

## Capitolo 1 - i festival del cinema: caratteristiche e tipologie

### 1.1

**Festival cinematografici:** manifestazioni che hanno uno scopo culturale. Si differenziano da altre manifestazioni grazie ad elementi specifici.

**Termine festival:** manifestazione spettacolare che dura più giorni o settimane. La sua particolarità è data dall'esclusività del programma. Le cose che rendono un festival unico sono la location, il periodo in cui si sciogliono e la durata.

**Caratteristiche ricorrenti:** 1. *Tempo.* Può essere interno (svolgimento del vero e proprio festival) ed esterno (periodo dell'anno stabilito in base al calendario). 2. *Unicità e irripetibilità.* Sono eventi esclusivi che mettono in scena elementi che si trovano solo in quel contesto e in quel momento. Nonostante la copertura mediatica di cui usufruiscono i festival più grandi, non è possibile rendere tramite uno schermo l'ambiente e la globalità. 3. *Lo spazio, sia come luogo che come ambiente.* Ci sono città che sono strettamente collegate alla presenza di un festival, come Venezia o Giffoni, ma è importante anche la scelta della location in sé, come teatri, piazze e cinema. 4. *Il pubblico.* Può essere composta da appassionati, da persona comune, da critici, giornalisti. In più bisogna pensare a tutti i lavoratori ad un festival che, nonostante abbiano interessi economici, sono comunque spettatori. Ogni figura che fa parte del pubblico ha bisogno di eventi dedicati, come conferenze stampa, interviste, proiezioni dedicate e dibattiti. 5. *Natura rituale e ricorrente.* I festival hanno da anni la stessa organizzazione, che consiste nell'apertura del festival, lo sviluppo del programma e la chiusura. 6. *Natura imprenditoriale.* Nonostante siano eventi soprattutto culturali, i festival si sono pian piano trasformati in vere e proprie aziende, con interessi economici e transazioni finanziarie. Ci sono dei ruoli chiave nell'azienda che è un festival e sono: il direttore artistico e organizzativo, selezionatori del programma, ufficio stampa, addetti all'ospitalità e la segreteria. È importante per un festival essere in grado di attrarre altre aziende, per ottenere finanziamenti o servizi utili allo svolgimento e all'organizzazione dell'evento.

### 1.2

2021: 9000 film festival

#### Cosa differenzia i vari film festival: classificazione di Harbord

1. *Tipologia di opere in programma.* I film festival si dividono in festival generalisti (offerta eterogenea) e festival tematici (dedicati ad un genere in particolare o ad un'epoca precisa).
2. *Copertura mediatica.* Che si articola in base ai tipi di media (tv, stampa e social), alla periodicità (quotidiana o periodica), al livello di copertura (locale, nazionali o internazionale) e alla specializzazione (più generalista o specifica per addetti ai lavori o critici).
3. *Aspetto economico.* Come abbiamo detto i festival sono aziende e, come tali, ospitano un vero e proprio mercato. Ciò che i festival cercano, economicamente parlando, sono fondi e finanziamenti.
4. *Il turismo.* Spesso i festival hanno anche la funzione di dare visibilità ad un territorio o ad una regione non particolarmente turistica oppure dare nuova vita a località già turistiche.

#### Classificazione di de Valck, complementare a quella di Harbord.

1. *Dimensioni.* Sono calcolate in base al numero di opere in programma, al numero di visitatori e alla disponibilità del budget. Ci sono manifestazioni in cui questi parametri non crescono di anno in anno, ma sono direttamente spinti al massimo, come il Tribeca negli USA, Dubai ed Abu Dhabi, il festival del cinema di Roma nel 2006.
2. *Raggio d'azione.* Quanto si parla dell'evento e quanto questo è in grado di comunicare, soprattutto con un pubblico internazionale e con finanziatori.
3. *Tipologia di film in programma.* Si riprende la distinzione tra festival generalisti e festival tematici.
4. *Competizione e notorietà.* Partecipare con un film a grandi festival cinematografici come Cannes, Venezia, Berlino e Toronto e ottenere premi importanti apre sicuramente le porte della distribuzione.

Negli ultimi anni, però, si è molto discusso sul tema della distribuzione, nelle sale e non. Con l'avvento della piattaforma in streaming Netflix, si è rivoluzionato il concetto tradizionale di distribuzione. Se prima un film passava da un festival alle sale, dopo qualche mese, con Netflix questo non succede, poiché la piattaforma ha tutto il diritto di saltare il passaggio nelle sale, o comunque fa una breve apparizione di quel che giorno prima di mettere il film sulla piattaforma (The Irishmen o Roma). Guerra tra Netflix e Cannes per questo motivo.

### 1.3

Come abbiamo detto i festival hanno una doppia componente: culturale e imprenditoriale.

**I festival possono essere distinti in: secondo Peranson.**

1. *Audience festival*, ossia manifestazioni dirette ad un pubblico. 2. *Business festival*, in cui gli addetti ai lavori comprano e vendono film e cercano finanziatori. Inoltre i business festival sono anche grandeur in quanto invitano esponenti di spicco del mondo cinematografico, come star del cinema e registi che attraggono sponsor.

**Classificazione di de Valck dei business festival:**

1. *Business festival di primo livello*, che hanno un ruolo centrale nel mercato internazionale, come Cannes, Venezia, Berlino, Toronto e Hong Kong. 2. *Business festival di secondo livello*, che sono importanti per alcuni settori, come il cinema indipendente di Sundance o lo sperimentale di Vienna. 3. *Business festival di terzo livello*, sono importanti a livello locale, ma non molto a livello internazionale.

Si tende ad affermare che gli audience festival siano spesso di piccole dimensioni e tematici, interessati ai film secondo un punto di vista estetico. I business festival, invece, sono di grandi dimensioni e hanno interessi soprattutto commerciali.

**MA** non è sempre corretta questa distinzione, perché:

1. Tutti i festival, indipendentemente da come sono classificati, nascono come metodi di distribuzione alternativa di film, cercando di portare alla conoscenza del pubblico opere più particolari o di nicchia rispetto alla grande domanda generale.
2. Ogni festival, audience o business che sia, in quel che modo mette in atto delle strategie e delle transazioni commerciali. Distributori e organizzatori hanno anche il compito di partecipare a più festival possibili per studiarne la proposta e poi immetterla nei mercati e nel proprio festival. Uno degli scopi di un festival, inoltre, è quello di creare connessioni tra autori emergenti e produttori e di valorizzare giovani talenti. Per questo motivo alcuni festival hanno istituito delle giornate apposta per creare connessioni e immettere le giovani proposte nel mercato cinematografico.
3. Il pubblico che assiste ai festival non può essere nettamente classificato, diversificato tra audience e business. Probabilmente il pubblico dei festival è un pubblico mediamente colto e indipendente economicamente. Si può fare una selezione se pensiamo che un festival più grande può vantare un pubblico più eterogeneo e diversificato, mentre un festival più piccolo, soprattutto se tematico, avrà un pubblico sicuramente più selezionato, composto solo da chi segue il genere o il periodo storico. Bisogna ricordare che anche i lavoratori, gli organizzatori, i giornalisti e i critici fanno parte del pubblico e in questi casi è più semplice diversificare e selezionare un pubblico (esempio dei Cannes e la Berlinale).

Parlando di business festival, in Italia, ci sono **due grandi mercati cinematografici** e sono:

1. Venice Production Bridge, che propone diverse iniziative per sostenere finanziariamente produttori europei e internazionali e per stabilire relazioni tra registi dell'Africa o del Medio Oriente con professionisti del settore.
2. MIA di Roma, che si occupa di accordi per film e operazioni transnazionali.

I due mercati sono simili perché godono del sostegno dei fondi europei e perché stabiliscono delle relazioni internazionali tra operatori.

### 1.4

**Sistemi di classificazione:**

1. Internazionale **FIAPF**. Produttori che controllano le manifestazioni. Far parte della FIAPF dà dei vantaggi, come la notorietà internazionale, una collocazione nel calendario e la protezione dalla concorrenza.

Organizzazione secondo quattro categorie, divise secondo la presenza o meno di alcuni parametri quali presenza di risorse organizzative, sezione di film internazionali, norme per prevenire furti o copie, capacità di accogliere la stampa, sostegno dell'industria cinematografica locale e alto standard di pubblicazioni.

**Le categorie sono:**

1. *Competitive Film Festival*: ne fanno parte i festival i cui film sono in un concorso. In questa categoria si ha l'obbligo di presentare i film in prima mondiale. Oggi sono 15 i festival che ne fanno parte, tra cui la Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia, il Festival di Cannes, la Berlinale, lo Shanghai International Film Festival, e il Locarno Film Festival.
2. *Competitive Specialised Film Festival*: di questa categoria fanno parte i festival non generalisti. Sono 21 quelli che ne fanno parte, tra cui il Torino Film Festival e il Lisbon International Horror Film Festival.
3. *Non Competitive Film Festival*: sono quei festival non competitivi e sono tre, il Toronto Film Festival, Vienna International Film Festival e la Festa del Cinema di Roma.
4. *Documentary and Short Film Festival*: che riconosce le manifestazioni dedicate a documentari e cortometraggi.

**Classificazione di 13 festival** con determinati prerequisiti (portata internazionale, programmi ricchi e ricca copertura mediatica):

1. Divisione tra programmazione (generalista o tematica) e vocazione dell'evento (audience oriented o business oriented). Notiamo che la maggior parte dei festival è per una programmazione generalista e orientata verso interessi economici. L'unico tematico e orientato verso il business è il Sundance. Due sono quelli tematici e orientati verso il pubblico, il Tribeca Film Festival e l'International Film Festival di Rotterdam.
2. Seconda classificazione, secondo la presenza o meno di 8 parametri. (Programma, orientamento, premi e location).

Secondo queste classifiche i **festival generalisti orientati verso il business** sono:

1. il Festival di Cannes: si svolge a maggio. La prima edizione nel 1939. Più importante mercato cinematografico al mondo, il Marche du film.
2. Busan International Film Festival: si svolge ad ottobre. Prima edizione nel 1996. Più importante festival del cinema asiatico. Mercato Pusan Promotion Plan.
3. La Berlinale: si svolge a febbraio. Prima edizione nel 1951. Secondo maggior mercato europeo, European Film Market.
4. Hong Kong International Film Festival: tra marzo e aprile. Prima edizione 1977. Si concentra sulla produzione di Hong Kong, espressione delle regioni asiatiche e lancia uno sguardo al mercato internazionale.
5. Toronto International Film Festival: si svolge a settembre. Prima edizione 1976. Festival non competitivo ma tappa fondamentale.
6. Cairo International Film Festival: più importante festival africano.

I **festival generalisti ma orientati verso il pubblico** sono due:

1. Edinburgh International Film Festival: si svolge a giugno. Prima edizione 1947. Incentrato sul territorio, film documentari e cinema di finzione inglesi e scozzesi. Anteprime internazionali si Blade Runner e Taxi Driver.
2. Locarno International Film Festival: si svolge ad agosto nella Svizzera italiana. Prima edizione 1946. Dedicato al cinema d'autore, poi si allarga a quello italiano e americano, si spinge fino all'Est Europa.

Il **festival tematico orientato verso l'economia** è: il Sundance Film Festival: principale festival degli USA. Prima edizione 1978 a Salt Lake City. Dedicato al cinema indipendente.

I **festival tematici orientati verso il pubblico** sono:

1. International Film Festival Rotterdam: prima edizione 1972. Festival più famoso dei Paesi Bassi. Dedicato ai modi più particolari di produzione, quindi cortometraggi, video e documentari. Competitivo dal 1995.
2. Tribeca Film Festival: prima edizione 2002, da un'idea di De Niro, Hatkoff e Rosenthal. Dedicato a produzioni indipendenti. Scopo: rilanciare l'immagine di New York dopo l'11 settembre.

**1.5**

Festival in Italia: 550.

80 aderiscono all'**AFIC**, l'associazione che nasce con lo scopo di sostenere le manifestazioni. Come? 1. Attraverso un calendario che impedisca la sovrapposizione. 2. Rispettare le caratteristiche e le esigenze di ogni manifestazione. 3. Collaborare e studiare programmi da condividere. 4. Mettere a disposizione informazioni, servizi e fondi.

L'AFIC fa una distinzione tra festival generalisti o tematici e business o audience oriented. (Come FIAPF).

Il numero più consistente è quello di festival tematici orientati verso il pubblico, mentre notiamo che l'uno generalista orientato verso l'economia è la Mostra del Cinema di Venezia. Sono generalisti audience oriented la Festa del Cinema di Roma e la manifestazione di Bergamo. Sono tematici e business oriented il Trieste Film Festival, il Torino Film Festival, il Far East Film Festival e il Biografilm Festival.

Portando avanti uno studio più ampio e particolare notiamo che solo 4 festival non sono competitivi, si svolgono in posti tipici e non ospitano dei mercati (Giffoni Opportunity).

**Categoria dei festival generalisti business oriented:**

1. Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia. Si svolge tra agosto e settembre. È il festival più antico del mondo e il più importante d'Italia. Prima edizione 1932. Perché la Mostra è nata: 1. Promozione del cinema. 2. Sostegno al turismo. 3. Rapporti internazionali.

Cambiamenti portati avanti da Barbero (direttore artistico): 1. Riduzione della selezione di film. 2. Apertura ad un cinema popolare (come piattaforme on demand). 3. Venice Production Bridge (2000 operatori). 4. Audience development (oggi si vendono 85.000 biglietti). 5. Apertura al virtuale (edizioni 2020 e 2021).

**Festival generalisti ma orientati verso il pubblico:**

1. Festival del Cinema di Roma: si svolge ad ottobre dal 2006. Non è un festival competitivo. Scopo: condivisione non vetrina per film. Programma vario, distribuito in diverse zone della città, valutato da una giuria popolare.
2. Bergamo Film Meeting: si svolge a marzo dal 1983. Partecipano autori poco conosciuti con attenzione per il cinema italiano ed europeo. Settore dedicato anche alla storia del cinema attraverso sezioni tematiche.

**Festival tematici business oriented:**

1. Trieste Film Festival: si svolge a gennaio dal 1987. Importante per la pubblicità che dedica ai film dell'Est Europa (soprattutto dopo la caduta del Muro). Oggi aperto anche al mercato asiatico.
2. Far East Film Festival (Udine): si svolge tra aprile e maggio. Attenzione per il cinema popolare e asiatico. Ha lo scopo di far conoscere realtà cinematografiche poco conosciute. Programma con film di genere per appassionati.
3. Biografilm Festival (Bologna): si svolge a giugno dal 2005. Attenzione ad opere di finzione e documentari. Due ulteriori iniziative: Biografilm Park (vari eventi di varia natura) e Biografilm School (scuola di formazione). Ha un mercato incentrato sul supporto per la produzione di documentari europei.
4. Torino Film Festival: si svolge a novembre dal 1981. Festival ideato per giovani con ospiti giovani. Unisce la proposta culturale con quella urbanistica.

**Festival tematici orientati verso il pubblico:**

1. FESCAAL: si svolge a marzo dal 1991. È l'unico festival ad attenzionare il cinema africano, asiatico e sud americano. Nel 2007 vengo ammessi anche autori italiani che girano nei tre continenti o che trattano tematiche multiculturali.
2. Mix Festival: nasce nel 1986. Festival LGBTQ+ che nasce come rassegna. Nel '93 diventa un vero e proprio festival.
3. Filmmaker Festival: dal 1980. Fondato da un gruppo di registi che voleva far conoscere il cinema indipendente della Lombardia. Oggi il programma mette a confronto il cinema del reale con altre arti.
4. Giffoni Opportunity: si svolge a luglio dal 1971. La particolarità è che è dedicato a bambini e ragazzi. Il progetto è un successo perché: 1. Ampio pubblico giovanile. 2. Grandezza dello staff (140 persone). 3. Ricadute economiche. 4. Nuovi progetti.

5. Bari International Film Festival.
6. Taormina Film Fest: si svolge a giugno dal 1955. Si distingue per tre motivi: 1. Attenzione al cinema italiano e siciliano. 2. Aperto ad Hollywood. 3. Vocazione turistica.
7. Mostra Internazionale del Nuovo Cinema di Pesaro: dal 1965 dà spazio a cinematografie poco conosciute. Convergenza tra cinema nuovo e storico. Progetti riservati agli studenti delle facoltà di cinema.
8. Festival dei Popoli (Firenze): si svolge a novembre dal 1959. Scopo di promuovere i documentari.
9. Giornate del Cinema Muto di Pordenone: si svolge ad ottobre dal 1982. Con attenzione al cinema muto.
10. Cinema Ritrovato di Bologna: si svolge a giugno dal 1986. Viaggio nella storia del cinema.

## Capitolo 2 - storia e sviluppo dei film festival.

### 2.1

I festival cinematografici nascono in Europa la prima metà del Novecento. Origini non solo culturali ma anche economici e di rapporti con Hollywood, dopo la prima guerra mondiale il cinema europeo soffre molto l'influenza di quello statunitense, quindi i festival hanno anche lo scopo di rispondere alla visibilità data ad Hollywood. Duplice scopo: nobilitare il cinema come arte e dare visibilità e facilitare la circolazione dei film vincitori di premi.

Il primissimo festival fu quello di **Venezia nel 1932**, anche se negli anni precedenti, fine Ottocento, si sviluppano simili eventi in Francia, dal 1897 al 1899. Questi eventi francesi promuovevano una gara tra film e i migliori venivano proiettati durante l'Esposizione Universale nel 1900.

Nel 1907, dopo la conquista di autonomia da parte del cinema europeo, viene organizzata la prima manifestazione dalla Società fotografica subalpina a Torino. Pochi anni dopo anche a Milano viene organizzato il primo concorso mondiale di cinematografia.

#### Classificazione di de Valck:

1. Fase pionieristica (dal 1932 al 1968): duplice tratto economico e culturale.
2. Fase di ripensamento. I festival si rinnovano dopo gli avvenimenti del 1968.
3. Fase dell'internet. I festival approcciano con il mondo digitale e le sue alternative.

Esempio emblematico della prima fase è la Mostra del Cinema di Venezia, che nasce con lo scopo di dare al cinema il valore di arte. La competizione inizia solo nel 1934 e la partecipazione è a discrezione delle singole nazioni. Ovviamente inizialmente i film in gara erano specialmente americani, francesi e tedeschi, che erano i mercati più forti. Successivamente si assiste ad un forte interesse per la Mostra da parte dei fascisti, che ne sfruttano la crescente popolarità per fare propaganda (ricordiamo il film "Lo squadrone bianco" che vince il premio Mussolini). Fino al dopo guerra non partecipano film sovietici e con il tempo si riduce anche l'offerta statunitense che lascia spazio a film italiani e tedeschi. La Mostra si impone per rafforzare l'immagine di Venezia come meta turistica e per promuovere la Biennale, che la rende possibile.

Gli anni Trenta sono anche il teatro della diffusione dei festival in tutta Europa: in Russia nasce il Festival del Cinema di Mosca, che nel 1935 mette in atto la sua prima e unica edizione.

In Francia, invece, abbiamo il famoso **Festival di Cannes**, che sarebbe dovuto iniziare nel 1939, ma a causa dell'inizio della guerra è stato spostato al **1946**. Il Festival di Cannes nasce anche come risposta alla Mostra di Venezia, che rappresenta il rapporto tra le due potenze totalitarie. Cannes celebra la democrazia e condanna le violenze subite negli anni precedenti. Il Festival di Cannes vede prime proiezioni di "Notorious" di Hitchcock e "Giorni perduti" di Billy Wilder.

Nel 1945 a Roma viene fatta la prima e unica edizione del Primo Festival Internazionale d'Arte Cinematografica, Drammatica e Musicale, che promuoveva e proiettava film inglesi, francesi, sovietici e italiani.

## 2.2

Dopo la seconda guerra mondiale nascono molti nuovi festival, portando avanti una politica di unità tra le nazioni.

Nel **1946** vede la sua prima edizione il **Locarno Film Festival**, l'anno successivo nasce l'Edinburgh International Festival. Nel 1948 nasce il festival dell'allora Cecoslovacchia, che promuoveva film di natura comunista.

Nel **1951** nasce, per ragioni prettamente politiche, il **Festival Internazionale del Cinema di Berlino**, sponsorizzato soprattutto dagli americani che si opponevano alle iniziative della Berlino sovietica.

Il grande aumento provoca una certa preoccupazione nella FIAPF, che decide di stabilire un grande evento di portata mondiale in cui una giuria internazionale vota i film migliori, tutto ciò per evitare che i film e il cinema venissero svalutati, a causa della grande presenza di festival. Le due più grandi manifestazioni, però, rilanciano con la proposta di un nuovo metodo di classificazione: solo i festival di categoria A possono avere determinati benefici e devono rispondere a determinati requisiti per farne parte. A questo punto Cannes e Venezia ne entrarono a far parte, ma non furono d'accordo con l'entrata della Berlinale, che entrò solo cinque anni dopo. Duro fu anche il percorso del festival di Locarno.

Negli stessi anni, dall'altra parte del mondo, negli USA, nascono i primi festival.

Nel **1957 nasce il San Francisco Film Festival**, nel 1958 nasce la prima rassegna messicana, nel **1963 il New York Film Festival**.

La nascita di tutti questi festival porta anche dei dissensi e la paura che il cinema perda pubblico e si perda interesse per il film, così cominciano a venire fuori nuove idee per promuovere nuove idee e per rappresentare l'innovazione cinematografica (festival di Pesaro). La Mostra del Nuovo Cinema di Pesaro si differenzia per il programma, completamente nuovo e innovativo, e per lo spazio dedicato alle nuove proposte e al confronto.

Le edizioni dei festival di Cannes e Venezia del 1968 sono edizioni molto particolari, messe in discussione e criticate dalla fine del colonialismo in Africa e dalla guerra in Vietnam. Il festival di Cannes viene interrotto a causa delle proteste dopo la proiezione di un film sulla guerra in Vietnam che metteva in luce una politica antiamericana.

La Mostra di Venezia viene, invece, presa d'assalto da un gruppo di giovani autori che protestano contro la forma del festival, cercando più autonomia. Registi che quell'anno dovevano presentare il loro film si unirono alla protesta, come Pasolini e il direttore dell'epoca è costretto a dimettersi. Negli anni 1973, 1977 e 1978 il festival non si tenne.

Tra il **1972 e il 1973**, gli stessi giovani che avevano pretestato, facendo parte dell'associazione nazionale autori cinematografici, dà il via ad un nuovo evento, le **Giornate del Cinema Italiano**.

Nonostante anche la Mostra di Pesaro sia stata criticata, è l'unica che cerca di trovare un punto di incontro con i protestanti, creando un'assemblea che giunge alla conclusione che il festival deve sempre cambiare forma, adeguandosi ai cambiamenti della società e del cinema internazionale.

Nel continente africano, dopo la decolonizzazione, nascono due importanti iniziative: **le Giornate Cinematografiche di Cartagine in Tunisia e il FESPACO nel Burkina Faso**. Il primo è promosso dal governo della Tunisia ad eccezione che sia un evento esclusivamente dedicato ad opere africane.

Il secondo è stato pensato da associazioni che credevano nell'emancipazione dell'Africa subsahariana.

## 2.3

Dopo il 1968, secondo de Valck, si apre una seconda fase della storia dei festival cinematografici. Nascono nuovi festival con l'obiettivo di emergere sul panorama internazionale e non più locale, mantenendo l'attenzione sul cinema indipendente.

Nel **1972 nasce l'International Film Festival di Rotterdam**, per sostenere il cinema del terzo mondo, quello sperimentale e il documentario. Altri nomi importanti sono il Sundance Film Festival e il Toronto International Film Festival. Nascono festival anche in luoghi impensabili come il Teheran Film Festival, l'Hong Kong International Film Festival e l'Havana Film Festival.

Una manifestazione di grande importanza che mise sullo stesso piano il cinema colto con quello popolare è la rassegna cinematografica della basilica di Massenzio a Roma del 1977.

## 2.4

**Circuito** dei festival cinematografici: un sistema aperto di film che si muovono senza sforzo nel mondo (Nornes).

**Sistema:** gruppo di enti con finalità culturale connessi tra loro.

Negli anni si assiste ad una crescita esponenziale dei festival, tanto che emerge la paura che il mercato possa essere saturo. In più i festival europei per sono la centralità quando nascono e si sviluppano i festival in Asia, Australia e Stati Uniti.

A questo punto i festival si rivolgono sempre più al mercato, in cerca di fondi e finanziamenti che possano mantenerli in vita.

L'ampia possibilità porta a due problemi: 1. *L'omologazione*. A conti fatti l'ossatura dei festival è sempre la stessa, così come le varie dinamiche. Quindi da eventi unici ed esclusivi si corre il rischio di proporre sempre la stessa cosa. 2. *La collocazione nel calendario*. Essendo tanti diventa sempre più difficile trovare date per non sovrapporsi, non contando la reperibilità delle opere. Un esempio è l'edizione del 1978 della Berlinale, che decide di spostarsi a febbraio per avere l'opportunità di inserire nel suo programma i film americani. La scelta della data per altri festival ricade sulla disponibilità del pubblico, quindi si punta su periodi in cui le persone sono in vacanza.

**Differenza tra festival più grandi e festival piccoli:** i festival più grandi sono decisivi per un'opera e devono mantenere standard elevati, i festival più piccoli invece puntano sulla valorizzazione del territorio. Mentre un festival come Venezia, o Cannes, offre agli spettatori una sezione principale competitiva e altre sotto sezioni, per cercare di rendere partecipe più pubblico possibile, i festival minori rappresentano direttamente comunità specifiche e sono prettamente cittadini e territoriali.

Però tutti insieme costituiscono "una piattaforma globale, dove ognuno è unico ma allo stesso tempo è un mercato, una mostra culturale, una competizione. I festival sono una combinazione di fattori economici, culturali, politici e artistici che cominciano tra loro in un'unica arena." (Elsaesser).

## 2.5

### Terza fase

Con l'avvento di internet a metà degli anni Novanta i festival si sono dovuti mettere a confronto con il digitale e svilupparsi anche online.

**Il rapporto tra i festival e il digitale:** 1. *Attuare una comunicazione con il pubblico*. Divenuto possibile grazie ai social che portano in rete una narrazione personale dei festival e permettono agli spettatori da casa di interagire e far parte dell'evento. 2. *Nascita dei festival online* (anni Duemila). Innovazione per il cinema poco conosciuto che ha avuto la possibilità di arrivare a più persone possibili. Nascono il Fluxus Festival, il Notodofilmfest e il Mobile Film Festival. Lo scopo dei festival online è quello di far conoscere il cinema nazionale e il cinema delle minoranze. Nel 2010 nasce il Festival Scope, finanziato da fondi Europei, che ha l'obiettivo di promuovere film nei maggiori festival europei. 3. *Transazione online*. Si inizia ad usare il digitale come strumento di promozione di film nati per la forma online. Il Sundance Film Festival è il primo a lanciarsi in questo mondo, lancia una versione digitale del suo programma e con YouTube attiva un servizio di noleggio. Il Sundance è poi imitando dal Tribeca che attiva delle sale virtuali.

In Italia Venezia fa i primi tentativi nel 2012 avviando la sua sala virtuale con MYmovieslive. Nello stesso anno e con lo stesso partner si muove il FEFF, che promuove quattro titoli del suo programma.

## Capitolo 3 - organizzazione, strategie di posizionamento e sostenibilità dei film festival italiani

### 3.1

Come si progetta e si organizza un festival? Quali sono le figure professionali di cui si ha bisogno? Come si ottengono i finanziamenti?

I festival, come le aziende, hanno bisogno di pianificare e applicare una strategia gestionale che orienti l'attività e garantisca un ritorno economico. Molte manifestazioni falliscono perché non hanno un modello gestionale da seguire.

Durante gli studi condotti sull'organizzazione di tali eventi è emerso che bisogna rispondere a **10 requisiti** per poter portare avanti la manifestazione (Perry, Foley e Rumpf):

1. *Project management*
2. *Budgeting*
3. *Time management*
4. *Relazione con i media*
5. *Business planning*
6. *Gestione delle risorse umane*
7. *Marketing*
8. *Gestione delle emergenze*
9. *Sponsorship*
10. *Networking*

Successivamente sono state aggiunte: *capacità di ascolto e analisi degli impatti*.

Ogni evento, quando nasce, deve tenere conto di: **spazio e tempo**.

Lo spazio, quindi la location, è fondamentale perché da essa dipendono l'ideazione, la progettazione e la realizzazione dell'evento stesso. La location è anche importante perché può influenzare la programmazione stessa del festival e può far crescere il territorio.

Il tempo, invece, riguarda la collocazione nel calendario e la durata dell'evento. In più bisogna prendere in considerazione tutta la tempistica di progettazione e realizzazione del festival, che precede anche la durata dello stesso.

**L'event management (l'organizzazione dell'evento) deve articolarsi in 5 fasi:**

1. L'ideazione. Ovvero quando comincia a presentarsi un'idea più o meno chiara di cosa si vuole realizzare, vagliando gli obiettivi dell'evento e le risorse necessarie per metterlo in atto.  
**Bisogna valutare il contesto.**
2. L'attivazione. Come realizzare il progetto dal punto di vista produttivo, si iniziano a compiere le prime azioni operative, la macchina dell'organizzazione si mette in moto. Bisogna fissare dei punti fondamentali: come? *A. Valutando la reale fattibilità della cosa*, con degli strumenti di verifica: analisi costi-benefici, quindi valutando il profitto che si può ricavare dall'evento. Ripercorrere l'idea e lo sviluppo del progetto e analizzarne la coerenza in ogni passaggio. SWOT analysis per comparare punti di forza e di debolezza, le minacce e le opportunità del progetto. *B. Scegliere la sede e il periodo*.
3. La pianificazione. Gli elementi raccolti vengono organizzati in piani di lavoro. Bisogna saper gestire le varie operazioni e saper rispondere agli inconvenienti. Nonostante ciò, però, la pianificazione non può essere troppo rigida poiché gli eventi hanno sempre un discreto tasso di imprevedibilità. La pianificazione è suddivisa in *piani*: *piano economico finanziario*, per determinare i flussi di denaro. *Piano tecnico*, per allestimenti e lavorazioni particolarmente tecniche. *Piano logistico*, per programmare viaggio, spostamenti delle persone e accogliere gli ospiti. *Piano burocratici*, per ottenere permessi e brevetti. *Piano marketing*, per individuare un target e raggiungere più pubblico possibile. *Piano di comunicazione*, per organizzare la comunicazione e la promozione. *Piano di fundraising*, che gestisce la ricerca di finanziamenti.
4. L'esecuzione. Si divide in due momenti: *attuazione e completamento*. La prima è la realizzazione materiale dell'evento, quella vera e propria. Il completamento è la chiusura materiale dell'evento, con successiva restituzione di materiale e il conteggio della rendita.
5. La valutazione. Si analizzano i risultati, l'impatto sul territorio, sul pubblico. La valutazione, spesso sottovalutata, è fondamentale per l'organizzazione di eventi futuri.

In ognuna di queste fasi è presente il monitoraggio, che permette il corretto svolgimento di ogni fase.

### 3.2

L'organizzazione di un festival ha bisogno di figure professionali ben distinte e con competenze diversificate. L'organizzazione è composta da un piccolo gruppo di professionisti che viene confermato ogni anno e un gruppo di volontari e stagisti che cambiano di anno in anno. La media di componenti varia tra il 130 e i 140 lavoratori.

Ci sono dei ruoli che si ripresentano ogni anno ed hanno compiti ben specifici: *il team artistico-scientifico-curatorio* (si occupa dell'offerta), *il team di produzione* (si occupa di reperire i fondi), *il team tecnico* (si occupa di allestire gli ambienti e dello svolgimento tecnico dell'evento), *il team di servizio* (si occupa dell'accoglienza e della sicurezza).

Ci sono figure professionali fisse che si ritrovano in ogni evento:

1. **Il direttore.** Si occupa di supervisionare ogni aspetto del festival e di confezionare il programma. La maggior parte delle volte è una persona che viene dal settore, quindi un critico o uno studioso di cinema. A volte il direttore artistico e il direttore organizzativo sono un'unica persona, altre volte c'è una divisione di ruoli. Ci sono diversi modi che il direttore ha per selezionare il programma: 1. *Subscription call.* Ogni festival emette un bando a cui si possono iscrivere i film. Il bando, però, ha creato dei problemi che riguardano le tempistiche di chiusura e l'iscrizione di opere che non rientrano negli standard del festival. 2. *Frequentazione di altri festival*, per farsi un'idea dell'offerta e dei programmi di altri. 3. *Relazioni con autori, agenti e distributori.*
2. **La segreteria organizzativa.**
3. **L'amministrazione.**
4. **L'ufficio programmazione.**
5. **L'ufficio ospitalità.** Si occupa delle esigenze degli ospiti e del pubblico. Solitamente queste ultime figure vengono riconfermate poiché hanno acquisito esperienza. Sono temporanei i volontari (risorse del territorio) e gli stagisti.

6. In un festival è fondamentale **la comunicazione: istituzionale, marketing e interna.**

1. La comunicazione istituzionale agisce nei confronti della manifestazione.
2. La comunicazione marketing agisce sui comportamenti d'acquisto.
3. La comunicazione interna agisce sulle relazioni tra lo staff.

A volte la comunicazione è affidata ad enti esterni.

7. **Addetti alla movimentazione delle copie:** sono coloro che si occupano della gestione logistica dei titoli, quindi si occupano dei movimenti delle pellicole, dei file e degli hard disk.

8. Ci sono poi tutti gli addetti di sala, alla sicurezza, al catering e i fornitori.

### 3.3

Nei processi della creazione di un festival sono molto importante gli **stakeholder** che hanno il compito di relazionarsi con obiettivi e professionalità diverse, il loro nome, letteralmente, significa "portatori di interesse".

Ci sono **sei stakeholder principali (strategic stakeholder):** i *promotori*, i *dipendenti* e i *collaboratori*, i *fornitori*, i *protagonisti*, i *finanziatori* e i *partecipanti*. La loro attività condiziona l'evento stesso.

Poi abbiamo **sei stakeholder secondari (moral stakeholder):** le *istituzioni*, la *comunità che ospita*, i *media*, il *settore turistico*, i *servizi pubblici e di emergenza*, e il *sistema economico-produttivo della località*. La loro attività è condizionata dall'evento.

**Argano** propone una classificazione in base al potere/interesse di questi stakeholder:

(Potere: influenza sullo sviluppo dell'evento/interesse: influenza che l'evento ha sullo stakeholder).

1. **Stakeholder chiave:** coloro che hanno un ruolo centrale e intervengono anche sulle decisioni. (Promotori e lavoratori)
2. **Stakeholder istituzionali:** coloro che agiscono all'esterno dell'evento, con un compito di controllo. (Media e finanziatori)
3. **Stakeholder marginali:** coloro che sono sul contorno dell'evento, non hanno alcun potere decisionale. (Fornitori e settore turistico)

4. Stakeholder operativi: coloro che sono coinvolti nel progetto ma non hanno potere decisionale. (Spettatori)

Nonostante gli spettatori facciano parte di una categoria che ha pressoché nessun potere decisionale, negli ultimi anni il loro ruolo è cambiato. Lo spettatore ha più voce in capitolo e può esprimere la sua opinione, tramite social o votando per assegnare un premio.

I promotori, invece, hanno motivazioni diverse poiché sperano in un ritorno economico, in un po' di visibilità. Essere promotore di un festival è un lavoro, e come tale si spera di avere successo. Solitamente i festival italiani sono promossi da enti o fondazioni e associazioni. È chiaro che i promotori necessitano anche del supporto delle istituzioni locali, delle comunità e del territorio.

I media sono uno stakeholder importante e raccolgono tv, stampa e web. Hanno conferenze stampa e proiezioni dedicate. Negli anni sono stati ammessi anche blogger e giornalisti del web.

Non si possono non citare coloro che lavorano dietro e davanti la macchina da presa. Il festival è ciò che permette il primo incontro tra l'opera e lo spettatore, perciò è di fondamentale importanza che questo funzioni. Inoltre il palco di un festival come Venezia permette di sostenere temi importanti come i diritti civili. Per finire i film portano un ritorno economico, perché vengono pagati per essere messi in programma, e perché c'è la possibilità che vincano un premio in denaro.

È importante per un festival avere il proprio marchio, *un brand*. Questo perché è fondamentale che il festival sia sostenibile e accettato. La strategia di branding più usata è proprio quella della relazione con il territorio, che diventa il simbolo di un festival.

### 3.4

Come abbiamo visto la storia dei festival è strettamente legata al territorio in cui nascono. (Vedi 1.2 e 2.4)

Emergono **tre questioni fondamentali nel rapporto tra festival e territorio**:

1. Relazione tra la costruzione dell'immagine del territorio e del festival. Dal dopoguerra si è cercato di ricostruire in modo da fornire al luogo un'identità specifica e non concentrarsi meramente sull'urbanistica. È stato dimostrato che è stato decisivo anche il ruolo che hanno avuto eventi sportivi, culturali e cinematografici. Rendere un marchio una location può portare **quattro vantaggi**: 1. *Aderenza tra ambiente e manifestazione*. Unione tra queste due entità rende il territorio riconoscibile perché offre un programma cinematografico o forme di attivismo in particolare. **La location diventa un marchio, il marchio dell'evento, ciò che lo caratterizza**. 2. *La città prende i "colori" del festival*. Soprattutto le piccole realtà cambiano completamente in occasione dell'evento (Giffoni). Nelle grandi città è più complesso, però succede che interi quartieri diventano la location delle manifestazioni, centri di festa (Milano). 3. *Location come luogo di mercato*. Sappiamo che gli organizzatori puntano ad un ritorno economico e le istituzioni locali apprezzano tutto il lavoro che si crea per dare vita ad un festival, ma anche l'attività prima promozione di artisti locali. 4. *Creazione di un'idea di territorio come esperienza più ampia*. La manifestazione ha anche l'obiettivo di attirare più spettatori e turisti possibili e la location è importante per questo compito (Venezia o Taormina).
2. Impatto turistico. A volte la location è una meta turistica di per sé, ma altre volte è un festival o una manifestazione a rendere un luogo appetibile ai turisti. L'impatto turistico è facilmente valutabile attraverso indicatori numerici come il numero di posti letto occupati o le prenotazioni nei ristoranti. È più difficile stabilire, invece, se è il festival che fa compiere il viaggio oppure è la location. In questo caso il *cineturismo* ha prodotto degli studi, nonostante due limitazioni: 1. Studi circoscritti perché riferiti a singoli fenomeni. 2. Studi svolti sul turismo generato in seguito alla visione di un'opera.
3. Benefici economici. Un festival è in grado di mettere a lavoro grandi quantità di enti e professionisti, perciò contribuisce sensibilmente all'aumento di reddito dei cittadini. Questi benefici economici si vedono attraverso le migliorie delle infrastrutture e la partecipazione dei cittadini alle proposte.

### 3.5

Come possiamo immaginare, per la realizzazione di un festival è fondamentale avere un **budget**, ma anche la sua entità. Infatti i festival costruiscono il progetto dell'evento in base alla disponibilità economica.

Costituire un budget non è semplice, consiste in un'attività di ricerca dei fondi, iscriversi a bandi, creare partnership e sponsorship. Per questo esiste una figura professionale che risponde a questo compito: *il fundraiser*. È lui che si occupa delle relazioni con il Comune o la Regione, con le imprese locali interessate a finanziare gli eventi culturali.

I festival possono ambire anche ad ottenere **fondi governativi** grazie alla legge entrata in vigore a *novembre del 2016*, che ha razionalizzato quanto detto nella *Legge Urbani* del 2004 su pubblicazioni, distribuzione e sostegno di opere letterarie.

I fondi governativi per i festival ammontano a 4 milioni di euro e 550 Mila euro per i premi. Ma come si ottengono questi fondi? Con un sistema di punteggio:

1. Rilevanza nazionale e/o internazionale delle opere.
2. Impatto sulla cultura e sul pubblico.
3. Staff, storicità e partner.
4. Innovazione tecnologica e valorizzazione dei luoghi.
5. Impatto economico.

Questo metodo, però, genera delle perplessità: questa classificazione permette sempre agli stessi festival di vincere i finanziamenti e la tempistica tra la pubblicazione del bando e l'uscita dei vincitori è troppo lunga e mette in difficoltà gli organizzatori degli eventi.

Alcuni festival non ricevono i fondi dallo Stato ma dall'**ente che li rappresenta**, come la Biennale per la Mostra di Venezia o la Cineteca di Bologna per il Cinema Ritrovato.

Negli ultimi anni, però, sono cambiate due cose: i criteri in base ai quali si attribuisce il punteggio e l'entità dei finanziamenti, che sono cresciuti.

È importante non sottovalutare il reperimento di **fondi pubblici**, come quelli messi a disposizione dall'Unione Europea, che sono di due tipi: quelli per il finanziamento delle opere locali e quello di Europa Creativa, che dà sostegno ai settori culturali.

Un altro modo per ottenere fondi è attraverso il **finanziamento privato**, stabilendo sponsorship. Gli sponsor sostengono un evento per avere notorietà e ritorni economici. Nonostante ciò, però, deve essere un'azienda che ha già una certa notorietà, che è già conosciuta dal pubblico, poiché deve portare anche degli spettatori all'evento.

Tra i finanziatori si annoverano anche le banche, tramite **finanziamenti bancari**. Questi fondi si ottengono partecipando a bandi pubblici.

Sono più rare le **donazioni**. Infine abbiamo il **crowdfunding**, che consiste in una raccolta collettiva di fondi attraverso la rete.

### 3.6

L'organizzazione dei festival è sempre accompagnata da una **valutazione degli impatti** previsti e quelli ottenuti materialmente. Le valutazioni sono utili per dimostrare il corretto utilizzo dei fondi ricevuti e per studiare gli effetti sull'occupazione.

**Getz** divide in cinque parti ciò che un valutatore deve fare:

1. Differenziare merito e valore e capire come quantificarli.
2. Creare un sistema di valutazione permanente.
3. Utilizzare modelli che creino una comunicazione tra i vari stakeholder.
4. Rendere le procedure degli standard.
5. Trasparenza e responsabilità.

È molto importante la valutazione degli impatti economici, che devono giustificare le spese. Solitamente gli indicatori sono: l'andamento delle vendite, i risultati economici generali, l'entità del finanziamento ottenuto e la copertura dei media.

Ci sono, però, delle differenze nei metodi di valutazione che dipendono dalla grandezza dell'evento:

1. **Analisi costi-benefici.** Questa analisi stima e valuta gli impatti di un evento. Esso ha successo se il netto dei benefici (totale dei benefici meno il totale dei costi) è positivo. Questa è un'analisi leggermente complessa perché ci sono benefici tangibili e quantificabili (occupazione) e benefici intangibili (fastidi alla popolazione locale).
2. **Modello I-O (input-output).** Questo modello stima l'attività economica nella regione in cui ha sede l'evento, distinguendogli effetti diretti (biglietti venduti), quelli indiretti (coinvolgimento delle aziende) e quelli sull'indotto (alberghi). Questo metodo è utilizzato per valutare l'impatto turistico dell'evento.
3. **Modello CGE.** Prende in considerazione l'intera economia come se fosse un sistema a cui applicare delle leggi (influenza tra mercati ed equilibrio tra domanda e offerta).
4. **Modello ROI.** È scarsamente applicato ma consente di misurare quanto è stato redditizio il capitale iniziale. (Argano)

I limiti evidenziati dall'utilizzo di questi metodi sono: la pressione delle autorità pubbliche e sugli organizzatori.

La valutazione degli impatti è fatta anche tramite indagini qualitative. Viene utilizzato, per esempio, il calcolo dei ROE, ovvero l'analisi dei rapporti tra target attraverso i social.

Nonostante tutti questi metodi di valutazione, è necessaria una valutazione tramite criteri economici, ambientali, culturali e sociali.

Un metodo lo propone **Dwyer**, che include impatti tangibili e intangibili, valutati con un approccio qualitativo.

**Fredline** prende in considerazione gli impatti economici, ambientali e sociali con una valutazione a punteggi.

Il **modello SEE** prende in considerazione il punto di vista degli stakeholder e considera quattro impatti: economico, socioculturale, ambientale e prestazionale.

**Abis e Canova**, invece, basato la loro valutazione su indagini desk, interviste telefoniche, osservazioni e interviste.

Ci sono, poi, degli **indicatori che permettono di vedere quanto ha avuto successo l'evento.**

Ciò si stabilisce rispondendo a tre parametri: il giudizio del pubblico, gli effetti sul lungo periodo (successo che raggiunge l'opera anche in sala) e l'atmosfera e il clima che si respira.

## Capitolo 4 - film festival e Covid-19

### 4.1

La pandemia di Covid-19 ha portato ad una repentina accelerazione del cambiamento che in qualche modo erano già in atto. Come conseguenze immediate, in Italia, si sono avute produzioni ferme e film rimandati.

Uno dei metodi adottati in questo periodo sono state le **piattaforme digitali**, che sono state usate per mandare anche messaggi di speranza e di vicinanza.

Le piattaforme digitali sono entrate con forza nel mondo della distribuzione, grazie a canali in streaming VOD (piattaforme on demand). Il fatto che le persone erano costrette in casa ha aumentato le visualizzazioni e gli abbonamenti su queste piattaforme, che, di conseguenza, hanno aumentato l'offerta. Inizialmente ci fu molta resistenza da parte dei produttori a cedere la distribuzione alle piattaforme, ma queste hanno portato indubbiamente anche dei vantaggi: il cinema di genere ha trovato il suo spazio sul web, ed è diventato più facile accedervi.

D'altra parte questa situazione di stallo e chiusura forzata ha fermato o rimandato l'uscita di molti film per anni, soprattutto quei film i cui distributori non hanno voluto saltare il passaggio della sala. Fine 2020 le sale hanno incassato il 72% in meno dell'anno precedente. Il cinema ha vissuto una crisi incredibilmente grave, addirittura nei primi mesi del 2020 c'è stata una diminuzione di afflusso del 93%.

Un altro ambito che ha sofferto particolarmente è quello della valorizzazione del patrimonio cinematografico. All'inizio dell'emergenza i vari cataloghi e i vari programmi degli archivi storici non riuscivano a tenere il passo dell'offerta delle piattaforme, così c'è stato un incremento dell'offerta da parte anche delle cineteche e degli archivi.

Chi, invece, ha reagito abbastanza bene sono stati proprio i festival cinematografici. Hanno sfruttato a loro vantaggio la possibilità dell'online, ma non senza problematiche.

## 4.2

I festival, davanti a questa emergenza, hanno potuto scegliere tra quattro scelte: annullare l'edizione, spostarla, svolgerla solo in presenza o farla online.

Secondo un'indagine dell'AFIC il 12% di festival non si è svolto, il 30% è andato online e il 27% ha tenuto una modalità mista. I festival che hanno rinunciato all'edizione sono quei festival che non hanno avuto abbastanza tempo per pensare ad alternative valide (FESCAAL e BFM).

Altri, come Il Cinema Ritrovato e la Mostra di Pesaro, hanno spostato la loro edizione in mesi con meno restrizioni trovando anche spazi all'aperto.

Venezia, invece, non ha ceduto nei suoi primi giorni di settembre, dando prova di grande prestigio e anche grande coraggio. In più ha colto l'occasione per progredire e rinnovarsi. La decisione di Barbero è stata ancor più notata dal momento che Cannes ha deciso di annullare la sua edizione.

Il Giffoni Opportunity ha portato in campo un'edizione mista.

La prima manifestazione ad andare online è stato il Cortinametraggi, che ha messo a disposizione i titoli in programma sul suo sito. È stato, poi, imitato dal Torino Film Festival e dal Filmmaker Festival.

Chiaramente fare un festival online non vuol dire solo mettere i titoli sul web, ma anche rivedere il linguaggio e la comunicazione, trovare un modo per far sentire il pubblico partecipe. Contro ogni aspettativa il Cortinametraggi online ha allargato il suo pubblico, che era anche equamente distribuito in tutto il territorio italiano.

Chi ha potuto, dopo la fine delle restrizioni, è tornato a svolgere un festival in presenza dal momento che "non ci si può dimenticare cosa è mancato nell'edizione online e cosa significa essere presenti ad un festival. Organizzare e tenere un festival è un atto di responsabilità verso il territorio"(Luca Mosso, direttore del Filmmaker Festival).

## 4.3

Nella loro edizione online, quasi tutti i festival hanno optato per una riduzione del programma, mettendo a disposizione i titoli per un massimo di 72 ore. Si sono costituite delle sale virtuali con numero limitato di posti e sono stati aggiunti contenuti nuovi. Queste scelte sono state fatte per diversi motivi: i limiti imposti da autori e produttori che non volevano cedere alle piattaforme e il timore di non avere pubblico.

Da un punto di vista organizzativo e delle professioni ci sono stati due cambiamenti:

1. Arricchimento del gruppo di lavoro, aggiungendo tecnici e informatici.
2. Affidamento a realtà esperte, per aiutare i festival nella transizione verso l'online.

Ovviamente sono cambiati anche i rapporti interpersonali, è diventato tutto più freddo e calcolato, un continuo flusso di mail e telefonate.

Inoltre non bisogna sottovalutare la mancanza di software adatti a sopportare l'inserimento di tutto il programma online. Per questo la maggior parte dei festival si è rivolta a **MYmovies**.

MYmovies è un'azienda toscana che nasce nel 2000 da un'idea di Gianluca Guzzo, ed è il magazine cinematografico più visitato in Italia. Nel 2013 lancia l'iniziativa MYmovieslive, una piattaforma dedicata principalmente al cinema indipendente, che permette all'utente di usufruire gratis dell'offerta. Un'altra innovazione di MYmovies è stata quella di introdurre una sala virtuale dove gli spettatori potessero anche commentare tra loro. Questa idea è stata riproposta nei festival.

La paura degli organizzatori era che tutti i festival potessero omologarsi, in più era molto temuta la possibilità di non comunicare con il pubblico, per questo alcuni festival (Taormina Film Fest) erano completamente contrari all'opzione online.

Una seconda paura era la mancanza di ricadute economiche sul territorio, la location perde sia ritorni economici che finanziatori.

Nonostante le paure e i limiti ci sono stati sicuramente anche vantaggi: “la prenotazione di biglietti e posti ha ridotto il problema delle file” (Armocida della Mostra di Pesaro).

Barbera dice che “il sistema delle prenotazioni è funzionale per l’organizzazione e per gli spettatori, perciò non verrà sostituito. Anche le conferenze su Zoom si sono dimostrate utili, questo metodo permette di migliorare la qualità dell’offerta del festival.”

Giffoni ha organizzato 40 hub in Italia, permettendo ai ragazzi di incontrarsi in diverse città e assistere alle proiezioni.

Le versioni in digitale dei festival hanno fatto sì che venissero realizzati dei progetti innovativi, come quello del FEFF, che ha aperto Fareastream, la sua piattaforma in streaming completamente dedicata al cinema asiatico. La stessa idea l’ha avuta Il Cinema Ritrovato, che mette a disposizione 15 titoli storici.

#### 4.4

Uno dei migliori risultati delle edizioni online è stato **l’ampliamento del pubblico**. Il fatto di non dover viaggiare e spendere soldi per vitto e alloggio ha favorito gli spettatori.

Molti festival hanno misurato il successo dell’edizione online tramite la quantità di biglietti venduti e il numero di accessi. Due esempi sono il FEFF e il TFF.

Bisogna, però, prestare anche attenzione ai metodi di comunicazione con il pubblico. **I social** sono stati di grande aiuto in questo periodo. I social network permettono al festival stesso di condividere la sua versione dell’evento, dando al pubblico informazioni chiave da non perdere.

Anche i social, però, hanno dei lati non proprio chiari: come si fa a definire chi segue il festival dai social? Come si conosce il pubblico, senza interloquire con lui?

Molti organizzatori e direttori condividono queste paure, facendo presente che il pubblico è uno dei capi saldi dei festival.

Per ovviare al problema MYmovies mette a disposizione del pubblico la possibilità di esprimere il proprio giudizio sull’esperienza tramite una votazione e la possibilità di commentare. I festival utilizzano il canale dei social per raccogliere le testimonianze e le esigenze del pubblico, tramite commenti e questionari.

#### Cosa è emerso dalle valutazioni dei festival online?

1. Il pubblico non era formato solo da residenti del luogo in cui si svolge il festival, ma era spalmato in tutta Italia.
2. L’età media dei partecipanti si è abbassata. I giovani sono più avvezzi all’uso dei social e di internet, quindi hanno trovato attraente il nuovo format.
3. I dati numerici sono parziali. Anche se una sola persona compra più biglietti ci potrebbe essere un’intera famiglia o un gruppo di amici. Ma, d’altra parte, potrebbe essere possibile che i film non siano stati visti dall’inizio alla fine. MYmovies suggerisce formule entry level, ovvero prezzi diversi per diverse offerte, in base al numero di titoli che può essere visto con un certo abbonamento.
4. Il pubblico che ha seguito i festival da MYmovies era già iscritto su MYmovieslive. Quindi una persona che ha seguito un festival, poi ne ha seguiti anche altri.

#### 4.5

**Stevens** afferma che i film festival online abbiano cambiato il nostro modo di vedere e pensare i festival. Per decenni i film festival sono stati costruiti su due caratteristiche fondamentali: l’esclusività e la scarsità. Oggi, con il digitale, i festival non sono più definizione di esclusività, dal momento che con la nascita delle piattaforme in streaming si ha addirittura troppa offerta. Così come viene meno la scarsità, come abbiamo visto c’è stata una crescita esponenziale dei festival e il digitale li rende più accessibili a tutti, estendendo i limiti territoriali.

Ovviamente ci sono molti lati positivi nell’avvento del digitale, come: contenuti innovativi, più pubblico, ospiti internazionali e costi inferiori. In futuro si potrà sperare che sarà il budget a decidere come sarà un festival e non dover cercare tutti i fondi possibili per realizzare l’idea iniziale, non dover rinunciare per mancanza di fondi.

Per il programma si hanno altri problemi, ma altre probabili soluzioni: i distributori e i produttori ancora non sono del tutto d'accordo con il lancio del film in rete, ma le sale virtuali costituiscono una soluzione esaustiva per mantenere il passaggio in sala prima della distribuzione in streaming.

Un'altra questione che viene fuori è quella del *geoblocking*: molti autori e distributori chiedono la possibilità di trasmettere i film solo in Italia, per mantenere l'attesa sul mercato internazionale.

Altro aspetto da tenere in considerazione è quello dello *statuto culturale dei festival digitali*. Come bisogna considerare queste manifestazioni che sono nate per celebrare i film, dal momento che il film ora è un "banale" file? Per questo molti festival hanno una sezione a parte dedicata a film in pellicola o analogici.

C'è il vero timore che le piattaforme in streaming possano sovrastare e sostituire i film festival, dal momento che offrono una grande offerta, anche di un certo cinema.

Questa opzione, però, sembrerebbe ancora impossibile per due ragioni:

1. Gli obiettivi dei festival sono sia culturali che commerciali. Lo scopo dei festival è spingere il settore cinematografico, non guadagnare attraverso i film. I festival hanno la funzione di educare il pubblico ad un certo tipo di arte.
2. Organizzazione di festival e piattaforme. Il palinsesto di una piattaforma digitale non è composto da esperti, a differenza del programma di un film festival.

Per completare le riflessioni sul futuro: i festival sono diversi anche per la loro natura rituale.

Byung-Chul Han afferma che la nostra epoca è un'epoca priva di riti, che sono azioni simboliche che rappresentano i nostri valori. Il perché della scomparsa di questi riti è da imputare alla società narcisistica in cui viviamo, che non è capace di guardare all'esterno e di aprirsi alle cose sconosciute.

Han non considera i festival come riti, ma non è sbagliato dire che la società si unisce attraverso i riti e si riconosce in una determinata cultura, che, per il cinema, è quella degli spettatori seduti sulle poltrone di una sala, in un film festival.