



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di
Laurea Magistrale
in Economia e Gestione delle Arti
e delle Attività Culturali

Nascita e sviluppo dei mercati cinematografici nei tre principali festival internazionali europei: Venezia, Cannes e Berlino.

Focus sul Venice Production Bridge.

Relatrice

Ch.ma Prof.ssa Maria Roberta Novielli

Correlatore

Ch.Prof. Fabrizio Panozzo

Laureanda

Marianna Lavano

Matricola 976093

Anno Accademico

2022 / 2023

INDICE

Introduzione.....	3
Premesse.....	4
Nota metodologica.....	6
Capitolo 1 - Studio dei festival e dei mercati cinematografici di Berlino e di Cannes. L'European Film Market e il Marché du Film.....	8
1.1 Nascita e sviluppo della città di Berlino.....	8
1.1.1 Analisi dei flussi turistici della città di Berlino	11
1.2 International Film Festival Berlin: Genesi e Sviluppo	16
1.2.1 Struttura e sezioni del Festival	21
1.3 European Film Market (EFM): il mercato di Berlino	26
1.3.1 Nascita e sviluppo – Intervista a Beki Probst	27
1.3.2 Organizzazione.....	30
1.3.3 Edizione del 2023 in numeri.....	33
1.4 Nascita e sviluppo della città di Cannes	34
1.4.1 Analisi dei flussi turistici	35
1.4 Festival di Cannes: genesi e sviluppo.....	39
1.5.1 Struttura e sezioni del Festival	45
1.6 Marché du Film: il mercato di Cannes.....	47
1.6.3 Edizione del 2023 in numeri.....	53
Capitolo 2 - Studio del festival e del mercato cinematografico di Venezia. Il Venice Production Bridge.....	54
2.1 Nascita e sviluppo della città del Lido.....	54
2.1.1 I flussi turistici.....	55
2.2 Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia: genesi e sviluppo	58
2.2.1 Struttura e sezioni del Festival	65
2.3 Venice Production Bridge: il mercato di Venezia	69
2.3.1 Nascita e sviluppo (Intervista al direttore e fondatore: Pascal Diot)	69
2.3.2 Organizzazione.....	72

2.3.2.1 Venice Immersive Market	74
2.3.2.2 Meet the streamers.....	74
2.3.2.3 Europe in Focus.....	75
2.3.2.4 Venice-Gap Financing Market	76
2.3.2.5 Final Cut in Venice	78
2.3.2.6 BARM (Intervista a Chiara Marin).....	83
2.3.2.6.1 Clusterizzazione dei partecipanti ed evoluzione nel tempo.....	85
2.3.2.6.2 Effetti e risultati – Valutazione delle connessioni prodotte.....	89
2.4 Edizione del 2023 in numeri e confronto con l’edizione del 2022.....	94
2.5 Conclusione: difficoltà e punti di forza derivanti dall’analisi	97
<i>CAPITOLO 3 – Un confronto comparato delle tre realtà analizzate: Berlino, Cannes e Venezia.....</i>	100
3.1 Approccio critico ai contenuti dei festival.....	100
3.2 Analisi SWOT dei tre mercati	104
3.2.1 European Film Market.....	105
3.2.2 Marché du Film.....	107
3.2.3 Venice Production Bridge.....	108
3.3 Collaborazione e opportunità: dove si sta andando	110
<i>Conclusioni.....</i>	114
<i>Bibliografia.....</i>	116
<i>Sitografia</i>	117

Introduzione

La tesi si evolve seguendo una struttura specifica per fornire una panoramica approfondita e completa sulle realtà festivaliere prese in esame, con focus sui rispettivi mercati.

Il percorso tracciato nel primo capitolo segue un indirizzo oggettivo e prevalentemente descrittivo delle realtà di Berlino e di Cannes, si parte dal contesto storico della città ospitante e del relativo flusso turistico, considerando soprattutto l'impatto che hanno i festival cinematografici in questione. Successivamente l'attenzione viene spostata sulla storia, la struttura e l'organizzazione del festival stesso per capire in che misura il contesto si è fatto terreno fertile per la nascita e lo sviluppo delle realtà festivaliere e quanto gli avvenimenti sociali, economici e politici abbiano influenzato le strategie adottate, il target e gli obiettivi dell'evento. Infine, vengono messi in luce i mercati cinematografici che sorgono al fianco dei festival, rispettivamente esaminati, proprio per analizzare a livello accademico delle realtà che sono destinate esclusivamente ai professionisti del settore e che rappresentano un importante bacino di incontro per chi opera nell'ambito cinematografico, all'interno del quale nascono numerosi accordi e vengono scambiate importanti risorse intellettuali, per non parlare di finanziamenti e iniziative innovative di sviluppo.

Il secondo capitolo segue lo stesso percorso ma è interamente concentrato sul caso di Venezia e quindi della Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica, con un cospicuo approfondimento sul relativo mercato: il Venice Production Bridge. In questa sede viene svolta un'analisi più ampia della struttura organizzativa, in termini di offerta, soffermandosi su due progetti in particolare. Il Book Adaptation Rights Market, che riguarda la compravendita dei diritti d'autore da parte degli editori per l'adattamento dei propri titoli a film e il Final Cut in Venice, il cui principale scopo è quello di finanziare pellicole grezze per supportare film prodotti in Africa, Iraq, Giordania, Libano, Palestina e Siria. Per entrambi i casi la ricerca è volta ad indagare sulla diffusione e sullo sviluppo successivo agli accordi conclusi e ai finanziamenti ottenuti all'interno del circuito veneziano.

I primi due capitoli risultano necessari per la realizzazione strutturale del terzo capitolo, nel quale vengono sintetizzati innanzitutto gli approcci strategici dei tre festival e, successivamente, attraverso le analisi SWOT dell'European Film Market, del Marché

du Film e del Venice Production Bridge è possibile effettuare un confronto finale dei mercati menzionati in precedenza. L'ultimo capitolo si chiuderà con un approfondimento sulle collaborazioni tra i mercati e sulle possibilità esterne ed interne per tracciare una possibile proiezione futura di queste importanti realtà.

Per lo sviluppo dello studio dei mercati ho avuto l'onore di intervistare coloro che hanno o che portano tutt'ora avanti queste strutture. A tal proposito, si sono resi disponibili la fondatrice ed ex direttrice dell'European Film Market, Beki Probst; il direttore e fondatore del Venice Production Bridge, Pascal Diot e la coordinatrice, Chiara Marin; il direttore del Marché du Film Guillaume Esmiol.

Per concludere, si ottiene una visione complessiva e dettagliata dell'intreccio festival-mercato per ognuna delle tre realtà e lo scopo ultimo della ricerca è quello di risultare utile ed efficace per una miglior comprensione ai non addetti ai lavori, evidenziando l'importanza e l'efficienza dei mercati che si configurano come luoghi produttivi nei quali nascono incontri e collaborazioni significative per i professionisti.

Premesse

La storia dei mercati cinematografici ha origini relativamente lontane e potenzialmente riconducibile alla nascita del Marché du Film (1959) e del MIFED (1960).

La natura strategica del mercato cinematografico ha fatto sì che divenisse, sin da subito, un luogo in cui i professionisti del settore possono incontrarsi, creare contatti, scambiare idee, acquistare diritti o, più semplicemente, divulgare o creare innovazione.

Come è stato anticipato, al Marché du Film verrà dedicato parte del primo capitolo per indagare le origini e lo sviluppo del grande mercato cinematografico che accompagna il Festival di Cannes, mentre per quanto riguarda il Mercato Internazionale del Film e del Documentario si specificano le origini e lo sviluppo in questa sede. L'anche noto MIFED, poi divenuto Mercato Internazionale del Cinema e del Multimediale è stato fondato dalla collaborazione tra Cinecittà Holding Spa e Fiera di Milano Spa con l'obiettivo di promuovere e incrementare i rapporti economici all'interno del circuito televisivo, cinematografico e multimediale, a livello nazionale e internazionale.

Da questa unione nacque l'Audiovisual Industry Promotion Spa, con due principali impieghi e obiettivi: da un lato, sia sul fronte italiano che sul fronte estero, di portare avanti l'incarico di promozione dell'audiovisivo italiano tramite il FilmItalia; dall'altro

lato, sempre in un'ottica internazionale, di promuovere e scoprire nuove tecnologie e nuovi sistemi integrati per lo sviluppo della comunicazione e dei mezzi audiovisivi.

La fiera mondiale del cinema e del multimediale aveva luogo due volte l'anno all'interno dei padiglioni della Fiera di Milano e il principale concorrente sin dagli inizi degli anni '90 è stato l'American Film Market, che finirà per riuscire a provocare la fine dell'evento milanese. Il mercato americano viene fondato nel 1981 a Santa Monica, in California, e le colonne portanti su cui si basa l'evento sono la compravendita di diritti di distribuzione di titoli d'uscita e la ricerca di finanziamenti per progetti in via di sviluppo o in produzione. L'evento cinematografico si svolge in otto giornate, durante le quali oltre la compravendita di titoli e la ricerca di finanziamenti dedica molto tempo anche all'anteprima di proiezioni speciali, red carpet, seminari e feste per favorire il networking tra i vari attori del settore cinematografico. Parallelamente alle proiezioni e agli aspetti più glamour, l'AFM si configura anche come un luogo di apprendimento e condivisione di conoscenze attraverso seminari dedicati per offrire l'opportunità di esplorare le tematiche chiave del momento del settore cinematografico. Quello che l'AFM offriva già all'epoca era di non essere semplicemente un mercato cinematografico, ma piuttosto un contesto che funge da finestra privilegiata per presentare in anteprima le opere cinematografiche.

L'organizzatore dell'American Film Market è l'American Film Market Association (Afma), dal 2009 Independent Film & Television Alliance per rispecchiare in pieno l'obiettivo dell'associazione, anche perché è l'evento dell'Ifa più rilevante e atteso ma l'associazione supporta, protegge e stimola l'industria indipendente televisiva e cinematografica globale tutto l'anno, con diverse iniziative. Di fianco a questi eventi globali indipendenti da uno specifico festival cinematografico, iniziano a sorgere più o meno negli stessi anni delle realtà, dapprima molto piccole ma con un grandissimo potenziale di espansione, altri mercati cinematografici che si affiancano ai grandi festival.

Sono questi i casi di Berlino con l'European Film Market, di Cannes con il Marché Du Film e di Venezia con il Venice Production Bridge.

Nota metodologica

Il contenuto di questa tesi si avvale di fonti dirette e, in particolare, indirette per quanto riguarda in particolare la genesi dei tre mercati cinematografici. Ho avuto la possibilità di intervistare direttamente i direttori ed interfacciarmi con responsabili e dipendenti di questi mercati, ottenendo preziose informazioni e approfondimenti.

Per l'European Film Market, ho intervistato Beki Probst con il supporto di Erika Giorgianni, che ci ha messe in contatto. Per il Marché du Film, ho avuto l'occasione di interagire con Anahit Ordian e il team che hanno risposto alle mie domande a nome del direttore Guillaume Esmiol. Pascal Diot e Chiara Marin sono stati intervistati per il Venice Production Bridge. La metodologia adottata per la ricerca condotta è quella delle interviste a figure chiave dei tre mercati cinematografici presi in analisi. In accordo con ciascun intervistato e tenendo conto delle disponibilità e delle preferenze di ognuno di essi sono state effettuate, in tempi differenti, interviste online, telefoniche, con scambio mail e in presenza. In seguito alla trascrizione è stato sottoposto ad ogni intervistato l'elaborato finale dell'intervista per ottenere l'approvazione alla divulgazione e per garantire la correttezza delle informazioni riportate.

La prima intervista è stata effettuata il 29 novembre 2023 con Beki Probst, fondatrice dell'European Film Market (EFM) e figura di rilievo all'interno del mercato cinematografico festivaliero, ed è stata prediletta la modalità telefonica. Successivamente, ho avuto l'opportunità di condurre un'intervista con Pascal Diot, direttore del Venice Production Bridge. Questa intervista è stata effettuata attraverso uno scambio di corrispondenza via e-mail nel periodo compreso tra il 22 dicembre 2023 e il 4 gennaio 2024. Chiara Marin è stata intervistata di persona il 15 gennaio 2024 e questa modalità ha favorito un dialogo più approfondito, consentendo di esplorare dettagliatamente il ruolo e lo sviluppo del Book Adaptation Rights Market in particolare, ma non solo. Infine, ho effettuato un'intervista da remoto, tramite videochiamata il 6 febbraio 2024 con il direttore Guillaume Esmiol, con la responsabile delle conferenze Anahit Ordian e con il responsabile della comunicazione Jim Le. Per garantire coerenza e comparabilità tra le interviste condotte con i rappresentanti dei diversi mercati, è stato adottato un approccio metodologico uniforme attraverso una serie di domande identiche, o comunque molto simili, sottoposte a tutti i rappresentanti, con alcune varianti considerate in base alle specificità di ciascun sistema. Questa

strategia ha permesso di ottenere risposte comparabili e rilevare eventuali differenze o peculiarità nelle risposte, consentendo una valutazione accurata e approfondita delle dinamiche di ciascun mercato.

Le interviste possono essere divise in sezioni comuni, di seguito riportate:

1. *Percorso professionale*: Si è esplorato il percorso che ha condotto il direttore a ricoprire il ruolo attuale o a fondare il mercato, consentendo di comprendere le radici e lo sviluppo del loro coinvolgimento nel settore;
2. *Analisi SWOT del Mercato*: Sono stati esaminati i punti di forza e di debolezza del mercato, fornendo una panoramica dettagliata delle caratteristiche distintive e delle sfide affrontate nel corso del tempo;
3. *Gestione durante il Covid-19*: È stato discusso come l'organizzazione ha affrontato e gestito le sfide emerse durante il periodo della pandemia da Covid-19, evidenziando strategie adottate e impatti riscontrati sulle attività del mercato;
4. *Rapporti con gli Altri Mercati*: Si è esplorato il rapporto tra il mercato intervistato e gli altri due mercati presi in considerazione, identificando sinergie, collaborazioni o eventuali dinamiche di concorrenza tra di essi.

Capitolo 1 - Studio dei festival e dei mercati cinematografici di Berlino e di Cannes. L'*European Film Market* e il *Marché du Film*.

1.1 Nascita e sviluppo della città di Berlino

La città di Berlino presenta una certa propensione naturale di vivere di contraddizioni e diversità che conducono a percepirla come la “*la città dalle due anime*”, da sempre capace di trasformarsi e reinventarsi, crescendo senza sosta in termini di dimensione e d'importanza, nonostante lo scoglio di periodi storici complessi. La fondazione risale ufficialmente al 1237, in una conformazione territoriale nettamente differente e ridotta rispetto a quella attuale. Il territorio risultava diviso in cinque cittadine distinte: Berlino, Cölln, Friedrichswerder, Dorotheenstadt e Friedrichstadt, poi unificate nel 1709 da Federico I di Prussia, che fece di Berlino capitale e residenza reale.¹

Il territorio unificato ha scaturito un incremento costante della popolazione tanto che nel XIX secolo iniziano a popolarsi anche i sobborghi, ed inoltre, nel 1810 è stata inaugurata la prima università. Come nel resto d'Europa, anche Berlino nel 1848 è stata travolta da numerose rivolte della classe media contro i regimi assolutisti in conseguenza a problemi sociali dovuti a restrizioni di libertà politica, questi moti rivoluzionari meglio conosciuti anche come “*Primavera dei Popoli*” sono esplosi con l'obiettivo di formare governi liberali. Nel caso berlinese, a seguito delle rivolte, si è riuscito ad ottenere una Costituzione e la formazione di un Parlamento eletto a suffragio universale. All'inizio del XX secolo Berlino raggiunge una popolazione di 2,5 milioni (che in venti anni raddoppierà) e ha visto l'inaugurazione della prima linea della U-Bahn, la metropolitana berlinese. Nel 1933, con la salita al potere di Adolf Hitler e la fondazione del partito Nazionalsocialista, inizia uno dei momenti più duri e tristi della storia dell'umanità, segnando definitivamente l'interruzione del processo democratico in Germania. Intuendo l'enorme portata propagandistica dell'intero settore artistico, il Nazismo destina alle arti un ruolo da protagonista, attraverso copiosi investimenti e sfruttandone tutte le potenzialità di condizionamento del pensiero delle masse. Fondamentale, in questo senso, è stato il contributo del ministro del Reich per la

¹ Visit Berlin, “*Dalla Fondazione di Berlino alla regina Luisa di Prussia*” - <https://www.visitberlin.de/it/dalla-fondazione-di-berlino-1183-alla-regina-luisa-di-prussia-1810>

Propaganda Paul Joseph Goebbels², che assume la gestione e l'organizzazione dei diversi mezzi di comunicazione (dal cinema alla radio, fino ad arrivare anche allo sport). Il regime nazista cerca di controllare in particolare il settore cinematografico dal momento in cui comprendono quanto il cinema sia un potente ed efficiente mezzo per raggiungere scopi politici, nazionalisti e antisemiti. È stato creato l'UFA (Universum Film AG), una società di produzione cinematografica, ed inoltre è stato stabilito che tutti i film, prima di essere distribuiti, devono ricevere l'approvazione del Ministero della Propaganda. Gli studios cinematografici, in questo periodo storico, sono soggetti a numerose pressioni per la produzione di film che promuovano e supportino l'ideologia nazista. Sono diversi e numerosi gli esempi che chiariscono i punti principali toccati dalle produzioni del tempo, ma in particolare è necessario menzionare "*Olympia*" di Leni Riefenstahl che rappresenta l'emblema classico dell'esaltazione del nazionalsocialismo, del culto della personalità di Adolf Hitler e della superiorità razziale ariana. Altro esempio è senza dubbio "*Il Giudeo Süß*", che rappresenta un esempio di promozione anti semitista attraverso la macchina da presa. Si tende, in prodotti cinematografici come questo preso ad esempio, di raffigurare gli ebrei in modi negativi per diffondere le teorie del complotto antisemite. Nel caso specifico, viene tracciata la vita dell'ebreo Joseph Oppenheimer, banchiere e consigliere finanziario del duca e viene descritto come un uomo avido e manipolatore, un uomo che sfrutta la posizione di consigliere del duca di Württemberg per arricchirsi e cospirare con l'obiettivo finale di prendere il controllo della città di Stoccarda. Dopo la Seconda Guerra Mondiale, il film viene bandito in molti paesi ed è stato oggetto di motivate critiche e controversie. La furbizia nazista sta anche nella realizzazione di numerose produzioni di commedie e pellicole d'intrattenimento, pensate con l'obiettivo di creare una possibilità d'evasione dalla realtà, ma con la subdola volontà di condizionare il consenso e indottrinare attraverso "la leggerezza". La capacità attrattiva di questo genere filmico è dimostrata dall'ampio target di pubblico, sia in termini di età che di appartenenza sociale, è un genere che raggiunge chiunque. A tal proposito, numerosi sono anche gli esempi di cartoni animati, impiegati per mandare i messaggi propagandistici ai più piccoli.³ Dopo

² Dizionario di Storia, "*Joseph Paul Goebbels*", Treccani, 2010 - https://www.treccani.it/enciclopedia/paul-joseph-goebbels_%28Dizionario-di-Storia%29/

³ ADO, Analisi dell'Opera, "*Arte e Nazismo in Germania*", 2021, <https://www.analisdellopera.it/arte-e-nazismo/>

la caduta del regime nazista, nel 1945, il cinema tedesco attraversa un processo di denazificazione e molti dei cineasti e degli attori che hanno dato il loro contributo lavorativo sotto il regime furono esclusi dall'industria cinematografica per un certo periodo.

È da sottolineare come la produzione cinematografica tedesca successiva alla guerra cerca di distanziarsi da quell'era oscura promuovendo valori più democratici, ma soprattutto culturalmente più aperti. I dissidi non si sono però conclusi qui, infatti, dopo la Seconda Guerra Mondiale e quindi dopo la sconfitta della Germania nazista, il paese è diviso tra le potenze alleate e Berlino diventa un obiettivo chiave della Guerra Fredda. Le tensioni tra le potenze alleate si intensificarono nel corso del tempo talmente tanto da portare alla formazione di due stati separati: la Germania Est, controllata dall'Unione Sovietica e la Germania Ovest, controllata dagli Stati Uniti, dal Regno Unito e dalla Francia.

La sera del 13 agosto 1961, le autorità della Germania Est hanno dato vita alla costruzione di un enorme muro in cemento e filo spinato che attraversava Berlino, spaccandola in due parti. Le motivazioni che hanno condotto a questa situazione sono di varia natura, partendo dalla volontà di impedire la "fuga di cervelli", alla necessità di proteggersi dai "sabotaggi" della Germania Ovest. Prima del muro, il passaggio dalle due parti della città veniva monitorato da varchi controllati dalle forze di polizia e moltissimi berlinesi della parte Est, se ne contano all'incirca due milioni e mezzo, si spostavano a Berlino Ovest per sfuggire alla rigida politica restrittiva, estremamente limitante della libertà dei suoi cittadini. In questo intervallo temporale il cinema subisce le influenze e segue il flusso degli avvenimenti politici e sociali e quindi appare netta, anche nella cinematografia, la differenza tra la Germania Est e quella Ovest.

Il settore cinematografico della Germania Est è controllato dal governo comunista, che impone una ferrea ideologica di regime interamente volta alla promozione di valori socialisti e alla celebrazione dei successi del comunismo. La maggior parte delle pellicole prodotte vertono sulla lotta di classe, sull'esaltazione del lavoratore eroico e sulla spietata denuncia di un vorace Occidente capitalista. Quella della Germania dell'Ovest, si mostra in contraddizione immediatamente come un'industria più diversificata e indipendente, in cui grande centralità viene data ai valori della democrazia e della libertà artistica. È in questo contesto che emergono registi che avrebbero segnato per sempre la storia del cinema, si tratta di Rainer Werner

Fassbinder e Wim Wenders, che contribuiranno ad arricchire il repertorio del cosiddetto “Nuovo Cinema Tedesco” e che ancora oggi influenzano il modo di realizzare film. Nonostante queste divisioni, il Festival di Berlino, istituito nel 1951, è stato un importante ponte in questa divisione, continuando le proprie attività anche nel periodo della separazione delle “due Germanie”.

Nel 1989, a seguito di intense proteste popolari ed evoluzioni politiche della Germania Est, le autorità aprono i checkpoint precedentemente utilizzati per monitorare gli ingressi e consentono ai cittadini di circolare di nuovo liberamente. Questo evento culmina con la caduta fisica del Muro che segna l’inizio della riunificazione tedesca e il 3 ottobre 1990 la Germania è formalmente riunificata a seguito delle nuove elezioni, mentre nel 1994 le truppe americane, britanniche, francesi e russe lasciano definitivamente Berlino.

Da questo breve excursus della lunga e travagliata storia di Berlino si evince quanto, nonostante tutti i cambiamenti e le limitazioni sia sempre stata capace di affermarsi come una delle metropoli più importanti e influenti in Europa e come abbia vissuto nelle proprie strade i grandi eventi della storia europea. Si percepisce anche quanto l’arte sia stata una costante sempre presente, che si è adattata e ha raccontato da differenti punti di vista gli avvenimenti storici, sociali, politici portando costantemente con sé sia l’animo del popolo che dei potenti. Il cinema, soprattutto, ha accompagnato le persone provenienti da ogni ceto e di ogni età, dando diverse chiavi di lettura, ispirando inconsapevolmente i cineasti degli anni avvenire di tutto il mondo.

Il Festival di Berlino, dalla sua nascita, rappresenta in ogni sua forma la voglia di riscatto, la voglia di rinascere e di essere collegamento laddove ci sono rotture.

1.1.1 Analisi dei flussi turistici della città di Berlino

Berlino per il turismo è sicuramente tra le mete più popolari d’Europa e non solo per essere la capitale della Germania, ma anche per le numerose attività offerte durante l’anno e per le diverse iniziative culturali che continuamente attirano numerosi visitatori, come l’International Film Festival Berlin.

Il flusso turistico della capitale tedesca si presenta omogeneo per tutto l’anno, questo perché ogni settimana dell’anno è possibile partecipare a fiere, conferenze, festival e congressi su svariati argomenti. Dal cinema, alla moda,

passando per la musica, senza però dimenticarsi dell'arte. Per dare un'idea della costante presenza di un evento internazionale, a gennaio si tiene l'*Internationale Grüne Woche Berlin* che a livello mondiale è un'esperienza senza equivalenti. Il tema centrale è un argomento che negli anni sta acquistando sempre più rilevanza ed è la sostenibilità alimentare in tutte le sue diramazioni, toccando quindi l'ambito delle innovazioni, dell'agricoltura o piuttosto della sicurezza e di tutte le attività ad essa connesse. Rappresenta un'ottima occasione sia per stabilire connessioni nel settore alimentare, sia per sensibilizzare il pubblico su questioni legate all'agricoltura e all'alimentazione. A febbraio, invece, l'appuntamento annuo di rilevanza è senza alcuna ombra di dubbio la *Berlinale*, che si configura come il festival con la maggior partecipazione pubblica registrata e dove ogni anno vengono proiettate più di 400 pellicole provenienti da tutto il mondo, ma questo è un argomento che verrà approfondito nei prossimi paragrafi. Berlino è un centro decisamente importante per la musica, soprattutto per la musica elettronica e sperimentale e ogni anno attira milioni di appassionati e professionisti, un esempio è il *MaerzMusik*, un festival dedicato alla musica sperimentale pianificato per il mese di marzo ed è un luogo che si presenta come centro di incontro e soprattutto di scambio di conoscenze attraverso la condivisione della propria arte. Berlino continua ad affermarsi come metropoli artistica attraente e innovativa e il *Gallery Weekend* è un chiaro, in quanto, in questo fine settimana, generalmente progettato per il mese di aprile, offre la possibilità ai visitatori di esplorare e scoprire non solo spazi espositivi speciali ma anche molti studi di artisti che decidono di aprire le porte al pubblico mostrando il loro processo creativo e il loro modo di concepire l'arte. Il tutto viene condito da numerosi eventi collaterali e tour. Non è solo un evento che quindi attira gli appassionati di arte ma è anche un'occasione per promuovere il mercato dell'arte, attraendo numerosi collezionisti, acquirenti e professionisti dell'arte da tutto il mondo. Maggio è dedicato al design, ed infatti in questo mese si organizza la *Berlin Design Week*, che, come nelle altre occasioni, attira i professionisti e gli appassionati del settore di tutto il mondo. In estate, generalmente da maggio fino ad agosto, si tiene il *Summer Game Fest*, la più importante fiera di videogiochi che unisce i professionisti agli appassionati, provenienti dalla Germania, dall'Europa e dal mondo. Si presenta

come un'occasione anche per presentare e annunciare nuovi giochi, tecnologie e contenuti nel mondo dei videogiochi. Numerose sono le conferenze, gli incontri e le iniziative messe in piedi in occasione di questo grande evento e ampio spazio è posto anche ai legami tra il mondo dei giochi e il cinema. Due volte l'anno, generalmente a gennaio e a settembre, si tiene la *Berlin Fashion Week*, impostata proprio come quelle che vengono organizzate a Milano o a Parigi, ed è questa un'iniziativa che attrae celebrità, influencer e i più importanti marchi di moda del mondo, seppur questo evento non è al pari di quelle organizzate nelle altre due capitali della moda. La musica è però, come già sottolineato, un importante elemento attrattivo e distintivo di Berlino ed infatti altro evento importante organizzato nella capitale tedesca è il *Pop-Kultur*, un tempo Berlin Music Week, un'esaltazione e celebrazione della cultura pop, un modo per discutere, analizzare e contemplare la moltitudine di sfaccettature di questa cultura, è un evento che convoglia oltre musicisti, artisti, performer anche politici e imprenditori⁴.

Voler elencare tutti gli eventi, i festival e le fiere organizzate nella capitale tedesca sarebbe un processo infinito, ma anche solo da questo sintetico elenco è possibile intuire quanto sia ampia l'offerta e soprattutto quanto sia relativa la stagionalità turistica per la capitale tedesca. Questa analisi è fondamentale per far comprendere come Berlino sia una città dalle mille sfaccettature e come inglobi in sé così tanti settori. Berlino è cinema, è musica, è arte, è design, è moda, è cibo, è sport.

Attraverso le statistiche pubblicate dallo Statistik Berlin Brandenburg⁵, si può analizzare l'andamento dei pernottamenti in strutture ricettive nella capitale tedesca dal 2019 al 2023, il tutto è sintetizzato nella tabella 1.1, elaborata da me sulla base dei dati forniti dalla piattaforma dell'istituto di statistica berlinese. Il 2019 è l'anno che nel complesso ha registrato, in termini di pernottamento presso strutture ricettive, un incremento del flusso turistico rispetto agli altri anni presi in esame.

⁴ Dlso, 2017, "Il pop-kultur di Berlino" <https://www.dlso.it/site/2017/08/07/pop-kultur-berlino/>

⁵ <https://www.statistik-berlin-brandenburg.de>

Prendendo in considerazione il 2020 e il 2021 come anni segnati profondamenti dal Covid-19, risulta comprensibile una drastica riduzione dello spostamento turistico.

Già dal 2022 è visibile una ripresa repentina, proseguita anche nei dati relativi al 2023.

Considerando i dati riguardanti solo i primi 9 mesi dell'anno, risulta ben visibile un promettente incremento e ci si potrebbe auspicare un superamento o quanto meno un pareggiamento dei numeri dell'anno precedente.

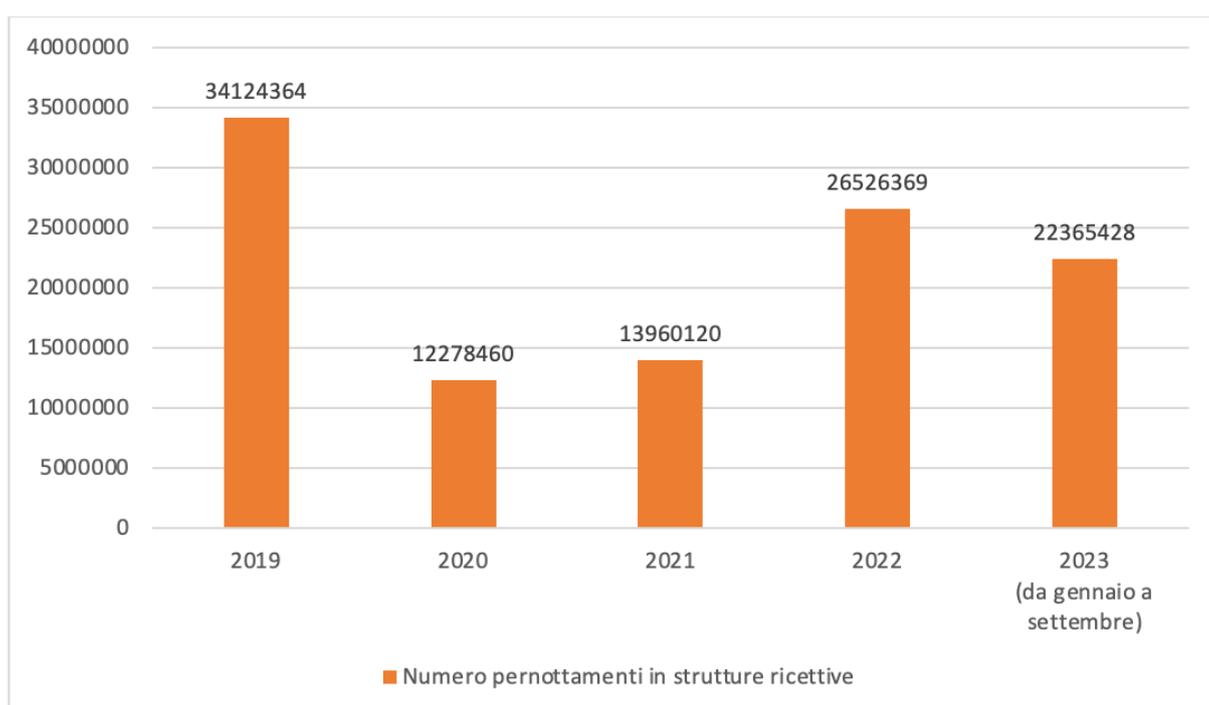


Tabella 1.1 - Numero dei pernottamenti in strutture ricettive dal 2019 al 2023

Continuando con l'analisi condotta sulla base dei dati raccolti dallo Statistik Berlin Brandenburg, e nello specifico dei pernottamenti limitati a febbraio, mese in cui si svolge la Berlinale, emerge un confronto tra gli anni del 2020 e del 2021. In particolare, si registra nel 2021 un flusso nettamente inferiore, con un valore pari a 293644, in stridente contrasto con i 2311723 contati nel 2020. È importante ricordare che nel 2021 l'edizione della Berlinale si è svolta completamente in modalità virtuale, mentre l'edizione successiva, quella del 2022, si è svolta in modalità ibrida e ciò spiega l'aumento del flusso del 258,42%

ed è interessante quindi evidenziare quanto lo svolgimento del festival impatti e influenzi il flusso turistico.

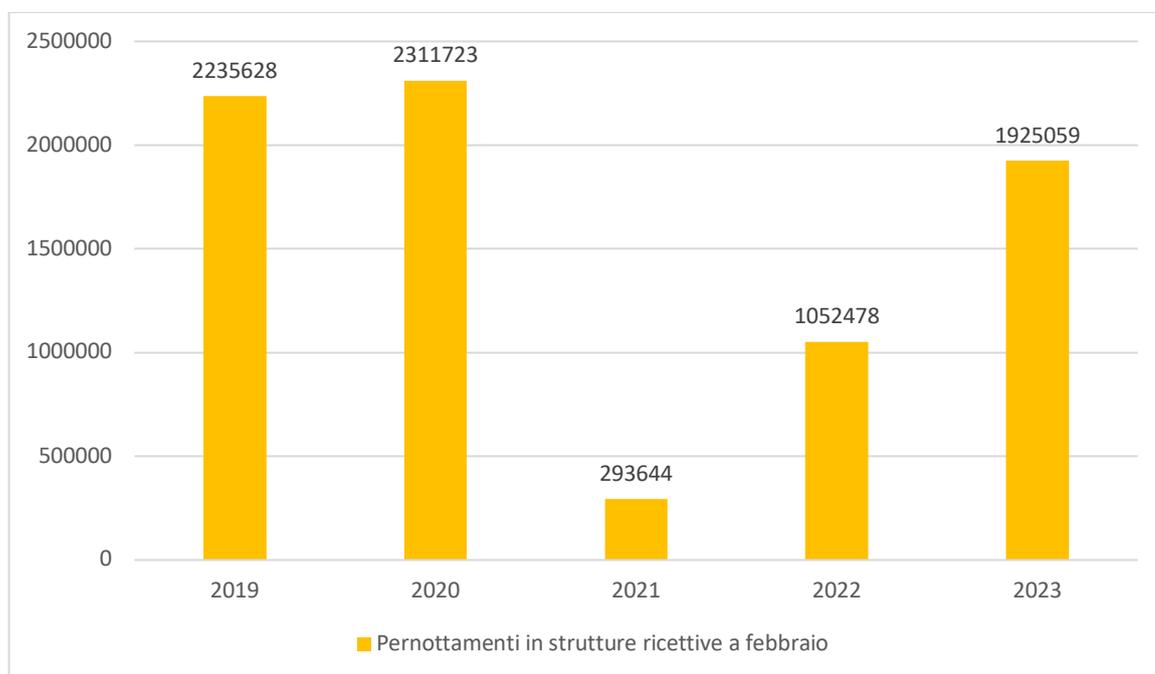


Tabella 2- Numero di pernottamenti in strutture ricettive nei mesi di febbraio

Tenuto conto della modalità ibrida, adottata dal festival nell'edizione del 2022, è evidente che una parte del consueto pubblico ha continuato a partecipare al festival solo in forma digitale, ma possiamo d'altro canto affermare che la presenza in termini di numero di pernottamenti in strutture ricettive è comunque aumentata rispetto all'edizione precedente svoltasi completamente in modalità digitale.

Se si valuta di quanto, in termini percentuali, è la differenza tra l'edizione del 2021, dove non c'è stata nessuna presenza di pubblico e quindi unico anno in cui l'impatto del Festival è stato pari a zero, con l'edizione del 2020 dove negli anni presi in considerazione è quello con il numero di pernottamenti maggiore possiamo ipotizzare l'impatto che la Berlinale può avere sul flusso turistico di Berlino. Risultato dell'analisi è che dal 2020 al 2021 il numero di pernottamenti si è ridotto del 687,25%.

Evidente che in questo calo confluiscono altre variabili che incidono sul risultato finale e che questa riduzione non è legata solo all'assenza della Berlinale, ma è una diretta conseguenza della situazione Covid-19 per cui era difficile, se non

impossibile, muoversi da un paese all'altro. Altra considerazione da fare è che i 2311723 pernottamenti registrati nel febbraio del 2020 non devono essere dati per scontato essere tutti imputabili alla Berlinare. È anche vero, però, che in seguito ad una serie di ricerche si può affermare che in quel periodo non si sono svolti altri festival rilevanti o almeno eventi con una risonanza a livello internazionale tale da attirare turismo. Ed è assolutamente corretto giungere alla conclusione che i motivi principali che hanno influenzato i numeri di pernottamenti presso strutture ricettive sono la Berlinale o, semplicemente, la voglia di visitare la capitale tedesca; difficile diventa capire con quale percentuale impatta l'una o l'altra opzione. La presenza di un cospicuo numero di visitatori nella città in uno dei mesi più rigidi dal punto di vista del clima è però la conferma che il flusso turistico transitato nel mese di febbraio fosse riconducibile unicamente allo svolgimento del Festival.

1.2 International Film Festival Berlin: Genesi e Sviluppo

Il primo dei tre festival e dei tre mercati che prenderemo in considerazione è il Festival Internazionale Cinematografico di Berlino. Un Festival dinamico che si è lasciato influenzare da ciò che lo circonda, che è mutato col mutare delle situazioni sociali, politiche ed economiche e che dal primo momento si è preposto un obiettivo, incrementare l'economia e il turismo di Berlino utilizzando la cultura come mezzo principale per far scaturire una serie di meccanismi che avrebbero condotto a questo risultato. Inoltre, l'European Film Festival, pur non essendo il primo a nascere tra i tre presi in esame, è il primo mercato ad emergere e a farsi precursore di ciò che conosciamo oggi, è il primo mercato che è riuscito a contrastare e a trovare un compromesso con il colosso americano, l'American Film Market, che ha causato la fine del MIFED.

Sei anni dopo la fine della guerra la vita a Berlino fatica a tornare alla normalità, forte è il desiderio della città di riscattarsi e di rivitalizzare la percezione della capitale come centrale metropoli d'arte in Europa. È il 1951 e per ricostruire la società e la cultura del paese dopo la Seconda Guerra Mondiale si punta sul cinema, che già durante la guerra si era rivelato un potente mezzo di comunicazione e di diffusione di messaggi.

Il festival diventa, in quest'ottica, una base che permette di esplorare la creatività artistica e cinematografica ma, al contempo, rappresenta anche un trampolino e

un'occasione per la Germania di integrarsi nella comunità internazionale attraverso l'esposizione al cinema globale. Numerosi sono stati i contrasti legati all'attribuzione dell'idea ad un unico soggetto, risulta più corretto attualmente considerare la creazione della Berlinale sia la risultante di diverse menti e di più esigenze, tutte però convergenti in un unico obiettivo: risollevarne l'economia, anche attraverso il turismo, investendo sulla cultura.

Il tutto prende forma in un contesto in cui l'industria cinematografica berlinese non è ancora adeguatamente esaminata e presa in considerazione, a causa della "perdita di importanza" della città. Il festival è sin da subito conosciuto come International Film Festival Berlin o "Berlinale", nome attribuito dall'attrice di cabaret Tatjana Sais e non molto apprezzato dai padri fondatori che avrebbero voluto contrapporsi alla "Biennale" di Venezia. Le consultazioni per la formazione e l'organizzazione del festival iniziano nell'autunno del 1950 e sono diversi i membri partecipanti:

- **Oscar Martay**, si configura come principale promotore dell'evento, ed è il consigliere cinematografico del Dipartimento di Stato americano;
- **Theodor Baensch**, supervisore governativo e capo della sezione Film all'interno della Divisione Arte del Dipartimento di Educazione di Berlino;
- **Manfred Barthel**, giornalista cinematografico (film editor) per il quotidiano berlinese "Der Abend";
- **Max Buttner**, film distributore, membro del consiglio di amministrazione della filiale berlinese del Verband deutscher Filmverleiher e V. e proprietario del Central-Film-Verleih;
- **Oswald Cammann**, direttore generale della "Spio Berlin", la sede berlinese della massima organizzazione delle industrie cinematografiche tedesche;
- **Dr. Hans Curlis**, produttore di documentari e presidente del Bund deutscher Kulturfilmhersteller e. V.;
- **Ernst Hasselbach**, producer of feature films and chairman of the Vereinigung Berliner Filmproduzenten e. V.;
- Supervisore governativo **Schneider** of the Berlin Municipal Department of Tourism;
- **George Turner**, Addetto stampa e film britannici.⁶

⁶ Wolfgang Jacobsen, 1990, "Berlinale: Berlin International Film Festival", Argon

Il primo incontro si tiene il 9 ottobre 1950 e numerosi sono i risultati organizzativi ottenuti, il festival decisamente prende forma in quanto viene concordato che il festival si sarebbe svolto dal 6 al 17 giugno 1951. Per sottolineare come il Festival di Berlino sia sorto grazie alle idee di più persone, basti pensare che in questo primo incontro Oscar Martay propone di assegnare un Orso di Berlino come premio principale, con la scritta "Film Festival Berlin 1951"; mentre Manfred Barthel propone di nominare l'evento con il nome che tutt'oggi noi conosciamo, ovvero "International Film Festival Berlin". Il 9 ottobre è stata discussa anche la questione del personale e dell'organigramma e inizialmente Oswald Cammann è individuato come direttore e responsabile per il programma e l'organizzazione, inclusa la pubblicità. Schneider è menzionato come responsabile per le questioni inerenti al turismo e per la comunicazione in questo ambito, mentre Oscar Martay e Max Buttner per l'approvvigionamento dei film. Manfred Barthel dirige la stampa e il Dr. Curlis gestisce la sezione dedicata ai documentari. Altro grande argomento di discussione è la questione del finanziamento, dove però in questa prima fase non si è trovata soluzione. Infatti, si è pensato di attingere ai fondi dalla liquidazione della *Ufa* (Universum Film Company) o di autofinanziarsi con i proventi ottenuti dalla vendita dei biglietti. Oggetto di attenzione è stato anche il numero di film che ogni paese avrebbe potuto presentare: tre film a testa per gli Stati Uniti e l'Inghilterra, due a testa per Francia, Italia, Austria e Germania; e un film a testa per Olanda, Danimarca, Svezia, Finlandia, Israele, Egitto, India, Messico e Australia. Ancora in discussione la partecipazione del Giappone, della Turchia e del Portogallo. Non bisogna dimenticare che questo è il periodo della Guerra Fredda, per cui si è stabilito che i Paesi del blocco orientale non avrebbero partecipato. Il festival in questa misura presenta finalità politico-ideologiche evidenti e questa posizione non è condivisa dalla Fiapf (Federazione Internazionale delle Associazioni dei Produttori di Film) che non riconobbe da subito il Festival. È questa la ragione principale per cui la gran parte delle cinematografie presenti, a parte quella statunitense, decide di non partecipare a nome dei propri governi, come accadeva di consueto negli altri festival. Negli incontri successivi la formazione rimane per lo più la stessa fin quando non ci si rende conto che è difficilmente possibile pianificare una serie di eventi che allo stesso tempo rispettino gli standard elevati desiderati, quando

il gruppo di persone è relativamente giovane e per di più non dispone di fondi adeguati.⁷

Risulta complicato soprattutto trovare un direttore e organizzatore competente, Oswald Cammann, difatti, è impegnato in numerose altre attività per poter gestire altresì questa situazione. Ed è questo il momento in cui emerge la figura del Dr. Alfred Bauer, che nel luglio del 1950 aveva presentato al sindaco di Berlino (Ernst Reuter), ai tre comandanti alleati della città e all'Arbeitsgemeinschaft Der Berliner Filmwirtschaft un "memorandum sulla creazione di un istituto cinematografico di Berlino" attraverso il quale organizzare spettacoli cinematografici e un festival di film con cadenza annua (come avveniva già a Venezia, Locarno, Brussels ecc...), con lo scopo di promuovere il turismo a Berlino e attirare visitatori stranieri. Il tutto necessitava di poter contare sulla collaborazione del Dipartimento Municipale del Turismo. Alfred Bauer prende in mano l'organizzazione del Festival intorno alla metà di novembre del 1950, anche se era stata diffusa tramite giornali e riviste cinematografiche la lista dei membri facenti parte dello staff il 31 Ottobre di quello stesso anno, dove però alla presidenza risultava ancora Cammann.

Per quanto concerne il sistema di premiazione, la giuria nazionale stabilisce l'assegnazione di 12 premi in totale da distribuire tra le 4 categorie di genere: film drammatici, commedie, musical, crime e film di avventura. Inoltre, sono previsti premi anche per altre categorie, quali i documentari lunghi, i film d'arte e per i film fantascientifici. Come per la prima edizione della Mostra di Venezia, anche per la Berlinale viene istituito un referendum fra il pubblico e dalla seconda edizione fino a quella del 1955, anno in cui viene poi riconosciuto il Festival dalla Fiapf, è il pubblico l'unico soggetto ad assegnare con la propria votazione i premi alle categorie e questa è una mossa decisamente strategica per sottolineare lo schieramento democratico della manifestazione.

Il 6 giugno del 1951, dopo poco più di un anno di intensa programmazione, arriva la tanto attesa cerimonia di apertura, tenutasi nell'arena di Waldbühne, della prima edizione dell'International Film Festival Berlin. Le proiezioni dei film hanno invece luogo al Titana Palast, a sud-ovest della città. Tanto il fermento e diverse le star, soprattutto tedesche, a presenziare ed infatti per questa prima edizione lo star system

⁷ Cowie Peter, Ciment Michel, 2010, "The Berlinale, the Festival", Bertz+Fischer

internazionale non mostra l'interesse atteso, a causa di un risentimento ancora presente nei confronti della Germania. È evidente che l'obiettivo di questa prima edizione sia quello di celebrare la capitale berlinese, evidenziandone la ripresa economica post-bellica e il tradizionale dinamismo culturale. Il film di apertura è Rebecca di Alfred Hitchcock e il primo Orso d'Oro della Berlinale è assegnato per la categoria film drammatici al film svizzero "Die Vier Im Jeep" ("Quattro su una Jeep"), molto contestato dai sovietici al Festival di Cannes precedentemente. Come miglior commedia l'Orso d'Oro è assegnato al film francese "Sans Laisser D'adresse" ("Senza lasciare un indirizzo") e ad un altro film francese, "Justice est faite" ("Giustizia è fatta"), viene affidato il premio per il miglior film crime e d'avventura. Il miglior musical è una produzione Disney, che riceve anche il premio del pubblico con "Cinderella" ("Cenerentola").

Per i primi tre anni l'International Film Berlin non è stata un'istituzione permanente, e questo significa che ogni anno il Senato di Berlino doveva approvare una nuova risoluzione che, a sua volta, doveva essere formalmente riconosciuta dal Parlamento di Berlino. Il 15 ottobre 1953 con la decisione parlamentare si stabilì che l'International Film Berlin diventasse un'istituzione permanente, questo però implicava un'ulteriore politicizzazione del sistema festivaliero berlinese. Viene inoltre creato un Comitato, sotto la guida del senatore cristiano-democratico Tiburtius, dapprima unico e poi scisso in due organi, uno consuntivo e l'altro operativo. A partire dal 1954 si incrementa la partecipazione delle star internazionali, tra cui anche Gina Lollobrigida e Sophia Loren, rendendo in questo modo la manifestazione cinematografica un evento anche sociale e mondano, proprio come Cannes e Venezia. Nel 1955 la Fiapf schedula il nuovo calendario dello svolgimento dei festival, nel quale Cannes si stabilisce sia svolto a maggio, ciò costringe la Berlinale a slittare l'inizio del Festival tra la fine di giugno e l'inizio di luglio. Altra modifica importante avvenuta in quest'anno, sempre influenzata dalla determinazione ad essere riconosciuti dalla Fiapf, è l'abolizione dell'assegnazione del premio al film che "meglio ha realizzato gli ideali di un mondo orientato verso la libertà"; infatti, la Fiapf decide di riconoscere come festival solo le manifestazioni cinematografiche che non evidenziano nette inclinazioni politiche.

Ed è proprio il 1955 l'anno in cui al Festival di Berlino viene riconosciuto, insieme a quello di Karlovy Vary, la categoria A con la quale sono identificati i festival internazionali competitivi con una giuria internazionale, proprio come per Cannes e

Venezia. Questo riconoscimento porta con sé però non solo il privilegio e la certezza di avere più prestigio e maggior successo in campo cinematografico, ma anche dei doveri dal punto di vista politico e diplomatico e in merito a questo furono numerose le pressioni per invitare a partecipare al festival i Paesi dell'Est, fino a quel momento esclusi. Si discute nelle riunioni del Comitato, allora, di invitare la Cecoslovacchia, l'Urss e la Rdt. Ma bisognerà aspettare il 1958 per estendere questo invito.

La proposta di spostare il festival a Potsdamer Platz viene mossa nel 1996 e i motivi erano diversi, tra cui quello di bonificare un'area che fino a qualche anno prima rappresentava il punto di controllo per passare da una parte all'altra del muro. Altro motivo era anche legato all'esigenza di creare un centro, di avere un'unica location che ospitasse la manifestazione. Il trasferimento avviene nel 2000 per celebrare la 50° edizione della Berlinale e ovviamente si ebbero sia pareri positivi che negativi, come ogni volta che si assiste ad un cambiamento. Questo spostamento però stabilisce anche una nuova identità aziendale, per cui venne rimodernato il logo e vennero omologate tutte le outdoor advertising e in questo modo si vuole trasmettere il messaggio per cui la Berlinale ha trovato armonia e coesione all'interno delle diverse sezioni dell'evento. Soprattutto nei primi anni, la Berlinale ha svolto un ruolo cruciale nella riabilitazione culturale della Germania postbellica. L'evento è infatti nato, come già evidenziato, in un momento in cui il paese cercava di confrontarsi con le conseguenze della guerra e di definire una nuova identità nazionale.

La Berlinale è stata un punto cruciale per la rinascita del cinema tedesco, ed infatti ha permesso e stimolato la ricostruzione del patrimonio cinematografico del paese; non si è, tuttavia, mai esonerato dalle ripercussioni politiche e sociali che hanno colpito il paese.

Oggi la Berlinale è riconosciuta come uno dei festival cinematografici più inclusivi e diversificati. Le viene riconosciuto il merito di abbracciare tematiche globali impegnandosi contemporaneamente a promuovere attivamente la diversità di voci e prospettive. La sua evoluzione continua a riflettere le trasformazioni del cinema mondiale e a contribuire alla definizione delle tendenze cinematografiche contemporanee.

1.2.1 Struttura e sezioni del Festival

Il festival ogni anno proietta circa 200 film (300 nel 2023) di tutti i generi, lunghezze e formati con lo scopo di far incontrare al pubblico degli ambienti, dei modi di vivere e degli atteggiamenti anche molto contrastanti tra di loro. Il tutto è arricchito anche da una ricca proposta di incontri con gli esperti, dibattiti ed eventi spoken-word che favoriscono una partecipazione attiva al festival. Nel 2023 il numero di visitatori calcolato è stato di 447.900 con 327.600 biglietti venduti e i professionisti sono stati 17.733 provenienti da 132 paesi, mentre la stampa ha contato la presenza di 2.745 giornalisti provenienti da 81 paesi. Se si pensa all'organigramma la Berlinale è diretta dal 2019 da Mariëtte Rissenbeek nelle vesti di Direttore esecutivo e da Carlo Chatrian nel ruolo di Direttore Artistico. Ogni sezione ha un capo che coordina e gestisce l'organizzazione per raggiungere gli obiettivi prefissati dai direttori principali che supervisionano il tutto. Di particolare interesse è l'ambito che si sviluppa al di sotto della BerlinalePro* che racchiude l'European Film Market, il Berlinale Co-Production Market, Berlinale Talents e il World Cinema Fund. Il successivo paragrafo sarà completamente dedicato all'European Film Market per cui in questa sede ci occuperemo di analizzare di cosa si occupano le altre iniziative elencate.

Il *Berlinale Co-Production Market* è un'iniziativa frutto della collaborazione tra la Berlinale, l'European Film Market, Berlinale Talents e al World Cinema Fund. È un evento che si svolge in cinque giorni con l'obiettivo di creare una piattaforma in cui possono incontrarsi agenti di vendita, produttori, distributori e i rappresentanti delle società di broadcasting e di finanziamenti. In questo spazio sono presentati nuovi progetti di lungometraggi e serie drammatiche che possono trovare finanziamenti e coproduzioni. Nell'edizione del 2023 hanno partecipato agli eventi proposti 601 persone provenienti da 59 paesi.

Altro programma è la *Berlinale Talents* un percorso di sviluppo dei talenti che cerca di esplorare il come e il perché del cinema. È stato fondato dal 2003 ma oramai è cresciuto a tal punto da rappresentare un forum one-of-a-kind per i professionisti e gli amanti del cinema. In questo circuito sono organizzati laboratori, workshop e dibattiti e oltre a questi eventi sono offerte borse di studio a sette talenti emergenti provenienti dall'America Latina, dal Medio Oriente e

dall'Asia. Nel 2023 i partecipanti sono stati 203 provenienti da 68 paesi del mondo.

Nel 2004 viene fondato il *World Cinema Fund* dalla German Federal Cultural Foundation e dal Berlin International Film Festival e si è da subito affermato come una fondamentale istituzione nell'ambito dei finanziamenti cinematografici a livello internazionale per le produzioni artistiche e innovative. Il WCF si focalizza sul sostegno della produzione e della distribuzione di film provenienti dall'America Latina, dai Caraibi e dalla regione del Pacifico, dall'Africa, dal Medio Oriente, dall'Asia centrale e sud-orientale, dal Caucaso, nonché dal Bangladesh, Nepal, Mongolia, Sri Lanka e molti altri; tutte regioni che presentano un'infrastruttura cinematografica debole e che quindi necessitano di un forte supporto economico e strumentale ed infatti il WCF fornisce un supporto nella produzione, nella post-produzione e nella distribuzione.

Il programma del Festival, invece, può essere suddiviso in nove sezioni: Competition, Berlinale Shorts, Panorama, Forum, Forum Expanded, Generation KPlus, Generation 14plus, Retrospective, Berlinale Classics, Homage e Berlinale Goes Kiev.

La sezione *Competition* è il fulcro della Berlinale e di solito presenta circa 20 titoli internazionali che vogliono fornire un quadro dettagliato del cinema com'è nel presente e come potrebbe essere nel futuro. I film sono sia di registi emergenti che affermati e concorrono per l'assegnazione dell'Orso d'Oro e l'Orso d'Argento. Questa sezione è direttamente curata dal direttore artistico del Festival, che attualmente è Carlo Chatrian, sostenuto da un comitato di selezione. Quella del *Berlinale Shorts* è una sezione che presenta fino a 25 anteprime internazionali e anteprime mondiali con l'obiettivo di promuovere il dialogo tra cinema e società, arte e realtà. Il programma viene esteso da una selezione di corti classici per creare una connessione tra passato e presente. Il programma è curato da Anna Henckel-Donnersmarck, supportata da un comitato consultivo di selezione composto da otto esperti internazionali di teoria e pratica cinematografica.

La giuria internazionale strutturata da tre membri nomina il Berlin Short Film Candidate per selezionare il corto che concorrerà all'European Film Awards e a

cui verrà assegnato l'Orso d'Oro, inoltre viene assegnato anche l'Orso d'Argento Jury Prize.

La sezione *Panorama* è quella più affine alla mission del Festival ed emblema è la decisione di nominare il pubblico come giuria ed è molto interessante il modo in cui viene descritta sul sito ufficiale della Berlinale "*Panorama è esplicitamente queer, esplicitamente femminista, esplicitamente politico - e allo stesso tempo cerca di pensare oltre queste categorie - sempre alla ricerca di ciò che è nuovo, audace, non convenzionale e selvaggio nel cinema di oggi*"⁸. Obiettivo di questa sezione è di scaturire la discussione, il dibattito tra il pubblico, la stampa, l'industria e i registi che vengono considerati tutti partner uguali. I premi assegnati sono il Panorama Audience Award per il miglior lungometraggio e per il miglior documentario, in questa sezione viene assegnato anche il premio Teddy Award per il miglior film queer della Berlinale in tutte le sue sezioni.

Il *Forum* e il *Forum Expanded* sono due sezioni che vogliono dare spunti di riflessioni sul mezzo del cinema con una particolare attenzione al senso dell'estetica ed espandendo la comprensione su cosa sia effettivamente un film, aprendo nuove prospettive per relazionarsi a mondi nuovi. Questi due programmi sono curati e organizzati dall'Arsenal – Institute for Film and Video Arte in modo indipendente ma restando parte della Berlinale. Per quanto riguarda il programma Forum si cerca di evitare la distinzione convenzionale di genere perché ci si concentra sul contenuto, mentre per quanto concerne la sezione del *Forum Expanded* si lascia libero spazio alle altre discipline come le arti visive, teatro, performance, musica e media. Anche se la sezione ha sempre espresso la volontà di rimanere distante dal carattere competitivo, sono comunque assegnati dei premi a sezione trasversale come, ad esempio, il *Caligari Film Prize* o il *GWFF Best First Feature Award* o ancora il *Premio della Giuria FIPRESCI*.

Generation Kplus e *Generation 14plus* si configurano come due programmi di competizione rivolto ad un pubblico giovane per cui il filo conduttore non sono solo le narrazioni epiche e i voli di fantasia ma anche le storie di formazioni.

⁸ <https://www.berlinale.de/en/festival/sections/panorama.html>

Berlinale Generation vuole esplorare la vita e il mondo di bambini e adolescenti e si presenta come un punto di incontro tra giovani e adulti. Di particolare interesse, soprattutto per lo scopo di questa tesi, è lo stretto legame con l'European Film Market in quanto si punta a trovare degli alleati nei distributori e produttori cinematografici per far in modo che la cultura cinematografica sia sempre più ambiziosa e dalla parte dei giovani. In collaborazione con l'EFM, Generation sta cercando di spianare la strada ai film di registi giovani ed emergenti per semplificare il loro accesso nella distribuzione ma anche per semplificare l'accesso a nuovi segmenti di pubblico, oltre il contesto dei festival. In questa sezione vengono istituite quattro giurie che assegnano dei premi per i migliori cortometraggi e lungometraggi. Due giurie sono composte ciascuna da tre esperti dell'industria cinematografica internazionale, mentre le altre due giurie sono costituite da bambini e giovani, che sono anche il pubblico di destinazione dei film proiettati e assegnano per i miglior film i Crystal Bears. In Generation sono presentati i film che possono qualificarsi per i premi GFFF Best First Feature Award e il Berlinale Documentary Award, o nominati per i premi delle giurie indipendenti che coprono la sezione Teddy Award, Heiner Carow Prize, il Peace Film Prize e l'Amnisti International Film Award.

Retrospective è, invece, la sezione che vuole riportare sul grande schermo le opere del cinema internazionale e ogni anno può porre l'accento su un determinato periodo storico, un aspetto estetico cinematografico, una specifica tecnologia cinematografica o un singolo genere. Il *Berlinale Classics* nasce in seguito al numero crescente dei numeri di restauri e ricostruzioni di alta qualità dei classici e spesso le proiezioni sono introdotte da un ospite del festival di alto profilo o dai restauratori e si presenta quasi come un forum.

L'*Homage* riunisce i due programmi precedenti attraverso l'assegnazione dell'Orso d'Oro Onorario per omaggiare figure eccezionali nel cinema internazionale per il contributo dato alla storia del cinema. Negli anni sono stati premiati personaggi come Steven Spielberg, Wim Wenders, Willem Defoe, Meryl Streep, Claudia Cardinale, Sophia Loren, Fred Zinnemann e Alain Delon. Infine, l'ultimo programma offerto è più un'iniziativa che una sezione ed è quella della *Berlinale Goes Kiev* che si propone di portare il festival nelle aree circostanti e nei cinema d'arte della città. Il progetto è stato avviato in occasione

del 60° anniversario del festival, nel 2010 e porta avanti lo scopo di offrire una sezione trasversale del festival in locazioni cinematografiche decentralizzate rispetto al fulcro festivaliero. È un'offerta forse mirata più ai berlinesi che ai visitatori, in quanto permette ai *locals* di poter vivere il festival direttamente dal loro quartiere.

1.3 European Film Market (EFM): il mercato di Berlino

L'European Film Market si è proposto, sin dal suo primo anno di vita, ad essere un mercato di qualità con un particolare focus sui prodotti commerciali d'essai.

Allo stesso tempo, vuole abbracciare l'innovazione e l'evoluzione del futuro.

Col passare delle edizioni l'EFM si è ampliato e si è evoluto e per trattare dell'evoluzione e del suo sviluppo ho avuto il grande onore di potermi interfacciare direttamente con Beky Probst, una delle figure più influenti nel panorama dell'industria cinematografica in quanto ha fondato il Trade Show a Locarno e ha trasformato il piccolo ufficio del mercato di Berlino in quello che oggi noi conosciamo come European Film Market.

Beky Probst nasce ad Istanbul, dove studia diritto e giornalismo. Nel 1960 si trasferisce in Svizzera, dove il marito possedeva una sala cinematografica che col tempo si amplia fino a diventare una catena di cinema d'art et d'essai e Beki si occupa prevalentemente della programmazione. Inizia poi la collaborazione con diversi festival cinematografici, in particolare, per iniziare, con Locarno per cui ha fondato il Trade Show su richiesta del direttore del festival. Beki raggiunse l'accordo per cui per 3 giorni le sale di alcune strutture cinematografiche erano riservate ai distributori per mostrare i trailer o i film e, a seguire c'era sempre un momento di incontro e di contrattazione tra i distributori e i

proprietari di sale cinematografiche per discutere sull'acquisizione e sulle eventuali pubblicità.

Negli anni successivi Beki Probst ha poi collaborato con il festival di Toronto e San Sebastián per poi arrivare a Berlino nel 1988 su proposta di Moritz de Hadeln, fondatore e direttore del Festival Internazionale del Documentario di Nyon (1969-1980), nonché direttore del Festival di Locarno (1972-1977), del Festival Internazionale del Cinema di Berlino (1980-2001) e anche della Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia (2002-2003).

1.3.1 Nascita e sviluppo – Intervista a Beki Probst

Nel 1988 Beki Probst arriva a Berlino e il Festival aveva solo un piccolo ufficio che si occupava dell'industria cinematografica, ed era denominato "Filmmesse".

Il termine "messe" in tedesco significa "Fiera" e veniva spesso associato alle fiere di mobili e ai settori correlati all'industria per cui Beki Probst, come primo passaggio, suggerisce di cambiare il nome in "European Film Market" ispirandosi al mercato presente già in America, ovvero l'"American Film Market", con lo scopo di elevare l'operato del mercato di Berlino e anche perché all'epoca il mercato americano ignorava completamente quello europeo, per cui era un modo per mandare un segnale ed essere quasi provocatoria.

In un primo momento il Festival Internazionale di Berlino si svolge al CineCenter, collocato nella parte Ovest di Berlino ma nel 2000, su pressione del governo, il festival si sposta a Postdamer Platz, nella parte Est, per un progetto di bonifica del territorio in seguito ai diversi conflitti che lasciavano ancora le proprie tracce. L'aria era precedentemente dominata da sole strutture militari, ma grazie a questo spostamento sono sorti alberghi, ristoranti e locali per realizzare un centro vivo e accrescere l'attrattività della Berlinale. Insieme al festival si sposta anche l'European Film Market e ad accoglierli è una struttura decisamente più grande della precedente perché è lo spazio espositivo della Mercedes, che all'epoca era anche sponsor della Berlinale.

In questi primi anni l'EFM cerca di farsi spazio trovando però non poche difficoltà e, come ogni novità, non riceve subito il pieno consenso; ma soprattutto l'esplosione viene impedita a causa dell'American Film Market che aveva luogo una settimana dopo il mercato berlinese. La quasi sovrapposizione temporale di questi due eventi internazionali ha generato problematiche sostanziali perché era innanzitutto difficile per i professionisti del settore presenziare ad entrambe le iniziative per questioni sia logistiche, ma prevalentemente economiche. Essendo l'American Film Market un mercato più sviluppato e forte tendevano a preferire quest'ultima, per cui o non partecipavano all'EFM o la permanenza era limitata a due/tre giorni. Il secondo ostacolo provocato dal mercato americano riguardava la presentazione delle pellicole che all'epoca non erano ancora digitali, per cui i produttori che volevano presentare il film in entrambe le iniziative dovevano fare due copie, ma era molto dispendioso, per cui la soluzione più pratica ed economica poteva essere di spedire la copia a Berlino e poi quella stessa copia mandarla in California, se non fosse che l'American Film Market aveva introdotto la regola per cui le pellicole dovevano essere spedite entro tre o quattro giorni prima dell'evento, pena una mora. Probst capisce che è fondamentale trovare un accordo per evitare che questi problemi si perpetuassero danneggiando il progetto dell'EFM, ragion per cui nel 2004 si incontra con il direttore del tempo dell'American Film Festival a Milano, durante quella che sarebbe stata l'ultima edizione del MIFED, per discutere della situazione.

I due riescono a trovare un compromesso, in quanto si decide che le copie di Berlino sarebbero potute arrivare più tardi senza pagare alcuna mora, ed inoltre, l'American Film Market si sarebbe svolto a novembre, anziché febbraio. In questo modo non risulta essere più un problema per l'European Film Market. Quando una realtà complessa e variegata cresce, tende a crescere tutta insieme. È questo il concetto, ricorda la ex direttrice del mercato berlinese, che Dieter Kosslick, direttore della Berlinale dal 2001 fino al 2019, ha espresso dopo aver ricevuto la notizia del cambio data dell'American Film Market. Memorabile per la direttrice dell'EFM è l'esclamazione di Kosslick "Adesso cresceremo ancora di più!", seguita dalla tanto folle quanto geniale idea di destinare un museo, il Martin-Gropius-Bau Museum, come nuova location dell'European

Film Market. Ci sono voluti circa due anni di pianificazione e progettazione per poter organizzare un mercato in un museo, ma nel 2006 l'EFM vantava di essere il primo mercato organizzato all'interno di uno spazio museale. Il cambio location, anche questa volta, come tutti i cambiamenti, ha diviso le opinioni tra chi ha molto apprezzato per la maggiore visibilità che si aveva e chi ha guardato con scetticismo questa scelta perché, invece, prediligeva la privacy data dalla struttura alberghiera. Beki, nell'intervista, ricorda anche di come però la posizione del Gropius fosse molto favorevole essendo vicina alle sale cinematografiche e agli alberghi di rilevanza durante la Berlinale. Con amarezza ha constatato però che diverse sale oramai sono dismesse e come il Covid-19 ha impattato la vita intorno all'EFM e alla Berlinale, tante le sale chiuse, così come i ristoranti o piuttosto gli alberghi.

Si è poi discusso su come il Covid abbia effettivamente cambiato la struttura dell'EFM. Bisogna innanzitutto ricordare che l'edizione del 2021 dell'intero Festival si è tenuta completamente online, mentre quella del 2022 ha adottato la modalità ibrida.

L'EFM ha adottato dal 2022 e ha mantenuto la modalità ibrida, perché si è resa conto del problema economico che ostacolava la partecipazione fisica dei produttori e dei distributori. Era costoso presenziare per tutti i giorni, come costoso era supportare i costi di acquisto dell'accredito e dello stand all'interno del mercato. Tutto ciò ha sicuramente agevolato i professionisti e sicuramente ha permesso che il numero di partecipanti non diminuisse in maniera considerevole, ma ha tolto in questo modo il contatto umano, l'idea di aggregazione e di confronto.

La personale esperienza di tirocinio vissuta al Venice Production Bridge ci ha permesso di soffermarci a riflettere e a dialogare, in merito alla questione sull'importanza della presenza fisica per quanto riguarda i Market Screening, dove un punto cruciale è l'analisi delle reazioni dei professionisti alla visione del prodotto cinematografico. Osservando la durata della permanenza in sala dei professionisti, del loro grado di attenzione e del gradimento o i commenti, è stato importante aggiungere dati empirici alla nostra iniziale disamina. Alla richiesta di individuare un problema dell'EFM, la fondatrice ha riscontrato, facendo riferimento al periodo in cui era alla direzione, il problema di tipo economico. È

costoso prendere parte a queste iniziative per una società, in quanto per essere produttivi e riuscire a rispettare tutti gli impegni dovrebbero parteciparvi più di un rappresentante, proprio per rispettare i diversi ruoli sarebbe importante che ci fosse il responsabile di reparto che sappia gestire quel genere di trattativa o di contatto. Questo implica un ingente investimento di denaro. Siccome le diverse società hanno necessità e piacere di prendere parte alle diverse iniziative di mercato dei diversi festival cinematografici per loro è importante essere presenti in più posti anziché capitalizzare su un unico evento. Tutto questo conduce anche a non presenziare per tutte le giornate del mercato ma a rimanere anche meno di una settimana e quindi due o tre giorni. Nonostante questo problema oggi l'European Film Market mantiene un posizionamento di privilegio e si presenta quasi come una bussola per il nuovo anno cinematografico grazie alle numerose anteprime di mercato, la scoperta di nuove produzioni e le numerose possibilità di networking tra i professionisti del settore. La sua risonanza nel panorama cinematografico lo posiziona come un punto di riferimento chiave, contribuendo significativamente alla vitalità e allo sviluppo dell'industria cinematografica.

1.3.2 Organizzazione

L'European Film Market è aperto ai professionisti del settore e quindi a coloro che svolgono professionalmente l'attività di regista, rappresentante cinematografico, di un'industria culturale o di un altro festival. Al momento della domanda è infatti richiesto di fornire i documenti necessari. Per quanto riguarda le aziende e organizzazioni, possono partecipare se la loro presenza all'iniziativa è rilevante per la loro azienda e gioca un ruolo fondamentale la posizione ricoperta all'interno dell'organigramma aziendale. Rientrano tra queste categorie le società di produzione e distribuzione, le case editrici, i dipendenti di una struttura cinematografica, dipendenti universitari in ambito affine, studi legati che svolgono questioni legali connesse a una società di produzione o di distribuzione e i buyers. Possono richiedere domanda di accredito anche i registi freelance e i membri delle associazioni che sono partner di cooperazioni della Berlinale. Ci sono diverse opzioni di accredito con diversi benefici, ad esempio, il *Market/Buyers Badge* permette l'accesso alle

proiezioni di mercato e a tutte le sedi dell'EFM per visitare gli stand, partecipare ai workshop e ai meeting, per presenziare al Berlinale Talents, al Co-Production Market e al World Cinema Fund Day. È possibile avere la versione online dello stesso badge, l'*online Market Badge*, per poter partecipare da remoto alle attività che hanno la modalità ibrida; oppure, è possibile aggiungere al badge di base il *Festival Accreditation* con il quale poter vedere le proiezioni in programma alla Berlinale.

Per soddisfare il sempre crescente numero di attori partecipanti, l'EFM si prefigge di riuscire ad accontentare l'ampiezza e la differenza di domanda dei diversi gruppi di partecipanti negli otto giorni in cui si svolge, per questo motivo l'offerta è davvero ampia e numerose sono le iniziative presentate.

Inoltre, l'EFM può godere di strutture molto importanti per lo sviluppo di queste iniziative, quali: il Gropius Bau Museum e il Marriott Hotel dove oltre a poter prenotare un proprio *stand*, è possibile organizzare eventi privati come cocktails e feste. Ogni anno sono circa 10.000 i rappresentanti delle industrie cinematografiche e dei diversi media internazionali che prendono parte all'evento, per la maggiore si tratta di distributori, produttori, finanziatori e agenti di vendita che oltre ad essere presenti per concludere affari sono spinti dal volersi informare sulle novità cinematografiche e scovare nuovi talenti. L'EFM copre a 360° le esigenze dei professionisti: dai workshop ai think tank, dal podcast ai meeting, dai market screenings alle pubblicità per concludere con possibilità di ogni società di poter avere un proprio stand incentivando la visibilità e avendo così la possibilità di creare networking all'interno del proprio spazio espositivo.

Le proiezioni di mercato sono uno strumento importante per proiettare film o serie ai professionisti del settore e è possibile prenotare delle proiezioni private o pubbliche per i titolari del Market Badge. C'è anche la possibilità di proiezioni da remoto per raggiungere un numero maggiore di professionisti.

I principali workshop sono inseriti nei circuiti "*EFM Industry Session*" con lo scopo di stimolare il dibattito, far riflettere e ispirare coloro che modellano il panorama cinematografico globale. Queste sessioni riuniscono circa 100 leader e pionieri del settore per comprendere le nuove tendenze e cercare nuove soluzioni ai problemi contemporanei.

Molto interessante è l'iniziativa del Podcast "*Industry Insights – The EFM Podcast*", creato nel 2020, è fornito in collaborazione con il Goethe-Institut e cofinanziato da Creative Europe MEDIA. Il podcast è attivo per tutto l'anno con episodi che si occupano dei più disparati argomenti attinenti al settore, come la digitalizzazione, l'inclusione, l'economia e la sostenibilità non solo ambientale ma anche sociale. Nel periodo del festival poi sono trasmessi una serie episodi più brevi e riguardanti argomenti trattati durante i giorni di mercato, quindi focus più specifici e inerenti ai programmi e alle tematiche festivaliere.

Come Cannes e Venezia, anche Berlino ha una sezione interamente dedicato agli editori per la vendita dei diritti al fine di adattare il proprio libro a schermo e prende il nome di "*Books at Berlinale*". Ogni anno vengono selezionati circa 10 titoli e il fatto di avere un ristretto numero di progetti da presentare permette di invitare spesso anche gli autori. Questo risulta essere molto attraente per i produttori che hanno così la possibilità di confrontarsi direttamente con la mente dell'opera.

Altra sezione che è possibile trovare all'interno del mercato berlinese è lo *Startup EFM*, che nel 2024 celebrerà il suo decimo anniversario. Le aziende selezionate hanno l'opportunità di presentare la propria startup a programmatori, finanziatori e produttori e potranno partecipare ad una serie di meeting con gli stessi. Anche in questo caso Berlino si è mostrata pioniera nel sostegno delle startup all'interno dell'industria cinematografica e dei media. Un esempio di startup presentata nel 2023 è stata Pento Pix, proveniente dal Regno Unito, per cui attraverso una piattaforma assistita da AI si può trasformare una sceneggiatura in video animati in 3D in maniera rapida e semplice. Questa piattaforma potrebbe rappresentare un'opportunità per gli studi indipendenti di poter creare contenuti di successo con un budget limitato. Oppure, altra proposta interessante presentata nell'edizione del 2023 è stata Filmmakers Mart, dalla Nigeria. Una piattaforma attraverso la quale reperire nel territorio africano risorse necessarie per la realizzazione di prodotti cinematografici. I servizi offerti sono tre e riguardano le sedi, servizi di logistica e ricerca di assunzioni, come cast e troupe. Rappresenta la prima soluzione tecnologica per agevolare e sviluppare l'industria cinematografica e l'intrattenimento, fino ad oggi molto frammentato, in Africa.

Nel 2024 l'EFM presenterà l'*Entertainment Finance Forum*, in collaborazione con il produttore Winston Baker, per analizzare lo stato attuale ma soprattutto comprendere e incrementare la crescita futura del finanziamento dei film e delle opportunità di finanziamento su scala globale. L'edizione inaugurale di AfroBerlin si concentrerà sull'industria cinematografica africana per discutere di questioni con attori chiave e raccogliere preziose informazioni sul potenziale di mercato dei contenuti dei registi africani e afro-diasporici. Questa iniziativa, già realizzata a Cannes dallo stesso Baker, rappresenta un arricchimento ulteriore all'offerta del programma dell'EFM.

Ogni anno, per il *Country in Focus*, viene selezionato un paese su cui verrà posto un focus. Nel 2024 sarà l'Italia la protagonista e si farà luce sull'industria cinematografica italiana e sul suo sviluppo, garantendo anche l'opportunità di fare rete con produttori, distributori, investitori ed esperti.

1.3.3 Edizione del 2023 in numeri

L'edizione del 2023, che si è svolta dal 16 al 22 febbraio, è stata un'edizione record che ha segnato l'inizio della ripresa dal Covid in seguito alle due edizioni precedenti completamente svoltesi online.

L'European Film Market ha accolto più di 11.500 partecipanti provenienti da 132 paesi e questi numeri testimoniano solo il posizionamento che ricopre il mercato berlinese come una delle principali piattaforme commerciali di contenuti audiovisivi. Numerosi sono stanti anche gli stand e gli uffici virtuali, pari a 230; mentre erano 612 le aziende presenti.

Possessori di Market/Buyer Badge	11.500
Aziende presenti	612
Stand fisici e online	230
Buyers	1.302
Produttori	2.605

Tabella 3- Partecipanti edizione 2023

Per quanto riguarda i film sono stati 773 e il numero di proiezioni sono state, in totale, 1533, di cui 647 proiezioni online e 599 anteprime di mercato.

Numero di film presentati	773
Numero di proiezioni totale	1533
di cui:	
Anteprime di mercato	599
Proiezioni online	647

Tabella 4- Numero film proiettati nel 2023

Le aspettative per l'edizione del 2024 sono sicuramente di incrementare i numeri e sembrano esserci già tutti i presupposti perché a due mesi dall'inizio del festival, che si terrà dal 15 al 21 febbraio, gli stand disponibili al Gropius Bau e al Marriott Hotel sono quasi già al completo; inoltre, è il primo mercato ad aprire le porte dopo la conclusione dello sciopero SAG-AFTRA (Screen Actors Guilds-American Federation of Television and Radio Artists), ovvero lo sciopero che ha coinvolti gli sceneggiatori e gli attori e che è durato 118 giorni durante i quali si è svolta la Mostra del Cinema di Venezia, unica tra i tre festival presi in esame ad essere colpito. Ad ogni modo, a tal proposito, saranno presentati numerosi progetti che a causa dello sciopero erano stati interrotti o trattenuti a numerosissimi buyers alla ricerca di nuovi film e serie.

Quella del 2024 sarà anche l'ultima edizione del direttore Dennis Ruh che ha guidato tre edizioni dell'EFM, di cui due sono state decisamente le più difficoltose. Ruh è comunque riuscito a rendere nuovamente redditizio per il festival il mercato berlinese, riuscendo a registrare nell'edizione del 2023 il record di partecipazione ed esposizione.

1.4 Nascita e sviluppo della città di Cannes

Cannes è una città situata sulla costa della Côte d'Azur, nel sud-est della Francia. È universalmente conosciuta per il festival del cinema di Cannes, anche se la sua storia è molto più antica e articolata.

Le radici della città di Cannes risalgono all'antichità e la regione era abitata dai Liguri, un popolo indigeno dell'area mediterranea, per poi essere occupata dai Romani che ne fecero parte integrante del proprio impero. Le origini del nome sono piuttosto incerte

e potrebbero derivare dal termine latino “canna” che sta ad indicare il canneto o la canna, probabilmente facendo riferimento alla vegetazione abbondante presente nella circostante zona paludosa. Durante il Medioevo furono numerose le influenze, tra cui quelle dei Visigoti, dei Saraceni e dei Longobardi. Diventando parte del Sacro Romano Impero nell’XI secolo, la città fu contesa tra diverse signorie locali.

Tutti questi cambiamenti resero Cannes una città vulnerabile e debole, anche se durante il Rinascimento grazie al commercio marittimo e alla produzione di vino l’economia sembra rinascere. Questa stabilità però, in questo periodo, è sempre stata minata dalle incursioni piratesche lungo la costa del Mediterraneo.

I Savoia hanno svolto un ruolo fondamentale nella storia della regione e per il rafforzamento dell’immagine della città di Cannes, tanto per cominciare per contrastare i continui attacchi dei pirati, difatti, rafforzano la difesa costiera e nonostante diversi episodi in cui la casa ha perso temporaneamente il controllo della città, si vede un forte sviluppo economico legato soprattutto all’agricoltura e alla pesca.

Nel 1934, a seguito della costruzione di una stazione ferroviaria e di una strada di collegamento viene migliorato significativamente l’accesso alla città, consentendo un’apertura più ampia sia al turismo che al commercio. Cannes diventa la destinazione per le vacanze della nobiltà europea e con la Belle Époque si assiste alla costruzione di ville lussuose lungo tutta la costa che permette di consolidare ulteriormente la considerazione di Cannes come il luogo per eccellenza di raffinatezza, glamour ed eleganza. Con la fine della Seconda Guerra Mondiale viene abolita in Italia la monarchia nel 1946 e i Savoia hanno perso il loro ruolo politico.

In sintesi, il periodo di estremo splendore è stato vissuto durante il periodo dei Savoia, essendo stato un momento di intenso sviluppo economico e infrastrutturale che, successivamente, si è tramutato in un forte incremento a livello turistico, essendo diventata oramai meta ambita. È proprio nel 1946 che viene inaugurato il Festival Internazionale del Film di Cannes che consacra definitivamente il prestigio e la fama mondiale della città. Nel corso del XX secolo Cannes ha continuato ad accrescere l’interesse turistico, prosperando come meta di lusso e l’offerta, di conseguenza, si è ampliata con ristoranti, negozi di lusso e una vivace vita notturna.

1.4.1 Analisi dei flussi turistici

Cannes è conosciuta in tutto il mondo come la città del glamour e del festival cinematografico, per cui è facilmente intuibile che i flussi turistici sono principalmente legati a questi due fattori.

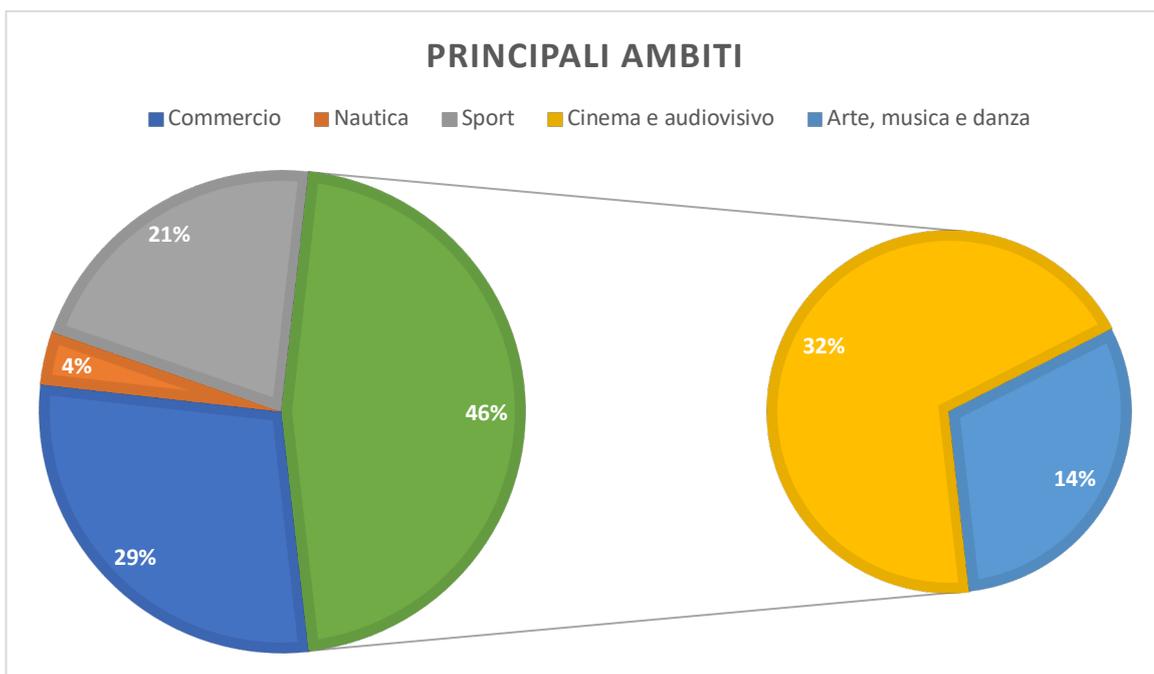
Essendo una località di mare è l'estate a rappresentare la stagione di punta, anche se durante l'anno ci sono alcuni eventi, proprio come il festival di Cannes, che conducono a picchi significativi durante altre stagioni, come la primavera. Altra considerazione da fare in quest'analisi è la preferenza della città in Costa Azzurra come sede per numerose conferenze, fiere commerciali ed eventi internazionali in settori come la tecnologia, la medicina e il turismo stesso. Questi eventi attirano partecipanti da tutto il mondo, contribuendo a flussi turistici diversificati e a un aumento dell'occupazione alberghiera durante questi periodi.

Andando ad esplorare i principali eventi organizzati nella località balneare francese spiccano senza alcun dubbio il *Festival International du Cinéma* che si configura come il principale catalizzatore dei flussi turistici, ed infatti, ogni anno a maggio attori, registi, produttori e appassionati di cinema convergono a Cannes per prendere parte a questo importante evento mondiale che non attira solo gli amanti del cinema, ma anche i curiosi e soprattutto gli appassionati di moda. La città si trasforma in un vero e proprio palcoscenico internazionale. Altro importante evento è il *TFWA World Exhibition&Conference*, la fiera internazionale per l'industria duty free che richiama annualmente i rappresentanti dei marchi leader del settore del lusso. Ogni ottobre una serie di conferenze e workshop permette di creare e condividere idee, affari ed esperienze. Il *Break The Floor International* è una competizione di hip-hop creata nel 2007 e che convoglia i migliori ballerini del mondo a Cannes per offrire uno spettacolo mozzafiato agli appassionati e ai professionisti. La competizione del *Cannes International Triathlon* è una competizione sportiva che prevede, per tre giorni consecutivi, di nuotare, andare in bicicletta e correre su lunghe distanze senza alcuna pausa tra i tre eventi. Numerosi sportivi, dopo duri allenamenti si recano a Cannes per mettersi in gioco e sperimentare l'eccitazione del Triathlon nella meravigliosa cornice offerta dalla città. Il *CannesSeries* è il Festival Internazionale delle Serie che mira a riunire il meglio

del mondo delle serie, per mostrare i talenti emergenti e che include tutti i tipi di serie di ogni genere e lunghezza;

Con il *Cannes Yachting Festival* sono riuniti a settembre i principali attori dell'industria nautica e gli appassionati per esplorare le principali novità per quanto riguarda il mondo delle barche e di design nautico. *Les Plages Electroniques*, il principale festival di musica contemporanea organizzato nel sud della Francia in termini di partecipazione, è stato lanciato nel 2005 e ha avuto da subito un grande successo in quanto la spiaggia pubblica del Palais des Festivals si trasforma in una gigantesca pista da ballo. L'evento è organizzato da Panda Events in collaborazione con la città di Cannes. Ulteriore prestigioso evento è il *Cannes International Jumping* che rispecchia a pieno lo stile di vita della città: elegante, affascinante ed elitario. I migliori cavallerizzi del mondo equestre si riuniscono allo stadio Hesperides per prendere parte a questo importante evento del calendario internazionale, che rappresenta anche una tappa del Global Champion's Tour, che alla fine della stagione seleziona i migliori cavallerizzi del mondo. L'*International Market of Audiovisual Contents* è un evento che dal 1985 è atteso con estrema impazienza dai professionisti dell'industria televisiva e dell'intrattenimento. Si tiene ogni autunno e al suo interno è possibile negoziare diritti, creare coproduzioni, stabilire contatti e sviluppare tendenze per rafforzare il mondo audiovisivo. L'*Itm*, il Luxury Travel Market International, è la fiera del turismo di lusso e rappresenta il principale evento nel settore business-to-business per i viaggi di lusso. All'interno di questa iniziativa, oltre alle numerose opportunità di confronto e di scambio di contatti e di idee, ampio spazio è destinato allo sviluppo e all'innovazione come chiave per offrire un prodotto sempre più di lusso ed esclusivo. L'*NRJ Music Awards* è stato fondato dall'omonima stazione radio e sostenuto dalla città di Cannes è un evento mondano con una rilevanza per lo più nazionale in quanto largo spazio è dedicato agli artisti francesi. La cerimonia è un evento esclusivo in quanto si può partecipare solo su invito, ma viene trasmessa in prima serata su un canale nazionale francese.

I principali settori per cui sono organizzati gli eventi riguardano in primis la sfera culturale, con grande attenzione al mondo del cinema e dell'audiovisivo, la sfera commerciale, con i numerosi congressi e conferenze ed infine, l'ambito sportivo.



L'offerta di eventi in programma è sicuramente ampia per le dimensioni di Cannes e si spalmano per tutto l'anno. È praticamente impossibile però che dei festival e delle iniziative si accavallino perché vengono per la maggior parte, ad esclusione degli eventi sportivi e nautici, organizzate all'interno del grande Palais des Festivals et des Congrès che resta attivo praticamente 365 giorni l'anno.

Sicuramente anche il porto e l'ambito marittimo ha una sua rilevanza su Cannes, ma inferiore rispetto alle altre iniziative ed in particolare rispetto all'attrattività dei porti delle città vicine, come quello di Marsiglia, ad esempio, che convoglia più flussi turistici e mercantili. Quello di Cannes, proprio come la struttura e lo stile di vita elitario della città attira imbarcazioni più piccole e generalmente private. Non a caso, quello organizzato ogni settembre è un festival dedicato alle imbarcazioni medio-piccole, come gli yacht.

Il prestigio associato a Cannes come destinazione di lusso attira turisti da ogni parte del mondo con il desiderio di sperimentare uno stile di vita raffinato e sofisticato, numerosi negli anni sono infatti gli hotel a cinque stelle, i ristoranti gastronomici e le boutique di alta moda sorte in tutta la città. Seppur eventi come il festival cinematografico si pubblicizzano da soli, la visibilità di Cannes è dovuta anche grazie alla forte promozione su cui investe il comune, avendo

capito l'importanza di sfruttare i canali digitali e le campagne marketing sul territorio nazionale e internazionale.

In conclusione, quello di Cannes è sicuramente un turismo stagionale che inizia a maggio con il Festival di Cannes e si conclude a settembre, come ogni località balneare; allo stesso tempo resta una città viva per tutto l'anno grazie ad una combinazione di eventi commerciali e culturali, al lusso, alla bellezza naturale e allo stile di vita esclusivo offerto.

1.4 Festival di Cannes: genesi e sviluppo

La genesi del Festival di Cannes è particolare, del tutto inaspettata data l'attuale impostazione votata al glamour e ai riflettori in cui converge il circuito festivaliero francese. Invero, la motivazione che ha spinto alla nascita del Festival è stata principalmente quella di contrastare la manifestazione lagunare che nell'edizione del 1938 aveva lasciato poco spazio alla libertà e alla cultura, per sottolineare l'unione con la Germania e affermare la propria inclinazione politica.

In quell'edizione erano stati premiati, con la principale onorificenza, ovvero la Coppa Mussolini, due film che celebravano la grandezza e la potenza dei due Paesi.

Il primo, un film italiano intitolato "*Luciano Serra Pilota*" di Goffredo Alessandrini si presenta come un'esaltazione del militarismo e dell'uomo nuovo italiano, plasmato e voluto dal Fascismo. Questo film rappresenta, per di più, l'esempio tra i più emblematici degli investimenti fascisti in ambito cinematografico, uno dei tentativi più riusciti di realizzazione di "*empire movies*" che avevano lo scopo di combinare l'intrattenimento con la propaganda.

Il secondo, un film tedesco dal titolo "*Olympia*", diretto da Leni Riefenstahl con il supporto della Olympia Film, una casa di produzione fondata proprio dal Partito nazionalsocialista. Lo scopo di questo documentario, dal budget quasi illimitato, era di esaltare e mostrare la potenza, nonché, la capacità organizzativa della Germania nazista. Il mezzo per raggiungere questo obiettivo erano le Olimpiadi di Berlino del 1936. La diffusione a livello internazionale del documentario era favorita dal fatto che a primo impatto non veniva avvertita come un'opera di propaganda nazionale, ma piuttosto come un "semplice" documentario sportivo realizzato con potenti mezzi tecnici. In aggiunta a questo, essendo stato realizzato in quattro versioni diverse e cioè

in tedesco, in italiano, in francese e in inglese l'opera si adattava ad una varietà di pubblico differente, visto che per ogni versione si prestava attenzione alle vittorie delle rispettive nazioni.

Ad ogni modo, la doppia premiazione era un chiaro messaggio del rafforzamento dell'asse Roma-Berlino, che passava anche per Venezia. Ciò che però portò alla considerazione di creare un nuovo festival fu il fatto che la decisione di premiare questi film fu determinata dalle pressioni tedesche, in quanto la giuria inizialmente era intenzionata a premiare il film americano "*Marie Antoniette*" di W.S. Van Dyke e Julien Duvivier.

Nonostante furono numerosi gli espedienti per non scatenare le disapprovazioni delle altre nazioni partecipanti, come l'introduzione di molti premi secondari o l'assegnazione del grande trofeo d'arte della Biennale, istituito per l'occasione, per *Snow White and the Seven Dwarfs*; rimane forte, al termine della Mostra, il desiderio di creare un Festival privo di finalità politiche e dove la priorità era data all'aspetto culturale e artistico.

La Francia fu la più repentina a muoversi sia perché spinta dal movente di proteggere il proprio commercio in ambito cinematografico a livello internazionale, sia per la rispettabilità in ambito culturale.

Il Festival cinematografico francese è nato per diverse motivazioni, strettamente legate non solo all'ambito politico e culturale, ma anche economico e strategico.

Innanzitutto, la prima ragione era quella di fare concorrenza alla Mostra del Cinema di Venezia per le cause legate alla politicizzazione del festival e la poca libertà e attenzione posta agli altri paesi concorrenti.

Di conseguenza, altro fattore scatenante era l'esigenza di sostenere il Cinema d'Autore esaltandone la Libertà Artistica, ci si proponeva di andare oltre le produzioni commerciali e di mettere in risalto film più sperimentali e innovativi.

In conclusione, ma strettamente connesso ai punti precedenti punti, la volontà di costruire un ponte tra le diverse culture cinematografiche per promuovere l'interculturalità nel mondo del cinema.

L'attivismo fu capitanato dal direttore generale dell'Association Francaise d'Action Artistique, Philippe Erlanger. L'Afaa era un'associazione incaricata di garantire la promozione dell'arte francese nel mondo e operava in stretto contatto con il Ministero

degli Affari Esteri, i centri culturali, gli istituti francesi e i servizi culturali delle ambasciate.

Erlanger per l'organizzazione coinvolse altri attori:

- **Jean Zay** era il Ministro dell'istruzione e della cultura, fautore dell'arte e forte sostenitore dell'idea che un nuovo festival cinematografico potesse risultare un potente mezzo per rivitalizzare l'industria cinematografica francese;
- **George Huisman** era il direttore delle Belle Arti e sarà parte della giuria dal 1946 al 1957;
- **Albert Serraut** sia Ministro degli interni che Presidente dell'Afaa;
- **George Prade** e **Henry Gendre**, il primo consigliere municipale di Parigi e il secondo direttore del Grand Hotel di Cannes, svolsero un ruolo fondamentale per la questione che riguarda la scelta del luogo in cui organizzare il festival. Entrambi, infatti, spinsero affinché venisse selezionata Cannes come meta di destinazione.

Cannes risulta essere la scelta migliore per diversi motivi, dettati principalmente dagli spazi a disposizione sia in termini di strutture alberghiere che di strutture per accogliere il pubblico, ma soprattutto per il contesto geografico. Infatti, la città francese era già molto conosciuta per l'atmosfera glamour e per il turismo di lusso, inoltre, il clima mediterraneo la rendeva una destinazione ideale. Proprio per queste ragioni si ipotizza di svolgere il festival nei primi di settembre per prolungare la stagione estiva di due o tre settimane e ciò avrebbe avuto molta rilevanza per l'economia di Cannes.

Questo progetto è stato sostenuto dall'approvazione in Italia delle leggi razziali che hanno contribuito all'isolamento della nazione e spinse gli americani a sostenere il progetto francese. La prima edizione è stata prevista per il 1° settembre del 1939 con Louis Lumière nei panni di Presidente onorario, Jean Zay come Presidente e George Huisman a presiedere il comitato organizzativo. Le avversità a causa delle tempistiche limitate e delle problematiche logistiche ed economiche non sono state irrilevanti, ma si sono aggiunti anche problemi esterni, come l'eventuale partecipazione della Francia alla Mostra del 1939; secondo il regolamento della manifestazione veneziana era possibile presentare un film anche a titolo personale e non per forza tramite la rappresentanza ufficiale del proprio paese, per cui alcuni produttori francesi avrebbero potuto parteciparvi indipendentemente. Ulteriore problema per i francesi è stata la richiesta arrivata dai produttori britannici, per cui non si sarebbe dovuto conteggiare

all'interno del contingentamento d'importazione britannica nel mercato francese i film inviati al festival.

Ad ogni modo, la manifestazione francese stava già dando troppa importanza all'aspetto politico-commerciale, accantonando quelle che erano le base su cui fondare il festival.

Per cui, nonostante in fase organizzativa il carattere sembrava assumesse un'impronta politica, gradualmente si fece ritorno all'aspetto diplomatico ed infatti per la prima edizione gli inviti vennero inviati sia all'Italia che alla Germania, le quali declinarono senza alcun tipo di sorpresa. D'altro canto, accettarono l'invito gli Stati Uniti, la Gran Bretagna e l'URSS.

Come già sottolineato uno dei fattori che hanno confluato alla necessità di realizzazione di un festival differente è quello di farsi ponte tra culture cinematografiche differenti e per questa ragione è importante mantenere e garantire buone relazioni diplomatiche, viene infatti prevista l'assegnazione di un "Gran Premio" per ogni nazione presente.

Nel regolamento, oltre alla composizione dell'organigramma e alla data d'inizio del festival viene, nell'art.2, incoraggiata e supportata l'arte cinematografica in tutte le sue forme e si invita a creare uno spirito di collaborazione tra i produttori di tutti i paesi.

Altro aspetto rilevante, che si può estrapolare dal regolamento del 1939, riguarda il numero di film che ogni paese aveva la possibilità di presentare e che dipendeva dal numero di produzioni annue. Per esempio, i paesi con una produzione pari a 300 lungometraggi al mese avevano la possibilità di presentare 12 lungometraggi e 10 cortometraggi; mentre, i paesi con una produzione di 100 lungometraggi al mese potevano presentare 4 lungometraggi e 6 cortometraggi. Infine, i paesi che realizzavano meno di 100 lungometraggi al mese avevano la possibilità di inviare 2 lungometraggi e 3 cortometraggi. Peraltro, in dieci settimane circa è stato organizzato il Festival di Cannes.

Il Casino Municipal venne allestito come luogo di proiezione e tutto sembrava essere pronto. Il 10 agosto venne inaugurata la Mostra di Venezia che fu caratterizzata dall'assenza degli Stati Uniti, ma non dei divi di Hollywood. L'ambiente era comunque surreale in quanto sembrava di trovarsi in una bolla in cui non veniva percepito il pericolo dell'imminente esplosione di un conflitto mondiale. Com'infatti, il giorno dell'inaugurazione del Festival di Cannes, il 1° settembre, le truppe tedesche invasero la Polonia; ma, nonostante ciò, gli organizzatori decisero di proiettare il film americano

in concorso *“Il gobbo di Notre Dame”* di William Dieterle per contrastare la scelta dell’anno precedente di Venezia di non mostrare, a causa del suo tema strettamente legato agli ebrei, il film presentato dallo stesso regista *“La vita di Emile Zola”*.

Con la dichiarazione di guerra da parte della Francia, nei confronti della Germania, la manifestazione fu sospesa. Il progetto di realizzare la manifestazione cinematografica resta sempre vivo e sono diversi i tentativi durante gli anni di riportarlo in vita, come nel 1940, quando, nonostante la dichiarazione di guerra si tentò di riorganizzarla e si comprese l’importanza di aver presente l’Italia. Mussolini accettò inaspettatamente con l’unica richiesta di non svolgere il Festival in simultanea, o comunque a ridosso, della Mostra. Successivamente il duce dichiarò guerra alla Francia e alla Gran Bretagna e venne nuovamente rinviato il progetto francese. Bisognerà attendere il 1946, circa otto anni, per concretizzare quanto desiderato da Erlanger.

La prima edizione vera e propria del Festival Internazionale del Cinema di Cannes si tenne il 20 settembre del 1946. La festa fu grande, ininterrotta per tutta la durata della competizione ed il centro dei festeggiamenti fu rappresentato dal Grand Hotel. La prima edizione della Competizione contava 19 paesi e una giuria internazionale, presieduta da George Huisman come stabilito dal regolamento del 1939.

Il successo fu imminente e unanime su tutti i fronti, quello della critica, della stampa, del pubblico e del mondo del cinema in generale e fu destinato a crescere di edizione in edizione, supportato soprattutto dalla partecipazione delle star della scena internazionale. Nel 1949 fu inaugurato il Palais Croisette e tra la partecipazione delle celebrità, le feste, le proiezioni e l’entusiasmo generale il Festival di Cannes si fa anche campo di battaglia cinematografica durante la Guerra Fredda. Per cui, per evitare incidenti diplomatici, viene introdotta nel regolamento la possibilità di ritirare un film se si presentano determinate condizioni, questa misura inizia a causare nel corso delle edizioni una serie di reazioni a catene di censure che conducono, nel 1956, all’abolizione dell’articolo in modo da dare precedenza alla qualità sulla diplomazia. In effetti la qualità del prodotto cinematografico era fondamentale prerogativa, contenuta anche nel regolamento. Inoltre, a partire dal 1952 si decise che il festival si sarebbe svolto a maggio.

Gli anni ’50 rappresentano un momento complicato, non solo per il Festival di Cannes, ma anche per la Mostra e i festival di serie A in generale, perché iniziano a sorgere

una costellazione di piccoli festival europei che costringono i grandi ad adattarsi e a riaffermare la propria importanza.

A partire dagli anni '60, probabilmente mossi anche dall'avvento della Nouvelle Vague, il Festival di Cannes inizia a selezionare una serie di film che fanno parlare, definite allo stesso tempo "*audaci e impegnate*" e sempre più importanza e centralità assume il binomio arte-industria. Ci si rende conto di quanto sia importante puntare i riflettori sul festival e ciò è possibile solo attraverso i film e le star, infondo il cinema è anche una questione commerciale ed economica. Nel 1959 venne fondato il Marché du Film, primo mercato sorto come satellite di un festival cinematografico, fortemente voluto da André Malraux, scrittore e Ministro della cultura francese.

Negli anni '60 vengono introdotte anche le due selezioni indipendenti ancora oggi presenti: la Semaine Internationale de la Critique e la Quinzaine des Réalisateurs. Nel 1968 le rivolte sociali che colpirono la Francia si riversarono anche nel Festival, arrivando all'interruzione del Festival in anticipo.

È negli anni '70 che il Festival inizia a rafforzare la propria identità con Robert Favre come presidente. Si decise, per prima cosa, di diversificare introducendo nuove categorie che si concretizzano nel 1973 attraverso "*Perspectives du cinéma français*" e "*Les Yeux Fertiles*", altra novità fondamentale è che il Festival diventa l'unico selezionatore dei film e questo potere non viene più lasciato ai paesi d'origine. Nel 1978 il nuovo direttore generale, Gilles Jacob, prende misure fondamentali per il destino del Festival, in quanto, la giuria viene resa protagonista e viene ridotta la durata del festival, nonché del numero di titoli presentati in Concorso. Viene anche introdotto il premio de la Caméra d'or, assegnato al miglior film tra tutte le diverse sezioni.

La nuova era, che poi rappresenta quella moderna e attuale, è segnata da un cambio della location. Di fronte al crescente successo, quella di "*E.T., the Extra-Terrestrial*" di Steven Spielberg nel 1982 sarà l'ultima proiezione del Palais Croisette, che sarà demolito nel 1988. Il famoso Palais des Festivals et des Congrès, che, come abbiamo visto durante l'analisi dei flussi turistici, è lo spazio espositivo prediletto per la realizzazione delle numerose iniziative organizzate a Cannes, viene inaugurato nel 1983 e la prima proiezione al suo interno è quella di "*The King of Comedy*" di Martin Scorsese.

L'espansione è sempre crescente e il coinvolgimento ottenuto negli anni permette di contrastare i normali e imprevedibili problemi senza mai perdere la propria fama.

Di pari passo, il Marché du Film acquista sempre più consenso e viene sempre ampiamente supportato dal festival, in quanto rappresenta un'iniziativa emulata poi da tanti festival che intendono espandersi.

Nel 2020, nonostante la cancellazione a causa del Covid-19, il festival ha comunque supportato l'industria cinematografica selezionando 56 lungometraggi e 28 cortometraggi e il mercato del cinema si è adattando spostando l'evento completamente online. Per concludere questo excursus storico, il Festival di Cannes è sinonimo di evoluzione e determinazione. Pur essendo tedioso e relativamente lungo il viaggio verso la prima edizione è una fortuna che i fautori non abbiano mai desistito, essendo oggi la manifestazione parigina tra i principali catalizzatori dei cambiamenti industriali in ambito cinematografico e rappresentando un faro per i professionisti e gli appassionati del settore.

Il festival sin dal suo stadio embrionale ha abbracciato la diversità dei racconti, ha celebrato la libertà di espressione e il cinema d'autore ed è sempre stata ed è un'importante piattaforma per la scoperta di nuovi talenti.

1.5.1 Struttura e sezioni del Festival

L'organizzazione amministrativa del Festival di Cannes presenta una chiara suddivisione delle responsabilità, con Iris Knobloch alla presidenza e Thierry Frémaux che ricopre il ruolo di direttore generale da oltre due decenni. Il team permanente del festival è composto da circa trenta persone e da un comitato incaricato della visione e selezione dei film partecipanti. Durante i mesi di preparazione e il periodo del festival stesso, lo staff si amplia notevolmente, raggiungendo circa 700 membri, con ulteriori 300 dipendenti impiegati nel Marché du Film, il mercato cinematografico associato al festival.

Questa struttura organizzativa dinamica e articolata consente al Festival di Cannes di gestire con successo una delle manifestazioni cinematografiche più prestigiose a livello globale.

Il Festival è caratterizzato da diverse sezioni, oltre quella "ufficiale", e ognuna di esse ha una sua identità distinta. La *Competizione* dei lungometraggi è la sezione principale per cui viene assegnato il premio simbolo e anche quello più prestigioso del Festival, ovvero la Palme d'Or, il Grand Prix, il premio della

giuria, il premio al miglior regista, alla miglior sceneggiatura, alla miglior attrice e al miglior attore. La *Compétition* è dedicata anche ai cortometraggi per cui vengono assegnati la Palme d'Or du court métrage, il Palme Queer assegnato al miglior cortometraggio a tematica LGBTQ+, il premio Canal+ e se si distinguono particolarmente la giuria più assegnare delle menzioni speciali. Nel *Fuori Concorso* sono presentati titoli che sono fuori dalla competizione ma che vengono reputati di notevole importanza per cui vengono proiettati durante il Festival. *Un Certain Regard* è una categoria ufficiale fondata nel 1978 e che mira a selezionare opere originali per contenuto ed estetica, rappresentando il rinnovamento dell'espressione cinematografica. Il premio assegnato è sponsorizzato dalla Fondazione Groupama-Gan Cinema e prende il nome della sezione. Il *Cinéfondation* è la sezione che mette in mostra i cortometraggi realizzati da studenti di cinema provenienti da tutto il mondo e all'interno del quale sono assegnati il primo premio al miglior regista del cortometraggio presentato e il secondo premio al secondo miglior cortometraggio della categoria. Il *Fuori Concorso* rappresenta una selezione di film in programma, esclusi dalla competizione, ma che sono considerati di notevole importanza.

All'interno del *Cannes Classic* viene presentata una selezione di capolavori della storia del cinema restaurati e redistribuiti, offrendo una retrospettiva e permettendo di guardare contemporaneamente al passato e al futuro della cinematografia.

La *Quinzaine des Cinéastes* è una sezione indipendente nata dopo il '68 per volontà della Société des Réalisatrices et Réalisateur de Films (SRF) allo scopo di far emergere i prodotti cinematografici del cinema contemporaneo più particolari. La parola chiave è libertà di pensiero ed infatti sono ammessi, in questa selezione non competitiva, qualsiasi genere e durata. È ancora oggi la principale sezione in cui scoprire nuovi talenti, nonché le opere più intime ed audaci dei grandi registi. Particolare è l'usanza del dibattito con il regista al termine della proiezione e perdurante è il clima di convivialità. Anche all'interno di questa sezione sono però assegnati dei premi, che sono l'Art Cinema Award e l'Europa Cinemas Label. La *Semaine de la Critique* è stata istituita nel 1962 dalla French Union of Film Critics con l'obiettivo di scovare nuovi talenti presentandone generalmente opere prime, ma anche seconde opere. Ogni

anno sono selezionati 10 lungometraggi e 10 cortometraggi che vengono presentati durante il Festival. I premi assegnati per questa categoria sono quattro e sono il Gran Prix, il French Touch Prize della giuria per un lungometraggio, il Leitz Cine Discovery Prize per un cortometraggio e il Louis Roederer Foundation Rising Star Award, per il quale viene premiato un attore per la sua performance all'interno di uno dei film in competizione. Anche i partners assegnano dei premi e sono il Gan Foundation Award per la distribuzione, il SACD Award, il Canal+ Award per un cortometraggio. Anche i lungometraggi opere prime selezionati concorrono per la *Caméra d'Or*. Lo *Short Film Corner* si presenta come una vetrina internazionale attraverso cui filmmaker provenienti da tutto il mondo possono presentare i propri cortometraggi al pubblico e ai professionisti del settore.

Dal 1991 il Festival ha introdotto anche un'interessante possibilità per un pubblico di appassionati composto da critici, studenti di cinema e cinefili di partecipare "*Leçon du Cinema*", ovvero "Lezioni di cinema". Durante questi incontri si ha la possibilità di incontrare grandi registi, ripercorrere la propria carriera e comprendere il processo creativo che li ha spinti a realizzare determinate opere. Su questo esempio sono nati nel 2003 le "*Leçon de musique*" in cui il pubblico ha l'occasione di incontrare i principali compositori musicali cinematografici; e, nel 2004 le "*Leçon d'acteur*" in cui sono coinvolti anche gli attori in questi incontri.

Dalla tredicesima edizione del Festival un ruolo importante è svolto dal *Marché du Film* che ogni anno attira numerosissimi professionisti del settore, circa 12.500 professionisti dell'industria cinematografica l'anno.

1.6 *Marché du Film*: il mercato di Cannes

Cannes è il primo festival a rendersi conto del potenziale causato dalla creazione di un luogo all'interno del circuito festivaliero dove i produttori, i distributori e i professionisti del settore possono scambiarsi idee e instaurare rapporti per dar vita a collaborazioni importanti. Il *Marché du Film* è fondato nel 1959 e la prima edizione ha luogo in una piccola sala di proiezione realizzata sul tetto del Palais Croisette.

Rappresenta un punto di svolta e primo evento culturale e commerciale del dopoguerra rivolto all'industria cinematografica.

Il mercato francese ha preso forma ispirandosi alla formattazione del festival stesso e quindi offrendo ai professionisti la possibilità di proiettare dei film e incontrare potenziali collaboratori e i propri colleghi. Le linee guida sono state dal primo istante la flessibilità, la semplicità e la semplificazione. Riscontrando i primi risultati ottenuti dalla realizzazione concreta di progetti che sono nati successivamente ad accordi raggiunti o finanziamenti ottenuti durante i giorni di mercato si è dato sempre più spazio e attenzione a quest'altro aspetto strettamente connesso al già grande e ben amato Festival di Cannes. Il principale luogo in cui si svolge attualmente il Marché du Film è il Village International e le sale espositive principali sono la Riviera e Lérins, tutti collocati nei pressi del Palais des Festivals.

1.6.1 Nascita e sviluppo – Intervista a Guillaume Esmiol

Il Marché du film, fondato nel 1959, rappresenta uno dei più grandi mercati cinematografici al mondo, fungendo da piattaforma cruciale di networking e di scambio di idee tra i professionisti del settore che non rinunciano a questo importantissimo evento. Per comprendere lo sviluppo e il suo ruolo nell'industria cinematografica internazionale ho avuto l'opportunità di intervistare il direttore del Marché du Film, Guillaume Esmiol, che ha condiviso preziose prospettive sull'organizzazione e la gestione del mercato francese, il suo percorso di crescita e l'impatto delle recenti sfide scaturite dal contesto in cambiamento. Come accaduto con l'ex direttrice dell'European Film Market Beky Probst e come sarà con il direttore del Venice Production Bridge Pascal Diot, sarà tracciato in questa sede il percorso professionale del direttore del Marché du Film Guillaume Esmiol per comprendere il tipo di approccio strategico e il genere di apporto che ha dato al mercato cinematografico francese. Prima di assumere un importante ruolo di leadership nel settore cinematografico, Esmiol ha accumulato una vasta esperienza nel campo dell'innovazione e della tecnologia, lavorando con diverse start-up e aziende leader nel settore digitale. Ha infatti ricoperto ruoli come quello dell'Innovation Project Manager e di direttore delle Open Innovation e new Business all'interno del TF1 le Groupe. Ha fondato la Yoichi Innovation, una società che si occupa di consulenza

strategica nel campo dell'innovazione, dei media e del digitale, o per esempio, ha lavorato nella realtà di Wefound una società che crea startup in collaborazione alle aziende per lanciare e creare imprese con un grande impatto innovativo. Guillaume Esmiol inizia a collaborare con il Marché du Film nel ruolo di vicedirettore proprio nel momento in cui c'era bisogno di una figura che portasse la realtà francese ad un livello superiore, inizia infatti durante l'edizione colpita dal Covid-19, dove il digitale e soprattutto lo sviluppo innovativo era essenziale per continuare lo svolgimento delle attività. Nel 2022 diventa poi direttore esecutivo e in più interviste conferma di voler consolidare "*Un Marché all'insegna dell'innovazione*⁹". Esmiol ha dimostrato la sua capacità di guidare e sviluppare strategie innovative per promuovere il mercato cinematografico internazionale sin dal primo momento e assumendo il ruolo di Co-Executive Director al Ventana Sur, il più grande mercato audiovisivo in America Latina, ha ulteriormente consolidato la sua reputazione nell'ambito dell'innovazione e dello sviluppo tecnologico nel settore cinematografico.

Dialogando dei punti di forza e di debolezza del mercato francese, il direttore ha sottolineato tanto la versatilità nell'adattamento del Marché du Film e della sua forza che non deriva solo dalla grande reputazione del Festival di Cannes ma dall'efficienza dei progetti offerti e dalla loro varietà. Altro importante punto di forza individuato è quello legato alla sostenibilità, sia il Marché du Film che il Festival di Cannes si impegnano per essere sostenibili ecologicamente attraverso l'adozione di differenti strategie volte a ridurre l'impatto che questo evento ha. Una delle principali missioni è la riduzione delle emissioni di carbonio provocate dagli spostamenti per raggiungere Cannes e partecipare alle iniziative, per cui viene offerta la possibilità al momento dell'acquisto dell'accredito di compensare queste emissioni attraverso un contributo apparentemente simbolico. È sicuramente un punto di forza quello di avere un forte impegno nei confronti della sostenibilità ambientale, passando così un forte messaggio anche ai professionisti per far comprendere quanto sia importante promuovere e adottare pratiche ecologiche. Altro punto di forza sono le infrastrutture e gli spazi a disposizione per lo svolgimento delle attività, tutto

⁹Cacioppo M., E-Duesse.it, 2023 - <https://www.e-duesse.it/cinema/guillaume-esmiol-un-marche-allinsegna-dellinnovazione/>

ciò consente e favorisce anche lo sviluppo di numerose iniziative simultaneamente. Tra i punti di debolezza ci sono sicuramente i costi elevati da sostenere per i professionisti del settore, anche se il Marché du Film cerca di mediare con le strutture alberghiere per agevolare la situazione. Una caratteristica fondamentale dell'organizzazione è l'autosufficienza, infatti, all'infuori di pochi contributi statali tendono ad autofinanziarsi e questo non solo è dimostrazione dell'efficienza della struttura ma consente una certa libertà di decisione organizzativa. Trovandosi in questa posizione di eccellenza il mercato guidato da Guillaume Esmiol è favorevole e propenso alla collaborazione, facendosi sia sostegno di realtà in sviluppo e sia complice di grandi e forti realtà come l'Europea Film Market, con il quale in collaborazione con il festival di Salonico, nel 2022 è stato organizzato un ciclo di incontri con lo scopo di unire le forze e scambiare le idee con le altre realtà festivaliere e di mercato festivaliero. Di questo verrà trattato nell'ultimo capitolo per approfondire le prospettive e le possibilità future in termini di cooperazione e di sviluppi tra le diverse entità prese in esame. Per concludere, nonostante i costi elevati del contesto francese e le difficoltà comuni da affrontare nel contesto del mercato cinematografico globale. Si distingue per la sua efficienza, organizzazione impeccabile e la tendenza ad impiegare innovazione ed è proprio attraverso l'implementazione di strategie innovative e l'adattamento costante alle mutevoli esigenze dell'industria cinematografica, il Marché du Film continua a ottenere risultati eccellenti e a confermare il suo status di mercato cinematografico tra i più efficienti e ben organizzati a livello globale.

1.6.2 Organizzazione

Il principale luogo in cui si svolge attualmente il Marché du Film è il Village International e le sale espositive principali sono la Riviera e Lérins, tutti collocati nei pressi del Palais des Festivals.

La centralizzazione e la vicinanza dei luoghi in cui si svolgono le attività sono delle combinazioni vincenti per tutti i mercati.

Il direttore è Guillaume Esmiol dal 2022, ma la collaborazione con il Marché du Film è iniziata dal 2020 prima nelle vesti di vicedirettore, successivamente codirettore ed infine ricoprendo la carica di direttore.

Cinando è una piattaforma online ideata, progettata e lanciata dal mercato francese nel 2003 e non rappresenta solo il database completo dei professionisti partecipanti a Cannes, ma è oramai una rete disponibile tutto l'anno che fornisce contatti, progetti in fase di sviluppo, film e informazioni utilissime per conoscere meglio gli attori e gli strumenti attivi nel mercato cinematografico attuale.

Molto forte è l'impegno ecosostenibile, ed infatti nel corso degli ultimi anni sono diverse le iniziative a cui ha partecipato ed è intervenuto, sia dal punto di vista organizzativo interno che contribuendo sostenendo economicamente iniziative esterne. Da un punto di vista interno sono state adottate delle misure in termini di impiego della plastica allestendo nei vari spazi delle fontane d'acque ed eliminando il porta badge in plastica. O ancora, nei ristoranti si rispettano una serie di specifiche eco-responsabili come l'impegno a combattere lo spreco di cibo, offrire opzioni vegetariane e fornire prodotti freschi. Il sostegno ad iniziative esterne è concretizzato nel pagamento di contributi per compensare le emissioni di carbonio prodotte dai viaggi e dai pernottamenti connessi allo svolgimento del festival. Nel 2021 sono stati raccolti 515.189€ e questo risultato è stato possibile includendo nell'acquisto del Badge un "contributo ecologico" di 20€.

Sono numerosi i luoghi destinati allo svolgimento del mercato e soprattutto cercano di soddisfare le diverse esigenze dei partecipanti.

La Red Balloon Alliance e il Marché du Film offrono il servizio asilo nido per i partecipanti al mercato e al festival ed è questa un'iniziativa molto utile ed inclusiva che permette ai professionisti maggiore libertà di partecipazione e flessibilità.

Diversi sono i servizi di ristorazioni e aree attrezzate per aperitivi, dove potersi rilassare o proseguire dei meeting. In base al tipo di accredito si può avere accesso a queste diverse aree, ad esempio, al Bistrot du Leris l'accesso è riservato agli espositori e ai titolari del Platinum Badge.

Cannes Docs è invece lo spazio dedicato ai principali attori che operano nel campo documentaristico e in questo spazio oltre agli espositori è possibile partecipare ad eventi e conferenze di questo specifico ambito.

All'interno delle strutture c'è anche una sede fisica di Cinando a supporto dei clienti che vogliono usufruirne.

Il Marché du Film si appoggia, soprattutto per quanto riguarda gli uffici organizzativi, al Palais des Festivals, mentre le conferenze si svolgono al Rivier. Molto interessante è la formazione del Village International che è un enorme spazio open-air dove, oltre ad eventi, è possibile trovare i padiglioni in cui espositori e istituzioni promuovono i propri prodotti e il proprio lavoro.

Da non dimenticare sono le aree del Producers Club, dove i produttori possono fare networking, e il The Viewpoint, altro spazio in cui vengono organizzati workshops, eventi sociali ed happy hours. Entrambi si trovano nella stessa struttura, ovvero il Lérins. Anche nel mercato di Cannes è riservata una piattaforma caratterizzata da conferenze che riguardano l'innovazione e il futuro del mondo cinematografico e dell'intrattenimento audiovisivo in generale. Quella del 2023 è stata l'edizione più proficua in quanto sono stati organizzati più di 40 eventi a cui hanno partecipato oltre 3.000 professionisti. In due giornate si svolge "*Shoot the book!*" un format attraverso il quale gli editori hanno la possibilità di far conoscere delle proprie opere presenti nel catalogo per poterne vendere i diritti al fine di adattarlo a film. In una prima giornata si svolge il pitch da parte degli editori che presentato 11 libri a produttori televisivi e cinematografici, nella giornata successiva invece avverranno gli incontri one to one tra editori e produttori per concludere accordi o iniziare le trattative¹⁰.

Ricercando maggiori informazioni, soprattutto all'interno del sito, è possibile osservare come ogni categoria di professionista abbia, in realtà, un hub dedicato. Oltre al Producers Club esiste il Festivals Hub che accoglie tutti gli operatori strettamente connessi all'industria festivaliera dell'audiovisivo. All'interno di questo circuito sono organizzati panel, eventi di networking e laboratori per scoprire novità, scambiarsi idee e soprattutto il focus che si da riguarda il benessere sul lavoro.

Altro esempio di diversificazione e specializzazione nella programmazione offerta è il Marché du Film Summits, una serie di incontri, forum e panel rivolti ai dirigenti e che pongono l'attenzione sulle principali preoccupazioni che

¹⁰ <https://www.marchedufilm.com/programs/shoot-the-book/>

riguardano questi specifici ruoli ovvero i finanziamenti e lo studio dei trend di mercato, i rapporti con le piattaforme streaming e le principali questioni legate al cinema odierno.

Quello che si percepisce e soprattutto, a mio avviso, rende vincente il mercato di Cannes e la cura a 360° delle esigenze dei professionisti, numerose sono le possibilità di incontro e sono tutte ben distinte in base al ruolo ricoperto.

Per quanto concerne gli accrediti ci sono diverse opzioni, ma in generale l'accredito al mercato standard dà gli stessi vantaggi del badge del Festival, dando anche la possibilità di accedere alle proiezioni della selezione ufficiale.

Come per l'European Film Market c'è la possibilità di acquistare l'accredito online che consente l'accesso da remoto per partecipare in modalità online alle proiezioni e ad alcune conferenze. In aggiunta, c'è l'opzione Platinum che dà accesso ad una serie di benefits esclusivi, come l'invito a programmi speciali sia con produttori che con acquirenti e l'accesso alla Lounge o al Bistrot du Lérins.

La combinazione della forza storica, della possibilità in termini di spazi e la completa dedizione al cliente rendono il Marché du Film senza alcun dubbio tra i mercati più importanti a cui prender parte nel settore cinematografico.

1.6.3 Edizione del 2023 in numeri

L'analisi dei dati raccolti dell'ultima edizione del Marché du Film rivela un notevole successo in termini di partecipazione e offerta di servizi ed infatti i dati raccolti indicano un record di partecipanti, con 14.000 accreditati provenienti da 120 paesi che ha superato il precedente traguardo raggiunto nell'edizione del 2019 di 12.500 partecipanti e le stime auspicate prima dell'inizio dell'evento sono state nettamente superate. L'ampia partecipazione rileva la posizione di forza del Marché du Film nel panorama cinematografico internazionale, superando anche la "concorrenza" berlinese. La piattaforma si è affermata anche come un punto di incontro globale, evidenziato dal coinvolgimento di professionisti provenienti da diverse aree geografiche. L'offerta già molto appetibile del Marché du Film è stata ulteriormente arricchita nel 2023 con l'introduzione di nuove iniziative, tra cui il Cannes Strangers Forum, il Cannes Investors Circle e il Virtual Production Summit. Queste aggiunte hanno

contribuito a potenziare l'appeal della piattaforma, attirando una varietà ancora maggiore di partecipanti interessati a esplorare le ultime tendenze e opportunità nel settore cinematografico.

Il mercato francese si conferma, quindi, come la piattaforma preferenziale e attualmente impareggiabile per il networking e l'apprendimento nel contesto cinematografico. La sua posizione di leadership è sostenuta non solo dalla presenza numerica di partecipanti, ma anche dall'efficacia delle nuove iniziative introdotte, consolidando ulteriormente la sua reputazione nel settore.

Capitolo 2 - Studio del festival e del mercato cinematografico di Venezia. Il *Venice Production Bridge*.

2.1 Nascita e sviluppo della città del Lido

La città del Lido ha una storia radicata in un passato ricco di mutamenti che hanno contribuito a mutare l'identità nel corso dei secoli. L'origine del termine "Lido" è un chiaro richiamo alla parola "spiaggia" e ciò anticipa il ruolo cruciale che le sue lunghe e distintive spiagge sabbiose hanno giocato nella sua evoluzione. Il tessuto urbano del Lido si intreccia con il passato fin dall'epoca romana, quando le prime tracce di insediamenti umani comparvero nell'area. Tuttavia, è nel Medioevo che la città del Lido inizia a svilupparsi in modo più sistematico. La sua posizione strategica tra il Mare Adriatico e la Laguna sin dal primo momento l'ha resa al contempo una località di villeggiatura ambita dai veneziani benestanti e un punto strategico per la difesa della Repubblica di Venezia. L'ascesa del Lido come destinazione turistica si sviluppa nel corso del XIX secolo con la creazione della Compagnia Italiana dei Grandi Alberghi, fortemente voluta dal sindaco Filippo Grimani e l'assessore Ettore Sorger e che gioca un ruolo chiave nel plasmarne il volto di meta turistica d'élite. Nel corso di questo periodo la popolazione del Lido crebbe rapidamente, parallela all'incremento dei progetti architettonici.

Nel 1900 viene inaugurato il Grand Hotel Des Bains e poi successivamente l'Hotel Excelsior, stimolando in questo modo la costruzione di strade e di servizi essenziali per soddisfare sia le esigenze dei turisti sempre più numerosi che della popolazione residente. L'influenza della Compagnia Italiana dei Grandi Alberghi e dei suoi

sostenitori locali nella creazione di un'atmosfera di eleganza e raffinatezza ha avuto un impatto duraturo sulla storia e sull'identità del Lido. L'eredità di questa fase di sviluppo nel XIX secolo si riflette ancora oggi nell'architettura distintiva e nella reputazione internazionale del Lido come destinazione turistica di prestigio. Nel 1915 viene inaugurato il primo aeroporto di Venezia e questo incremento in termini di servizi, popolazione e infrastrutture fa guadagnare al Lido il nome di "Isola d'oro", diventando così tra le più ambite mete turistiche della penisola. La svolta importante si ha, chiaramente, nel 1932 con l'arrivo della Mostra del Cinema ed infatti la fama ancora odierna del posto è quella di essere a livello internazionale la location, con Cannes, su misura per ospitare uno degli eventi cinematografici più prestigiosi del mondo e una destinazione turistica elitaria che attrae visitatori da tutto il mondo con la sua combinazione unica di storia, cultura e relax.

2.1.1 I flussi turistici

Attraverso l'analisi dei flussi turistici del Lido di Venezia si vuole offrire una panoramica per comprendere l'impatto che ha la Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica sull'andamento dei visitatori.

Le premesse da fare in questa analisi sono strettamente legate al discorso già intrapreso per Cannes. Nel caso specifico si tratta di un turismo ancora più rigidamente stagionale rispetto a quello della città francese che tendenzialmente resta viva di turisti anche in altri mesi. Le strutture stesse del Lido si sono adeguate a questa tendenza, in qualche modo supportandola, aprendo solo per la stagione estiva. Altra importante considerazione preliminare è quella di scindere il turismo del Lido da quello di Venezia perché l'impatto che il primo ha sul secondo è irrisorio. Secondo i dati rilevati dal 2023, infatti, il turismo del lido ha un impatto sul totale del turismo di Venezia pari al 3,5%.

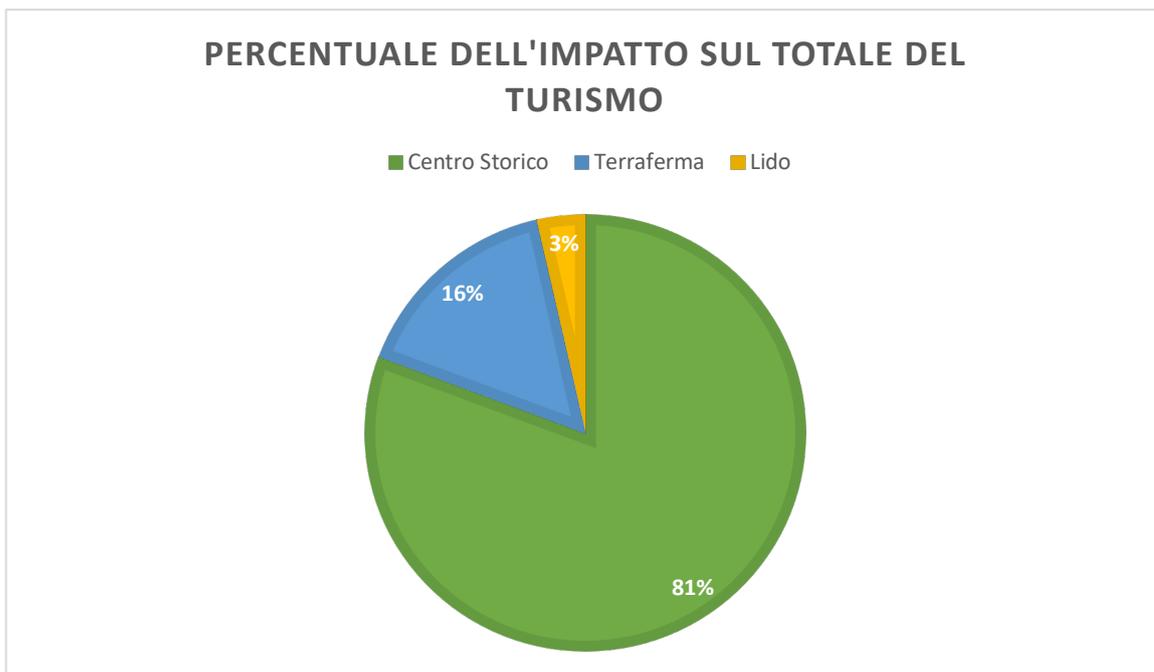
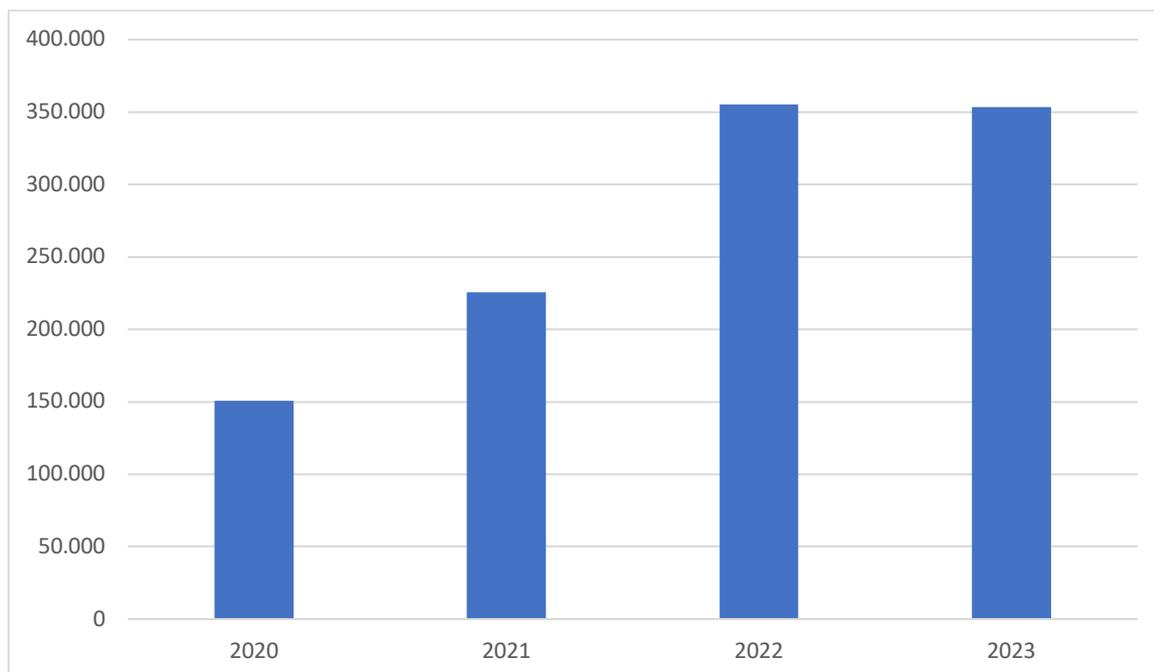


Tabella 5- Elaborazione personale della percentuale dell'impatto turistico del Lido

Per la seguente analisi mi sono servita dei dati forniti dall'Assessorato al Turismo del Comune di Venezia, attingendo all'Annuario del Turismo¹¹ delle annate dal 2020 al 2023.



¹¹ https://statistica.regione.veneto.it/jsp/focus_su_venezia.jsp

Tabella 6- Evoluzione delle presenze per anni al Lido

La crescita è costante dal 2020 al 2022, mentre per il 2023 i livelli sono praticamente gli stessi del 2022. I dati raccolti sono annuali per cui da una panoramica generale del turismo al Lido, senza distinzione di stagione. Tramite i dati richiesti all'Unità organizzativa del Sistema Statistico regionale (SISTAR) è, invece, possibile analizzare i mesi di agosto e di settembre. I dati del 2023 sono quelli provvisori dell'Istat fino a giugno 2024.

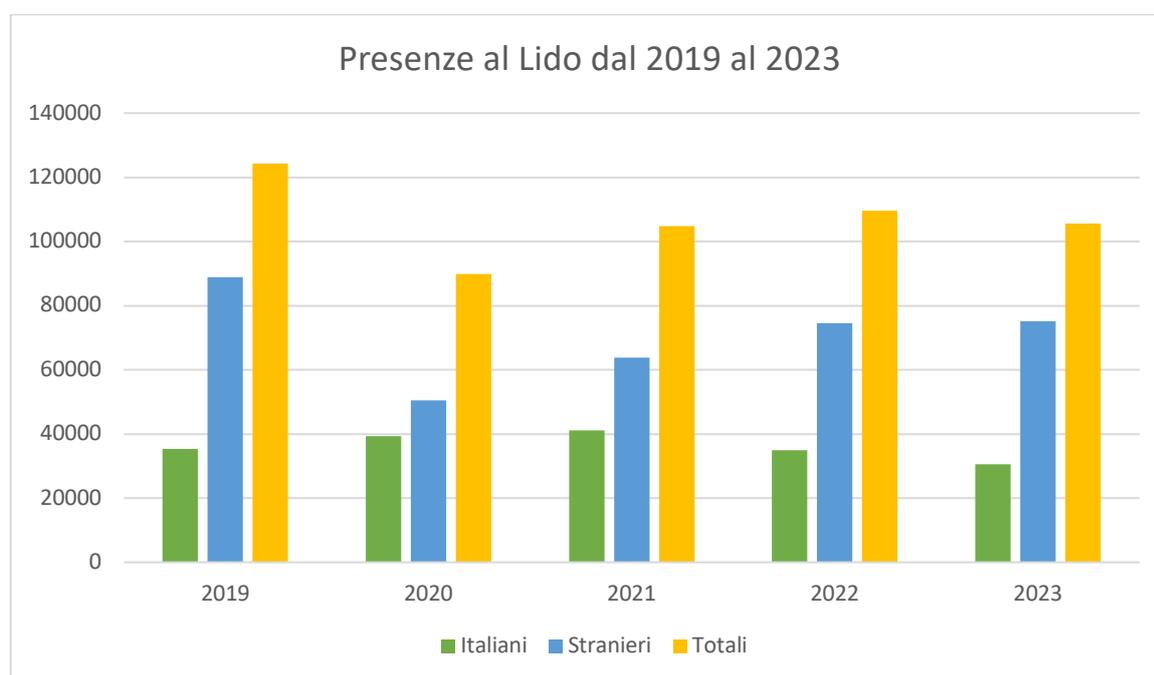


Tabella 7- Elaborazione personale sulla base dei dati del Sistema Statistico Regionale

Esaminando i dati relativi al numero di presenze turistiche al Lido, si osserva chiaramente un andamento particolare. Nel corso dell'anno 2020, contrassegnato dalla pandemia da Covid-19, si registra un netto calo di presenze. Tuttavia, a partire dal 2021 si osserva un costante e graduale aumento di visitatori, indicando una ripresa delle attività turistiche nel luogo preso in esame. Nell'analisi dettagliata delle presenze è chiara la separazione tra i turisti stranieri e i turisti italiani e un altro elemento degno di nota è la costante prevalenza della presenza di visitatori stranieri rispetto a quelli italiani, considerando l'intero arco temporale preso in esame. Questo aspetto aggiunge ulteriore sfumatura alla comprensione dei dati, indicando che, nonostante le

fluttuazioni dovute a eventi eccezionali come la pandemia nel 2020, la preferenza per il Lido come destinazione turistica sembra essere condivisa principalmente da una clientela internazionale. La significativa presenza di visitatori stranieri può essere interpretata come un indicatore della rilevanza internazionale del luogo e delle sue attrazioni turistiche e culturali. Infatti, il pubblico turistico del Lido può essere suddiviso in tre categorie distintive, la prima categoria comprende i residenti del centro storico di Venezia e della regione che possiedono una casa estiva al Lido. La seconda categoria è costituita da turisti provenienti da altre località, mentre la terza categoria è composta dai visitatori della Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia. Questa suddivisione riflette la diversità del pubblico che affluisce al Lido, da coloro che fanno del luogo la loro residenza temporanea a chi vi giunge per motivi turistici o per partecipare a eventi culturali di rilievo quale la Mostra del Cinema.

2.2 Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia: genesi e sviluppo

La Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia è il primo festival cinematografico al mondo e affonda le proprie radici nel periodo tra le due guerre mondiali, un'epoca in cui il cinema stava emergendo come forma d'arte.

L'instaurazione e l'implementazione del prestigioso evento cinematografico veneziano possono essere ricondotte a motivazioni anche contrastanti tra di loro. Un aspetto chiave tra le ragioni che hanno guidato questa iniziativa è da individuarsi nella volontà di rilanciare e rigenerare il Lido, in seguito alla crisi economica del 1929 che avevano ridimensionato sensibilmente il flusso turistico di quella fascia elitaria che aveva contribuito notevolmente alla fama e agli introiti dell'area. La seconda motivazione, assai più nobile e dotata di un carattere condivisibile e più universalmente, risiedeva infatti nell'intento di affermare in modo definitivo la natura artistica del cinema. Questo proposito emerge come una risposta consapevole alla percezione iniziale del cinema come un fenomeno di intrattenimento popolare e di massa, derivato dai teatri da baraccone, per evolversi rapidamente e affermarsi come la forma di spettacolo più grande e popolare, meritevole di dignità e fama pari alle altre discipline artistiche tradizionali. In questo modo, la Mostra vuole proporsi dal giorno zero di elevare il

cinema a una forma d'arte a tutti gli effetti, contribuendo significativamente a cambiare l'opinione sociale e di avvalorare il suo riconoscimento come patrimonio culturale di rilevanza mondiale. La nascita della Mostra del Cinema di Venezia è da ricondursi al 1932 e nella sua prima edizione è stata originariamente denominata "Esposizione Internazionale d'arte cinematografica", un chiaro richiamo al contesto delle Esposizioni Universali che riconducono alla sua dipendenza da un'istituzione culturale superiore e persistente che è la Biennale di Venezia, per cui la sua cornice istituzionale risulta essere inscindibile dalla genesi della Mostra. La Biennale di Venezia nasce con una delibera dell'Amministrazione comunale di Venezia nel 1893, stabilendo l'organizzazione ogni due anni (da qui il nome) di un'*Esposizione Nazionale Artistica* e la prima edizione venne fatta coincidere con il venticinquesimo anniversario delle nozze del Re Umberto di Savoia con la Regina Margherita. La seconda edizione, quella del 1895, viene riprogettata con uno scopo e un'apertura internazionale e l'inaugurazione si svolge nei padiglioni allestiti presso i Giardini Napoleonici riscuotendo un enorme successo di critica e di pubblico che crebbe fino alla guerra grazie anche a incentivi come l'abbinamento del biglietto di ingresso a quello ferroviario scontato prendendo ad esempio il modello dell'Esposizione Universale del 1889 di Parigi. La Biennale ha contribuito a rendere Venezia un'ambita tappa del Grand Tour e ciò offrì l'opportunità di affiancare al turismo culturale dell'esposizione una forma di turismo balneare d'élite che si è sviluppato nell'area del Lido dalla seconda metà dell'Ottocento e che ha consentito, come già analizzato nel paragrafo dedicato alla nascita della città, l'installazione dei primi impianti per i bagni d'acqua e ciò di conseguenza ha attirato numerosi investitori che hanno iniziato a costruire grandi Hotel. Tutto ciò è stato possibile grazie alla nascita della Ciga¹², all'operato del direttore della sede veneziana della Banca Commerciale Italiana, Giuseppe Toeplitz e al Consigliere d'amministrazione della Comit, Giuseppe Volpi. Con la crisi del 1929 anche la Biennale registra un netto calo sia in termini di partecipazione che di opere vendute e la situazione viene aggravata dalla recessione economica che ha colpito l'intera Europa nei primi anni Trenta e che ha provocato, nel caso specifico, lo svuotamento della laguna e del Lido. Ci si rende conto che è necessario moltiplicare e diversificare le attività proposte e si decide di attribuire alla Biennale un carattere

¹² Compagnia Italiana Grandi Alberghi

interdisciplinare che da quel momento ha sempre mantenuto. Per prima cosa si decide di elaborare un proprio statuto per farlo diventare ente autonomo e rimuoverlo dalle dipendenze del Comune di Venezia. L'istituzione riceve finanziamento dallo Stato, dal Comune e dalla Provincia e viene nominato un comitato di cinque membri: il pittore Beppe Cardi, lo scultore Antonio Maraini, l'architetto e urbanista Marcello Piacentini e il conte Ettore Zorzi con alla presidenza Giuseppe Volpi. Acquistata la propria "autonomia"¹³ nel 1930 ha luogo la prima edizione del Festival Internazionale di Musica Contemporanea (probabilmente ispirato al Festival di Salisburgo) e nel 1934 la Biennale ha avviato il Festival Internazionale di Teatro di Prosa, entrambi inizialmente biennali e poi organizzati con cadenza annuale. È questo il contesto in cui c'è un rinnovamento generale e un'aria di ampliamento strutturale dell'istituzione che si inizia ad ideare e ad organizzare la prima Mostra del Cinema di Venezia, la cui prima denominazione è stata di "Esposizione" non causalmente perché voleva essere un richiamo alla tradizionale esibizione al pubblico degli oggetti e dei prodotti della tecnologia moderna, difatti in quel periodo la considerazione del cinema era tale e non veniva reputata ancora arte. Sarà con l'evento veneziano che si contribuirà alla consacrazione del cinema come espressione artistica. La paternità dell'ideazione della, già dalla seconda edizione, Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica è attribuibile a tre figure: Giuseppe Volpi, Antonio Maraini e Luciano De Feo.

Giuseppe Volpi rappresenta una figura di rilievo nel panorama politico ed economico italiano del suo tempo, è stato uno degli artefici fondamentali della Mostra ed è sempre stato impegnato in vari settori, tra cui l'industria, la finanza e la politica. Volpi si arricchisce grazie al commercio di tabacco in Montenegro e successivamente investendo i guadagni nell'industria elettrica, tornato in Italia entra a far parte del Consiglio di amministrazione della Ciga e in seguito al conflitto acquista diverse catene di alberghi. Ma è con l'avvento del fascismo che Volpi riceve più importanza perché Mussolini nel 1921 lo nomina governatore della Tripolitania fino al 1925 quando viene nominato conte di Misurata e ricopre la carica di Ministro delle Finanze. Infine, nel 1928 viene nominato direttore della Biennale. Antonio Maraini è invece uno scultore e critico d'arte nominato dal Partito nazionale fascista come Commissario nazionale del Sindacato fascista delle Belle Arti e nel 1927 viene nominato Segretario Generale della

¹³ Tutte queste iniziative sono state volute, infatti, dal governo fascista che ha manovrato ogni decisione di quel periodo.

Biennale. Infine, ultima figura di rilievo è quella di Luciano De Feo, critico cinematografico e giornalista, nonché pioniere nella promozione del cinema come forma d'arte. La sua passione e competenza nel settore lo hanno reso una figura di riferimento nel contesto cinematografico italiano. Era un grande sostenitore dell'idea che il cinema non è solo intrattenimento ma una reale ed importante espressione artistica. Ciò che è evidente e che non mi porta ad una completa esaltazione di questa genesi è la stretta relazione e dipendenza dal governo fascista.

I tre fondatori della Mostra sono infatti tutti e tre associati al regime fascista e tutti e tre hanno svolto un ruolo cruciale all'interno del regime in termini di divulgazione culturale. Ad ogni modo, seppur in contrasto con i principi fascisti, la prima edizione dell'Esposizione sembra essere molto inclusiva e aperta all'internazionale, queste caratteristiche permettono alla manifestazione veneziana di affermarsi rapidamente. Nel maggio del 1932, in preparazione della prima Esposizione Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia viene istituito un Comitato d'onore presieduto da Louis Lumière e un Comitato esecutivo guidato da Luciano De Feo, con la partecipazione di Antonio Maraini.

La prima edizione si svolge dal 6 al 21 agosto sulla terrazza dell'Hotel Excelsior e la programmazione prevede film provenienti da diversi paesi, tra cui l'Italia, gli Stati Uniti, la Germania, la Francia, l'Urss, la Gran Bretagna, la Polonia, la Cecoslovacchia e l'Olanda. Si enfatizza dal primo momento l'aspetto internazionale dell'evento proponendo le proiezioni dei film in lingua originale con sottotitoli. Nonostante la presenza di una giuria, le medaglie sono state assegnate mediante un referendum fra il pubblico per le diverse categorie. Ad esempio, *"A nous la liberté"* di René Clair riceve la medaglia come film comico. La manifestazione riesce ad ottenere in questi modi ampio consenso sia dalla stampa nazionale che internazionale. Tuttavia, distaccandosi dall'approccio iniziale, il governo fascista mostra veramente poco interesse per l'evento, tanto che Mussolini non concede il patrocinio governativo, nemmeno per la seconda edizione e ciò causa l'iniziale decisione di non istituzionalizzare la Mostra all'interno delle attività previste dalla Biennale. Nell'edizione del 1934 la manifestazione muta il nome da Esposizione a Mostra e il sistema diventa ancora più inclusivo vedendo la partecipazione di diciassette Paesi, questa scelta è mossa dalla convinzione di De Feo per cui il cinema ha un ruolo ben preciso di

rappresentare la vita dei popoli e di essere ambasciatore di conoscenza internazionale.

Dalla terza edizione viene superata l'iniziale indifferenza del potere politico e si apre la strada ad una nuova fase della storia, quella della politicizzazione della Mostra trainata dall'interesse del regime fascista verso il cinema di finzione. Da un punto di vista gestionale si concretizza nel settembre 1934, con la costituzione di una Direzione Generale per la cinematografia (Dcg) che viene posta sotto il controllo del sottosegretario di Stato per la stampa e la propaganda, Luigi Freddi. Lo scopo principale non risulta essere quello di nazionalizzare l'industria quanto di promozione di un cinema che sia spettacolare e d'intrattenimento ed infatti, come è emerso anche dall'approfondimento storico inerente alla situazione sociopolitica berlinese, per questi regimi la cinematografica risulta essere una potentissima arma propagandistica in grado di raggiungere qualsiasi età e classe sociale. Nel 1937, sempre sotto la direzione di Freddi, vengono inaugurati gli studi di Cinecittà. Dal 1935 la Mostra del Cinema di Venezia diventa un evento annuale voluto e strettamente connesso dalla Biennale e al termine di questa edizione viene annunciata come evento internazionale del riferimento della Camera Internazionale del Film (CIF), che a partire dall'anno successivo diventa l'organizzatore ufficiale. La Camera Internazionale del Film ha come principale obiettivo quello di favorire la circolazione dei film europei e creare un mercato commerciale continentale che contrasti la concorrenza americana. L'organigramma della CIF è principalmente composto da membri tedeschi e quindi sotto il governo nazista, ciò causa l'inserimento ufficiale nella sfera della politica cinematografica e culturale del regime. Nel 1937, per evitare qualsiasi tipo di interferenza politica, viene inserito l'articolo all'interno del regolamento secondo cui si stabilisce che la Mostra è un evento libero da qualsiasi ingerenza di carattere politico, anche se il risultato è stato ben differente da quello aspettato, avendo provocato più conflitti che risoluzioni. Fino al 1939 la Mostra rappresenta uno strumento di propaganda fascista premiando film a tema coloniale. Quella del 1937 è un'edizione degna di nota per essere stata la prima a tenersi nel Palazzo del Cinema del Lido, segnando un ulteriore sviluppo nella storia della Mostra del Cinema di Venezia. È impossibile in questo contesto non evidenziare l'iniziale rapporto conflittuale tra la Mostra del Cinema di Venezia e il Festival di Cannes; infatti, il festival francese nasce proprio come reazione all'edizione del 1938 della manifestazione lagunare quando è

stato assegnato ex aequo la Coppa Mussolini al film italiano di Goffredo Alessandrini e al film tedesco "Olympia" di Leni Riefenstahl. Il film di Alessandrini rappresenta uno dei massimi esempi di sforzi fascisti di creare "empire movies", ovvero delle opere cinematografiche in grado di combinare l'intrattenimento alla propaganda. D'altra parte, il documentario di Leni Riefenstahl sulle Olimpiadi di Berlino 1936 ha il principale obiettivo di mostrare le capacità organizzative della Germania Hitleriana alla comunità. Questa doppia premiazione è un evidente messaggio di come l'asse Roma-Berlino transitasse attraverso Venezia. In risposta a questa situazione gli esponenti francesi, americani e britannici lasciano il Lido con l'idea di creare una manifestazione alternativa a quella veneziana, in cui l'aspetto artistico e culturale non è subordinato alle finalità politiche. Nasce l'idea di un festival denominato "*du monde libre*¹⁴".

La politicizzazione dell'iniziativa veneziana viene intensificata con l'approvazione in Italia delle leggi razziali che contribuiscono all'isolamento del paese e nel 1939 la Francia declina l'invito di partecipazione a Venezia. Inoltre, sempre in questa edizione si caratterizza per l'assenza di una delegazione ufficiale americana causato dal decreto italiano che istituisce il Monopolio Film Esteri e che mira a contenere l'ingresso in Italia dei film americani, i cui incassi superano di sette volte quelli dei film nazionali. Nonostante ciò, però non manca la presenza dei divi hollywoodiani che non possono rinunciare all'imperdibile evento veneziano e che soprattutto evidenzia la completa mancanza di sintonia tra i governi e gli addetti ai lavori riguardo l'atteggiamento da adottare. Nel cinegiornale Luce, fondamentale piattaforma di divulgazione fascista, il vero protagonista della Mostra è il ministro della propaganda del Terzo Reich, Goebbels in quanto è stata riservata addirittura un'accoglienza festosa e formale, sia civile che militare, con un corteo sul Canal Grande.

È quella del 1939 un'edizione strana in cui si respira una paradossale atmosfera di spensierata vacanza di un universo che sembra ignorare la prospettiva di una guerra imminente che porta all'interruzione della manifestazione francese.

Nel 1940, nonostante l'ingresso dell'Italia nella guerra, viene comunque organizzata la Mostra del Cinema, denominata per questa edizione anche "Settimana cinematografica italo-germanica" in quanto hanno partecipato tre paesi satelliti a quelli

¹⁴ L.Latil, *Le Festival de Cannes*, cit., pp.14,20. La stessa retorica del festival del mondo libero fu utilizzata durante la Guerra Fredda per connotare il festival di Berlino nato nel giugno 1951.

nazi-fascisti e due neutrali¹⁵. I fili conduttori di questa edizione sono il fascismo, il nazismo e il razzismo che si evidenziano nella proiezione del film “Jud Suss” che presenta uno sguardo favorevole sulla questione legata all’espulsione degli ebrei.

L’edizione del 1941 è più lunga e si assiste ad un ampliamento internazionale seppur sempre limitato all’Europa nazifascista o nazificata, agli Stati collaborazionisti, ai paesi filo-Asse come la Spagna franchista e alcuni paesi neutrali come Svezia e Svizzera. Inoltre, in questo stesso anno, è ricostituita a Berlino la CIF alla cui presidenza è nominato Giuseppe Volpi.

L’edizione del 1942 viene ribattezzata Mostra di Guerra e vede assegnare alla Coppa Mussolini per il miglior film ad un film italiano che narra l’occupazione britannica di una città libica, colonia italiana, concludendosi con la riconquista della città da parte delle truppe italo-tedesche. Questo contesto bellico rende la manifestazione sempre più influenzata dalla propaganda di guerra.

Dopo la Liberazione la Mostra del Cinema si trova di fronte alla sfida di ristabilire la propria posizione nel contesto cinematografico internazionale. Il comitato organizzativo, in particolare, teme che la sospensione dovuta alla guerra e l’emergere di nuove iniziative potessero ridurre l’interesse del mondo cinematografico verso Venezia. Inizialmente, le istituzioni governative non sono coinvolte nell’organizzazione che venne pensata per la prima volta a livello principalmente locale. La preoccupazione di essere stati oramai superati da altre iniziative concorrenti si basa sull’importanza del piano culturale acquisita nella scena internazionale del dopoguerra. La costituzione dell’Unesco nel 1945 ha chiaramente indicato che la cultura deve essere un elemento importante di garanzia per la pace nella nuova comunità internazionale post-bellica.

Altra sfida posta a Venezia è quella legata all’assenza di un grande albergo perché quelli presenti in zona sono stati requisiti dagli alleati o in fase di ristrutturazione. Nel biennio 1946-1947, la Mostra viene svolta infatti a Palazzo Ducale. Altra esigenza per Venezia è quella di assicurarsi nuovamente la presenza di Stati Uniti, Francia, Gran Bretagna e Urss, iniziano però delle trattative tra la Mostra di Venezia e gli organizzatori del Festival di Cannes in cui si decide che il Festival di Cannes ha luogo da settembre ad ottobre e Mostra di Venezia tra agosto e settembre senza il carattere

¹⁵ Svezia e Svizzera

competitivo, prerogativa rimasta a Cannes. Nel 1947 è il turno di Cannes di rinunciare alla competitività e nel 1948 non viene organizzato per problemi di bilancio per cui la Mostra può avere la sua normale fruizione. Nel 1949 si assiste ad un importante ritorno all'attività cinematografica internazionale dopo il periodo bellico e ai compromessi diplomatici con il Festival di Cannes e si avverte il graduale ritorno alla normalità nel settore cinematografico.

In conclusione, la genesi e lo sviluppo della Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia rappresentano un affascinante capitolo della storia cinematografica e culturale del XX secolo. Nata come parte integrante della Biennale d'Arte di Venezia, la manifestazione ha attraversato le fasi di trasformazione significative, dalle prime edizioni prebelliche, attraverso il periodo di politicizzazione durante il regime fascista, fino al dopoguerra quando cercò di riaffermare la sua rilevanza internazionale. Il contesto politico e culturale in cui è emersa la Mostra ha plasmato la sua evoluzione, con influenze che vanno dalle dinamiche della politica fascista alla necessità post-bellica di riaffermare legami culturali internazionali. La competizione e la cooperazione con altri festival, come il Festival di Cannes, hanno aggiunto ulteriori sfumature alla sua storia. Ma, nonostante le sfide e attraverso le trasformazioni, la Mostra del Cinema di Venezia è emersa come un luogo privilegiato per l'esplorazione e la celebrazione del cinema mondiale. La sua capacità di adattarsi alle mutevoli condizioni culturali e politiche ne ha garantito la sopravvivenza e la crescita nel corso dei decenni, confermandola come una delle vetrine più prestigiose per l'arte cinematografica a livello globale.

2.2.1 Struttura e sezioni del Festival

La Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica è organizzata dalla Biennale di Venezia ed è riconosciuta ufficialmente dalla FIAPF¹⁶.

Come si può leggere nel sito ufficiale *“La Mostra si propone di favorire la diffusione del cinema internazionale in tutte le sue forme di arte, spettacolo e industria, in uno spirito di libertà e di dialogo”*¹⁷.

¹⁶ Federazione Internazionale delle Associazioni di Produttori Cinematografici

¹⁷ <https://www.labiennale.org/it/cinema/2024>

Dal 2012 il Direttore della Mostra è Alberto Barbera, un uomo profondamente legato al settore cinematografico sin dagli studi universitari e la sua carriera è stata segnata da collaborazioni significative e da contributi fondamentali a diverse realtà cinematografiche, come l'A.I.A.C.E.¹⁸. Ha prima collaborato, poi diretto il *Festival Internazionale Cinema Giovani* (ora Torino Film Festival) e ha co-diretto il *RING! Festival della Critica di Alessandria*. Barbera ha rivestito il ruolo di consulente e successivamente di Direttore per il Museo Nazionale del Cinema di Torino, contribuendo alla valorizzazione del patrimonio cinematografico e culturale.

Tutto ciò viene riconosciuto nel 2000, quando è stato insignito del titolo di “*Chevalier des Arts et des Lettres*”, il più importante riconoscimento culturale della Repubblica Francese. La leadership di Alberto Barbera ha contribuito a consolidare la reputazione del festival come uno dei più importanti al mondo e la sua lunga carriera ne testimonia un impegno costante per l'eccellenza nel settore cinematografico e per la promozione di un dialogo ricco e stimolante all'interno della comunità cinematografica globale.

La struttura gestionale della Mostra del Cinema è però composta anche dal Presidente della Biennale di Venezia Roberto Cicutto¹⁹ e dal Direttore Generale della Biennale di Venezia, Andrea Del Mercato; emerge dall'organigramma la stretta dipendenza della Mostra alla Biennale.

Le sezioni del Festival si distinguono in una selezione ufficiale composta da 6 programmi e da due sezioni autonome e parallele.

Alla selezione ufficiale sono ammessi solo i film in prima mondiale che non hanno avuto alcuna forma di distribuzione commerciale o diffusione su Internet e non devono aver partecipato in precedenza a nessun'altra manifestazione cinematografica, incluse quelle del paese d'origine. Le diverse sezioni sono così strutturate:

- Il *Concorso Internazionale* presenta un massimo di 21 lungometraggi in prima mondiale assoluta selezionati e premiati da una Giuria Internazionale composta da un massimo di 9 personalità del settore cinematografico e provenienti da diversi Paesi. I premi assegnati in questa categoria sono il Leone

¹⁸ Associazione Italiana Amici Cinema d'Essai

¹⁹ Da marzo salirà in carica il nuovo presidente della Biennale di Venezia: Pietrangelo Buttafuoco.

d'Oro per il miglior film, il Leone d'Argento per la miglior regia e del Gran Premio della Giuria. La Coppa Volpi per la miglior interpretazione femminile e per la miglior interpretazione maschile, il Gran Premio Speciale della Giuria e il Premio per la miglior sceneggiatura; inoltre, viene assegnato anche il Premio Marcello Mastroianni ad una giovane promessa emergente;

- Nel *Fuori Concorso* è dato spazio alle opere significative dell'anno e sono presentati fino a un massimo di 20 titoli, compresi i film prodotti nell'ambito di Biennale College Cinema. La sezione accoglie lavori di autori affermati, film con dimensione spettacolare e forme di originalità espressiva e narrativa, oltre a opere non narrative;

- La sezione *Orizzonti* è composta da un massimo di 19 titoli rappresentativi delle nuove tendenze cinematografiche sia sul piano estetico che espressivo e si focalizza sugli esordi, gli autori emergenti, le cinematografie minori e meno conosciute. Inoltre, include la competizione Orizzonti Corti per cortometraggi di massimo 20 minuti. Anche per questa sezione sono previsti diversi premi assegnati da una Giuria Internazionale composta da un massimo di 7 personalità del settore cinematografico e provenienti da diversi Paesi. I premi sono il Premio Orizzonti per il miglior film, per la miglior regia, per la miglior interpretazione maschile e femminile, per la miglior sceneggiatura, per il miglior cortometraggio e il Premio Speciale della Giuria Orizzonti;

- In *Orizzonti Extra* le opere selezionate sono massimo 10 e non c'è alcun vincolo di genere, durata²⁰ e destinazione. Gli spettatori sono coinvolti attraverso incontri e approfondimenti con autori, interpreti e personalità del mondo dell'arte e della cultura, con l'occasione di assegnare un voto di gradimento per il Premio degli Spettatori Armani Beauty;

- Il *Venice Immersive* è interamente dedicato ai media immersivi dove vengono presentati un massimo di 30 progetti in prima mondiale e/o internazionale;

- *Venezia Classici* è una racconta dei migliori restauri di film classici realizzati nell'ultimo anno e mostrati in prima mondiale. Sono ammessi anche documentari sul cinema e sui singoli autori.

²⁰ Purchè superiore ai 60 minuti.

Le due sezioni autonome e parallele sono invece le *Giornate degli Autori* e la *Settimana Internazionale della Critica* (SIC). La prima è una rassegna in cui sono presentati un massimo di 12 film ed è promossa dall'ANAC²¹ e dall'Associazione 100 Autori; la seconda è una rassegna in cui sono mostrati un massimo di 9 film, che devono essere opere prime, ed è organizzata da una commissione selezionata dalla SNCCI²².

Per quanto riguarda ancora i premi, tutte le opere prime presenti nelle diverse sezioni concorrono per l'assegnazione del *Leone del Futuro - Premio Venezia Opera Prima "Luigi De Laurentiis"*.

Il Direttore, inoltre, propone al Presidente e al Consiglio di Amministrazione l'assegnazione di un massimo di due *Leoni D'Oro alla carriera*. Il primo viene destinato a un regista per il contributo offerto dalle sue opere allo sviluppo dell'arte cinematografica, il secondo è dedicato ad un'attrice o un attore che, attraverso la loro interpretazione hanno contribuito in modo personale ed estetico all'arte della recitazione. Rispetto ad altri importanti festival cinematografici, quali Cannes e Berlino, il Festival del Cinema di Venezia potrebbe presentare un numero inferiore di sezioni, conferendo all'evento un'impronta meno inclusiva.

Tuttavia, questa apparente limitazione è controbilanciata dalla chiarezza e dalla tradizionalità delle sezioni presenti, che si distinguono per la loro semplicità ed enfatizzano una promozione accurata sia delle opere di artisti consolidati che delle produzioni esordienti e sperimentali. Nelle sezioni soprattutto parallele a quella ufficiale viene posto al centro l'arte cinematografica nella sua forma più pura.

Questa scelta riflette una volontà di mantenere salde radici tradizionali e di porre un'attenzione particolare sulla qualità artistica delle opere presentate. In questa cornice, emerge una netta contrapposizione tra il commerciale e il ricercato che però offre un palcoscenico di voci cinematografiche variegata.

Queste strategie contribuiscono a consolidare la reputazione di Venezia come un Festival che valorizza l'autenticità, l'originalità e l'innovazione nel panorama cinematografico mondiale.

²¹ Associazione Nazionale Autori Cinematografici

²² Sindacato Nazionale Critici Cinematografici Italiani

2.3 Venice Production Bridge: il mercato di Venezia

Il mercato cinematografico veneziano si presenta come un contesto caratterizzato da dimensioni più contenute in termini di infrastrutture, progetti e personale, aspetti strettamente connessi non solo alla sua recente fondazione, prende infatti vita nel 2012, ma anche alla disponibilità limitata di risorse infrastrutturali.

Tuttavia, il potenziale del mercato è considerevole, sia per la rinomata fama storica della Mostra sia per le idee innovative che vengono sviluppate e proposte.

Il Venice Production Bridge, come suggerisce già il nome, si focalizza principalmente sull'aspetto della produzione. Questo significa che, pur mantenendo un forte legame con gli aspetti commerciali che sono fondamentali per la nascita di un progetto, l'attenzione è rivolta alla concretizzazione e all'evoluzione delle idee. Emergono in diverse occasioni la prospettiva lungimirante e l'apertura ai nuovi media e ai formati emergenti, concetti che affiorano dalle parole di Pascal Diot, direttore e fondatore del VPB, e di Chiara Marin, responsabile dell'ufficio, nonché ideatrice del progetto BARM. Ciò che caratterizza i progetti approfonditi è la chiara enfasi sulla comunicazione tra attori diversi e questo approccio rispecchia la consapevolezza che il processo cinematografico coinvolge una varietà di figure e competenze, sottolineando la necessità di una collaborazione efficace e di una visione lungimirante per affrontare le sfide e cogliere le opportunità nel panorama cinematografico contemporaneo.

2.3.1 Nascita e sviluppo (Intervista al direttore e fondatore: Pascal Diot)

Per poter ripercorrere la nascita e lo sviluppo del Venice Production Bridge ho potuto affidarmi ai ricordi e alle parole del fondatore e direttore del mercato veneziano: Pascal Diot.

Mi sembra interessante fondere aspetti della vita del direttore con la nascita del Venice Production Bridge per poter capire il contesto e i principali attori che hanno partecipato alla sua realizzazione.

Quella di Pascal Diot all'interno del settore cinematografico è una lunga storia iniziata lavorativamente 44 anni fa. Nel corso dell'adolescenza, ha coltivato con profonda passione l'amore per il cinema e, come ha condiviso durante l'intervista, trascorreva almeno tre serate a settimana al cinema e non perdeva

l'opportunità di guardare numerosi film trasmessi in televisione. Oltre a questa fervente dedizione per il mondo cinematografico, nutriva un vivo interesse per l'editoria, sognando di unire queste passioni e di poter lavorare in questo ambito a livello globale e quindi viaggiando molto. Dopo aver conseguito il diploma, ha deciso di sostenere due test di ingresso: uno per approfondire lo studio della sceneggiatura presso una delle più prestigiose scuole di cinema francesi, l'IDHEC (oggi Femis), e un altro per intraprendere la carriera di giornalista.

Superato quest'ultimo decide di specializzarsi in geopolitica presso una scuola affiliata alla prima radio francese, EUROPE 1. Contemporaneamente e per pagarsi gli studi, lavora per TF1 (Télévision française 1), la principale rete televisiva nazionale, che gli ha offerto l'opportunità di diventare corrispondente estero a Tokyo. A soli 21 anni, ha trascorso due anni in Giappone, terra a cui ancora oggi è strettamente legato soprattutto per quanto riguarda la collaborazione con il Tokyo Film Festival.

Al suo ritorno in patria, l'ex direttore di TF1 e direttore generale del dipartimento audiovisivo del gruppo editoriale Hachette, consapevole della passione di Diot per il cinema, gli propone di rivedere un catalogo di film americani degli anni 40'-50'. Rappresenta questo un momento decisivo in quanto scopre che il gruppo editoriale francese deteneva i diritti mondiali di capolavori come "To be or not to be", "I married a witch", "You only live once", "Foreign Correspondent" e molti altri. Gli è stato quindi chiesto di gestire questa responsabilità, consentendogli di realizzare il suo sogno di viaggiare in tutto il mondo e lavorare nell'entusiasmante mondo del cinema. Inizia così il lavoro, che durerà per 24 anni circa, come agente di vendita internazionale per i più grandi gruppi francesi²³ e direttore del reparto di vendite internazionali per la Pathé. Rispettivamente nel 1998 e nel 2003 fonda le sue società di produzione IDPL e ONOMA con le quali ha prodotto numerosi e importanti film, come "Ame Agarū" scritto e diretto da Akira Kurosawa. Stanco però delle vendite e della produzione, Pascal Diot decide di intraprendere la strada dei mercati del cinema, iniziandoli a creare e a dirigere. Il primo è stato il Dubai Film Market, ad

²³ Hachette, UGC, Canal+.

oggi considerata la piattaforma più importante dell'industria cinematografica degli Emirati Arabi Uniti e strettamente legato al Dubai International Film Festival. Segue poi Frontières, il mercato internazionale di co-produzione di Bruxelles, per poi arrivare a Venezia con il Venice Production Bridge. Ancora, segue l'European Co-Production Forum²⁴ che ha luogo sempre a Bruxelles e di cui è dal 2020 co-fondatore e manager, il Tokyo Gap Financing Market di cui Diot è attualmente direttore. Nel 1999 avviene l'importante incontro tra Pascal Diot e Alberto Barbera, allora già Direttore Artistico della Mostra d'Arte Internazionale di Venezia²⁵. In quell'anno, infatti, viene reso omaggio a Akira Kurosawa durante la Mostra con la proiezione di "*Ame Agar*"²⁶. Una solida amicizia nasce tra i due. Alla fine del 2011, quando Barbera viene nuovamente nominato Direttore Artistico, si rende conto che la Mostra del Cinema di Venezia è l'unico A-Festival senza una sezione dedicata al mercato cinematografico. Pertanto, chiede a Pascal Diot, già responsabile del Dubai Film Market, di formulare una proposta per la creazione di un mercato cinematografico a Venezia. Ben consapevole degli spazi, delle potenzialità e delle strutture dei festival di Berlino, Cannes e Venezia; l'attuale direttore del Venice Production Bridge capisce che non avrebbe senso creare un mercato di compravendita come il Marché du Film o l'EFM in cui ci sono centinaia di stand, soprattutto perché non ci sono le infrastrutture per farlo. Decide quindi di concentrarsi sui produttori e sulla produzione. Il progetto di Pascal Diot viene così approvato dalla Biennale e nel 2012 Alberto Barbera e Pascal Diot danno vita alla prima edizione del Venice Film Market²⁷ e al nuovo mandato della Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia.

La prima edizione è stata per il direttore una vera e propria sfida, non essendoci precedentemente alcun mercato. Uno dei principali problemi dell'epoca era legato al fatto che i professionisti del settore non partecipavano più al festival per cui l'obiettivo della prima edizione è stato certamente quello di attirarli

²⁴ <https://www.coproductionforum.com>

²⁵ Alberto Barbera ricopre la carica di direttore artistico dal 1998 al 2001 per poi essere allontanato per volontà del ministro dei Beni Culturali Giuliano Urbani. Sarà poi nominato nuovamente direttore della Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia nel 2011 di cui ancora oggi ricopre le vesti di direttore artistico.

²⁶ Film già precedentemente sottolineato prodotto dallo stesso Pascal Diot.

²⁷ Dal 2016 Venice Production Bridge

nuovamente e a far reinserire la Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica nelle loro agende professionali. Erano previsti a tal proposito pochi eventi e panel per facilitare il networking tra i distributori, i produttori e gli agenti di vendita. I professionisti che hanno partecipato a questa prima edizione sono stati meno di 500 (mentre nell'ultima del 2023 sono stati 2.900) e il tutto è stato svolto al 3° piano dell'Excelsior, come accade oggi ancora. Per le proiezioni di mercato è stata utilizzata la Sala Pasinetti ed è stata adibita una videoteca digitale con 10 postazioni video sul mezzanino della Sala Visconti.

Nel 2013 nasce il Final Cut in Venice, nel 2014 il Venice Gap Financing Market e nel 2016 il Book Adaptation Rights Market e andremo ad approfondirli successivamente per comprenderne la struttura e il funzionamento, soprattutto per quanto riguarda il BARM.

Quello di Venezia è senza dubbio un mercato con tantissime potenzialità e in via di sviluppo.

2.3.2 Organizzazione

Il principale luogo in cui si svolge il Venice Production Bridge è il 3° piano dell'Hotel Excelsior, sicuramente una location molto suggestiva e dalla posizione privilegiata, con spazi interni suggestivi che permettono di arricchire l'esperienza del mercato veneziano. Tra i tre mercati risulta essere però quello con maggior inefficienza infrastrutturale perché questi spazi non potrebbero mai accogliere numerosi stand come avviene per gli altri due mercati europei e soprattutto perché le zone non sono ben separate tra di loro e questo potrebbe rendere il luogo troppo omogeneo, anche se come spiegato dal direttore, il clima rilassato e allo stesso tempo efficiente permette l'adattamento dei partecipanti, che anzi, apprezzano la conformazione degli spazi. I panel sono organizzati sempre al 3° piano dell'Excelsior e dispongono di una sala dedicata chiamata "Spazio Incontri". I panel sono programmati anche nella Venice Immersive Area, all'interno dello Spazio Incontri Immersivo sull'isola del Lazzaretto Vecchio. Difatti, il Venice Production Bridge con la sua sezione del Venice Immersive Market, che approfondiremo a breve, dispone di spazi sull'incantevole isola del Lazzaretto Vecchio. Oltre ai panel, è possibile organizzare dei Cocktail di

networking nelle due terrazze dell'Excelsior, la *Terrazza dei fiori* e la *Terrazza dei limoni*.²⁸ Altro servizio offerto, comune agli altri due mercati, è il *Market Screenings* che hanno luogo in due sale all'interno dell'area del Festival: la Sala Pasinetti nel Palazzo del Cinema (con 119 posti) e la Sala Volpi all'interno del Palazzo del Casinò (con 149 posti). A queste proiezioni possono prender parte tutti gli Industry Gold e Trade Accreditation, pur essendoci la possibilità di organizzare proiezioni private per buyers selezionati. L'accredito Industry è essenziale per accedere alle aree del Venice Production Bridge, per partecipare alla visione delle proiezioni dedicate all'industria e alla stampa ed accedere ai progetti del Venice Immersive sull'Isola del Lazzaretto Vecchio. Inoltre, l'accredito permette anche di vedere le proiezioni dei film selezionati per il festival. Ci sono tre tipologie di accredito: Gold, Trade e Professional. Gli accrediti Industry *Gold* e *Trade* danno la possibilità ai professionisti di prenotare i meeteng one-to-one per le sezioni del BARM, del VGFM, del FCV e per il Meet the Streamers. Gli accreditati Gold hanno la possibilità di accedere all'area Gold Club e di visionare ed essere visibile all'interno dell'Industry Guide. Viene fatto uno sconto per l'acquisto dei biglietti della Biennale Arte, ricevendo anche la guida gratuita. L'accredito *Gold* è riservato ai distributori, alle piattaforme streaming, ai produttori, ai venditori e alle Film Commission. L'accredito *Trade* può essere richiesto dagli operatori dei festival cinematografici, dagli studi legali che operano nel settore cinematografico, le agenzie pubblicitarie e di talent scout, dai publisher e dalle agenzie che realizzano Broadcast e video. Infine, c'è l'accredito *Professional* che non offre i benefit accessori del Gold e del Trade e che può essere acquistato dagli attori, i compositori, i direttori della fotografia, i registi, gli sceneggiatori, gli ingegneri del suono e quindi da tutti gli operatori tecnici che operano nell'ambito cinematografico e musicale.²⁹

L'*Industry Guide* è il catalogo che contiene i nominativi, i ruoli e i contatti di tutti i partecipanti al Venice Production Bridge. Si tratta di una sorta di vetrina del mercato che offre ai professionisti la possibilità di sapere chi prenderà parte agli eventi del VPB e permette loro di pianificare incontri con gli altri professionisti.

²⁸ <https://veniceproductionbridge.org/venues>

²⁹ <https://www.labiennale.org/en/cinema/2024/industry-accreditation>

Sono diverse i progetti organizzati e gestiti dal mercato veneziano e nei successivi paragrafi si andrà ad approfondirne la singola struttura.

2.3.2.1 Venice Immersive Market

Il *Venice Immersive Market* ha luogo sull'isola del Lazzaretto Vecchio che durante i giorni della Mostra prende il nome di Venice Immersive Island. Sull'isola sono presentati i film selezionati per il concorso Venice Immersive attraverso installazioni o stand, è possibile anche trovare i progetti immersivi del Venice Gap-Financing Market e della Biennale College Cinema VR. È presente un'area espositiva riservata alle istituzioni, i fondi pubblici e privati che supportano VR/XR/AR, le società di VFX e post-produzione che sono connesse ai contenuti immersivi. Sull'isola del Lazzaretto Vecchio, durante il Venice Production Bridge, oltre alle altre attività di esposizione immersiva gestite direttamente dalla Mostra del Cinema, si articolano una serie di attività e progetti. In particolare, si tengono gli incontri one-to-one del Venice Gap-Financing Market, che come già visto permettono ai partecipanti di stabilire connessioni dirette e soprattutto potenziali accordi di finanziamento per le proprie opere. In aggiunta, l'isola ospita vari eventi di networking, fornendo un ambiente informale per la creazione di connessioni e scambi di idee tra i professionisti del settore cinematografico che hanno un interesse e approccio innovativo verso le nuove tecnologie. Parallelamente, si organizzano anche panel, offrendo opportunità di discussione e approfondimento su temi rilevanti nell'ambito non solo cinematografico ma anche tecnologico e soprattutto sulla fusione di questi due aspetti.

2.3.2.2 Meet the streamers

Meet the Streamers è il ponte tra le piattaforme VOD/SVOD europee e internazionali e i distributori internazionali, i detentori di diritti e i professionisti del settore dell'audiovisivo. Il ruolo delle piattaforme streaming è sempre più rilevante tanto da essergli dedicato un'intera

sezione, per l'appunto denominata "Meet the Streamers". Gli streamers provenienti da tutto il mondo hanno la possibilità di presentare i propri servizi sia attraverso sessioni di discussione, sia attraverso gli incontri. Le piattaforme di streaming SVOD/VOD europee e internazionali selezionate per partecipare al programma sono circa 10 e la principale attenzione è sempre rivolta alle potenziali coproduzioni internazionali. Per agevolare le interazioni, i professionisti avranno la possibilità di richiedere incontri one-to-one con le piattaforme attraverso un'apposita area all'interno del sito web. Come per tutti gli altri progetti, per partecipare è necessario essere in possesso dell'accredito Industry Gold o Trade.

2.3.2.3 Europe in Focus

Europe in Focus è un progetto molto recente, nato nel 2021, con l'obiettivo di condurre un'analisi approfondita sull'industria cinematografica di una determinata nazione per fornire uno sguardo dettagliato sugli sviluppi, le sfide e le opportunità caratterizzanti di quello specifico panorama cinematografico contemporaneo. L'elemento rilevante è la partecipazione di una delegazione di professionisti provenienti dalla nazione/dalle nazioni selezionate che rappresentano un diversificato spettro di attori chiave nell'industria cinematografica, inclusi rappresentanti di fondi pubblici, festival cinematografici, produttori, agenti di vendita e distributori. L'intenzione è quella di promuovere una discussione interculturale e multidimensionale, in cui le prospettive e le pratiche provenienti da contesti diversi possano convergere e contribuire alla comprensione più approfondita delle dinamiche dell'industria cinematografica, delle strategie di finanziamento, delle tendenze emergenti e delle sfide affrontate dalla comunità cinematografica. Il Focus inaugurale è stato quello dei Paesi Bassi, seguita nel 2022 dalla Francia e da Taipei. Nell'ultima edizione sono state messe in risalto le produzioni della Germania e del Quebec. Già dalla seconda edizione emerge chiaramente che il focus non si limita esclusivamente all'Europa. Al contrario, la tendenza è quella di selezionare una nazione europea e

una città al di fuori dell'Europa per concentrare l'attenzione e approfondire le dinamiche cinematografiche in contesti diversi. Una scelta che evidenzia l'obiettivo di creare una piattaforma inclusiva e globale che affronti le sfide e le opportunità che caratterizzano l'industria cinematografica a livello internazionale, osservando prospettive culturali e geografiche diverse.

2.3.2.4 Venice-Gap Financing Market

Il *Venice-Gap Financing Market* nasce nel 2014 con il nome di *European-Gap Financing Co-Production Market* e nella sua prima edizione i progetti selezionati erano 15 tra fiction e documentari, nell'ultima edizione i progetti selezionati sono stati 48, di cui 34 fiction e documentari e 14 progetti immersivi. Questa sezione viene offerta anche dagli altri due mercati analizzati, ma quello di Venezia pone l'accento sul *Gap* perché i progetti europei e internazionali selezionati, a differenza degli altri, sono già nella loro fase finale di sviluppo e finanziamento, si potrebbe dire che manca il 30% per il completamento del prodotto cinematografico. Anche il VGFM ha una durata di tre giorni, strutturati per presentare prima i progetti e successivamente organizzare gli incontri one-to-one tra i team dei progetti (composti solitamente da produttore e regista) e i decision-maker del settore (quali produttori, finanziatori pubblici e privati, banche, distributori, piattaforme Internet e video, istituzioni, società di post-produzione...). Sono diversi i progetti selezionati negli anni che hanno avuto una buona diffusione negli altri circuiti festivalieri, di seguito sono riportati alcuni esempi rilevanti negli anni. È complicato effettuare un'analisi più dettagliata poiché non risultano dati accessibili quelli legati all'effettivo finanziamento perché, come vedremo successivamente per il BARM, il dato che viene analizzato principalmente è il numero di incontri e di partecipanti.

Nel 2016 tra i progetti selezionati è presente "*Breve Historia del Planeta Verde*" del regista argentino Santiago Loza che ha avuto un riscontro positivo ed una circolazione ampia a livello mondiale; infatti, è stato selezionato a Berlino nella sezione Panorama ed ha vinto due Teddy

Award, è stato presentato a Cannes e a Rotterdam e ha vinto il festival di Buenos Aires³⁰. Sempre nello stesso anno, uno dei progetti selezionati è stato “*L’Intrusa*”, un film dell’italiano Leonardo Di Costanzo che ha successivamente ottenuto riconoscimenti significativi, come due Nastri D’Argento per la miglior sceneggiatura e per il miglior sonoro in presa diretta, inoltre è stato presentato successivamente a Cannes nella Quinzaine des Réalisateurs. Altro progetto italiano selezionato nello stesso anno è “*Alien Food*” di Giorgio Cugno, anche in questo caso il progetto è stato selezionato per essere proiettato in un circuito festivaliero, nello specifico all’interno della competizione ufficiale dell’Alexandria Mediterranean Countries Film Festival in Egitto per l’edizione del 2023³¹. Nell’edizione del 2018 tra i numerosi progetti selezionati c’è “*And they may still be alive today*” del regista rumeno Tudor Cristian Jurgiu presentato al Transilvania International Film Festival. Altro esempio è il film “*Robe of Gems*” della regista Natalia Lopez Gallardo in competizione alla Berlinale del 2022 e vincitrice dell’Orso d’Argento. Il progetto, precedentemente intitolato “*Supernova*” era stato selezionato per il Venice Financing Gap del 2021. Questi pochi esempi spalmati negli anni aiutano a comprendere l’utilità prodotta dal VGFM, che risulta un progetto efficiente che ha raccolto importanti risultati con un grande riscontro anche negli altri festival cinematografici, sicuramente un’inefficienza che, come anticipato, si evidenzierà anche successivamente, sono i criteri di monitoraggio dei progetti che però delineano la strategia del mercato veneziano principalmente rivolta all’affluenza. Chiaramente in questa critica è importante tener conto il rapporto affluenza in termini di partecipazione e gestione del progetto rispetto alla mole di lavoro e di personale disponibile. Un trade off che ha un peso non indifferente in questi termini di ricerca.

³⁰ <https://www.theopenreel.it/catalogo-film/breve-historia-del-planeta-verde/>

³¹ https://www.fctp.it/news_detail.php?id=5065

2.3.2.5 Final Cut in Venice

Final Cut in Venice è stato il primo progetto a prender forma, nel 2013. Si presenta sotto forma di workshop, mirando a fornire un supporto concreto ai film provenienti dall’Africa, Iraq, Giordania, Libano, Palestina e Siria, al fine di consentire il completamento del film e solitamente, infatti, si tratta di pellicole grezze che necessitano di post-produzione. Il workshop ha la durata di tre giorni, in cui le copie di lavorazione dei sei (massimo) film selezionati sono presentate ai distributori, compratori, produttori, società di post-produzione e programmatori di festival cinematografici. Le giornate si concludono con la premiazione di premi in natura o in denaro che mirano a fornire il supporto economico per la fase di post-produzione, inoltre, viene nominato un progetto vincitore del premio in denaro di 5.000€ “*La Biennale di Venezia Prize*” con lo scopo di supportare il miglior film nella post-produzione. Il premio è assegnato da una giuria che cambia e che solitamente è composta da tre società. I premi sono già fissati prima e quelli dell’ultima edizione sono stati i seguenti:

Finanziatore	Ammontare del premio	Scopo
Laser Film (Italia)	15000€	Per la color correction di un lungometraggio per un massimo di 50 ore (tecnico compreso).
Red Sea Fund (Red Sea International Film Festival)	5000€	Per l’utilizzo che ne vuole fare il destinatario del premio.
Studio A Fabrica (Francia)	15000€	Per il mixaggio del suono di un lungometraggio (per un max di 12 giorni il mixer non è incluso).
TitraFilm (Francia)	10000€	Fino a:

		<ul style="list-style-type: none"> - 3000€ per la produzione di un master DCP, i-Tunes, Google o Netflix; - 5000€ per il color-grading; - 2000€ per sottotitoli in francese o inglese (traduzione esclusa).
Sub-Ti Ltd (UK)	7500€	Per la produzione del master DCP e dei sottotitoli in italiano o inglese.
Sub-Ti Access Srl (Italia)	7500€	Per rendere accessibile il film a un pubblico con disabilità (es. sottotitoli per non udenti e ipoacustici e autodescrizioni per non vedenti e ipovedenti).
Rai Cinema (Italia)	5000€	Per una prima negoziazione per l'acquisizione dei diritti di sfruttamento della Free TV sul territorio italiano e obbligo di menzione "in collaborazione con Rai Cinema Spa" nei titoli di testa dell'opera.
Festival del Cinema di El Gouna	5000\$	Destinati ad uno dei progetti arabi con invito a partecipare alla piattaforma industriale CineGouna.
Cinémathèque Afrique dell'Istitut Francais (Francia)	4000-6000€ a seconda del genere, della durata e dei territori disponibili del film	Per l'acquisizione dei diritti di trasmissione non commerciali e non esclusivi per sette anni.

Festival International du Film d'Amiens	2500€	Per partecipare ai costi di produzione di un DCP.
Festival International de Films de Fribourg	2500€	Per partecipare ai costi di produzione di un DCP.
MAD Solutions	13000€	10000€ per un lungometraggio o 3000€ per un documentario, per il marketing, la pubblicità e la distribuzione nel mondo arabo per un progetto arabo (ad eccezione di progetti già finanziati da MAD Solutions).
Eye on Films	2500€	Per presentare il film a distributori e festival affiliati all'EoF + Contribuire alla comunicazione del film durante la sua anteprima mondiale in un A-Festival.
Organisation Internationale de la Francophonie	5000€	Come rimborso dei servizi di post-produzione forniti da società con sede in Europa o in OACPS (tranne Sudafrica)

Nel caso del Final Cut in Venice è possibile accedere a più informazioni in quanto sono specificate direttamente nel report finale annuale pubblicate sul sito ufficiale al termine delle giornate di mercato. L'analisi che verrà svolta in merito a questo progetto sarà quella di testare l'efficienza valutando gli effettivi riscontri e sviluppi che hanno avuto i progetti selezionati per ricevere i finanziamenti.

Di seguito una tabella in cui è riportato il nome del progetto, il nome del regista e la provenienza, i finanziamenti totali ricevuti (valutati in € ma che comprendono anche finanziamenti tecnici che sono convertiti

comunque in denaro) e la diffusione successiva; si valutano i progetti del 2019 e del 2022 per cui verranno destinate due tabelle differenti.

2019				
Nome del progetto	Regista	Provenienza	Finanziamenti totali ricevuti	Diffusione
<i>En Route Pour Le Milliard</i>	Dieudo Hamadi	Africa	5000€	Festival di Cannes, Festival Internazionale del Film di Toronto, Festival Internazionale del Film di Amiens
<i>MICA</i>	Ismael Ferroukhi	Marocco	35000€	Giffoni Film Festival, Cinéma du réel Festival
<i>MAKONGO</i>	Elvis Sabin Ngaibino	Repubblica Centraficana	35000€	FilmMakerFest,
<i>Nardjes, A., Mars 2019</i>	Karim Ainouz	Algeria	21500€	MedFilm Festival,

Nel 2019 il progetto selezionato per l'assegnazione de La Biennale di Venezia Prize è il documentario africano “*En Route Pour Le Milliard*” del regista Dieudo Hamadi³², pellicola che è stata selezionata nel 2020 al Festival di Cannes e nello stesso anno presentato anche al Festival Internazionale del Film di Toronto. Sono diversi i premi ricevuti, come il Gran Prix Documentaire al Festival Internazionale del Film di Amiens. In questa stessa edizione i finanziatori hanno dato il proprio supporto ad altri tre film, quali “*MICA*” del regista franco-marocchino Ismael Ferroukhi³³ che nel 2021 è stato presentato nella sezione in concorso al Giffoni Film Festival³⁴ e diversi altri festival come il Cinemania

³²

https://veniceproductionbridge.org/sites/default/files/documenti/file/pr_the_numbers_of_the_venice_production_bridge.pdf

³³

https://veniceproductionbridge.org/sites/default/files/documenti/file/pr_the_numbers_of_the_venice_production_bridge.pdf

³⁴ <https://www.giffonifilmfestival.it/film-giffoni-edizione-2021/4990-mica.html>

Francophone Film Festival in Canada, El Gouna Film Festival in Egitto e l'Angouleme Francophone Film Festival in Francia³⁵.

2022				
Nome del progetto	Regista	Provenienza	Finanziamenti totali ricevuti	Diffusione
<i>Inshallah a boy</i>	Amjad Al Rasheed	Egitto, Giordania, Arabia Saudita, Qatar	5000€ (La Biennale di Venezia Prize) + 19500€	<ul style="list-style-type: none"> • Settimana della Critica al Festival di Cannes; • Karlovy Vary International Film Festival; • Toronto International Film Festival; • Proiettato in oltre 20 festival e ha vinto 11 premi.³⁶
<i>Black Light</i>	Karim Bensalah	Algeria, Francia, Qatar	45000€	Montpellier Mediterranean Film Festival.
<i>The Cemetery of Cinema (Au Cimetière de la pellicule)</i>	Thierno Souleymane Diallo	Francia, Senegal, Guinea	15000€	Berlinale nella sezione Panorama.
<i>Suspended</i>	Myriam El Hajj	Libano, Francia, Qatar	23000€	Marrakech International Film Festival e Berlinale 2024 nella sezione Panorama.

³⁵ <http://mad-distribution.film/movies/movie1115361.php>

³⁶ <http://mad-distribution.film/movies/movie1115382.php>

Anche per l'edizione del 2022 è evidente che ogni film finanziato ha poi avuto una significativa diffusione all'interno di vari circuiti festivalieri, alcuni dei quali di grande rilevanza nel panorama cinematografico internazionale. Questa analisi dimostra l'importanza e l'efficacia di sfruttare diverse piattaforme ed eventi per promuovere e far conoscere le opere cinematografiche finanziate. Il progetto del Final Cut in Venice si è quindi rivelato un meccanismo efficace nel fornire supporto finanziario e tecnico alle opere ancora in fase grezza, ed infatti i risultati ottenuti da questo programma sono stati tangibili e di grande risonanza, contribuendo attraverso i finanziamenti alla realizzazione di film di qualità. Questo programma ha dimostrato di essere non solo un'opportunità per i registi emergenti di trasformare le proprie visioni in opere cinematografiche complete e tutto ciò pone l'enfasi sull'importanza dell'inclusione e del sostegno, promuovendo la produzione di film di alta qualità.

2.3.2.6 BARM (Intervista a Chiara Marin)

Il *Book Adaptation Rights Market* è un mercato focalizzato sulla cessione dei diritti per l'adattamento cinematografico o televisivo di opere letterarie, fu voluto e ideato da Pascal Diot nel 2016, su imitazione dei progetti inerenti all'editoria degli altri mercati cinematografici e ha subito evoluzioni sostanziali sotto la guida di Chiara Marin a partire dal 2018. La sua iniziativa ha rappresentato un radicale cambiamento rispetto alle dinamiche tradizionali di presentazione editoriale, poiché, a differenza degli altri mercati cinematografici presi in esame, quali Cannes e Berlino, a Venezia gli editori hanno l'opportunità di esporre l'intera gamma dei titoli contenuti nel proprio catalogo, anziché limitarsi a presentare una singola opera.

La sua prima edizione, curata con la consulenza di Virginia Franz, coinvolse 15 case editrici che ebbero la possibilità di presentare, come già sottolineato, l'intero catalogo, stabilendo così un nuovo standard nella promozione letteraria nell'ambito cinematografico.

Dal 2018, sotto la supervisione di Chiara Marin, il BARM ha abbracciato un approccio più inclusivo, incorporando non solo case editrici, ma anche agenzie letterarie tra gli interlocutori della catena di trasformazione da libro a schermo. Altro aspetto significativo del percorso evolutivo del BARM è stato il suo impegno crescente verso una prospettiva extra-europea. Questo sforzo è stato enfatizzato nel 2023 con la partecipazione della rinomata casa editrice giapponese Kodansha, famosa soprattutto per la produzione di manga. La sua inclusione ha ampliato ulteriormente le frontiere del BARM, creando un ponte culturale che ha consentito l'interazione tra le produzioni letterarie extra-europee e i potenziali adattamenti cinematografici o televisivi. Riprendendo invece la discussione sulle agenzie letterarie, è importante sottolineare il loro ruolo cruciale come intermediari tra gli autori e le case editrici. In particolare, nel periodo in cui Chiara Marin ha scelto di integrarle, queste agenzie si caratterizzavano per un approccio economicamente più flessibile rispetto agli editori e questa flessibilità consentiva una comunicazione più agevole e proficua con i produttori, in quanto entrambe le parti potevano interagire utilizzando un linguaggio condiviso. Va sottolineato come tale sinergia facilitava notevolmente il processo di collaborazione. In linea generale per, una delle difficoltà riscontrate dalla responsabile del BARM è quello di gestire le dinamiche complesse di comunicazione tra editori e produttori, due entità con obiettivi e approcci distinti. Questa complessità richiede una strategia di comunicazione efficace, una delle missioni centrali del progetto del mercato veneziano. L'obiettivo è "educare" entrambe le parti a comunicare in modo sinergico, superando le barriere tra mondi apparentemente disparati per raggiungere obiettivi comuni. Inoltre, per anticipare gli incontri effettivi del Book Adaptation Rights Market, vengono organizzati panel specifici ed è svolto un lavoro preliminare volto a creare un ambiente propizio per la collaborazione tra editori e produttori. Tali iniziative non solo facilitano le interazioni, ma fungono anche da catalizzatori per una comprensione più profonda delle dinamiche editoriali e cinematografiche, promuovendo l'obiettivo ultimo di facilitare adattamenti letterari di successo nel contesto

cinematografico e televisivo. Ogni anno il numero di editori è in continua crescita, ritrovando in Venezia un eccellente punto di incontro con i produttori.

Un'altra caratteristica distintiva è la sua pratica annuale di dedicare un focus ad un genere specifico, la prima edizione ha visto protagonisti i fumetti ed è stato nel 2022 per volontà di Chiara Marin. Nell'ultima edizione, il BARM ha posto l'attenzione sui libri per bambini e ragazzi, evidenziando la rilevanza e la diversità di questo genere, esplorando le molteplici possibilità offerte da opere indirizzate a un pubblico giovane. Nel 2024, il BARM ha scelto di spostare i riflettori verso il genere Crime e Thriller³⁷. Questa scelta strategica riflette l'adattabilità e la versatilità del mercato nel rispondere alle tendenze e agli interessi del momento. Concentrarsi su opere appartenenti a questo genere specifico offre un'opportunità unica in linea con le tendenze del mercato odierno. Reputo che questo approccio tematico non solo aggiunge una dimensione dinamica al BARM, ma serve anche a catalizzare l'attenzione su un genere letterario particolare, fornendo una cornice di riferimento per i produttori interessati al genere specifico. La scelta di dedicare un focus annuale sottolinea l'impegno del BARM di essere all'avanguardia, abbracciando nuove prospettive e rispondendo alle mutevoli esigenze del panorama cinematografico. Nel paragrafo successivo, esamineremo l'evoluzione quantitativa del Book Adaptation Rights Market nel corso del tempo, analizzando il modo in cui si è sviluppato negli anni e i risultati prodotti.

2.3.2.6.1 Clusterizzazione dei partecipanti ed evoluzione nel tempo

³⁷ <https://veniceproductionbridge.org/book-adaptation-rights-market-aug-30-sep-1>

L'analisi che verrà svolta in questo paragrafo andrà a studiare in maniera quantitativa lo sviluppo e la partecipazione delle case editrici e delle agenzie letterarie nel contesto del BARM. I criteri che guideranno la clusterizzazione sono il numero di partecipanti, la provenienza e la dimensione aziendale (Leading e piccole realtà). Va sottolineato che il BARM monitora e documenta principalmente la componente editoriale, mentre la tracciatura dei produttori risulterebbe complessa data la loro presenza più ampia e variegata. Inoltre, il BARM fornisce un approfondimento dettagliato sulle case editrici e le agenzie letterarie attraverso una brochure descrittiva, mettendo in risalto le realtà aziendali e i cataloghi presentati. Prima di procedere con l'analisi, è importante chiarire la decisione di non concentrarsi sul numero specifico di accordi conclusi nei vari anni presi in considerazione. Questa scelta è motivata da diverse ragioni, come sottolineato nell'intervista con Chiara Marin, il mercato della vendita di diritti è un mercato che richiede tempistiche molto lunghe, il processo per raggiungere l'accordo finale infatti prevede diverse trattative, raggiungimento di compromessi, valutazioni, richieste e accordi che chiaramente si sviluppano nel corso del tempo e, di conseguenza, in diverse sedi. Difatti, un incontro avvenuto per la prima volta a Venezia può non concludersi nella stessa sede, ma ad esempio a Cannes o a Francoforte e, viceversa, un accordo concluso effettivamente a Venezia potrebbe essere il risultato di una serie di incontri avvenuti precedentemente per mediazione di altri attori. Concentrarsi subito sui dettagli numerici, seppur potrebbe sembrare una scelta poco economicamente accettabile, tralascerebbe il significato e l'obiettivo fondamentale del BARM, ovvero essere un ponte tra l'editoria e la produzione, un punto di incontro annuale essenziale per i professionisti del settore. Successivamente però si procederà ad un'analisi, in base alle informazioni inerenti agli accordi conclusi e accessibili dal sito del Venice Production Bridge, andare ad indagare l'effettiva produzione del film e la dinamica distributiva. Per la prima parte dell'indagine relativa all'evoluzione partecipativa degli editori, gli anni che verranno presi in esame sono:

- Il 2016, ovvero l'anno in cui si è svolta la prima edizione;
- Il 2021, che rappresenta l'anno in cui il mercato ha dovuto fronteggiare il Covid-19;
- Il 2022, l'anno successivo al Covid-19 per capire le conseguenze e la rapidità con cui ci si è ripresi;
- Il 2023, anno dell'ultima edizione svoltasi.

Le prime fasi della clusterizzazione consistono nella raccolta e nell'analisi dei dati, le principali fonti sono reperibili dal sito del Venice Production Bridge, dove per ogni edizione è dedicata una brochure contenente tutti i partecipanti dell'edizione. Successivamente i dati raccolti sono stati raggruppati in un file Excel ed analizzati. I risultati sono sintetizzati nella seguente tabella distinta in termini di partecipazione negli anni.

	Numero partecipanti	Provenienza	Dimensione aziendale
2016	15	Completamente Europea (con prevalenza di presenza francese).	Prevalenza di piccole realtà e quattro editori leading.
2021	27	Maggior presenza italiana (è l'edizione del Covid), comunque sempre forte la presenza Europea ed in particolare di Germania e Francia.	Maggior presenza di compagnie leading e di grandi editori.
2022	33	Prima apertura reale all'extra europeo con la presenza di una casa editrice di Taipei. Costanza della presenza nazionale e dei paesi europei quali Francia e Germania.	Costante prevalenza dei grandi editori e compagnie leading in maggior misura rispetto alle piccole realtà.
2023	40	Ulteriore apertura all'extra-europeo con presenza anche del Giappone, per la prima volta.	Costanza nella predominanza di big e leading.

		Incremento costante della presenza nazionale ed europea.	
--	--	--	--

Quello che si evince dall'analisi è la crescente partecipazione degli editori e un'apertura graduale verso l'extra-Europa. Dalla prima edizione sono stati coinvolti e molti di essi sono rimasti per tutte le edizioni, soprattutto grandi realtà considerate leading nel settore, per lo più nazionale. Ritroviamo nomi come Feltrinelli, Mondadori, DeAgostini, ma ampio spazio viene lasciato anche alle piccole realtà che non partecipano però non costanza e continuità. L'apertura è evidente e soprattutto nell'ultima edizione del BARM con la presenza di realtà come quella di Kodansha, storica realtà giapponese produttrice e distributrice soprattutto di manga. Per quanto riguarda la provenienza delle case editrici e delle agenzie letterarie oltre alla provenienza italiana, c'è un'importante presenza di realtà editoriali soprattutto francesi, seguite da case editrici tedesche; è questo un dato importante per comprendere i legami tra nazioni in termini di accordi di partecipazione.

2.3.2.6.2 Effetti e risultati – Valutazione delle connessioni prodotte

L'analisi condotta offre una panoramica importante sull'evoluzione e la partecipazione delle case editrici e delle agenzie letterarie nel contesto della vendita di diritti per gli adattamenti cinematografici. La crescente partecipazione degli editori, soprattutto le grandi realtà considerate leader nel settore, sia a livello nazionale che internazionale, testimonia l'importanza e la rilevanza del BARM come punto di incontro chiave per i professionisti del settore. Inoltre, l'apertura seppur graduale verso l'extra-Europa, con la presenza di realtà come Kodansha, riflette una volontà di

tendere verso una maggiore diversificazione e internazionalizzazione degli editori presenti. Questa volontà potrebbe essere una scelta strategica legata anche al fatto che nei circuiti festivalieri sono sempre di più i titoli provenienti da nazioni non europee, come il Giappone. Altra evidenza tratta dall'analisi è la presenza predominante ma costante negli anni di case editrici e agenzie letterarie francesi e tedesche, oltre quelle italiane, e ciò sottolinea l'importanza dei legami tra nazioni nel contesto degli accordi di adattamento e delle collaborazioni internazionali. In definitiva, il BARM si conferma come un punto di riferimento essenziale all'interno dei mercati afferenti ai circuiti festivalieri cinematografici per facilitare e consentire nuove opportunità di collaborazione e di sviluppo di progetti innovativi nell'ambito degli adattamenti cinematografici di libri.

Passando invece all'analisi che andrà ad evidenziare l'effettiva realizzazione e poi distribuzione dei diritti acquistati dal sito del Venice Production Bridge e in particolare nelle brochure del Book Adaptation Rights Market sono menzionati una serie di accordi conclusi negli anni e per ognuno di essi andremo a scoprire l'effettiva realizzazione, laddove sono state ritrovate informazioni in merito. La premessa a questa sezione di approfondimento è che non c'è tracciamento effettivo degli accordi conclusi anno per anno e questo potrebbe scaturire un pensiero critico giustificato poi da una scelta strategica. Infatti, la monitorizzazione degli effettivi accordi conclusi è un dato fondamentale per dimostrare l'efficienza del funzionamento, d'altro canto dando la possibilità agli editori di presentare l'intero catalogo e l'importante numero di editori presenti, l'enorme quantità di incontri che vengono programmati (560 in tre giorni, rispetto ai 450 del 2022³⁸) e tenendo sempre ben presente la peculiarità delle tempistiche lente e prolungate di questo genere di accordi è complicato adottare un monitoraggio efficace e improntato sull'analisi dei risultati considerata anche la scarsa presenza di personale. Inoltre, il Venice Production Bridge sembra essere più concentrato sulla cura dei professionisti presenti sul posto che sul dover dimostrare all'esterno la

³⁸ https://veniceproductionbridge.org/sites/default/files/documenti/file/pr_numbers_of_the_vpb_2023_0.pdf

qualità e credo che per un mercato in evoluzione sia importante curare la domanda più che essere vetrina di sé stessa, almeno nella fase iniziale di assestamento e di sviluppo.

Per tornare all'analisi vera e propria la tabella che segue riporta gli accordi conclusi che sono stati pubblicati sul sito, nello specifico è riportato il nome della casa editrice o dell'agenzia letteraria che ha venduto e il nome del titolo venduto, la casa di produzione che ha acquistato con relative provenienze e la diffusione successiva.

Casa editrice/ Agenzia letteraria	Provenienza	Titolo	Casa di produzione	Provenienza
Mondadori Libri SPA	Italia	<i>Rapito</i>	RAI Cinema e Kavak Film	Italia
Feltrinelli Group	Italia	<i>Prima del traguardo (Before the Finish Line)</i>	Indigo Film e Lungta	Italia
Feltrinelli Group	Italia	<i>La cattura</i>	Cattleya	Italia
Diogenes Verlag AG	Germania	<i>The Fire</i>	Rohfilm Factory	Germania
Diogenes Verlag AG	Germania	<i>The End of Loneliness</i>	Village Roadshow Pictures	Australia
Grupo Planeta	Spagna	<i>The Camp</i>	Good Chaos	UK
Matriochkas	Francia	<i>Encabanée</i>	Haut&Court	Francia
Matriochkas	Francia	<i>Sauvages</i>	Haut&Court	Francia
Matriochkas	Francia	Bivouac	Haut&Court	Francia
Tunué srl	Italia	<i>7 CRIMINI</i>	Lotus Production Srl - Leone Film Group	Italia
Tunué srl	Italia	<i>Stagione di caccia</i>	Livia Mastrangelo's Mastrangelo Cinematografia	Italia

Tunué srl	Italia	<i>Kraken</i>	Draka Production	Italia
Grandi & Associati	Italia	<i>Spatriati</i>	DUDE	Italia
Malatesta Literary Agency	Italia	<i>Storia di Mila</i>	Minerva Pictures	Italia
Malatesta Literary Agency	Italia	<i>Italiana</i>	The Apartment	Italia
Malatesta Literary Agency	Italia	<i>Morante Moravia</i>	Lucky Red	Italia

Di seguito, invece, la tabella che riporta la diffusione del titolo acquistato per l'adattamento a film o serie.

Titolo	Genere	Titolo adattamento	Diffusione
<i>Rapito</i>	Film	<i>Rapito</i>	Festival di Cannes
<i>Prima del traguardo (Before the Finish Line)</i>	Serie	<i>Il caso Alex Schwazer</i>	Netflix
<i>La cattura</i>	Nessuna informazione	Nessuna informazione	Nessuna informazione
<i>The Fire</i>	Film	<i>Someday We'll Tell Each Other Everything</i>	Berlinale
<i>The End of Loneliness</i>	Film	Nessuna informazione	Nessuna informazione
<i>The Camp</i>	Nessuna informazione	Nessuna informazione	Nessuna informazione
<i>Encabanée</i>	Nessuna informazione	Nessuna informazione	Nessuna informazione
<i>Sauvagines</i>	Nessuna informazione	Nessuna informazione	Nessuna informazione
Bivouac	Nessuna informazione	Nessuna informazione	Nessuna informazione
<i>7 CRIMINI</i>	Serie	<i>7 Crimini</i>	In lavorazione
<i>Stagione di caccia</i>	Film	<i>Stagione di caccia</i>	In lavorazione

<i>Kraken</i>	Film	<i>Kraken</i>	In lavorazione
<i>Spatriati</i>	Serie	<i>Spatriati</i>	In lavorazione
<i>Storia di Mila</i>	Serie	<i>Storia di Mila</i>	Nessuna informazione
<i>Italiana</i>	Nessuna informazione	Nessuna informazione	Nessuna informazione

La casa editrice Feltrinelli nel 2021 ha venduto i diritti del libro “*Prima del traguardo*” a Indigo Film e Lungta la cui produzione ha condotto alla realizzazione di una docuserie Netflix uscita nel 2023 e basata sulla storia del marciatore italiano Alex Schwazer intitolata “*Il caso Alex Schwazer*”. Grandi&Associati ha invece venduto per il romanzo di Mario Desiati e vincitore nel 2022 del Premio Strega “*Spatriati*” alla casa di produzione milanese Dude, attualmente è in produzione e maggiori notizie si sapranno tra febbraio e marzo 2024, l’autore del libro in più interviste ha ammesso di non poter rivelare nulla riguardo allo sviluppo della serie TV che presto verrà diffusa³⁹. Durante la sesta edizione del Venice Production Bridge sono stati venduti i diritti di “*Storia di Mila*” a Minerva Pictures da Malatesta Literary Agency e diventerà una serie TV, la stessa agenzia letteraria ha venduto i diritti di “*Italiana*” alla casa di produzione The Apartment. Mentre Tunuè ha ceduto i diritti di “*7 Crimini*” per la realizzazione di una serie tv alla famosa Lotus Productions – Leone Film Group⁴⁰. Di queste vendite però non c’è ancora alcuna effettiva o programmata diffusione.

Un traguardo importantissimo nato nel circuito del BARM è la vendita da parte di Mondadori Libri SPA di “*Rapito*” a RAI Cinema e Kavak Film da cui è stato realizzato l’omonimo film diretto da Marco Bellocchio e presentato a Cannes nel 2023 concorrendo per la Palma d’Oro e che ha vinto o ricevuto la nomina a diversi Nastri d’Argento. Il film ha ricevuto anche un Globo D’Oro come miglior film e un Ciak D’Oro come migliore attrice protagonista. La Tunuè ha venduto i diritti anche per “*Kraken*” nel 2022 alla Draka Production

³⁹ <https://www.quotidiano.net/magazine/cinema-serie-tv/mario-desiati-spatriati-84411d85#:~:text=Milano%2C%2023%20settembre%202022%20%2D%20%27,diventerà%20presto%20una%20serie%20TV.>

⁴⁰ https://veniceproductionbridge.org/sites/default/files/documenti/file/2022_vpb_barm_brochure.pdf

per la realizzazione di un fantasy che attualmente è in sviluppo⁴¹ e “*Stagione di caccia*” alla Livia Mastrangelo’s Mastrangelo Cinematografica che nel 2021 è risultato tra i vincitori di Alliance 4 Development, un’iniziativa del Locarno Film Festival, attualmente però risulta ancora in lavorazione⁴². Alla luce di queste evidenze la maggior parte degli accordi conclusi sono in lavorazione, mentre le serie e i film già prodotti hanno avuto un riscontro positivo e più che positivo nel caso di “*Rapido*”. È anche vero che la realizzazione di un prodotto cinematografico, soprattutto quando c’è la necessità di reperire fondi e risorse non è un processo veloce ed infatti i progetti portati a termini sono stati prodotti da grandi realtà come RAI Cinema e Indigo Film.

La maggior parte dei diritti venduti, per cui non è disponibile alcuna informazione sono accordi conclusi nelle ultime due edizioni del mercato, questo giustifica l’assenza di diffusione perché la realizzazione di un film richiede tempo, soprattutto per questioni di budget. Tutto ciò però chiarisce quello che è già stato sottolineato e che si andrà ad evidenziare anche successivamente che il Venice Production Bridge è un mercato in sviluppo con ottime potenzialità ma che necessita di consolidarsi e di migliorare alcuni aspetti strutturali e organizzativi.

2.4 Edizione del 2023 in numeri e confronto con l’edizione del 2022

L’anno 2023 ha visto il Venice Production Bridge ricevere un significativo sostegno dalla commissione Europea attraverso due programmi chiave: il MEDIA Programme e il Creative Europe. Questi programmi sono stati progettati per offrire un solido supporto alle industrie cinematografiche e audiovisive europee, promuovendo lo sviluppo, la produzione e la distribuzione di progetti nel panorama cinematografico continentale. La partnership con la Commissione Europea ha ulteriormente rafforzato il ruolo del Venice Production Bridge come piattaforma cruciale nel facilitare la collaborazione e la crescita del settore cinematografico a livello europeo, contribuendo alla realizzazione di progetti innovativi e ambiziosi.

⁴¹ <http://www.draka.it/production/progetti/kraken/>

⁴² <https://filmitalia.org/it/film/2/149403/>

Per fare un confronto in termini numerici con l'edizione precedente, invece, la presenza è incrementata del 17,2%⁴³ rispetto al 2022 e del 66,65% rispetto al 2021. Nel corso degli ultimi anni, si è registrato quindi un costante aumento della partecipazione al Venice Production Bridge. Nel 2021, il numero totale di partecipanti è stato di 1742, aumentato a 2477 nel 2022 e ha raggiunto il picco di 2903 professionisti che hanno acquistato l'accredito Industry nel 2023.

Questo trend ascendente evidenzia la crescente rilevanza e attrattiva della piattaforma veneziana. per i professionisti dell'industria cinematografica internazionale, consolidandone la sua posizione come uno dei punti di riferimento nel panorama internazionale del cinema.

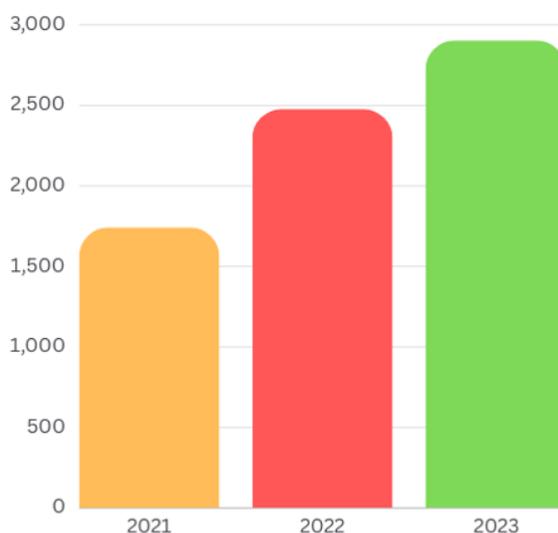


Tabella 8- Elaborazione personale sul confronto sulle presenze degli anni 21-22-23

Nell'analisi comparativa tra le edizioni del 2022 e del 2023 del Venice Production Bridge si rileva un'interessante tendenza di crescita in vari ambiti.

Un elemento significativo è rappresentato dal Venice Gap-Financing Market, che ha visto una considerevole espansione nella presentazione di progetti, passando da 244 nel 2022 a 283 nel 2023. Di questi, sono stati selezionati 48 progetti, sottolineando l'entusiasmante aumento della partecipazione e dell'interesse da parte degli operatori del settore. Per quanto riguarda il Book Adaptation Rights Market è emerso un

⁴³ Stima effettuata da me sulla base dei dati trovati sul report pubblico del sito ufficiale del Venice Production Bridge.v

incremento sostanziale nella presenza di case editrici e agenzie letterarie ed infatti nel 2022, hanno partecipato 32 entità, mentre nel 2023 questa cifra è aumentata a 40. Emerge un rinnovato interesse e coinvolgimento da parte del settore editoriale nelle opportunità offerte dal VPB. Ancora, i Market Screenings, che costituiscono un importante elemento di condivisione e diffusione di progetti cinematografici, hanno registrato un aumento significativo, passando da 34 proiezioni nel 2022 a 57 nel 2023. Questo indicatore riflette una maggiore attenzione e partecipazione alle iniziative di screening proposte dal VPB e soprattutto come il mercato veneziano riesce comunque a lottare contro il problema legato alla scarsità infrastrutturale. Infine, il progetto Final Cut ha evidenziato una notevole crescita presentando 72 progetti nel 2023 rispetto ai 63 dell'anno precedente. Questi dati complessivi delineano una tendenza positiva di crescita e coinvolgimento nell'ambito del VPB, confermando il ruolo centrale di questo evento nell'industria cinematografica. Di seguito un grafico che sintetizza questi risultati.

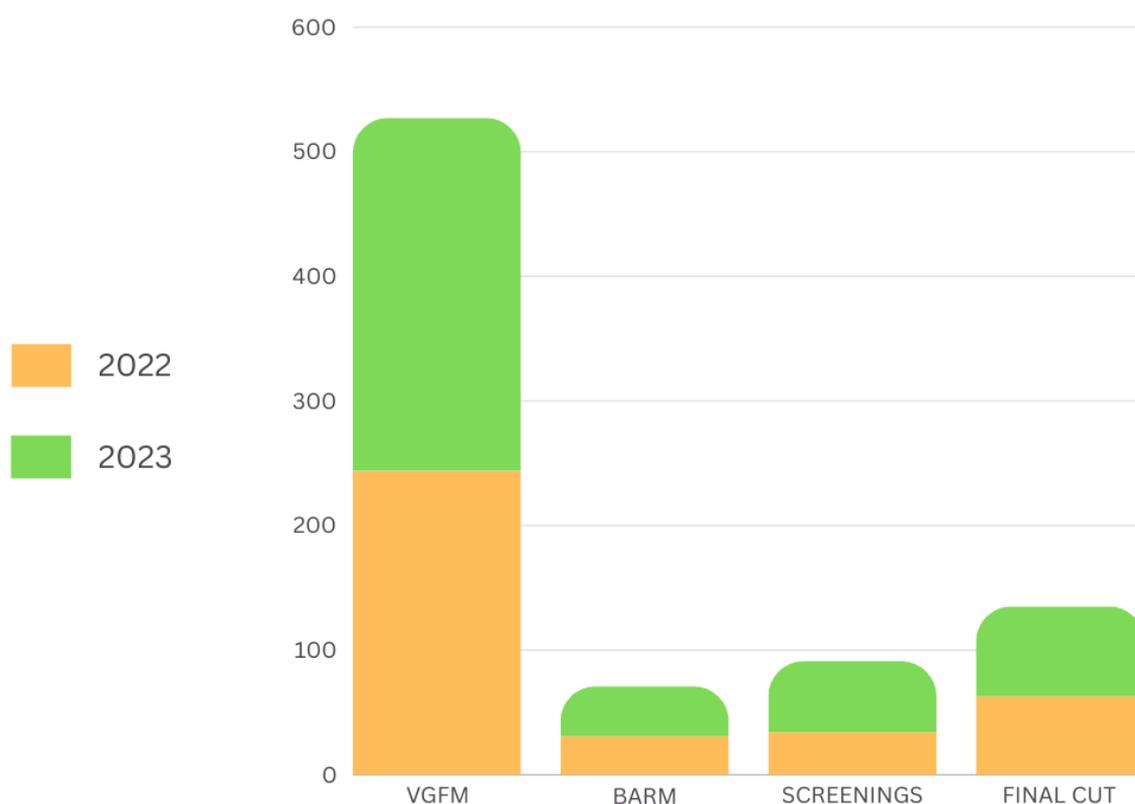


Tabella 9- Elaborazione personale sulle presenze dei progetti per gli anni 2022-2023

2.5 Conclusione: difficoltà e punti di forza derivanti dall'analisi

Alla luce dell'approfondita analisi condotta sul Venice Production Bridge, con un'attenzione particolare rivolta al Book Adaptation Rights Market, emergono chiaramente i punti di forza e le vulnerabilità di questa organizzazione che, nonostante le sfide affrontate si conferma come l'epicentro del mercato cinematografico legato ai festival in Italia. Nelle stesse interviste con Pascal Diot e Chiara Marin, ho cercato di individuare gli elementi su cui il mercato veneziano concentra le sue potenzialità e gli ostacoli che sembrano limitarne l'espansione. Esporrò prima quelli individuati dagli intervistati e successivamente elaborerò quelli individuati da me. Entrambi i portavoce concordano che il punto di forza sia senza alcun dubbio quello di essere strutturato come un mercato "di produzione" in cui la partecipazione potrebbe essere considerata limitata rispetto a quella del Marché du Film e dell'European Film Market che si presentano come due mercati "di distribuzione", ma sicuramente di qualità. Altro punto di forza individuato dal direttore è il posizionamento all'avanguardia nell'industria

immersiva grazie alla sezione *Venice Immersive*, da oramai più di 7 anni. Un forte accento viene posto anche all'atmosfera che avvolge i giorni di mercato al Lido, un'atmosfera generalmente rilassata ma efficiente che rende Venezia una piattaforma unica di networking, in quanto tutti sono concentrati in un perimetro limitato. Chiaramente sono diversi anche i punti di debolezza, quelli individuati da Diot e Marin sono principalmente legati al costo elevato del soggiorno a Venezia e le date, perché si svolge a fine estate e a ridosso dell'inizio dell'anno scolastico nonché risulta essere vicino anche all'inizio dell'International Film Festival di Toronto. Chiara Marin, infine, evidenzia anche la difficoltà e la dispendiosità legata alla logistica. Effettivamente è un discorso totalmente differente rispetto agli spostamenti che si possono avere a Cannes e a Berlino. Trasportare materiali, prodotto e servizi è molto dispendioso in laguna e a maggior ragione al Lido.

Per quanto riguarda quello che ho ricavato da questa ricerca, innanzitutto, individuo tra i progetti proposti dal Venice Production Bridge moltissime potenzialità legate al Book Adaptation Rights Market che si presenta come un punto in cui convergono grandi e piccoli editori proveniente sempre di più da tutto il mondo.

Inoltre, ho notato che in un modo o nell'altro e sintetizzando all'estremo i tre mercati sono abbastanza standardizzati nella proposta e ciò che li differenzia è solo lo sviluppo dei progetti e piccoli dettagli, che però rendono unica una singola esperienza e attirano in prevalenza un determinato tipo di professionista del settore. Un punto importante per me, per quanto riguarda l'esperienza veneziana, sono la cura e l'innovatività i motori portanti, secondo cui tutto viene progettato e avendo avuto l'occasione di lavorare al suo interno ho potuto percepire in prima persona tutto ciò, si cerca sempre di capire come potersi implementare l'anno successivo e si vive questa continua propensione verso il miglioramento.

Inoltre, concentrandomi sul BARM, i plus di consentire agli editori di presentare tutto il proprio catalogo e i focus annuali sono caratterizzanti e permettono la netta differenziazione dalle proposte francesi e tedesche in merito alla sezione editori-produttori. Per quanto riguarda il Venice-Gap Financing Market, è sempre un progetto proposto in maniera eccellente dagli altri due mercati, ma come ha voluto sottolineare tanto anche Chiara Marin, a Venezia si ha la possibilità di presentare un progetto quasi finito e ciò è indice di apertura e di inclusione. Il discorso sulla dedizione alla crescita

e al costante miglioramento è applicabile all'intero sistema veneziano, che si caratterizza come un mercato in continua evoluzione.

Il Venice Production Bridge non può essere considerato un mercato "finito" ma è percepibile la prospettiva di una crescita costante e proficua nel tempo, come evidenziato anche dai dati analizzati precedentemente. Individuo personalmente altri due significativi ostacoli, che impediscono ancora un confronto diretto con Cannes e Berlino e riguardano la limitatezza infrastrutturale e di personale, la seconda è strettamente legata alla prima. Per quanto riguarda il limite infrastrutturale è evidente nei Market Screening che sono nettamente inferiori a quelli effettuati dagli altri due mercati e soprattutto per Berlino, che dispongono di molte sale cinematografiche in più, ma da un punto di vista interno e quindi il mio, questo limite colpisce anche gli altri progetti perché considerando che gli incontri one-to-one si svolgono praticamente nelle stesse giornate reputo ci sarebbe difficoltà ad accogliere un numero più consistente di progetti e di editori. Questo problema colpisce anche la realizzazione di panel e workshop, perché disponendo di un'unica sala dedicata a queste sezioni non possono svolgersi simultaneamente più incontri formativi e divulgativi.

Per quanto riguarda la questione del personale credo che sia molto ridotta rispetto al quantitativo di cui ci si potrebbe caricare ed è per lo più personale stagionale. Avendo il Marché du Film reso pubblico il numero di dipendenti dell'ufficio durante il festival e durante tutto l'anno il paragone è possibile ed è abissale la differenza. Il mercato francese è composto permanente da 30 dipendenti che arrivano ai 700 durante lo svolgimento del mercato, quello veneziano non arriva nemmeno alla metà di questi numeri in termini di personale. Un altro punto su cui si dovrebbe lavorare, a mio avviso, è legato alla comunicazione.

Sia l'EFM che il Marché Du Film godono di una pagina Instagram a loro dedicata in cui credano fidelizzazione con i professionisti del settore durante tutto l'anno ed inoltre, il mercato berlinese ha anche un podcast attivo tutto l'anno e che viene incrementato giornalmente durante i giorni di attività festivaliera.

Reputo però che nonostante da questa mia ultima analisi sembrano esserci più punti di debolezza che sono tutti elementi che potrebbero essere limitanti internamente, perché nel concreto l'ambiente che si vive è veramente efficiente e produttivo, ma facendo il confronto con gli altri due mercati presi in esame è scontato evidenziare questi punti.

È molto forte la collaborazione e la volontà di collaborare tra i tre principali mercati cinematografici europei di Berlino, Cannes e Venezia ed infatti Pascal Diot sottolinea come ci si invita sempre reciprocamente a prender parte e a scambiarsi alcune informazioni.

CAPITOLO 3 – Un confronto comparato delle tre realtà analizzate: Berlino, Cannes e Venezia

In quest'ultimo capitolo ci si occuperà di tirare le somme mettendo a confronto prima le tre realtà festivaliere di Cannes, Berlino e Venezia per poi approfondire la comparazione dei tre relativi mercati, dapprima attraverso le singole analisi SWOT e poi successivamente mettendo in luce i progetti di collaborazione delle tre organizzazioni. In questo modo sarà possibile tracciare le peculiarità di queste organizzazioni festivaliere scindendo anche i differenti percorsi strategici di differenziazione e di distinzione che rendono comunque Cannes, Berlino e Venezia momenti unici e inimitabili, sia da un punto di vista festivaliero che di mercato cinematografico.

3.1 Approccio critico ai contenuti dei festival

La seguente riflessione critica vuole porre l'attenzione sui contenuti specifici dei festival analizzati in ottica descrittiva in precedenza, l'obiettivo è quindi quello di comprendere in che modo i tre importanti sistemi festivalieri cinematografici influiscono sull'esterno, in termini di presenza agli Oscar, per esempio.

Piuttosto altro interessante punto di approfondimento è capire le tendenze nelle assegnazioni dei premi per stabilirne l'eterogeneità o l'omogeneità negli anni.

Per Berlino il red carpet (e non solo) si è spesso configurato come un terreno fertile attraverso cui trasmettere messaggi socialmente e politicamente impegnati e sono diversi gli esempi che mettono in evidenza questa tendenza.

Nel 2019, per l'appunto, in un periodo segnato da diverse tensioni legate alle discriminazioni e agli abusi di genere nell'industria cinematografica, l'organizzazione cinematografica berlinese ha deciso di assumere una posizione chiara e netta a favore delle donne. Infatti, la retrospettiva della sessantanovesima edizione è stata dedicata

alle registe che hanno operato in Germania tra il 1968 e il 1999 ed un ulteriore segnale inviato in questa edizione è stata la scelta di assegnare la maggior parte dei premi onorari, come l'Orso d'Oro alla Carriera all'attrice britannica Charlotte Rampling o il premio Berlinale Kamera alla regista e sceneggiatrice belga Agnès Varda, quindi figure femminili di spicco nel settore cinematografico.⁴⁴ Infine, in merito a questo caso, la quota delle registe donne nella sezione in concorso si è presentata in una percentuale nettamente alta rispetto alle presenze internazionali degli altri circuiti festivalieri.⁴⁵

Da sottolineare e in linea con la strategia intrapresa è la scelta della Berlinale di non assegnare un premio per i migliori attori e le migliori attrici protagonisti/e e non protagonisti/e, ma inglobare un unico premio per la miglior interpretazione protagonista e uno per la miglior interpretazione non protagonista⁴⁶. Un altro caso emblematico e che riguarda la recente edizione del 2023 è la continua solidarietà espressa al popolo ucraino, a partire dal discorso tenuto in differita dal presidente Volodymyr Zelensky alla cerimonia di inaugurazione. La settantatreesima edizione ha dimostrato anche come il red carpet possa essere utilizzato per esprimere solidarietà e non solo abiti firmati e diamanti, ed infatti la realizzazione di una manifestazione durante il red carpet a sostegno dell'Ucraina ha contribuito a veicolare un fortissimo messaggio sia politico che sociale in un contesto assolutamente internazionale. Questa importante attenzione del festival su questioni rilevanti e sensibili si riflette anche nella selezione dei titoli in concorso, o meglio, nella tendenza della Berlinale di accostare ai grandi nomi conosciuti in tutto il mondo, molti più titoli di registi che propongono un cinema più ricercato e sperimentale. L'assegnazione dei premi a Berlino negli ultimi tre anni risulta relativamente omogenea, mantenendo una percentuale costante di assegnazione di onorificenza a registi, attori o sceneggiatori tedeschi; inoltre, seppur presente in programmazione è praticamente assente la quota statunitense tra i premiati, mentre è facile trovare Francia, Spagna e Corea, ma anche l'Europa centro-orientale (come Ungheria, Romania, Polonia) sia in programma che tra i beneficiari di premi. Anche questo sembra un chiaro messaggio del tipo di proiezione che vuole essere offerto e dell'impronta che si vuole dare al festival che ha acquistato fama internazionale non dedicandosi esclusivamente alle apparenze ma puntando

⁴⁴ <https://www.eurobull.it/venezia-cannes-berlino-le-eterne-guardiane-del-cinema-europeo?lang=fr>

⁴⁵ <https://www.berlinale.de/en/archive/yearbooks/2019.html>

⁴⁶ <https://ilbolive.unipd.it/it/news/nuova-berlinale-senza-distinzioni-genere>

principalmente sul contenuto e sulla promozione innanzitutto della cinematografia europea, aprendosi anche alle nazioni su cui però solitamente non sono puntati i riflettori internazionali degli altri circuiti principali festivalieri.

Andando invece a riflettere sul festival francese, vediamo che seppur sin dall'inizio viene scelto un luogo elitario e di destinazione prediletta per un turismo di lusso, è un'iniziativa fortemente voluta dagli intellettuali francesi per contrastare la politicizzazione della Mostra del Cinema di Venezia e per creare un *festival du monde libre*⁴⁷ e come ha scritto il Guardian in un articolo del 2022 il festival di Cannes è stato "concepito come una kermesse di resistenza, come forma di reazione all'evento fascista di Venezia"⁴⁸⁴⁹. In realtà però il Festival di Cannes si presenta come un'organizzazione assolutamente elitaria in cui nella competizione principale si vedono sempre le stesse personalità internazionalmente estremamente affermate. Il centro nevralgico che da sempre ha caratterizzato Cannes sono le controversie, legata alla tradizione del pubblico di esprimere il proprio giudizio durante i titoli di coda. Il circuito festivaliero di Cannes sembra essere il trampolino di lancio per i registi già affermati di proporre un film insolito, che faccia parlare e che generi opinioni contrastanti. In merito sono innumerevoli gli esempi nei settantasei anni di vita del Festival, come la presentazione nel 2002 del controversissimo e spietato thriller di Gaspar Noé "Irreversibile", per nulla apprezzato dal pubblico e dalla critica per essere estremamente crudo. Per portare un esempio meno recente, nel 1976, alla ventinovesima edizione del Festival di Cannes, è stato presentato in anteprima il capolavoro di Martin Scorsese "Taxi Driver" che però è stato oggetto di dibattito in quanto metà degli spettatori erano in delirio e l'altra metà del pubblico fischiava⁵⁰, ed inoltre il presidente di giuria non si è esentato da numerose critiche. Tutto ciò non ha impedito però di assegnare al film di Scorsese la Palma D'Oro e di diventare successivamente un evergreen della cinematografia. È molto interessante il rapporto che questi circuiti hanno con gli Oscar, ed in particolare l'evoluzione del rapporto che ha avuto Venezia a partire dalla direzione artistica di Alberto Barbera. Infatti, c'è sempre stata un collegamento diretto tra l'Academy americano e i tre circuiti festivalieri europei e tutti gli anni è sempre presente tra le nomination un film proveniente dal

⁴⁷ L.Latit, *Le Festival de Cannes*, cit., pp.14,20.

⁴⁸ <https://www.theguardian.com/film/2022/may/16/cannes-film-festival-2022-top-gun-elvis-triangle-sadness>

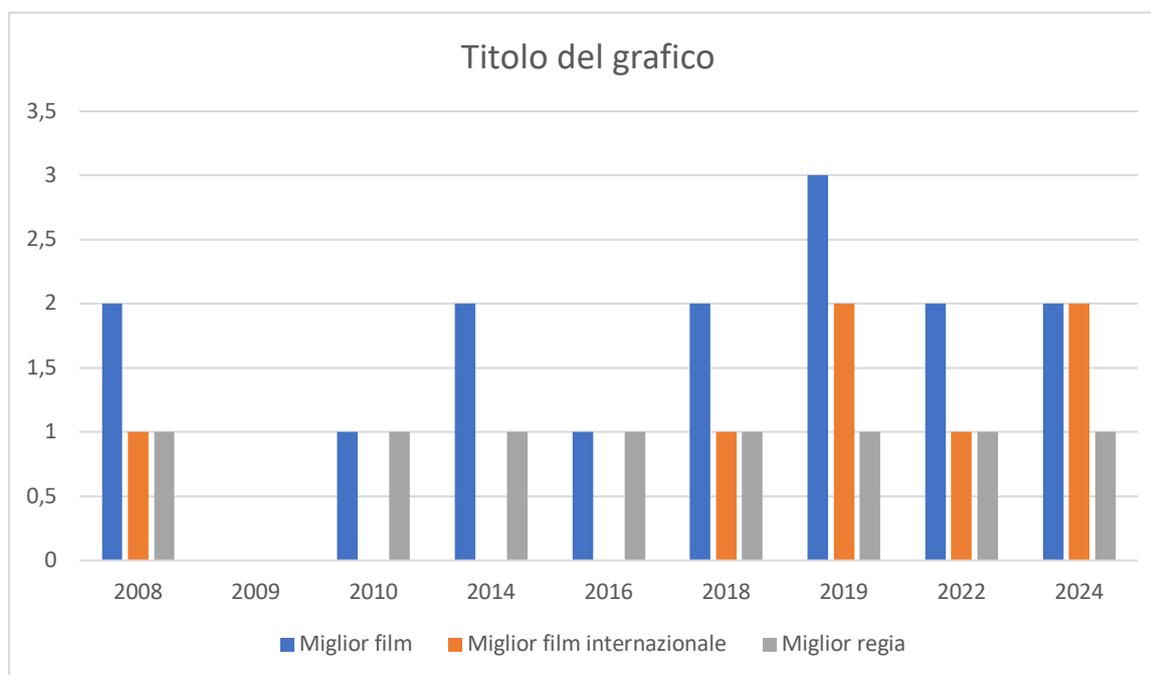
⁴⁹ <https://www.ilpost.it/2022/05/17/festival-di-cannes-storia-successo/>

⁵⁰ <https://www.vogue.it/news/article/film-piu-controversi-festival-cinema-cannes>

Festival di Cannes, non sempre invece dalla Mostra del Cinema e in misura ancora minore dalla Berlinale. Analizzando le premiazioni degli Oscar negli anni, ed in particolare a partire dal 2008, c'è stato un andamento crescente della presenza delle pellicole presentate a Venezia (in media una ogni due anni), fino al 2012, anno in cui è stato nominato direttore artistico Alberto Barbera. Dal suddetto anno la presenza del festival veneziano è diventata sempre più costante e sempre maggiore, basti pensare che nel 2018 sono state nominate due pellicole come miglior film, di cui una è stata anche vincitrice di quattro premi⁵¹, stiamo parlando del film *“La forma dell’acqua – The Shape of Water”* di Guillermo del Toro e J.Miles Dale. Nel 2019 i film nominati provenienti da Venezia sono aumentati a tre e l’andamento è rimasto coerente. L’ultima edizione che si terrà l’11 marzo 2024 vede la nomina di diversi film presentati alla 80. Mostra di Venezia; *“Poor Things”* di Yorgos Lanthimos, vincitore del Leone d’Oro ha ricevuto undici nomine (come miglior film, miglior regista, miglior attrice protagonista, miglior attore non protagonista, miglior sceneggiatura non originale, miglior fotografia, miglior scenografia, migliori costumi, miglior trucco e acconciatura, miglior colonna sonora originale e miglior montaggio), *“Maestro”* di Bradley Cooper invece concorre in sette sezioni (come miglior film, miglior attore protagonista, miglior attrice protagonista, miglior sonoro, miglior trucco e acconciatura, miglior fotografia e miglior sceneggiatura originale). Altri film nominati alla novantaseiesima edizione dei premi Oscar, presentati alla ottantesima di Venezia, sono *“Io Capitano”* di Matteo Garrone, *“La Sociedad de la nieve”* di Juan Antonio Bayona e *“El Conde”* di Edward Lachman.

Di seguito una sintesi analitica per capire l’evoluzione in termini di presenze agli Oscar di Venezia, tenendo presente che si terrà conto solo delle nomine per le categorie di *miglior film*, *miglior film internazionale* e *miglior regista* ed inoltre che il 2012 è l’anno di nomina alla direzione artistica dell’evento festivaliero veneziano di Barbera.

⁵¹ Oltre il premio come miglior film ha infatti ricevuto il premio per miglior regista, migliore scenografia e migliore colonna sonora.



Nel 2016 e nel 2018 viene vinto dai film precedentemente presentati a Venezia la statuetta per *miglior film*. Nel 2018, nel 2019 e nel 2022 ricevono il premio come *miglior regia*, e nel 2019 il film in concorrenza per la sezione *miglior film straniero* viene decretato vincitore. I festival cinematografici si configurano come delle importantissime vetrine di distribuzione, un trampolino di lancio per essere presentati ad altri eventi internazionali ed accedere alle piattaforme streaming per favorire la diffusione del progetto. Per quanto riguarda le piattaforme streaming, è evidente la connessione che intercorre tra Venezia e Netflix, ed infatti molti film presentati all'evento lagunare sono prodotti e poi distribuiti dalla piattaforma statunitense, analizzando solo l'ultima edizione della Mostra ben sei, tra lungometraggi e cortometraggi, presentati a Venezia sono già disponibili sul portale streaming; a differenza di Cannes e Berlino dove i film delle ultime edizioni non sono ancora disponibili. In conclusione è possibile affermare che Alberto Barbera, Carlo Chatrian e Thierry Fremaux seguono strategie ben definite per raggiungere obiettivi che nel caso della Berlinale si distaccano leggermente dal Festival di Cannes e dalla Mostra di Venezia, queste ultime infatti prevedono una programmazione fatta di nomi grandi, cinema d'autore e grande distribuzione mentre il festival berlinese offre una programmazione che è volta ad allargare gli orizzonti, che vuole far sentire nuove voci e soprattutto che apre le porte alla sperimentazione.

3.2 Analisi SWOT dei tre mercati

Per condurre una conclusione efficace di questa ricerca ritengo cruciale, alla luce di tutto ciò che è stato posto in evidenza in maniera descrittiva e ai fini del confronto finale dei tre mercati, effettuare tre analisi SWOT per identificare in modo chiaro e sintetico i punti chiave, sia positivi che negativi, valutare l'efficienza nello sfruttamento delle opportunità e verificare se le strutture sono in grado di contrastare le possibili minacce. L'analisi SWOT è uno strumento di valutazione strategica utilizzato con lo scopo di comprendere cosa può ostacolare il raggiungimento degli obiettivi (*Threats*), quali sono le occasioni che potrebbero essere ricavate dall'ambiente esterno (*Opportunities*), ed evidenziare quali sono gli aspetti positivi interni in termini di risorse, competenze, reputazione ecc.. (*Strengths*), ma anche quali sono gli aspetti interni che potrebbero rappresentare degli ostacoli e sono rappresentati dalle carenze di risorse, mancanza di competenze, processi inefficaci (*Weaknesses*)⁵².

Le analisi saranno effettuate nell'ordine seguito dalla tesi, per cui si inizierà con quella riguardante l'European Film Market, seguita da quella dedicata al Marché du Film per concludere con l'analisi SWOT del Venice Production Bridge. Gli elementi compositivi dell'analisi sono una mia elaborazione ottenuta dalla ricerca effettuata e dalle interviste svolte, per cui le fonti non sono solo sia interne che esterne, ma derivano anche da deduzioni personali.

Infine, i tre mercati sono ognuno a proprio modo consolidati, per cui ne deriverà una prevalenza di punti di forza e di opportunità in quanto si sta andando ad analizzare realtà strutturate in maniera funzionale e collaudata da anni di esperienza e che godono di una fortissima reputazione e ampissima partecipazione.

3.2.1 European Film Market

L'European Film Market è un mercato estremamente dinamico e forte, agevolato anche da diverse opportunità offerte dall'ambiente esterno e legato non solo alla posizione geografica ben collegata e alla presenza di mezzi di trasporto efficienti, ma anche alla posizione strategica in cui ha luogo l'intero evento festivaliero e di mercato ovvero Potsdamer Platz, si configura, infatti, come centro importante della città di Berlino. Allo stesso tempo, però, tra le

⁵² Principi di marketing. Diciassettesima edizione. – Kotler P., Armstrong G., Ancarani F., Costabile M. – Pearson (2019)

minacce ho incluso due fattori che potrebbero essere rilevanti e che sono i cambiamenti del settore e la collocazione temporale. Per quanto riguarda il primo threats è un elemento che potrebbe presentarsi come minaccia comune a tutti e tre, ma ho deciso di inserirlo solo per la valutazione dell'EFM e in quella successiva del Marché du Film perché questi due mercati si configurano, come sottolineato già più volte, come due mercati “*di distribuzione*” e visto il crescente consolidamento di piattaforme streaming e di digitalizzazione nel lungo periodo potrebbero emergere la necessità di adattare i servizi offerti rispetto alle evoluzioni della domanda. Come anticipato, i punti di forza risultano nettamente maggiori rispetto ai punti di debolezza e non è difficile da pensare visto il modo ottimale in cui funziona il mercato e l'apprezzamento ricevuto dai professionisti del settore che si traduce in partecipazione costante e crescente. Tra le strengths era impossibile non menzionare le infrastrutture disponibili e gli spazi interni che permettono lo sviluppo di un'offerta ampia e variegata e ciò si traduce in numerose proiezioni di mercato, in primis, che infatti rappresentano un ulteriore punto di forza proprio come alcuni progetti presenti solo nel circuito del mercato berlinese come il Podcast e la sezione delle Startup EFM. Di riflesso all'anima di Berlino, strettamente legata ai diritti e all'attività politica e sociale, così anche l'EFM in linea con la Berlinale cercano di essere attivi socialmente proponendo diverse iniziative che permettono ai giovani, piuttosto che ai talenti provenienti da diverse realtà, senza dimenticarsi delle “minoranze”, di credere nella realizzazione dei propri progetti. Ampio spazio viene dedicato quindi agli investimenti e allo sviluppo. In conclusione, i weaknesses principali sono legati ai costi di partecipazione ed è questo un fattore evidenziato anche da Beki Probst durante l'intervista, in quanto partecipare è dispendioso e spesso non consente la partecipazione di più professionisti con posizioni differenti della stessa società. L'ampia varietà dell'offerta rappresenta indubbiamente un aspetto positivo nell'ambito di un mercato cinematografico in cui convergono un'eterogeneità di personalità con esigenze diverse. Tuttavia, è importante notare che questa stessa diversità potrebbe essere un elemento che contribuisce alla dispersione, creando la possibilità di minore attenzione ai dettagli nei confronti dei progetti meno consolidati e robusti e una propensione meno forte a migliorarne alcuni aspetti. La necessità di gestire una vasta

gamma di proposte potrebbe comportare sfide nell'assicurare un'attenzione equa e accurata a ogni singolo progetto, ma allo stesso tempo, tale diversità rappresenta un'opportunità per coprire un ampio spettro di interessi e talenti nel panorama cinematografico.

EFM



3.2.2 Marché du Film

Sono diversi e numerosi i punti di forza associati al mercato francese, in primis la presenza di ampissimi e numerosi spazi, sia interni che esterni, che agevolano la partecipazione di un vasto numero di professionisti del settore cinematografico. Altro elemento positivo è legato all'indipendenza economica che consente una gestione più flessibile e adattabile e spesso i singoli progetti a loro volta hanno un proprio budget autonomo da poter gestire; inoltre, l'organizzazione efficiente è agevolata anche dalla presenza di un team numeroso. Un enorme punto di forza è legato all'impegno ecologico e alla sensibilità dimostrata per questa causa. Ulteriori punti che rendono il Marché du Film un mercato solido ed affermato è la piattaforma Cinando e l'organizzazione di numerosi panel mirati che forniscono motivi di dibattito e di

formazione per ogni specifica figura professionale, il tutto viene completato dalle aree appositamente realizzate per i professionisti. Chiaramente però il mercato francese presenta anche dei punti di debolezza che sono legati agli elevati costi per la partecipazione che indubbiamente limitano la presenza di alcune realtà ed inoltre la presenza di un'offerta così ampia e diversificata sicuramente è un aspetto positivo, che potrebbe però essere visto anche come una dispersione dell'offerta. Le principali opportunità individuate per il Marché du Film derivano per lo più dall'importanza storica e dalla reputazione consolidata a livello internazionale del Festival di Cannes, ma anche la posizione geografica privilegiata e il periodo in cui il tutto viene svolto, ciò permette di sfruttare in pieno sia le dinamiche stagionali che le tendenze del settore. Difficile da esterna individuare le minacce legate alla realtà francese, per cui sicuramente l'ambiente esterno elitario e costoso potrebbe essere un problema per il pernottamento e il sostentamento dei partecipanti al mercato di Cannes e questo potrebbe limitarne la presenza.

MARCHÉ DU FILM



3.2.3 Venice Production Bridge

Anche il Venice Production Bridge è una realtà che vanta numerosi punti di forza, che si differenziano dagli altri due mercati, dove invece c'è molta più similitudine da questo punto di vista dell'analisi. La propensione al nuovo e la configurazione di mercato di produzione permettono la differenziazione del mercato veneziano, rendendolo potenzialmente un mercato leader in futuro. I servizi proposti seguono quanto detto di sopra, ed infatti il Book Adaptation Rights Market si distingue per la sua struttura dettagliata e consente agli editori di presentare l'intero catalogo, mentre il Venice-Gap Financing Market offre l'opportunità unica di presentare progetti a cui manca solo il 30% e solitamente la parte mancante riguarda la post-produzione. Altri punti di forza importanti sono legati al clima che si respira nei giorni di mercato, in cui l'ampia partecipazione è accolta da un ambiente rilassato ma estremamente efficiente e familiare. Sicuramente non poteva non essere menzionato il Venice Immersive che rappresenta lo spazio dedicato alle nuove tecnologie e all'innovazione cinematografica e non, tutto ciò contribuisce a rendere il contesto ancora più dinamico. Seppur l'essere un mercato in evoluzione è un punto di forza che consente di adeguarsi repentinamente ai possibili cambiamenti di domanda è allo stesso tempo anche un punto di debolezza messa a confronto con le realtà di Cannes e Berlino più consolidate e sviluppate. Inoltre, come evidenziato da Pascal Diot, la collocazione temporale potrebbe essere considerata un punto di debolezza se si pensa alla vicinanza dello svolgimento del Festival di Toronto. Tra le opportunità individuate bisogna menzionare la location suggestiva dell'Hotel Excelsior e del Lido in generale e che aggiungono all'evento un elemento distintivo. Inoltre, come per il Marché du film, l'importanza storica e la reputazione della Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia rendono il terreno fertile per estendere e consolidare l'influenza nel panorama cinematografico internazionale. Infine, tra le minacce c'è da annoverare la limitata disponibilità infrastrutturale e il costo elevato, come per la situazione francese, del pernottamento al Lido e ciò potrebbe rappresentare un limite per la partecipazione dei professionisti. Inoltre, altra minaccia che realmente incide sull'organizzazione è legata al costo estremamente elevato della logistica e quindi delle spedizioni dei materiali.

VENICE PRODUCTION BRIDGE



3.3 Collaborazione e opportunità: dove si sta andando

Nelle diverse interviste effettuate la domanda sulla collaborazione tra le tre realtà è sempre stata presente per capire effettivamente se tra i tre mercati ci fosse sinergia o concorrenza. Risulta evidente in seguito all'approfondimento svolto precedentemente, che di base, le strutture dei mercati cinematografici sono relativamente standardizzati e offrono alcuni progetti simili che poi vengono sviluppati in modalità differenti, soprattutto per quanto riguarda il Venice Production Bridge rispetto all'European Film Market e il Marché du Film. Tutto ciò perché, come è stato evidenziato più volte, il mercato veneziano è un mercato di produzione, mentre il mercato francese e il mercato berlinese sono mercati prettamente di distribuzione. Chiaramente, ogni mercato ha il suo "fiore all'occhiello" e ha sviluppato un'offerta in maniera più ampia e dettagliata rispetto ad un'altra e questo porta necessariamente a pensare che una collaborazione è necessaria alla luce anche del fatto che molti degli accordi che vengono fatti in

questo circuito hanno tempi lunghi ed è quindi fondamentale ricreare degli spazi sinergici per dar continuità.

I mercati cinematografici sono ambienti insostituibili e alcuni elementi avvalorano questa affermazione, come la possibilità di incontrare di persona i potenziali partner commerciali, perché il business e il networking si intrecciano e sono sicuramente agevolati dal contesto fisico del mercato cinematografico, dove gli incontri possono avvenire durante tutta la giornata. Sebbene l'ambiente online possa risultare molto conveniente in alcune situazioni e da un punto di vista economico, è l'incontro fisico a rimanere un elemento essenziale per i professionisti del settore. La potenza della comunicazione non verbale e dell'interazione diretta non può essere sottovalutata, soprattutto nei film market dove le relazioni commerciali e professionali sono fondamentali e questi due modi svolgono un ruolo cruciale nel costruire fiducia, trasmettere empatia e creare connessioni autentiche.

I tre direttori Pascal Diot, Guillaume Esmiol e Dennis Ruh sono in stretto contatto per stringere collaborazione e lavorare verso obiettivi comuni: essere efficienti e sapersi adattare. È importante tener conto del contesto attuale in cui questi mercati operano, caratterizzato dalla crisi energetica, dal cambiamento climatico, dai conflitti bellici, dalla digitalizzazione, dal cambiamento dell'audience, dall'incremento delle piattaforme e dall'intelligenza artificiale.

Non è possibile, inoltre, trascurare i danni causati dalla crisi sanitaria del Covid-19, la cui gestione sembra finalmente avviarsi verso un risollevarmento. Tutte queste pressioni vengono esercitate sul settore dell'industria che deve, quindi, adattarsi repentinamente e l'industria audiovisiva non è esclusa da questa situazione in quanto riflette e deve rispondere ai mutamenti sociali in corso, affrontando le sfide legate all'inclusione, all'accessibilità e alla sostenibilità. La crisi del Covid-19 ha spinto i mercati a condividere idee, scambiarsi consigli e confrontarsi sulle preoccupazioni comuni in un formato informale. È fondamentale, giunti a questo momento della ricerca capire in che modo l'industria audiovisiva si evolve e soprattutto si adatta di fronte alle sfide sopraindicate, in questo modo è possibile comprendere quali sono le strategie efficienti e le pratiche adottate per affrontare l'ambiente attuale che si configura come in continua e rapida trasformazione. Il 5 novembre 2022 il dal Festival di Salonicco ha promosso un evento strutturato in tre giornate di Think Tank, in collaborazione con l'European Film Market, il Marché du

Film e l'agenzia berlinese The Catalysts con l'obiettivo di riunire i principali stakeholders dell'industria cinematografica ed oltre riflettere sul futuro dei mercati cinematografici che oramai si sono consolidati come delle istituzioni fondamentali nel sistema industriale, analizzare le strategie adottate dalle principali aziende del settore, le tendenze emergenti e le implicazioni che si possono riscontrare in futuro per queste industrie. Un chiaro esempio è questo di senso di comunità e di solidarietà tra realtà che potrebbero essere tranquillamente concorrenti, ma come ha anche fatto notare Chiara Marin nella sua intervista, non servirebbe a nulla non collaborare.

In questi incontri il focus è stato posto sui mercati cinematografici europei che sono più propensi al dialogo per i riferimenti culturali, strutturali ed economici comuni.

È dunque possibile un mercato cinematografico che sia economicamente, socialmente ed ecologicamente sostenibile?

Nel breve periodo è sicuramente difficile, ma ci si sta muovendo verso tale direzione e gli incontri volti proprio a discutere di questa tematica e della volontà a collaborare e a scambiarsi idee ne è una prova. Si crea, attualmente e inevitabilmente un trade-off tra l'economicamente e l'ecologicamente sostenibile in quanto per apprendere e adeguarsi a nuove pratiche sostenibili è necessario adottare nuove modalità di definizione dei prezzi, nuove strategie di collaborazione e di supporto per il personale, nonché un'intensificazione delle sinergie con altri Film Market e la realizzazione di programmi di formazione e di rivalutazione dei processi di selezione dei progetti. Questo processo di cambiamento necessario genera inevitabilmente costi aggiuntivi sul bilancio annuale. La sostenibilità economica può e si sta raggiungendo grazie alla realizzazione dei panel e dei workshop, delle modalità per creare dibattito e che contribuiscono a rendere i mercati cinematografici un luogo di nutrimento e di scambio, ma queste iniziative devono puntare a rendere le minoranze maggioranze globali favorendo la diversità, l'inclusione e l'accessibilità con un particolare occhio di riguardo alle giovani generazioni dato che per loro c'è sempre poco spazio o sempre troppi limiti di accessibilità di contenuti.

Il mercato ideale a cui Cannes, Berlino e Venezia dovrebbero e in sinergia stanno ambendo ad essere prevede un mercato dove ampio spazio viene dedicato ai talenti emergenti, attraverso l'organizzazione di incontri che fungono da supporto e

da mentoring e in cui c'è uno scambio intergenerazionale di idee. È inoltre un mercato che vuole investire sui nuovi talenti assumendosi i rischi più alti, ma anche facendo una scelta variegata proveniente da diversi background, etnie, professioni e generi e non conducendo una scelta omologata agli standard richiesti.

Altro punto su cui i tre principali mercati europei stanno lavorando riguarda la questione dei prezzi, che risulta un punto di debolezza per tutti e che inevitabilmente non è per nulla inclusiva in quanto non tutti i professionisti, soprattutto gli emergenti possono sostenerlo come costo.

Per quanto riguarda la digitalizzazione è un altro punto su cui è fondamentale lavorare per trovare il giusto equilibrio, il digitale deve configurarsi come complemento e non come sostitutivo e in questa direzione le tre realtà sono già sulla stessa direzione offrendo, chi in misura maggiore e chi in misura minore, la possibilità di prendere parte ad alcuni eventi online o di poter rivedere una conferenza in differita ecc... In tutto ciò, la sostenibilità deve essere riferita anche al personale attraverso la creazione di ambienti sereni e più tranquilli e una retribuzione equa commisurata ai carichi di lavoro intensi e condensati.

Il raggiungimento di questi traguardi è sicuramente impegnativo e richiede tempo, ma si è compresa in pieno la necessità di collaborare e di coalizzarsi a tal punto da stabilire due incontri l'anno tra gli organizzatori dei mercati per scambiare consigli, discutere per trovare soluzioni e condividere problemi e preoccupazioni gestionali. Le parole chiave devono essere: comunicazione, coordinamento e condivisione delle risorse e delle conoscenze. Nel ciclo di Think Thank menzionato prima sono state discusse importanti soluzioni verso cui i mercati devono tendere per superare i diversi problemi, come la creazione di accrediti unici per la partecipazione a più mercati, percorsi relativi ai viaggi della durata di un anno e trasversali nei mercati cinematografici, oppure altre soluzioni evidenziate sono il consolidamento della solidarietà tra mercati cinematografici e gli eventi del settore. Per risultare sostenibili bisogna puntare a rafforzare il carattere distintivo e l'identità del singolo mercato cinematografico senza dover obbligatoriamente offrire una vastissima gamma di servizi o adeguarsi alla mole sostenuta da alcuni mercati, come per esempio l'European Film Market, che godono di opportunità e punti di forza che gli consentono di mantenere un'offerta così variegata.

In conclusione, il panorama dei mercati cinematografici si sta evolvendo rapidamente in risposta alle sfide e alle opportunità presentate dal contesto attuale. I diversi cambiamenti sociali, economici, ecologici e tecnologici hanno spinto i mercati cinematografici a riconsiderare le proprie strategie e a cercare modi innovativi per mantenere la propria offerta stabile con meno risorse disponibili e ulteriori costi da aggiungere. Questa sfida è stata accolta con determinazione e creatività ed è un'iniziativa che vede al centro i grandi mercati come l'European Film Market, il Marchè du Film e il Venice Production Bridge ma che coinvolge anche le realtà più piccole. In merito a ciò sono state identificate dai professionisti del settore le nuove prospettive e ci si sta dirigendo verso soluzioni che sostengano la crescita e la sostenibilità dell'industria cinematografica.

In questo processo di trasformazione è chiara la necessità vitale dell'incontro fisico e del networking che ne deriva e che crea connessioni significative e durature. Un vero cambiamento e un'evoluzione è possibile solo attraverso la condivisione delle migliori pratiche e aprendo canali di dialogo e i direttori dei tre mercati sono in linea con questo ragionamento.

Guardando al futuro è fondamentale che i mercati cinematografici continuino a innovare e ad adattarsi alle mutevoli esigenze dell'industria mettendo al centro valori come l'inclusione, la diversità e la sostenibilità.

Come i Festival rappresentano un buon canale di distribuzione e di diffusione dei film e dei messaggi veicolati dagli stessi, così i mercati sono il mezzo attraverso cui istruire, informare e sensibilizzare le realtà connesse alla cinematografia. Solo attraverso la collaborazione e l'impegno collettivo i mercati potranno prosperare e continuare a svolgere un ruolo vitale nel supportare la crescita e lo sviluppo del settore cinematografico a livello globale.

Conclusioni

L'analisi effettuata del contesto e delle specifiche realtà ha permesso di fornire una panoramica sulla nascita, lo sviluppo e il funzionamento non solo del Festival di Cannes, della Berlinale e della Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia; ma anche dei relativi mercati rappresentati dall'European Film Market, dal Marché e dal Venice Production Bridge.

La conferma che si è ottenuta è sicuramente che il mercato francese si conferma un punto di riferimento significativo per i professionisti del settore e un mediatore importante per l'evoluzione futura dell'insieme dei mercati del cinema, soprattutto per quanto riguarda il coordinamento e la cooperazione tra di loro.

Segue subito la solida struttura del mercato berlinese che, rispecchiando in toto i valori e la conformazione del festival di riferimento, è al passo con i tempi dal punto di vista politico e sociale e si schiera a favore delle "minoranze". È stato interessante, infatti, capire come i mercati siano lo specchio dello scheletro dei festival e prolungamento dei valori trasmessi da esso.

Lo studio condotto sul Venice Production Bridge ha consentito di comprendere nello specifico due progetti rappresentati dal Book Adaptation Rights Market per cui si può presentare una proposta di nuova gestione di monitoraggio per cui il criterio principale non risulta più essere legato al numero di incontri, ma di accordi conclusi. Questa conclusione tiene a mente, come si è sottolineato in più sedi della difficoltà di adozione di tale strategia in funzione della ridotta disponibilità di personale durante tutto l'anno e anche durante lo svolgimento dell'evento. Altra difficoltà riscontrata è strettamente connessa alla quantità di professionisti coinvolti e alla possibilità offerta agli editori e data esclusivamente al mercato di Venezia, rispetto ai progetti simili proposti da Cannes e Berlino, di presentare l'intero catalogo dei titoli ai produttori. L'altro progetto esaminato nel dettaglio è quello del Final Cut in Venice, per cui al termine dell'analisi sulla diffusione successiva dei film finanziati all'interno del mercato veneziano si ricava un'altissima efficienza. Infatti, la maggior parte dei progetti sostenuti hanno avuto un riscontro positivo in altri festival di rilievo importante e internazionale. Se ne ricava da tutto ciò che il Venice Production Bridge, se confrontato alle realtà francese e tedesca, è sicuramente più debole e meno strutturata, data anche la ridotta disponibilità infrastrutturale. Ma, il mercato veneziano è il più recente tra i tre per cui non è equilibrato un confronto e, nonostante ciò, si presenta come un'entità in pieno sviluppo e in continuo miglioramento.

Per quanto riguarda la collaborazione tra i mercati, grazie ai tre Think Thank promossi dall'EFM e dal Marché du film, non è assolutamente un'ipotesi la possibilità che ciò si concretizzi ma, anzi, diventa una necessità per affrontare le difficoltà comuni a tutte queste realtà per rendersi più innovative e sostenibili. Durante gli incontri si sono chiariti i punti critici su cui è necessario migliorare e apportare modifiche per sopperire

ai mutamenti e ai disagi causati dai mutamenti sociali, economici, politici e ambientali. I mercati cinematografici continuano e continueranno a configurarsi come *hub* per il networking dei professionisti del settore, nonché degli importanti punti focali di aggiornamento e di investimento/finanziamento per supportare paesi in via di sviluppo, studenti e artisti emergenti.

Bibliografia

- Abis Mario, Canova Gianni, 2012, *“I festival del cinema. Quando la cultura rende.”*, Johan&Levi;
- Adam P. *“Art of the Third Reich”*. Harry N- Abrams Inc, 1992;
- Allen J., 2002, *“Festival and Special Event Management. 2nd Edition”*, John Wiley & Sons, Milton;
- Argano L., Bollo A., Dalla Sega P., 2018, *“Organizzare eventi culturali. Ideazione, progettazione e gestione strategica del pubblico”*, FrancoAngeli;
- Bonetti E., Izzo F., 2017, *“Eventi: elementi costitutivi, tipologie ed effetti di sviluppo”*, Franco Angeli;
- Brunetta Gian Piero, 2022, *“La Mostra Internazionale d’Arte Cinematografica di Venezia. 1931-2022”*, Marsilio Biblioteca;
- Corless K., Darke C., 2007, *“Cannes: Inside the World’s Premier Film Festival”*, Faber&Faber;
- Cowie P., Ciment M. *“The Berlinale, the Festival”*, Bertz+Fischer, 2010;
- Fehrenbach H, 1995, *“The Berlin International Film Festival: Between Cold War Politics and Postwar Reorientation, in Studies in European Cinema*, University of North Carolina Press, Chapel Hill-London;
- Fehrenbach H., 1995, *“Cinema in Democratizing Germany: Reconstructing National Identity After Hitler”*, University of North Carolina Press, Chapel Hill-London;
- Foglio Antonio, 2005, *“I marketing dello spettacolo: strategia di marketing per cinema, teatro, concerti, radio/TV, eventi sportivi e show business”*, F. Angeli;
- Frémaux Thierry, 2018, *“Cannes confidential: il direttore del festival più importante del mondo racconta i dietro le quinte”*, ed.Donzelli collana Mele;

- Fumagalli Armando, 2020, *“L'adattamento da letteratura a cinema Vol. 1-2”*, Audino;
- Ghezzi E., 2002, *“Stati di cinema. Festival ossessione.”*, Bompiani, Milano;
- Jacobsen W. *“Berlinale: Berlin International Film Festival”*. Argon, 1990;
- Latil L., 2005, *“Le Festival de Cannes sur la scène internationale”*, Nouveau monde éditions;
- Latil Loredana, 2005, *“Le Festival de Cannes sur la scène internationale”*, Nouveau Monde Editions
- Maussier B., 2010, *“Festival management e destinazione turistica. I festival come nuovi media della società postindustriale”*, Hoepli;
- Pietro Lando, 2018, *“I primi Tumultuosi anni del Lido di Venezia da Fisola a Spada, 1857-1908”*, edizioni El Squero;
- Piredda Maria Francesca, 2002, *“I festival del cinema in Italia: forme e pratiche dalle origini al COVID-19”*, Carocci;
- Pisu Stefano, 2017, *“Il XX secolo sul red carpet. Politica, economia e cultura nei festival internazionali del cinema (1932-1976)”*, Franco Angeli;
- Richie A. *“Berlino. Storia di una metropoli”*. Mondadori, 2003.

Sitografia

- “Alien Food” di Giorgio Cugno all’Alexandria Mediterranean Countries Film Festival”, Film Commission Torino Piemonte, 2023 - https://www.fctp.it/news_detail.php?id=5065;
- “Breve Historia del Planeta Verde”, The Open Reel, 2023 - <https://www.theopenreel.it/catalogo-film/breve-historia-del-planeta-verde/>;
- “I film più controversi della storia di Cannes”, Vogue Italia, 2022 - <https://www.vogue.it/news/article/film-piu-controversi-festival-cinema-cannes>;
- “I Turisti Pernottanti nel Comune di Venezia”, Regione del Veneto, sito ufficiale, 2023 - https://statistica.regione.veneto.it/jsp/focus_su_venezia.jsp;
- “Il Festival di Salonicco svela gli approfondimenti dell’iniziativa Think Thank”, Cineuropa, 2023 - <https://cineuropa.org/it/newsdetail/447031/>;

- “Inshallah a Boy”, MAD Distribution, 2023 - <http://mad-distribution.film/movies/movie1115382.php>.
- “Kraken”, Draka Production, 2022 - <http://www.draka.it/production/progetti/kraken/>;
- “Mario Desiati: La svolta inaspettata del mio ‘Spatriati’ che diventerà una serie tv”, Quotidiano Nazionale, 2022 - [https://www.quotidiano.net/magazine/cinema-serie-tv/mario-desiati-spatriati-84411d85#:~:text=Milano%2C%202023%20settembre%202022%20%2D%20%27,diventerà%20presto%20una%20serie%20TV](https://www.quotidiano.net/magazine/cinema-serie-tv/mario-desiati-spatriati-84411d85#:~:text=Milano%2C%202023%20settembre%202022%20%2D%20%27,diventerà%20presto%20una%20serie%20TV;);
- “Mica”, MAD Distribution, 2023 - <http://mad-distribution.film/movies/movie1115361.php>;
- “Mica”, Giffoni Film Festival - <https://www.giffonifilmfestival.it/film-giffoni-edizione-2021/4990-mica.html>;
- “Perché il Festival di Cannes è il Festival di Cannes”, Il Post, 2022 - <https://www.ilpost.it/2022/05/17/festival-di-cannes-storia-successo/>;
- “Regolamento Mostra Internazionale d’Arte Cinematografica di Venezia”, La Biennale di Venezia, sito ufficiale <https://static.labiennale.org/files/cinema/2024/Documenti/regolamento-81.pdf>;
- “Stagione di Caccia”, Cinecittà, sito ufficiale, 2023 - <https://filmitalia.org/it/film/2/149403/>;
- “Venezia, Cannes e Berlino: le eterne guardiane del cinema europeo”, Eurobull, 2021 - <https://www.eurobull.it/venezia-cannes-berlino-le-eterne-guardiane-del-cinema-europeo?lang=fr>;
- Analisi dell’Opera, Arte e Nazismo in Germania, 2021- <https://www.analisdellopera.it/arte-e-nazismo/>;
- Berlin.de, il sito ufficiale di Berlino, 2023 - <https://www.berlin.de/it/politica-e-amministrazione/3030408-3030314-storia-di-berlino.it.html>;
- Berlinale, La Berlinale: un festival in continua evoluzione - <https://www.berlinale.de/en/festival/festival-profile.html>;
- Brochure 2022 Venice Production Bridge, La Biennale di Venezia, 2022 - https://veniceproductionbridge.org/sites/default/files/documenti/file/2022_vpb_barm_brochure.pdf;
- Cinando, sito ufficiale, 2023 - <https://cinando.com>;

- Cinecittà News, 2004, “American Film Market al via” - <https://cinecittanews.it/american-film-market-al-via/>;
- Cinematografo, sito ufficiale, 2023, “Venice Immersive 2023” - <https://www.cinematografo.it/riflettori/venice-immersive-2023-44-i-progetti-selezionati-vx5re0en>;
- Dizionario di Storia, “*Joseph Paul Goebbels*”, Treccani, 2010 - https://www.treccani.it/enciclopedia/paul-joseph-goebbels_%28Dizionario-di-Storia%29/;
- Dlso, 2017, “*Il pop-kultur di Berlino*” - <https://www.dlso.it/site/2017/08/07/pop-kultur-berlino/>;
- Festival de Cannes, sito ufficiale, 2023 - <https://www.festival-cannes.com/en/>;
- Festival Internazionale del Cinema di Dubai, Dubai.it, 2023 - <https://www.dubai.it/eventi-dubai/festival-del-cinema-dubai/>;
- Marché du Film, sito ufficiale, 2023 - <https://www.marchedufilm.com>;
- MIFED, sito ufficiale, 2004 - https://web.archive.org/web/20080515171123/http://www.mifed.com/default_i.asp;
- MZ, 2023, “Beki Probst sugli Scudi” - <https://www.rsi.ch/info/cultura-e-spettacoli/Beki-Probst-sugli-scudi--1141880.html>;
- Quinzaine, site ufficiale, 2023 - <https://www.quinzaine-cineastes.fr>;
- Semaine de la critique, sito ufficiale, 2023 - <https://www.semainedelacritique.com/en>;
- Venice Production Bridge - La Biennale di Venezia, sito ufficiale, 2023 - <https://veniceproductionbridge.org>;
- Xan Brooks, “Political, provocative and preposterous: why Cannes is a “cathedral of Cinema”, The Guardian, 2022 - <https://www.theguardian.com/film/2022/may/16/cannes-film-festival-2022-top-gun-elvis-triangle-sadness>;



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di
Laurea Magistrale
in Economia e Gestione delle Arti
e delle Attività Culturali

Nascita e sviluppo dei mercati cinematografici nei tre principali festival internazionali europei: Venezia, Cannes e Berlino.

Focus sul Venice Production Bridge.

Relatrice

Ch.ma Prof.ssa Maria Roberta Novielli

Correlatore

Ch.Prof. Fabrizio Panozzo

Laureanda

Marianna Lavano

Matricola 976093

Anno Accademico

2022 / 2023