settore.

Tutto ciò si realizza oggi grazie a studi, ricerche, convegni realizzati dall'Ischia Film Festival nel corso dei suoi primi 6 anni di attività, pertanto qualunque intervento a favore di questa iniziativa garantirà continuità ad un progetto che ha dimostrato di possedere tutti i presupposti per affermarsi sempre più a livello nazionale ed internazionale per le sue tematiche.

18.2 Impatti socio-economici

Stimare gli impatti socio-economici, ancorché indiretti, per interventi di natura culturale non è facile, soprattutto se si pone il problema in termini quantitativi.

L'affermazione di un evento come l'Ischia Film Festival ha riproposto, alla popolazione locale e agli addetti ai lavori, i fasti del passato, allorché un magnate dell'editoria e della cinematografia nazionale, il commendatore Angelo Rizzoli puntava sulla promozione del territorio attraverso l'audiovisivo attraverso film cult come Vacanze ad Ischia, Appuntamento ad Ischia, Diciottenni al sole. Alla morte di Rizzoli l'E.P.T. di Napoli sentì il bisogno di istituire, in sua memoria, un premio cinematografico dedicato ai giovani registi. Per alcuni anni, dal 1972, fecero ritorno ad Ischia registi, attori, sceneggiatori, produttori e personalità nazionali ed internazionali. La fine del premio ha gradualmente fatto perdere al territorio, e agli abitanti che lo popolano, l'abitudine al contatto e al rapporto, una volta naturale, con il mondo del cinema, determinando, per molti versi, il depauperamento qualitativo della clientela turistica. L'avvento dell'Ischia Film Festival, ma soprattutto il suo forte legame con la promozione del territorio attraverso l'audiovisivo, contribuisce a risvegliare e migliorare quelle potenzialità locali latenti fondamentali nell'accoglienza turistica di alto livello. Testimonianza di tale impatto è la crescente attenzione che il festival genera nell'imprenditoria isolana, che si alimenta soprattutto di turismo di qualità e di attività collegate (indotto). Le richieste, sempre più numerose, di personaggi del cinema del mondo universitario e dei comparti turistici di partecipare all'Ischia Film Festival rappresentano un significativo segnale del miglioramento dell'offerta turistico-culturale locale.

18.3 Impatti sulla comunicazione

L'Ischia Film Festival, ormai da 6 anni, contribuisce fortemente a rafforzare l'immagine dell'isola attirando un pubblico di livello culturale medio/alto e soprattutto **portando sull'isola operatori cinematografici** a vario livello che non trascurano poi di valorizzare questi luoghi come location cinematografica. Ne è da esempio la **Fiction** di prossima produzione "I delitti del cuoco" con Bud Spencer che, pur costituendo una brillante

operazione della Film Commission Regione Campania, ha come scenografo Osvaldo Desideri, più volte presente al Festival di Ischia sia come ospite che come premiato. La precedente edizione del Festival ha ottenuto un notevole successo in termini di "comunicazione", misurato da una rassegna stampa composta da oltre 500 tra articoli di giornali, interviste radiofoniche e televisive, e presenze su importanti siti internet. Tra i punti di forza dell'iniziativa sicuramente giocano un ruolo importante la capillare e precisa organizzazione, la storicità dell'iniziativa, nonché la scelta dei luoghi per la sua realizzazione.

RELAZIONE ISTRUTTORIA

Verde proposta

li 26/06/09

IL FUNZIONARIO

[Signature]

PARERE DI REGOLARITÀ TECNICA

Per quanto di competenza, si esprime parere favorevole/sfavorevole per il seguente motivo:

verde proposta

li 26/06/09

IL RESPONSABILE DI AREA

[Signature]

VISTO: IL DIRIGENTE

[Signature]

PARERE DI REGOLARITÀ CONTABILE

Per quanto di competenza, si esprime parere favorevole/sfavorevole per il seguente motivo:

li 25.06.09

IL RESPONSABILE DELLA 1ª AREA
IL RESPONSABILE DI AREA
SETTORE ECONOMICO FINANZIARIO

Reg. Salvatore Marino

VISTO DIRIGENTE
SETTORE ECONOMICO FINANZIARIO
Dott. Antonio BERNASCONI

[Signature]

IMPUTAZIONE DELLA SPESA

Si attesta la copertura finanziaria, come da prospetto che segue:

- Somma da impegnare: € 10000,00 Cap. 1691 Intervento 1070205
- Somma stanziata in bilancio: € 112500,00
- Somme già impegnate: € 49000,00
- Somma disponibile: € 53500,00

IMPEGNO N.

997

li 25.06.09

IL RESPONSABILE DELLA 1ª AREA
IL RESPONSABILE DI AREA
SETTORE ECONOMICO FINANZIARIO

Reg. Salvatore Marino

VISTO DIRIGENTE
SETTORE ECONOMICO FINANZIARIO
Dott. Antonio BERNASCONI

[Signature]

RELAZIONE DI PUBBLICAZIONE

Si attesta che la presente deliberazione viene pubblicata all'Albo Pretorio per quindici giorni consecutivi dal 02-07-2009

Il Messo Comunale
[Handwritten Signature]

Il Segretario Generale
dott. Giovanni Amodio
[Handwritten Signature]

CONTROLLO PREVENTIVO DI LEGITTIMITA'

La presente delibera, in conformità del disposto di cui all'art. 125 del D.L.vo 18-08-2000, n.267, è stata comunicata ai capigruppo consiliari contestualmente alla pubblicazione all'Albo Pretorio Comunale, con nota Prot. N. 17575 del 02-07-2009

Il Segretario Generale
dott. Giovanni Amodio
[Handwritten Signature]

ESECUTIVITA'

La presente deliberazione, trascorsi 10 gg. dalla data di pubblicazione, è divenuta esecutiva il _____

Il Segretario Generale
dott. Giovanni Amodio

TRASMISSIONE AL DIFENSORE CIVICO

La presente deliberazione è stata trasmessa al Difensore Civico in data _____ Prot.N. _____ ai sensi dell'art.127 del D.L.vo 18-08-2000, n.267.

Il Segretario Generale
dott. Giovanni Amodio

ESITO CONTROLLO AL DIFENSORE CIVICO

Verbale N. _____ del _____
Prot. N. _____

- la delibera è legittima
- la delibera è legittima avendo riscontrato i seguenti vizi:

Il Segretario Generale
dott. Giovanni Amodio