



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea magistrale (*ordinamento ex D.M. 270/2004*)
in Economia e gestione delle Arti e delle attività culturali

Tesi di Laurea

Organizzazione di un festival
cinematografico:

Il caso Far East Film Festival

—
Ca' Foscari
Dorsoduro 3246
30123 Venezia

Relatore

Prof.ssa Valentina Carla Re

Correlatore

Prof. Fabrizio Panozzo

Laureanda

Elisa Ceotto

Matricola 816375

Anno Accademico

2012 / 2013

RINGRAZIAMENTI

Innanzitutto, vorrei esprimere la mia gratitudine a Sabrina Baracetti e a tutto il personale del C.E.C. per l'aiuto datomi durante le mie ricerche.

Desidero inoltre ringraziare il mio relatore, la Prof.ssa Valentina Carla Re per il sostegno ricevuto; e il Prof. Fabrizio Panozzo e il Dott. Lorenzo Mizzau per il tempo dedicatomi.

Infine ringrazio con affetto la mia famiglia che mi ha sostenuto durante gli anni all'università, e gli amici che mi sono stati vicini.

INDICE

INTRODUZIONE	pag. 1
PRIMA PARTE	
1. I FESTIVAL CINEMATOGRAFICI	pag. 4
1.1. Cenni storici	pag. 4
1.2. Situazione attuale del circuito festivaliero: una breve panoramica	pag. 9
2. ORGANIZZAZIONE DI UN FESTIVAL	pag. 15
2.1. Definizioni	pag. 15
2.2. Festival management	pag. 16
2.3. Lo sviluppo organizzativo	pag. 17
2.4. Le fasi di sviluppo di un festival	pag. 20
2.4.1. Ideazione	pag. 21
2.4.2. Attivazione	pag. 24
2.4.3. Pianificazione	pag. 24
2.4.4. Attuazione – Completamento – Valutazione	pag. 25
2.5. Le aree di competenza	pag. 26
2.6. La struttura organizzativa	pag. 28
2.7. Gli stakeholder e la gestione delle risorse umane	pag. 32
2.8. Comunicazione e marketing	pag. 35
2.9. La dimensione economica	pag. 37
3. L'AMBIENTE IN CUI OPERA UN FESTIVAL E LA CREAZIONE DEL VALORE	pag. 40
3.1. Festival cinematografici e creazione del valore	pag. 40
3.2. Rapporto tra ambiente e festival	pag. 41
3.3. Effetti positivi ed effetti negativi sull'ambiente	pag. 44
SECONDA PARTE	
4. IL FAR EAST FILM FESTIVAL	pag. 48
4.1. Breve storia del Far East Film Festival e della sua evoluzione	pag. 48
4.2. Regolamento	pag. 52
4.3. Premi	pag. 59
4.4. Gli eventi paralleli	pag. 63
5. IL PUBBLICO DEL FEFF	pag. 67
5.1. Il pubblico	pag. 67
5.2. Modalità di fruizione e provenienza	pag. 72
6. ORGANIZZAZIONE DEL FAR EAST FILM FESTIVAL	pag. 75
6.1. Organizzatori	pag. 75
6.2. Timing e selezione	pag. 78

6.3. La gestione del budget	pag. 80
6.4. Comunicazione e Internet	pag. 84
6.5. La sede	pag. 86
7. FAR EAST FILM FESTIVAL: TERRITORIO E AMBIENTE COMPETITIVO	pag. 88
7.1. Territorio e creazione del valore	pag. 88
7.2. Il rapporto con le istituzioni	pag. 91
7.3. Competitor	pag. 93
7.3.1. Competitor a livello nazionale	pag. 93
7.3.2. Competitor a livello internazionale	pag. 95
8. CONCLUSIONE	pag. 100
APPENDICE 1 - Intervista a Sabrina Baracetti	pag. 102
APPENDICE 2 - FEFF 15	pag. 110
APPENDICE 3 - Confessions, dal FEFF alla sala	pag. 112
APPENDICE 4 – FEFF dimension	pag. 113
APPENDICE 5 - In difesa del Far East Film Festival	pag. 115
BIBLIOGRAFIA	pag. 117

INTRODUZIONE

All'interno di questa tesi si vuole presentare il caso Far East Film Festival (FEFF), festival del cinema popolare asiatico nato ad Udine nel 1999. Un festival innovativo che in quattordici anni, quindici edizioni, è riuscito a crearsi un proprio spazio e a coltivarsi un fedele numero di spettatori.

Ogni anno ad aprile, per dieci giorni, il C.E.C. Centro Espressioni Cinematografiche, organizza al Teatro Giovanni Nuovo da Udine questa rassegna. Un evento capace di portare in Italia una selezione di circa sessanta film, a rappresentanza dei successi cinematografici registrati in Asia nell'anno precedente. Le cinematografie nazionali rappresentate al festival sono aumentate negli anni, arrivando nel 2013 a comprendere: Hong Kong, Cina, Giappone, Corea del Sud, Singapore, Thailandia, Filippine, Malesia, Indonesia, Taiwan, Vietnam e Corea del Nord.

Questa esperienza, partita nel 1998 con un'edizione numero zero totalmente dedicata ad Hong Kong, si è imposta fin da subito per il suo progetto innovativo. Infatti in quel periodo erano pochi i festival completamente dedicati al cinema asiatico, e solo da pochi anni, grazie a festival pionieri come l'International Film Festival Rotterdam e il Locarno Film Festival, nel circuito festivaliero si cominciava ad interessarsi in maniera più specialistica all'Asia.

Quello che ha permesso fin da subito al FEFF di differenziarsi è stata la sua scelta di occuparsi di cinema popolare, cioè di film che avevano effettivamente un successo di pubblico nel mercato asiatico. La rassegna di Udine si poneva quindi in una posizione di differenza rispetto agli altri festival occidentali, concentrati prevalentemente nel cinema "d'autore".

Caratteristica peculiare del festival è la fidelizzazione del suo pubblico, il quale tende per la maggior parte a ritornare ad Udine, seguendo così più edizioni consecutive. E' proprio il pubblico uno dei protagonisti del festival, definito dagli organizzatori "audience oriented", proprio perché tutti i premi sono assegnati dal pubblico e non da una giuria di critici.

Questa tesi si divide in due parti: la prima introduce il mondo dei festival cinematografici.

Innanzitutto vengono presentate delle brevi indicazioni storiche, così da dare una panoramica globale della storia dei festival cinematografici, concentrandosi sugli avvenimenti che li hanno resi quello che sono oggi. Viene quindi presa in considerazione la situazione attuale dei circuiti festivalieri, e i fenomeni che hanno portato ad un alto numero di festival in tutto il globo.

Successivamente vengono presentate le componenti fondamentali per la realizzazione di un festival, seguendo principi di project management.

A conclusione di questa prima parte si analizzano le caratteristiche del rapporto esistente tra festival e territorio, con riferimento alla creazione del valore.

La seconda parte della tesi è dedicata all'organizzazione del Far East Film Festival.

Dopo una descrizione dell'evoluzione storica del festival, vengono presentati il suo regolamento, la composizione dei suoi premi e le attività parallele che circondano il FFFF.

Viene quindi analizzata la natura del pubblico del Far East Film, analizzandone la tipologia, la provenienza e le modalità di fruizione adottate.

E' quindi presentata l'organizzazione del festival, mettendone in risalto le modalità di selezione, basate prevalentemente su consulenti che vivono direttamente nei paesi asiatici di riferimento, il timing, che si presenta come un lavoro che occupa l'intero spazio di tempo da un'edizione all'altra, e la gestione del budget che presenta, nonostante la forte componente pubblica, anche una buona capacità autonoma di finanziamento.

La parte conclusiva è dedicata all'analisi del rapporto tra il FFFF e il suo territorio di riferimento, dove vengono presentati dati che confermano l'effettiva creazione di valore di cui il festival è capace a livello di impatto economico, nonché culturale. Vengono poi analizzati i possibili competitor nazionali e internazionali.

Sono infine proposti una serie di documenti in appendice, tra cui l'intervista fatta a Sabrina Baracetti, presidente del Far East Film Festival, per la realizzazione di questa tesi. Il contenuto di queste domande tocca punti interessanti, come le modalità di selezione, il timing, il pubblico e l'iniziativa ad opera del C.E.C. che, tramite la società srl Tucker Film, è entrato nel mercato distributivo italiano, portando un po' di FFFF nelle sale italiane e nel mercato home video dei Dvd.

PRIMA PARTE

CAPITOLO 1 I FESTIVAL CINEMATOGRAFICI

1.1 CENNI STORICI

Il 6 agosto del 1932 con l'apertura della Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia (denominata 1^a Esposizione Internazionale d'Arte Cinematografica alla 18^a Biennale) inizia ufficialmente la storia dei Festival cinematografici. Ma il percorso che portò a questa manifestazione, che dura ormai da settant'anni, va ricercato nei primi anni di vita nel cinema. Infatti "Le mostre di film nascono in Europa agli inizi del ventesimo secolo come attrazioni spettacolari all'interno di esposizioni universali del progresso scientifico e tecnologico"¹. Questi eventi nacquero quindi dalla volontà degli organizzatori di mostrare la nuova tecnologia ancora agli arbori. Il desiderio di stupire il pubblico e di mostrare le meraviglie della nuova tecnologia, erano quindi alla base delle prime mostre. I miglioramenti portarono i pionieri del mezzo ad affermarsi grazie all'intuizione della possibilità di sfruttare commercialmente il mezzo; ma l'aumento dell'interesse per le possibilità commerciali del cinema, e in seguito anche per le artistiche, cambiò non solo la concezione del cinema stesso, ma anche le manifestazioni che lo circondavano. Questo passaggio portò ad una evoluzione delle mostre, che divennero concorsi per film, dove le case di produzione si sfidavano per il primato. Le prime manifestazioni si trasformarono in "concorsi di film nella fase di passaggio dal pionierismo alle prime strutturazioni dell'industria dello spettacolo cinematografico"². L'Inizialmente la dimensione commerciale dell'industria cinematografica era centrale nell'organizzazione dei primi concorsi, in seguito, con la totale comprensione delle proprietà artistiche dei film, si formò nel mondo del cinema e di conseguenza in quello dei concorsi cinematografici, un rapporto di dialettica tra arte e industria che è "l'essenza stessa del cinema come prodotto culturale"³, e che fin dall'inizio ha fatto da campo di battaglia per le case di produzione che si sfidavano dentro e fuori i concorsi cinematografici.

Nel 1907 a Torino si tenne il "Primo Concorso Nazionale di Cinematografia" all'interno della IV Esposizione Internazionale di Fotografia. La scelta della città non è un caso, infatti in quegli anni Torino era uno dei maggiori centri di cinematografia in Italia e nel mondo. Nel 1909 si tenne a Milano il "Primo Concorso Mondiale di Cinematografia", che ottenne un ottimo successo di pubblico e di stampa. Tra il 1909 e il 1911 le mostre di film si diffusero in tutta la penisola, ed ebbero la consacrazione a Torino nel 1911 all'interno dell'Esposizione Internazionale dell'Industria e del Lavoro, dove era presente un giuria

¹ Ongaro Daniele, *Lo schermo diffuso. Cento anni di festival cinematografici in Italia*, Libreria Universitaria Tiranelli, Bologna, 2006, p.21

² Ongaro Daniele, *Lo schermo diffuso. Cento anni di festival cinematografici in Italia*, Libreria Universitaria Tiranelli, Bologna, 2006, p. 22

³ Ongaro Daniele, *Lo schermo diffuso. Cento anni di festival cinematografici in Italia*, Libreria Universitaria Tiranelli, Bologna, 2006, p. 22

internazionale prestigiosa, tra cui Louis Lumière, e dove il valore dei premi fu molto alto. Questo fermento organizzativo è figlio della situazione del cinema italiano, che in quel periodo era uno dei più attivi a livello europeo e mondiale, posizionandosi ai vertici della distribuzione e della produzione.

Questo periodo d'oro finì con lo scoppio della prima guerra mondiale, che impose un arresto a tutta la produzione italiana. Al termine del conflitto il mercato internazionale era profondamente cambiato e il cinema italiano si ritrovò in difficoltà nel mercato estero, dove Stati Uniti, Francia e Germania si imposero. La perdita di potere all'estero si proiettò anche sul mercato interno, incapace di sostenere tutta l'industria. Questo declino si rifletté quindi anche nelle mostre e nei concorsi, che continuavano a rilento, e che si basavano ancora sui modelli del decennio precedente. Ma è proprio in questi eventi che nacquero i primi tentativi di rilancio della cinematografia italiana, ed è così che nasce l'idea di creare un evento nuovo e clamoroso, capace di coinvolgere le "star" e i fautori del successo del cinema: i divi. Il luogo scelto per questo rilancio è "il Lido di Venezia, la cornice culturale di prestigio in cui inquadrare questa iniziativa è la Biennale"⁴.

Nel mese di agosto del 1932 comincia la Prima "Esposizione Internazionale d'Arte Cinematografica" di Venezia. La collocazione della manifestazione all'interno della Biennale, pone il cinema all'interno di una delle massime manifestazioni culturali internazionali dandogli un enorme prestigio. La scelta della località ha motivazioni precise: sfruttare il prestigio della Biennale e dare un rilancio turistico al Lido come località balneare. Lo scopo del Conte Volpi, primo direttore, è quello di creare un evento mondano dal richiamo internazionale. Una delle principali innovazioni sono i film in versione integrale, senza tagli e censure. Fin da subito il fenomeno del divismo caratterizza la manifestazione, cosa che è rimasta una costante fondamentale per tutti i festival che cercano successo e richiamo nazionale e soprattutto internazionale. "Tra le varie funzioni che la Mostra veneziana si trova ad esercitare vi è quella di costituire un punto di incontro tra i principali esponenti nazionali dell'industria dello spettacolo"⁵: si svolgono quindi incontri e si concludono accordi. La Mostra serve poi da test per capire se una pellicola avrà successo o meno sul mercato. L'autonomia della Biennale si riduce sempre di più negli anni, già dalla seconda edizione il governo fascista si intromette nella Mostra, spinto dalla decisione di Mussolini di sfruttare il potere propagandistico del cinema. Con il passare delle edizioni la pressione esercitata dal governo cresce, ma è con lo scoppio della seconda guerra mondiale che la situazione precipita: gli accordi politici stretti con la Germania nazista coinvolgono anche il cinema, potente mezzo di propaganda. Nel 1939 Francia e Usa non partecipano alla Mostra, e nel 1940 la Mostra si trasforma nella Settimana Cinematografica Italo - Germanica. All'edizione

⁴ Ongaro Daniele, *Lo schermo diffuso. Cento anni di festival cinematografici in Italia*, Libreria Universitaria Tiranelli, Bologna, 2006, p. 40

⁵ Ongaro Daniele, *Lo schermo diffuso. Cento anni di festival cinematografici in Italia*, Libreria Universitaria Tiranelli, Bologna, 2006, p. 59

del 1942 partecipò Joseph Goebbels, ministro della propaganda nella Germania nazista: dopo questa edizione dovranno passare quattro anni perché la Mostra venisse riaperta.

La forte politicizzazione che stava assumendo il festival di Venezia fa nascere in Francia e nei francesi, l'idea di creare un proprio festival nazionale. "The International Film Festival was created on the initiative of Jean Zay, Minister for Education and Fine Arts, who was keen to establish an international cultural event in France to rival the Venice Film Festival"⁶. Supportati dall'industria americana i promotori del festival videro nella cornice di Cannes il luogo adatto. Il motivo della scelta di questo luogo, più che artistico, era invece molto simile a quello usato anni prima a Venezia: si voleva sostenere il turismo nella Costa azzurra prolungando la stagione balneare ponendo il festival a settembre (così rimase fino al 1952 quando fu spostato a maggio). "Cannes gained strong and immediate support from Britain and United States"⁷. La prima edizione doveva tenersi nel 1939 con Louis Lumière come presidente di giuria, ma il giorno di apertura della mostra diventa anche quello di chiusura, in quanto la Germania invase la Polonia, e gli organizzatori decisero di interrompere il festival alla luce di questo importante evento che in poco tempo avrebbe portato allo scoppio della Seconda Guerra Mondiale. La prima edizione del festival di Cannes dovette quindi aspettare il 20 settembre del 1946 per vedere la luce.

Dopo Cannes nacquero alcuni dei principali festival europei odierni. Il 23 agosto 1946 si inaugura il Locarno International Film Festival. Alla prima edizione partecipano quattro pellicole italiane tra cui "Roma città aperta" di Rossellini. Negli anni il festival di Locarno si è contraddistinto per l'attenzione verso tematiche e cinematografie poco conosciute, tra cui il cinema asiatico, di cui è stato uno dei primi importatori negli anni ottanta e novanta. Nel 1948 nasce poi il Karlovy Vary International Film Festival, che è stato il principale festival cinematografico dell'est Europa durante la Guerra Fredda, nonostante avesse subito la mano della censura da parte del partito sovietico dopo la Primavera di Praga del 1968. Infine nel 1951 venne alla luce il Festival Internazionale del Cinema di Berlino, che rilanciò la città come capitale culturale, dopo la distruzione della guerra. In questo periodo il ruolo centrale all'interno dei festival era delle singole industrie cinematografiche nazionali, in quanto erano loro a decidere che film presentare in concorso. "They chose the films that represented their country at the festivals, much like national committees select the athletes who compete at the Olympic Games"⁸.

Fino a questo momento il fenomeno dei festival si era concentrato solo in Europa. Il primo festival americano nasce a San Francisco nel 1957, pochi anni dopo nel 1963 nasce il New York Film Festival. "By the 1960s, then, a global festival circuit had clearly emerged,

⁶ <http://www.cannes.com/fr/index.html>

⁷ Wong Cindy Hing-Yuk, *Film Festival. Culture, People, and Power on the Global Screen*, New Brunswick, NJ & London: Rutgers University Press, 2011, p.39

⁸ Elsaesser Thomas, *European cinema. Face to Face with Hollywood*, Amsterdam University Press, Amsterdam, 2005, pp. 89-90

dominated by Europe and global North”⁹. Oltre a un luogo di competizione artistica e commerciali, i festival divennero un luogo di creatività, dove discutere e scambiarsi informazioni e conoscenze.

La rivoluzione portata dal '68 colpì anche il circuito dei festival: il festival di Cannes fu costretto a chiudere sotto le proteste dei dimostranti, tra cui Godard e Truffaut che protestavano per gli avvenimenti recenti avvenuti alla Cinémathèque française. Anche Venezia venne scossa dalle proteste dei “sessantottini”, che chiedevano un rinnovamento dello statuto della Mostra (che arriverà solo nel 1973). La Mostra veniva percepita come l'esemplificazione della cultura materialistica borghese, e il suo statuto criticato perché fermo al periodo fascista. A destare le maggiori proteste, è soprattutto la pratica per cui i film proposti all'organizzazione del festival erano decisi dalla nazione che li produceva; inoltre veniva criticato il modello di premiazione, che fu in molti casi abolito negli anni successivi al '68. Locarno invece subì meno le proteste sessantottine, in quanto era stato capace di rinnovarsi negli anni precedenti, creando un modello nuovo, in rottura con quello adottato dagli altri eventi. Come Locarno anche La Mostra Internazionale del Nuovo Cinema di Pesaro (nata nel 1964) riuscì a contenere le proteste, infatti aprì le porte agli studenti e collaborò con loro per quell'edizione. Il festival di Pesaro era sempre stato un luogo di innovazione e rinnovamento, dove veniva dato spazio a filoni cinematografici poco conosciuti. All'origine del festival di Pesaro vi era la precedente Mostra del Cinema Libero di Porretta, nata nel 1960, un evento rivolto alla ricerca e alla sperimentazione, e in aperto contrasto con il sistema cinematografico italiano e il suo mancato rinnovamento. Il festival di Pesaro nato pochi anni dopo riprende tutti questi temi, e grazie alla sperimentazione e all'attenzione verso cinematografie ignorate dai festival più tradizionali, si pone in un ruolo di “antifestival”, almeno a livello qualitativo, e proprio per questa sua natura il festival fu accettato dai dimostranti del periodo.

E' a Cannes nel 1972 che avviene un cambiamento cruciale: la scelta dei film diventa un'esclusiva solo del direttore del festival. Infatti come è stato detto precedentemente la selezione dei film, era frutto delle scelte fatte dalle singole cinematografie nazionali, che proponevano al festival i soli film di loro scelta. Grazie a questa maggiore libertà di scelta i selezionatori potevano scegliere basandosi quasi totalmente sul lato artistico di un film, comportando una maggiore apertura del festival verso il cinema indipendente, e verso cinematografie poco trattate. Senza più la forte pressione da parte di singoli stati, Cannes poté orientarsi verso pellicole lontane dalle linee guida dei cinema nazionali ufficiali, e verso cinematografie meno conosciute a causa della poca pressione che gli stati di produzione riuscivano ad esercitare. Questa maggiore apertura, e questa maggiore libertà artistica pose Cannes in una posizione privilegiata rispetto alla sua rivale storica Venezia, la quale non riuscì a rinnovarsi con la stessa tempestività lasciando al festival francese il primato nel

⁹ Wong Cindy Hing-Yuk, *Film Festival. Culture, People, and Power on the Global Screen*, New Brunswick, NJ & London: Rutgers University Press, 2011, p.46

ciruito dei festival. Sempre nel '72 nasce il Festival cinematografico internazionale di Rotterdam, il quale come Locarno ha dato spazio a nuove cinematografie, soprattutto dell'Asia. Nel 1977 nasce The Hong Kong International Film Festival, uno dei maggiori festival dell'Asia dell'est. Nel 1978 nasce il Sundance Film Festival, uno dei maggiori festival di cinema indipendente, che negli anni è diventato il punto di riferimento per il cinema indipendente. Verso la fine degli anni '70 il ciruito dei festival si allarga a tutto il mondo: nascono festival a Teheran (1972), a Toronto (1976), all'Havana (1979) e a Manila (1982).

Come si vedrà in seguito in questo periodo il mondo dei festival ha un progressivo aumento, sia in termini di location, sia in termini di interesse verso il cinema, recente e anche passato (soprattutto per la riscoperta dei cinematografie straniere). Il primato era ed è ancora mantenuto dei festival europei storici, Cannes e Venezia su tutti. "At the same time, this period marked a proliferation of smaller festival around genres and interests that have enriched the festival world to the present as well"¹⁰.

Dagli anni novanta il numero di Festival è aumentato ancora: tra i più importanti il Busan International Film Festival nato in Corea del Sud, che insieme ad Hong Kong è uno dei più importanti festival dell'Asia. L'aumento di festival cinematografici in Asia ha sicuramente influito nel rapporto tra Europa e cinema asiatico, in quanto ha creato un'ampia ed importante vetrina dove i distributori occidentali e gli organizzatori dei festival, possono visionare la più recente produzione cinematografica della zona.

Nel 2001 nasce il Tribeca Film Festival a New York, che in pochi anni è riuscito ad imporsi in una città come New York. Nel 2006 nasce a Roma il Festival Internazionale del Film di Roma, che in questi pochi anni è riuscito ad aggiudicarsi ospiti e premiere dal richiamo globale.

Anche grazie a pionieri come il festival di Rotterdam e quello di Locarno, nel 1999 nasce a Udine il Far East Film Festival, uno dei maggiori festival di cinema popolare asiatico in Europa. In quattordici anni il festival ha saputo imporsi nel panorama nazionale e internazionale, soprattutto grazie al suo programma che si differenzia dal modo in cui vengono generalmente trattati i prodotti asiatici nei festival occidentali. Infatti il festival di Udine fin da subito si è definito festival di cinema popolare, diverso quindi dal solo "cinema d'autore" presentato altrove, e anche per questo ha saputo creare un evento di successo basato sull'innovazione della propria offerta culturale.

¹⁰ Wong Cindy Hing-Yuk, *Film Festival. Culture, People, and Power on the Global Screen*, New Brunswick, NJ & London: Rutgers University Press, 2011, pag.51

1.2 SITUAZIONE ATTUALE DEL CIRCUITO FESTIVALIERO: UNA BREVE PANORAMICA

A partire dagli anni '80 il numero dei festival cinematografici in Europa e nel resto del mondo ha cominciato ad aumentare sempre più, arrivando a 700-800 festival accertati nel 2008¹¹. Questo numero include sia i grandi festival storici, sia quelli nati nei piccoli centri urbani di tutto il mondo.

Nonostante l'alto numero, la FIAPF (Fédération Internationale des Associations de Producteurs de Films) nel 2008 riconosceva solo 52 festival, selezionati in base a determinati standard¹²:

- Good year-round organisational resources
- Genuinely international selections of films and competition juries
- Good facilities for servicing international press correspondents
- Stringent measures to prevent theft or illegal copying of films
- Evidence of support from the local film industry
- Insurance of all film copies against loss, theft or damage
- High standards for official publications and information management (catalogue, programmes, fliers)

Questi cinquantadue festival sono suddivisi in quattro categorie¹³:

- Festival cinematografici con film in concorso / Competitive film festivals
 - Berlin International Film Festival
 - Cairo International Film Festival
 - Cannes Film Festival
 - International Film Festival of India (Goa)
 - Karlovy Vary International Film Festival
 - Locarno International Film Festival
 - Mar del Plata Film Festival
 - Montreal World Film Festival
 - Moscow International Film Festival
 - San Sebastián International Film Festival
 - Shanghai International Film Festival
 - Tokyo International Film Festival
 - Venice Film Festival
 - Warsaw International Film Festival

¹¹ Segal Jérôme, "Film Festivals." *European Public Culture and Aesthetic Cosmopolitanism: Main Report*, Ed. Monica Sassatelli, 2008

¹² <http://www.fiapf.org/>

¹³ <http://www.fiapf.org/>

➤ Festival cinematografici specializzati con film in concorso / Competitive Specialised film festivals)

- International Antalya Golden Orange Film Festival (Asian, central Asian and European films)
- Festival de Cine de Bogotá (first feature films)
- Brussels International Fantastic Film Festival (fantasy and science fiction films)
- Cartagena Film Festival (iberic and Latin-American films)
- Courmayeur Noir In Festival (crime films)
- Lucas International Children's Film Festival (children's film)
- Flanders International Film Festival Ghent (impact of music on films)
- Gijón International Film Festival (impact of music on films)
- International Istanbul Film Festival (art-oriented films: literature, theatre, music, dance, and fine arts)
- Jeonju International Film Festival (first feature films)
- International Film Festival of Kerala (Asian, African and Latin American films)
- Molodist Kyiv International Film Festival (first feature films)
- Los Angeles Film Festival (AFI Fest) (documentaries and first and second feature films)
- Festival international du film francophone de Namur (francophone films)
- Busan International Film Festival (formerly Pusan International Film Festival) (first feature Asian films)
- Sarajevo Film Festival (central and south-eastern European films)
- Festroia International Film Festival (films from countries producing less than 30 features per year)
- Sitges Film Festival (fantasy and horror films)
- Stockholm International Film Festival (avant-garde)
- Sydney Film Festival (avant-garde directing)
- Tallinn Black Nights Film Festival (Asian, central Asian and European films)
- Thessaloniki International Film Festival (first feature films)
- Torino Film Festival (first feature films)
- Cine Jove Valencia International Film Festival (first feature films)
- Mostra de València (mediterranean film)
- New Horizons Film Festival (avant-garde)
- goEast Festival of Central and Eastern European Films in Wiesbaden (eastern and central European films)
- Transilvania International Film Festival (first and second feature films)

➤ Festival cinematografici senza film in concorso / Non-Competitive film festivals

- Toronto International Film Festival
- Norwegian International Film Festival
- Kolkata Film Festival

- BFI London Film Festival
 - Vienna International Film Festival (Viennale)
- Festival dedicati a documentari o cortometraggi / Documentary/Short festivals film
- Bilbao International Festival of Documentary and Short Films
 - Kraków Film Festival
 - International Short Film Festival Oberhausen
 - Message to Man
 - Tampere Film Festival

Questa divisione rispecchia in parte quella che si era già creata negli anni sessanta, dove con l'aumentare del numero dei festival si vide la necessità pratica di dividerli per tipologie, anche alla luce del differente interesse che potevano suscitare. Generalmente si dividevano i festival in tipo A e tipo B. Al tipo A appartenevano i festival storici, e corrisponde in gran parte alla prima categoria nella lista redatta dalla FIAPF. Mentre nella categoria B si collocavano tutti i festival minori nati per la maggior parte in Europa. Questo può stare a significare che dagli anni '70 i nuovi festival hanno evitato di scontrarsi direttamente, ed inutilmente, con le manifestazioni storiche come Venezia e Cannes, ma hanno deciso di specializzarsi invece in tematiche particolari del cinema e in cinematografie emergenti; non è un caso che la seconda categoria della FIAPF registra la maggioranza degli eventi. Uno dei primi esempi di questo genere di festival è Rotterdam, che già dal suo primo anno (1972) si concentrò sulla cinematografia asiatica. In Italia la Mostra Internazionale del Cinema Nuovo di Pesaro, nata nel 1964, si era impegnata fin da subito nella promozione di cinematografie poco conosciute: provenienti dal blocco sovietico, dall'Asia e dall'America Latina. Nel rapporto tra cinematografie non occidentali e pubblico, i festival svolgono un ruolo centrale. Infatti se non fosse per questi eventi difficilmente i film non provenienti dall'Europa o dagli Stati Uniti, troverebbero spazio nel mercato distributivo tradizionale dominato dagli USA e da poche altre nazioni. In questa situazione i festival diventano l'unico luogo in cui è possibile vedere queste opere all'interno di un teatro. I pochi film che riescono emergere nel mercato tradizionale spesso sono vincitori di premi, come il recente "Pietà" di Kim Ki-duk vincitore a Venezia nel 2012, uscito nelle sale italiane poche settimane dopo. Da questo si può dedurre che la maggior parte dei film che arrivano sul nostro mercato sono film d'autore, e quindi anche "film da festival"; non si ha così una visuale completa e reale di queste cinematografie. E' proprio in questa falla che si inserisce il Far East Festival di Udine, in quanto la rassegna presenta sempre film che hanno avuto successo negli stati in cui sono nati. La rassegna di Udine ci dà quindi una visione completa e attuale del cinema di ogni nazione asiatica.

Le stesse manifestazioni storiche negli anni settanta hanno aumentato le proprie sezioni. Cannes oltre alle categorie storiche ha istituito anche altre tre sezioni: Settimana

Internazionale della Critica, Quinzaine des Réalisateur e Short Film Corner; e anche i premi: La Caméra d'or, attribuito alla migliore opera prima di tutte le sezioni, e Queer Palm attribuito al miglior lungometraggio a tematica LGBT. "Venice offers similar categories: "Official Selection", "Out of Competition", "Horizons" (world cinema), "International Critics' Week", "Venice Days", "Corto Cortissimo" (short films). Berlin has "Competition", "Panorama", "Forum", "Perspective German Cinema", "Retrospective/Homage", "Showcase", "Berlinale Special", "Short Films", "Children's Cinema." [...] In the process one of the key functions of the International festival become evident, namely to categorize, classify, sort and sift the world's annual production"¹⁴. Questo cambiamento è stato fatto anche per coprire al meglio il numero sempre più alto di film indipendenti prodotti.

In Italia la fondazione AFIC Associazione Festival Italiani di Cinema, fondata nel 2004, unisce 33 dei principali festival cinematografici italiani, con l'esclusione di Venezia, Roma e Taormina. L'AFIC rappresenta una delle organizzazioni migliori per presentare e aiutare i festival nella gestione del rapporto con il Ministero dei Beni Culturali e con tutti gli enti locali che interagiscono con la vita di un festival. Il Far East Film Festival di Udine, la Mostra Internazionale del Nuovo Cinema di Pesaro e il Torino Film Festival ne fanno parte. L'appartenenza a questa fondazione risulta per il FEFF e per gli altri festival, come un forte aiuto nella gestione delle relazioni con gli enti pubblici, e conferisce al festival una sorta di "marchio di qualità" e di riconoscibilità a livello burocratico. In questi anni il numero dei festival cinematografici è aumentato anche in Italia, ma gli unici che possono contare su un interesse internazionale sono Venezia in primis, e poi in parte Pesaro e Torino. La specializzazione sembra essere diventata una delle soluzioni migliori: il Pordenone Silent Film Festival si è saputo distinguere attirando attenzioni anche all'estero, così come il Far East Film Festival di Udine che ha saputo proporre un nuovo filone di conoscenza del cinema asiatico, distinguendosi da altre importanti manifestazioni europee come Rotterdam. Interessante è come dagli anni settanta i festival cinematografici siano "extremely successful in becoming the platform for other causes, for minorities and pressure groups, for women's cinema, receptive to gay and queer cinema agendas, to ecological movements, underwriting political protest, thematizing cinema and drugs, or paying tribute to anti-imperialist struggles and partisan politics."¹⁵

Oltre ai festival accreditati, secondo Variety.com il numero dei festival cinematografici nel mondo è circa 5000. A questo numero si arriva tenendo conto di tutti gli eventi, che si definiscono "Festival di film" che si svolgono nel mondo: dalle grandi capitali, fino a quelli che avvengono in una piazza di un qualsiasi paesino. "Does a three-day event screening material off DVD count?"¹⁶ Sicuramente il problema maggiore che ha portato ad

¹⁴ Elsaesser Thomas, *European cinema. Face to Face with Hollywood*, Amsterdam University Press, Amsterdam, 2005, p.96

¹⁵ Elsaesser Thomas, *European Cinema. Face to Face with Hollywood*, Amsterdam University Press, Amsterdam, 2005, p.100

¹⁶ Barber Lynden, *Meanjin Essay: A Fistful of Festival*, 2012, <http://www.filmfestivalresearch.org/index.php/ffrn-bibliography/1-film-festivals-the-long-view/>

un numero così alto, sta nella facilità con cui si può applicare il termine festival ad un qualsiasi evento. Naturalmente un festival come Venezia o anche Il Far East di Udine, ha poco da temere da un evento svoltosi dentro un caffè culturale, sia economicamente che qualitativamente, ma in un momento di crisi per il mercato distributivo, questo fenomeno diventa molto interessante e pone delle domande per il futuro.

“From being confined to a fairly limited number of professional events with a specific function for the introducing films and new talents to the commercial distribution sector, festivals have virtually developed into a distribution circuit of its own”¹⁷. L’alto numero di festival ha portato alla creazione di più film, i quali aumentando di numero, hanno portato all’aumento di concorrenza nel mercato di distribuzione tradizionale. Si è quindi creato un circuito distributivo dei festival in cui i film realizzati per i festival hanno come unica possibilità di essere visti, la partecipazione ad un tour all’interno di più eventi. I festival di cinema sono diventati il maggior luogo di distribuzione per i film indipendenti; infatti sono gli unici luoghi in cui è possibile fruire del film nel senso classico, cioè all’interno di una sala. Gli unici altri canali di distribuzione sono i DVD o internet. In questa situazione la concorrenza dei festival per avere un premiere cresce sempre più, ma “since there are more festivals in the world than good film in a year”,¹⁸ la maggior parte dei festival, circa 80%, si aggiudica i film scartati dai concorrenti, ma questo può non essere un problema per i festival il cui pubblico non viaggia, ma che invece aspetta che il festival arrivi da loro.

Un ruolo svolto dai festival è quello di contribuire allo sviluppo del turismo delle città che li ospitano. Questo non è una novità, infatti già alla nascita di Venezia e poi di Cannes, uno degli scopi principali era far rinascere (Venezia) e prolungare (Cannes) la stagione balneare. Naturalmente le stesse rassegne sfruttavano il fascino delle location. Se quindi prima si trattava di un scambio reciproco, con gli anni sono stati i festival a svolgere un ruolo maggiore, trasformando città industriali in centri culturali di riferimento. Infatti già con la nascita del festival di Rotterdam, s’è visto come un tale evento può modificare l’immagine di una città: da centro di commercio economico con l’Asia e la Cina (non caso la specializzazione del festival) Rotterdam è diventata un centro di media, cinema e architettura. E’ questo il fenomeno del “cultural clustering”¹⁹, per cui un evento culturale (festival) porta alla nascita di altri eventi che si “raggruppando” attorno ad esso, creando così fenomeni culturali nuovi. Oltre il lato culturale i festival del cinema portano anche prestigio alla città che li ospita, ed anche alle aziende che li sponsorizzano, le quali hanno riscontri in fatto di immagine e quindi di attrattiva per i clienti, che da pubblico festivaliero recepiscono la nuova immagine culturale dell’azienda.

¹⁷ Nils Klevjer Aas, *Flickering Shadow. Quantifying the European Film Festival Phenomenon*, 1997, <http://archive.is/TOPH>

¹⁸ Bachmann Gideon, *Insight into the Growing Festival Influence: Fest Vet discusses 'Wholesale' and 'Retail' Events.*, Variety.com, 2000

¹⁹ Elsaesser Thomas, *European Cinema. Face to Face with Hollywood*, Amsterdam University Press, Amsterdam, 2005

“Film festival still provide the perfect environment for the cultural, communal celebration of cinema”²⁰: il ruolo che ricoprivano è però in parte cambiato. I festival infatti in passato erano un “marketplace”²¹, cioè un luogo dove i film si mettevano in luce per essere comprati e distribuiti. Ora invece il ruolo di un festival entra direttamente nella catena commerciale in quanto genera lui stesso pubblicità per i film che presenta. Si è passati da un ristretto numero di persone (la maggior parte dell’ambiente) ad un vasto pubblico che partecipa nella maggior parte dei casi solo per amore del cinema. Il concetto di marketplace è in crisi, e il mercato si è spostato nel settore dei DVD e nei canali digitali. Nel web si è sviluppato poi un fenomeno (partito dalla musica e con i miglioramenti tecnologici allargatosi al cinema) che non fa che aumentare la crisi del mercato tradizionale e ora anche dei DVD: infatti con una facilità sempre maggiore è possibile vedere o scaricare illegalmente qualsiasi film. Da questa situazione i festival possono trarne beneficio, infatti non sono più così legati alla volontà commerciale dei grandi produttori, e quindi possono sfruttare il momento ed aumentare la qualità dei film mostrati, scegliendo più liberamente all’interno dell’alto numero di film prodotti ogni anno. I festival “have to change from being a marketplace to becoming a brand”²²: nel senso di essere capaci di creare, una propria identità fatta non solo dalle pellicole mostrate, ma anche da conferenze libri, DVD ed eventi, ma tenendo sempre presente l’importanza della qualità artistica.

²⁰ Gaines Christian, "State of the Fest – Part One: Do Festivals Matter?", The Circuit – Blog on Variety.com, 2008

²¹ Gass Lars Henrik, *Trade Market or Trademark? The Future of Film*, 2009,
<http://www.filmfestivalresearch.org/index.php/ffrn-bibliography/1-film-festivals-the-long-view/>

²² Gass Lars Henrik, *Trade Market or Trademark? The Future of Film*, 2009,
<http://www.filmfestivalresearch.org/index.php/ffrn-bibliography/1-film-festivals-the-long-view/>

CAPITOLO 2 ORGANIZZAZIONE DI UN FESTIVAL

2.1 DEFINIZIONI

Con festival si può definire “una serie di eventi o spettacoli concentrati nel tempo, ripetuti con cadenza determinata, aventi come oggetto media o performing art²³”. I festival sono essenzialmente degli eventi culturali, caratterizzati dalla creatività e dall’organizzazione. L’importanza dell’organizzazione può portare a dire che “la vera creatività dei festival risiede nella loro organizzazione come opera di mediazione culturale, una creatività spesso collettiva, frutto di un lavoro di squadra che a sua volta presuppone mediazioni interne”²⁴.

Il termine festival racchiude diversi significati, questo perché è un fenomeno caratterizzato da un sistema contenutistico-territoriale-culturale che ne determina la tipologia. I componenti centrali in un festival sono: il rapporto con il territorio, il tempo e il concept. Il rapporto con il territorio è un elemento fondamentale per la riuscita dell’evento, infatti una connessione negativa con il luogo del festival non può che danneggiarlo. Il tempo invece è ciò che rende il festival reale, dandogli una collocazione temporale, che implica timing di organizzazione e una durata della sua manifestazione. Il concept infine è ciò che definisce il festival, rendendolo riconoscibile al pubblico.

I festival inoltre possono essere definiti dalla loro capacità di qualificare l’offerta turistica del territorio che li ospita, e quindi dalla capacità di generare valore, inteso in senso di un impatto economico positivo sul turismo. Questo è uno dei motivi della nascita di un sempre maggiore numero di festival, cinematografici e non, e della loro collocazione soprattutto a cavallo della stagione turistica.

In questo contesto diversificato, che comprende festival letterari, musicali, di danza e anche multi-tematici (come l’Edinburgh International Festival), i festival cinematografici sono una delle tipologie più conosciute.

“The film festival is a phenomenon embedded in the attention economy, event management, and the film industry, and its most important role is to translate cultural and artistic values into economic and social ones”²⁵.

²³ Grandinetti Roberto - Andrea Moretti, *Evoluzione manageriale delle organizzazioni artistico - culturali*, Franco Angeli, Milano, 2004, p.105

²⁴ Maussier Barbara, *Festival management e destinazione turistica*, Editore Ulrico Hoepli, Milano, 2010, p.5

²⁵ Bauer Olga, *Fund-Raising for Film Festivals in Europe*, Erasmus University Rotterdam, 2007

I festival cinematografici possono essere divisi in tre tipologie²⁶:

- Festival with business agendas:

a cui appartengono festival come Cannes e il Sundance, la cui realizzazione negli anni è diventata un importante business attorno al quale ruotano molte realtà, anche alla luce della città che gli ospita. Questo non sta a significare che la qualità artistiche siano poco considerate.

- Festival with geopolitical agendas:

sono festival nati in situazioni difficili dal punto di vista politico, allo scopo di rivalutare le zone in cui si svolgono. Esempi sono il Sarajevo Film Festival nato nel 1995 in periodo di guerra, o il Fespaco nato in Burkina-Faso .

- Festival with aesthetic agendas:

Sono festival il cui scopo principale è la sola promozione culturale come Le Giornate del Cinema Muto di Pordenone.

Questa divisione è essenzialmente basata sul concept iniziale del festival, nel senso che si fa una divisione partendo dalle motivazioni che hanno portato alla nascita del festival: che possono essere economiche, politiche o artistiche. Ciò che comunque caratterizza i festival sono i film che vi concorrono, che vedono nella partecipazione all'evento un modo, per alcune pellicole anche l'unico, per farsi conoscere.

2.2 FESTIVAL MANAGEMENT

Sono quindi molte le cose che caratterizzano l'evento festival: dalla sede al territorio, dal pubblico alla pubblicità, dai prodotti culturali (i film in questo caso) agli eventi paralleli. Un festival è un sistema molto complesso di relazioni, che prevede la partecipazione di più attori che devo coordinare il proprio lavoro per la realizzazione dell'evento, e che quindi presuppone l'applicazione del project management, ovvero "la gestione sistematica di un'attività complessa, unica, con un indirizzo e una fine predeterminato, che viene svolta con risorse organizzate, mediante un processo continuo di pianificazione e controllo per raggiungere gli obiettivi predefiniti, rispettando vincoli indipendenti di costo, tempo e qualità"²⁷. Infatti la gestione a progetto è la migliore per gestire un situazione come quella dei festival, dove il reciproco adattamento tra le parti coinvolte è spesso la caratteristica vincente. Come un progetto anche un evento culturale come un festival è finalizzato al raggiungimento di uno o più obiettivi ed è di natura temporanea.

²⁶ Tratto da Turan Kenneth, *Sundance to Sarajevo. Film Festival and the World they Made*, University of California, 2002

²⁷ Archibald R.D. , *Project management*, Franco angeli, Milano, 1996, p. 27

Sono quindi fondamentali strumenti di pianificazione e controllo, che permettano al manager responsabile dell'evento di raggiungere gli obiettivi prefissati, e svolgere l'esercizio del problem solving. Come un progetto anche un evento culturale sarà giudicato non solo in base a termini di performance, ma anche in base alla capacità di raggiungere gli obiettivi nei tempi e modi previsti, tenendo sempre presente il budget prefissato. Le caratteristiche più importanti sono l'unicità e la temporalità, lo svolgimento progressivo del lavoro step by step, e il controllo dell'aderenza, cioè la valutazione delle scelte prese, in modo da correggerle in corso d'opera o di proporre soluzioni alternative.

“I vantaggi nell'affrontare un evento culturale gestendolo come un progetto sono riposti nella visione globale di obiettivi, idea-contenuto, processi produttivi ed operativi necessari, nell'organizzazione del lavoro snella e di gruppo che integra le differenti competenze e gli apporti creativi, interpretativi, scientifici, tecnici, organizzativi dei profili professionali coinvolti, nella possibilità di identificare i diversi livelli di responsabilità dei soggetti ed i livelli decisionali da attivare”²⁸. La pianificazione diventa importante anche alla luce dei molti stakeholder presenti, e quindi richiede un chiaro e forte esercizio della leadership.

Si può dunque dire che il “Festival management (ovvero l'applicazione del project management agli eventi culturali) è il processo di lavoro che sottende alla realizzazione di uno o più eventi utilizzando strumenti di pianificazione reticolare delle risorse e dei tempi”²⁹.

Il compito del festival manager è quello di organizzare e controllare ogni aspetto dell'evento, in ogni sua fase, dall'ideazione alla realizzazione, in modo da avere un controllo della leadership continuo, che dia un senso unitario a tutte le fasi e che guidi gli attori partecipanti alla realizzazione dell'evento, dandogli un punto di riferimento per il raggiungimento degli obiettivi.

2.3 LO SVILUPPO ORGANIZZATIVO

Nell'organizzazione di un festival per poter raggiungere i risultati prefissati bisogna tener conto di sette componenti fondamentali:

- Partecipanti: gli spettatori hanno un ruolo fondamentale per la riuscita dell'evento, non solo per la partecipazione, ma anche perché caratterizzano l'evento stesso. Infatti durante la progettazione si lavora tenendo conto di un target specifico di spettatori, che sono i destinatari dell'evento. In sostanza il giusto pubblico è necessario per creare la giusta atmosfera all'interno del festival, un'atmosfera che contribuirà ad aumentare l'interesse nel pubblico, in una sorta di scambio reciproco.

²⁸ Argano L. , Bollo A. , Vivalda C. , *Gli eventi culturali*, Franco angeli, Milano, 2006, p. 93

²⁹ Maussier Barbara, *Festival management e destinazione turistica*, Editore Ulrico Hoepli, Milano, 2010, P.18

- Location: una location sbagliata può compromettere la riuscita di un festival. Il luogo giusto deve avere due tipi di caratteristiche: estetiche e pratiche. Le prime sono date dal fascino della location e dalla sua particolarità, le seconde invece riguardano fattori più pratici, come l'accessibilità e la facilità nel raggiungere il luogo.
- Data e orario : la scelta della data è uno dei fattori fondamentali. Innanzitutto perché dà un limite di tempo alla progettazione, e soprattutto perché nella scelta si possono evitare sovrapposizioni con altri eventi, cioè si può scegliere il periodo migliore per dare all'evento la maggiore visibilità.
- La tecnologia: con l'andare degli anni la tecnologia sta diventando sempre più un discriminante per il successo. I servizi extra o anche l'aumento della qualità dell'intero festival, come nel caso di un festival cinematografico, il miglioramento nei sistemi video e audio, posso contribuire al successo. Il fattore ecologico poi è sempre più un elemento di vanto per le manifestazioni, e diventa un mezzo per rendere i potenziali spettatori ancora più favorevoli all'evento.
- La sicurezza: è compito degli organizzatori garantire la massima sicurezza per tutta la durata dell'evento, sia del pubblico sia dei partecipanti.
- I servizi aggiuntivi: Tutti gli elementi paralleli all'evento principale contribuiscono al successo del festival. Shop, ristoranti, workshop, servizi online rendono l'evento più appetibile agli spettatori e contribuiscono a crearne il successo.
- La comunicazione: la comunicazione risulta fondamentale per la riuscita dell'evento e per raggiungere il target di riferimento. Questo implica anche la scelta dei mezzi più adatti da usare, cioè quelli che più facilmente interessano il pubblico obiettivo. La comunicazione non riguarda solo il pre-festival ma anche il post, questo perché è importante certificare e consolidare la riuscita dell'evento.

Questo dimostra la complessità che si presenta nell'organizzazione di un festival, che è "un vero e proprio sistema, inteso come un pluralità di elementi coordinati tra loro in modo da formare un complesso organico e capace di raggiungere gli obiettivi prefissati"³⁰.

Infatti un festival presenta normalmente caratteristiche come un programmazione dettagliata, scadenze temporali, un team di lavoro costruito ad hoc per l'evento, molteplici componenti da quelle base a quelle accessorie, competenze specifiche molteplici,

³⁰ Maussier Barbara, *Festival management e destinazione turistica*, Editore Ulrico Hoepli, Milano, 2010, p.12

responsabilità ben definite sia a livello gerarchico sia a livello funzionale. Per questo la definizione degli obiettivi è fondamentale.

Il principali sono:

- Livello presentazione tecnica/contenuti
- Livello notorietà/visibilità
- Livello reputazione/immagine
- Livello vendite (ticketing, sponsor, merchandising, altro)
- Livello organizzativo (afflusso/sicurezza, altro)
- Livello economico-finanziario (ricavi, flussi di cassa, profitti)
- Livello sociale (soddisfazione, ecologia,infrastrutture)

A livello di marketing è quindi importante pensare al festival come un prodotto, che viene offerto sul mercato. Da un punto di vista analitico operativo si può suddividere il “prodotto” festival in tre livelli:

1. Attività centrale o core : è costituito da tutti gli elementi che rendono un festival unico, quindi il programma degli eventi, la location, i temi e linguaggi di ogni specifico festival.
2. Attività arricchita: sono tutti quegli elementi che non riguardano l’attività centrale, come seminari e conferenze, che avendo un costo per l’organizzazione diventano funzionali all’aumento dell’interesse per l’evento centrale.
3. Attività collaterali: sono tutti quei servizi che nonostante non siano essenziali, ricoprono un ruolo fondamentale nella soddisfazione finale degli spettatori. Un esempio possono essere le caffetterie, gli shop e i servizi di guardaroba.

Questa suddivisione pone l’attività di *core* al centro, ma questo non vuole dire che le attività arricchite, che possono portare nuovi spettatori, o le attività collaterali, che contribuiscono alla soddisfazione, siano inferiori o secondarie. E’ piuttosto un sistema circolare in cui il nucleo è rappresentato dal *core*, il quale è circondato dalle attività arricchite, che a loro volontà sono circondate da quelle collaterali. Questo schema lo rende simile al sistema del prodotto turistico, anch’esso diviso in tre livelli, infatti come un prodotto turistico anche un festival si deve inserire nel sistema turistico del suo territorio.

E’ da questo punto che nasce l’importanza della strategia, cioè dal rapporto festival-territorio. “La progettazione di un festival, nell’analisi della fattibilità, dovrebbe inevitabilmente effettuare un’accurata analisi del territorio nel quale vuole innestarsi (fattori

attrattivi e punti di debolezza) e cercare il coinvolgimento degli operatori locali al fine di definire, in un'ottica sistematica, un armonioso e condiviso programma di sviluppo sostenibile³¹. Facendo questo il festival può diventare uno strumento di promozione per il suo territorio, comunicando un'immagine positiva del luogo.

2.4 LE FASI DI SVILUPPO DI UN FESTIVAL

Il ciclo di vita di un festival può essere suddiviso in sei fasi:

1. **Ideazione:** questa è la fase in cui vengono definite le linee guida del festival. Vengono posti gli obiettivi, sia generali che collaterali; viene poi individuato il target di pubblico che si vuole raggiungere, e l'immagine che si vuole dare al festival, cioè la sua identità. In un festival cinematografico saranno quindi definite le linee guida che porteranno alla selezione dei film.
2. **Attivazione:** fase dove viene valutata la fattibilità del progetto, tenendo conto dei vincoli e delle possibilità esistenti. Sempre in questa fase vengono attivati i primi sondaggi per capire la disponibilità degli artisti, degli spazi e per capire come gestire le autorizzazioni amministrative e l'acquisto dei diritti. Sono quindi definiti tutti i punti cardini necessari alla realizzazione del festival, sia a livello artistico sia a livello tecnico-logistico. In un festival cinematografico è questo il momento in cui si comincia a definire i film che parteciperanno.
3. **Pianificazione:** come presupposto di questa fase deve essere stata fatta un'accurata raccolta di informazioni, che permettano la pianificazione in dettaglio dell'evento. Si procede quindi ad una pianificazione operativa del festival, andando ad indicare ogni attività che si svolgerà, tenendo presente tempi, costi e risorse.
4. **Attuazione:** questa è la fase in cui si svolge materialmente il festival.
5. **Completamento:** Una volta concluso il festival comincia questa fase dove viene svolta un'attività di rendicontazione connessa alla liquidazione dei finanziamenti pubblici e privati, i quali anche se assegnati prima, vengono erogati solo dopo che un evento s'è concluso.
6. **Valutazione:** fase dove viene valutato il raggiungimento degli obiettivi, e dove si determina il valore prodotto, importate al fine di capire come il festival abbia influito positivamente sul territorio, ma anche per capire come abbia influito sui suoi finanziatori, i quali hanno avuto un ritorno tangibile dalla realizzazione del festival.

La durata di queste fasi non è fissa e la loro conclusione non è sequenziale, infatti possono variare in corso d'opera, a causa di variabili e avvenimenti non previsti che comportano la

³¹ Maussier Barbara, *Festival management e destinazione turistica*, Editore Ulrico Hoepli, Milano, 2010, pp.16-17

modifica delle decisioni già prese. Questo è conseguenza della natura stessa del festival, che si presenta come un prodotto a rete, che dipende quindi non solo dalla sua organizzazione interna, ma anche da tutti gli attori presenti nel territorio, privati o pubblici, cioè gli stakeholder che sono la chiave del successo, infatti un prodotto a rete, un festival in questo caso, prospera solo se anche gli stakeholder prosperano con esso nel corso degli anni.

Per lo sviluppo di queste fasi sono necessari degli strumenti utili per la progettazione strategico-organizzativa del festival, in grado di supportare le decisioni nei vari momenti di organizzazione di un festival.

2.4.1 Ideazione

Nella fase di ideazione importante è la definizione dell'idea e dei contenuti del festival. Per fare questo sarà necessario un'analisi delle risorse e dei vincoli, grazie al quale sarà poi possibile definire gli obiettivi e creare un'immagine all'evento. Importante è poi un'analisi del contesto in cui ci si andrà ad inserire e del pubblico potenziale.

Utili a questi fini ci sono sette strumenti di analisi:

- **SWOT analysis**: è uno strumento di valutazione che analizza i punti di forza e di debolezza di un progetto. Permette anche di analizzare le influenze positive e negative che possono venire dall'esterno: ci sono quindi le opportunità, cioè i vantaggi che possono venire al festival, e poi le minacce, cioè quegli elementi che possono influenzare in negativo l'evento. Fondamentale per svolgere questa analisi è essere realistici, individuando senza modestia i propri punti di forza, che saranno quindi le basi per il futuro. Si passa quindi ai punti di debolezza, dove fondamentale è il mantenere la discussione in un'ottica costruttiva, evitando accuse reciproche, infatti il fine finale è il successo di tutti gli attori coinvolti. I punti di debolezza che saranno individuati diventeranno oggetto di maggiore attenzione e di correzione. Con questo si conclude l'analisi interna, nell'analisi esterna invece è fondamentale concentrarsi sul territorio e sul proprio ambiente competitivo. Importante è individuare gli interessi dei molti stakeholder, che possono influenzare la riuscita dell'evento. Si tratta quindi di anticipare il cambiamento e adattarsi adottando diverse strategie.

Questo è un esempio di SWOT analysis elaborato per questa tesi, pensando al Far East Film Festival di Udine.

Punti di forza	Punti di debolezza
<ul style="list-style-type: none"> • Location • Finanziatori e sponsor • Strutture di accoglienza turistica • Risorse umane • Profonda conoscenza territorio e target del pubblico 	<ul style="list-style-type: none"> • Proposta di una cinematografia poco conosciuta • Risorse economiche • Parcheggi
Opportunità	Minacce
<ul style="list-style-type: none"> • Attrattive storiche artistiche • Collaborazione delle strutture turistiche • Collaborazione con enti pubblici • Ospiti di livello nazionale e internazionale • Collaborazione con gli altri organizzatori • Alto livello tecnologico 	<ul style="list-style-type: none"> • Trasporti pubblici • Orari chiusura bar e ristoranti • Uscita di film di forte richiamo

- **Profilo strategico:** E' necessario individuare il profilo strategico dell'evento culturale. Questo vuol dire tener conto di: motivi che hanno condotto alla realizzazione del festival, scopo principale, risultato che si vuole ottenere, tutte le condizioni ed gli effetti che posso essere determinati dal festival, soggetti portatori di interesse, pubblico di riferimento, contesto nel quale ci si andrà ad inserire e infine connessione tra obiettivi primari e strategie condotte dall'organizzatore.
- **Analisi del contesto:** Una volta individuato il profilo strategico e necessario analizzare il contesto competitivo in cui ci si andrà ad inserire, cercando di ispirarsi alle eccellenze dei competitor ed di evitando gli errori già commessi. Questa analisi è fondamentale per il marketing, la comunicazione e la promozione. Comprendere il contesto in cui si andrà ad operare è fondamentale, e significa aver chiaro lo scenario di riferimento a livello micro e a livello macro. A livello macro appartengono soggetti e norme a carattere generale come il MIBAC e le norme di sicurezza sul lavoro, a livello micro si appartengono soggetti e sistemi locali di regole che possono generarsi

specificatamente. Gli ambiti di maggiore interesse nell'analisi sono di tipo: socio-economico-demografico, organizzativo, politico-istituzionale, artistico-culturale. Per compiere queste lavoro ci si deve basare su: informazioni da fonti aperte e disponibili, informazioni mirate da fonti dirette, relazioni con soggetti diversi con un ottica alla capitalizzazione futura, sulla conoscenza delle normative di riferimento e sui relativi aggiornamenti, e infine su una chiara conoscenza del proprio ruolo ambiente di riferimento. Bisogna poi porre enfasi sul lavoro di pianificazione e simulazione di scenari possibili.

- **Benchmarking:** Con benchmarking si intende l'analisi del comportamento dei concorrenti. Si vede come questi hanno risposto a delle minacce o a scenari non previsti, o come sono riusciti a trasformare un punto debole in un punto di forza. Il pensiero centrale del benchmarking sostiene che è inutile scoprire quello che viene già fatto dagli altri, meglio di noi. Questo non significa copiare, ma invece significa saper individuare i propri punti deboli e correggerli ispirandosi a chi fa meglio di noi adattando una prassi già di successo.
- **Metodo Delphi:** Questo è un metodo consultativo di forma scritta, che tramite l'utilizzo di esperti di più settori, vuole valutare le potenzialità del territorio in funzione del festival che si vuole organizzare. Gli esperti selezionati vengono interrogati singolarmente su diversi quesiti. Successivamente vengono valutate le risposte e partendo dalle divergenze riscontrate, si cerca di raggiungere uno stadio in cui vengono selezionate le risposte maggiormente condivise dall'intero gruppo. "Il metodo Delphi riconosce il valore dell'opinione, dell'esperienza e dell'intuizione dell'esperto e permette di usare informazione limitata disponibile in questi valori quando manca un pieno sapere scientifico"³².
- **Focus Group:** Con Focus Group si intende un gruppo di 8-12 individui, preselezionati all'interno del mercato di riferimento, che all'interno di una stanza vengono guidati da un conduttore, che guida i partecipanti nell'esposizione dei propri pareri personali riguardo a un prodotto, portando i vari individui a discutere tra loro. Questo metodo è indicato per la realizzazione di un festival in quanto stimola il coinvolgimento dei cittadini più attivi e interessati, può essere usato per individuare i cambiamenti auspicati e le speranze attese, e infine spinge a concentrarsi sulla capacità del festival di essere una risorsa per il territorio grazie alle azioni collaborative che si possono intraprendere. Per una miglior riuscita è preferibile porre ai partecipanti un progetto con delle linee guida ben definite, in modo da avere degli interventi strutturati.
- **Piano strategico:** "Il piano strategico è un processo orientato al futuro che cerca di raggiungere gli obiettivi attraverso la formulazione e l'implementazione di strategie

³² Maussier Barbara, *Festival management e destinazione turistica*, Editore Ulrico Hoepli, Milano, 2010, p. 42

ampie e a lungo termine”³³. In questo si inserisce quindi la necessità di adattare il festival al territorio che lo ospita, andando così a svilupparsi all'interno di un piano turistico. La strategia si rende necessaria non solo per il raggiungimento degli obiettivi, ma anche per inserire al meglio il festival all'interno della rete di relazioni che la circonda e di cui fa parte.

2.4.2 Attivazione

Nella fase di attivazione gli strumenti principali sono il business plan e l'analisi della fattibilità finanziaria, che è il presupposto per l'intera realizzazione del progetto. I punti fondamentali sono quindi la fattibilità pratica del progetto, la convalida delle opzioni strategiche, la scelta finale e conferma della location e del periodo, l'identificazione delle linee guida di tipo produttivo e organizzativo, l'inizio dei primi comportamenti strategici e operativi e la completa documentazione dell'evento in ogni sua fase. Il business plan assume quindi un ruolo fondamentale, in quanto consiste nel riassunto di come un manager intende operare e gestire un'attività imprenditoriale allo scopo di avere una buona riuscita. Il business plan è composto da tre parti principali: la prima parte è a carattere introduttivo in cui viene illustrata l'idea principale del progetto, i motivi dello sviluppo e i vantaggi comportanti dalla sua realizzazione. La seconda parte è di carattere più tecnico-operativo e al suo interno viene spiegato tutto quello che sarà fatto, i tempi e luoghi di realizzazione. Nella terza parte sono inserite invece le previsioni economiche/finanziarie. Infine deve essere inserita una breve storia dell'organizzazione. In generale il business plan rende chiari obiettivi, mission e priorità della missione, stabilisce un piano finanziario e individua i meccanismi di controllo. La realizzazione di un business plan è fondamentale per ottenere finanziamenti da parte degli sponsor, infatti sono una dimostrazione delle capacità gestionali dell'organizzatore, può poi facilitare poi la partnership, dimostrando la validità del proprio progetto, rendendo interessante una possibile alleanza. In generale il business plan è necessario per le relazioni con tutti gli stakeholder. Il marketing è uno degli elementi che deve essere messo in evidenza, spiegandone strategie e innovazioni, evidenziando le ricerche svolte e i risultati ottenuti. Si deve indicare il pubblico di riferimento e il mercato in cui ci si vuole inserire. La componente fondamentale sono i dati finanziari dove sono spiegati l'impegno e il successo nella gestione dei costi e dei guadagni, i sistemi di controllo finanziari, il budget in possesso e le previsioni finanziarie e di rischio. Nella parte conclusiva si possono inserire elementi che sottolineano l'unicità del progetto, come delle foto, e anche i curricula dello staff e del leader.

2.4.3 Pianificazione

Nella fase di pianificazione si espone nel dettaglio ogni singola azione programmata, i tempi per effettuarla e le risorse impiegate, e anche il piano finanziario, i sistemi di controllo

³³ Maussier Barbara, *Festival management e destinazione turistica*, Editore Ulrico Hoepli, Milano, 2010, p.46

adottati e le precauzioni per gli eventuali rischi. Si ha quindi una visione panoramica dell'intero progetto, in cui verranno individuati punti chiavi come, cosa fare, chi lo farà e come, quanto costerà, e cosa fare in caso di imprevisti. I vantaggi che offre la pianificazione sono quantificabili nella condivisione degli obiettivi, che può portare ad un maggiore impegno per raggiungere i risultati, l'ottimizzazione delle risorse ed ad un senso di gratificazione, in quanto una chiara visione degli obiettivi porta ad un maggiore capacità nel raggiungerli e quindi ad un maggiore senso di gratificazione che spinge ad affrontare con entusiasmo nuove sfide organizzative. La pianificazione va intesa come un architettura di vari processi e documenti tra loro correlati. Uno dei metodi per gestire la pianificazione è il piano di produzione generale che mostra tutte le macroattività necessarie al compimento del progetto. Le attività possono essere sintetizzate in:

- Attività organizzative e di produzione specifica
- Attività di reperimento e gestione economico-finanziaria
- Attività contrattuali
- Attività amministrative
- Attività logistiche
- Attività tecnico-allestitive
- Attività di comunicazione

Ognuna di queste macro attività comprende delle azioni singole di diverso grado di dettaglio, che vanno ad illustrare tutte le attività necessarie al compimento del progetto. E' utile mettere poi ogni singola attività all'interno di un calendario, come nel diagramma di Gantt, che schematizza i giorni di lavoro partendo dalla data prevista per la fine andando poi a ritroso, indicando tutte le attività necessarie. Un altro strumento utile è il diagramma di PERT, che permette di mostrare in modo grafico le relazioni tra le varie attività, in una successione logica e temporale. Per gestire al meglio i diversi attori che operano all'interno del team d'organizzazione è utile poi costruire una matrice delle responsabilità, perché è di fondamentale importanza definire in modo chiaro i ruoli, i responsabili e le relazioni gerarchiche delle figure coinvolte. Con questa matrice vengono mostrati i rapporti tra le risorse umane e le attività di cui sono responsabili; e rende anche chiara la fondamentale importanza del coordinatore, che gestisce i vari responsabili.

2.4.4 Attuazione – Completamento – Valutazione

Nella fase di attuazione si deve controllare che vengano rispettati i punti chiave e in generale l'intero piano deciso. E' quindi necessario un buon lavoro di controllo e monitoraggio, magari con l'aiuto di report.

Le fasi di completamento e valutazione richiedono infine la chiusura definitiva e la valutazione finale. Si misurano i risultati, in termini di raggiungimento degli obiettivi. E' un momento fondamentale perché i dati riscontrati potranno fungere da base per eventi futuri per le edizioni successive; infatti da una precedente edizione si dovrebbe riuscire a individuare i propri punti di forza da valorizzare nel futuro, e i punti di debolezza da correggere e modificare.

Nell'organizzazione di un festival, in generale e di un festival cinematografico in particolare, il timing di lavorazione può cominciare subito dopo la chiusura dell'evento, come nel caso del Far East Film Festival che monitora le tendenze cinematografiche di ogni paese asiatico durante tutto l'anno, grazie a collaboratori che vivono direttamente in Asia. In ogni caso la necessità di ottenere permessi, affittare spazi pubblicitari, ottenere finanziamenti e cominciare collaborazioni richiede un tempo di lavoro di minimo sei mesi per arrivare anche all'intero anno. La natura ripetitiva dei festival, inteso nel senso dell'esistenza di più edizioni, porta quindi ad un lavoro continuo, che una volta finite le sei fasi precedentemente indicate deve poco dopo ricominciare, creando così una situazione di lavoro circolare.

2.5 LE AREE DI COMPETENZA

Durante tutto il ciclo di vita di un progetto è richiesto a chi è coinvolto di avere multi competenze, multi funzionalità e capacità nella gestione della dimensione strategico - organizzativa. "Sono le competenze nell'integrazione dei diversi apporti a rivestire l'importanza maggiore per abilitare una piena integrazione del progetto nel suo insieme"³⁴. Il solo project manager non può gestire da solo ogni singola area, il suo compito è invece quello di sapere dirigere e di saper interloquire con i vari attori responsabili di ogni area, creando così una linea guida nel controllo dello sviluppo del progetto. Deve controllare infine il livello qualitativo dell'intero sistema e la sua efficacia, sia all'interno sia all'esterno, in quando opera all'interno di un prodotto a rete come un festival. Per fare questo il festival manager deve essere in possesso di differenti competenze in modo da gestire tutte le aree di competenza delegate a specifici responsabili. La capacità del project manager sono necessarie per il successo del prodotto, e consistono nella capacità di assumere autorevolezza, di risolvere i conflitti e interagire e integrare i vari attori che operano nel sistema.

Sono identificabili 10 aree di competenza che un festival manager deve possedere.

- Gestione dell'integrazione di progetto

Questa è la principale che lega tutte le altre, che sono:

- Gestione della comunicazione

³⁴ Maussier Barbara, *Festival management e destinazione turistica*, Editore Ulrico Hoepli, Milano, 2010, p.23

- Gestione dei rischi
- Gestione delle relazioni
- Gestione dei costi
- Gestione dei tempi
- Gestione dei processi
- Gestione della qualità
- Gestione delle forniture

Tutte queste oltre che essere legate a quella principale sono legate tra loro, proprio in ragione della natura a rete del prodotto.

Una buona leadership è necessaria per il controllo di un sistema dinamico come la realizzazione di un festival. L'alto numero di attori partecipanti porta l'organizzazione ad adattarsi e ad evolversi, apprendendo grazie alle relazioni che si instaurano durante il suo svolgimento. Si tratta di un vero e proprio sviluppo organizzativo dinamico capace di apprendere dalle esperienze e di trasformare i valori, gli atteggiamenti e le relazioni attraverso lo scambio di informazioni, la comunicazione e la creazione di gruppi di lavoro e di collaborazione. Grazie a questo con il crescere delle complessità aumenta anche la professionalità degli attori partecipanti e della leadership che li coordina. Il project leader come un regista, presenta agli attori principale e alle comparse una scaletta ben definita, che egli stesso ha pianificato in base agli obiettivi dell'evento. Un leader deve avere abilità personali, relazionali, di pensiero strategico e di pensiero sistemico; e la sua figura deve essere riflettere agli occhi del team competenza, autorevolezza, creatività e fungere da esempio. Lo stile della leadership può essere di varia natura: autoritario, democratico, lassista, formale, informale, direttivo, partecipativo, sollecitativo e osservativo. Ogni situazione richiederà lo stile più adatto.

Nell'organizzazione di un festival i diversi ruoli e funzioni che esistono possono essere divisi in:

- Il project manager (che può coincidere con il direttore artistico o con lui essere al vertice dell'organizzazione): si occupa della strategia globale del progetto, della definizione degli obiettivi, della scelta finale dei fornitori, della supervisione dei materiali, della definizione del programma dell'evento e del controllo del budget di spesa.
- Il responsabile della comunicazione: si occupa degli invitati, dei giornalisti, dei relatori, della scaletta dell'evento e produce la documentazione da distribuire.
- Il responsabile dell'organizzazione dell'evento: è colui che sceglie la sede dell'evento in base all'immagine che si vuole trasmettere, si occupa quindi della verifica delle strutture e degli strumenti scelti, gestisce fisicamente le giornate del festival occupandosi delle eventuali emergenze. Questa figura può a volte coincidere con quella del project leader.

- Il responsabili dei fornitori esterni: è colui che seleziona i fornitori e che poi si occuperà del loro coordinamento una volta che saranno approvati.
- L'agenzia logistica/produzione: si occupa delle infrastrutture e della sicurezza, dei mezzi di trasporto e della scelta del personale specializzato.
- L'agenzia per i media: è il responsabile dell'acquisto degli spazi pubblicitari necessari alla realizzazione dell'intera campagna pubblicitaria.
- L'agenzia di stampa: è costituita dall'ufficio stampa, che si occuperà di tutte le comunicazioni, comunicati e conferenze stampa, e dell'invito ai giornalisti per l'evento. E' anche colui che raccoglie dati al termine dell'evento.
- L'agenzia di crisi: che interviene solo nei momenti di emergenza cercando di conservare l'immagine dell'organizzazione.

Ci sono poi dei ruoli minori, da gestire in gruppo o da svolgere in prima persona:

- La segreteria organizzativa
- Il servizio fotografico
- Il responsabile allestimenti
- Il responsabile del catering
- Il responsabile accoglienza

2.6 LA STRUTTURA ORGANIZZATIVA

La decisione della struttura organizzativa più efficace è un momento fondamentale, infatti grazie a questa sarà possibile coordinare al meglio gli attori e le fasi che sono state individuate nella nostra analisi. Con struttura organizzativa si intende il complesso delle modalità che regolano la collocazione delle singole funzioni nell'organigramma aziendale, le linee d'autorità che interconnettono le funzioni e i canali informativi attraverso i quali fluiscono le informazioni. Con la progettazione e gestione di una struttura organizzativa si andrà a decidere quali compiti dovranno essere svolti dalle diverse unità organizzative e il modo in cui si coordineranno tra loro. Coordinamento e specializzazione dei compiti sono due esigenze che devono essere soddisfatte contemporaneamente. Per progettare una struttura organizzativa bisogna tener conto di: criteri di raggruppamento (criterio che separare le funzioni e crea le unità), numero di livelli (numero di livelli gerarchici che dividono i vertici decisionali e le basi operative), ampiezza del controllo (il numero di unità dipendenti che dipendono da un ruolo di comando), accentramento/decentramento (grado di distribuzione del potere decisionale tra i diversi livelli), unità di *line* e di *staff* (collegamento per linea gerarchica *line* o per assistenza senza vincoli di subordinazione *staff*), rapporti gerarchici (relazione che intercorre tra organi di diversi livelli).

Non esiste una scelta migliore in termini assoluti, ogni situazione richiede una scelta diversa che si adatti perfettamente. Questo perché nella scelta della struttura organizzativa

bisogna tener conto dell'ambiente e delle circostanze che mutano da una situazione all'altra. Il comportamento di un'organizzazione cambierà a seconda di variabili interne e variabili esterne all'organizzazione stessa. Le variabili interne al contesto possono essere di varia natura: umane, sociali, tecniche, organizzative (normalmente la struttura organizzativa e lo stile di leadership).

Durante l'organizzazione di un festival, soprattutto se cinematografico, oltre all'attenzione rispetto alla realizzazione dell'evento, bisogna cercare di stabilire una base organizzativa per il futuro, cioè capire quei punti che renderanno possibile il ripetersi dell'evento in un momento successivo, cioè nelle edizioni successive. Si deve quindi capire quali sono i principi fondanti dell'organizzazione e le motivazioni che stanno dietro decisioni e organizzazione. Infatti un festival nasce, nella maggioranza dei casi, con l'intenzione di diventare un evento che si ripete negli anni, e quindi l'attenzione verso la realizzazione di un modello organizzativo riproducibile diventato fondamentale.

I modelli di struttura organizzativa sono quattro:

- La struttura per funzioni: è il modello più comune e semplice che prevede una struttura gerarchica divisa per funzioni di natura economica-tecnica (vendite, marketing, produzione..), che partendo dalla direzione centrale si articola verso il basso arrivando a funzioni sempre più specializzate.
- La struttura divisionale: questa struttura viene ripartita per divisioni, che hanno ampia capacità decisionale, e che a loro volta si dividono per funzioni. Si avrà così per esempio diverse unità marketing a seconda della loro unità organizzativa (in un festival multidisciplinare cinema, musica, danza..). Ogni divisione lavora indipendentemente dalle altre, il lavoro finale sarà il frutto di lavori separati.
- La struttura funzionale modificata a progetto: la struttura è uguale a quella per funzioni, ma in questo caso si inserisce la figura di un project manager che senza vincoli di gerarchia coordina le varie unità. Questo tipo di modello è utile per la realizzazione di un progetto, come appunto un festival.
- La struttura a matrice: è un modello più utile per un festival multidisciplinare, dove ogni singolo servizio base viene scomposto in aree di programma andando così a formare una matrice.

Per l'organizzazione di un festival cinematografico i due modelli più adatti sembrano quindi quello per funzioni e quello della struttura funzionale modificata a progetto, quest'ultimo modello è quello usato nell'organizzazione del FEFF. La seguente immagine invece mostra l'organizzazione di un festival, fatta su modello per funzioni, dove vengono sintetizzate le diverse attività che è necessario curare al fine di avere una buona riuscita del

festival³⁵. A capo dell'organizzazione c'è il Comitato dei Direttori, che raggruppa le figure cardine per la realizzazione del festival a cui capo fa il direttore generale.



In tutto questo il team di progetto assume un ruolo fondamentale, in quanto sarà lui che dovrà saper attuare il piano organizzativo attenendosi alla struttura organizzativa decisa. Data la complessità che si possono verificare all'interno del gruppo, una maggiore coesione può essere ottenuta grazie alla definizione dei ruoli all'interno del team e alla definizione di regole e procedure. Il coordinamento assume un ruolo maggiore all'aumentare delle difficoltà, dato che il suo scopo è quello di armonizzare le decisioni e le attività, assicurare la fluidità tra le varie attività e controllare ed eliminare i comportamenti dannosi o non richiesti. Come è già stato detto precedentemente contribuisce in maniera decisiva al successo di un progetto la figura del festival manager, la cui leadership può determinare il risultato finale. Per molti la leadership è l'elemento centrale nella pianificazione strategica.

Il modello organizzativo di un festival riporta a una struttura che consente la creatività, intesa come sintesi di fantasia e concretezza, capace di essere organizzata in modo fluido,

³⁵ Elaborazione di Maussier da Getz D. , *Event manager and event tourism*, Cognizant Communication Corporation, New York, 2005

ma strutturato, e che preveda lo scambio continuo tra la dimensione organizzativa e quella comunicativa. Una delle caratteristiche di una “impresa culturale” come un festival è quella di poter attivare connessioni tra le realtà creative presenti sul territorio. La natura quasi sempre no profit dei festival favorisce questo clima di scambio culturale.

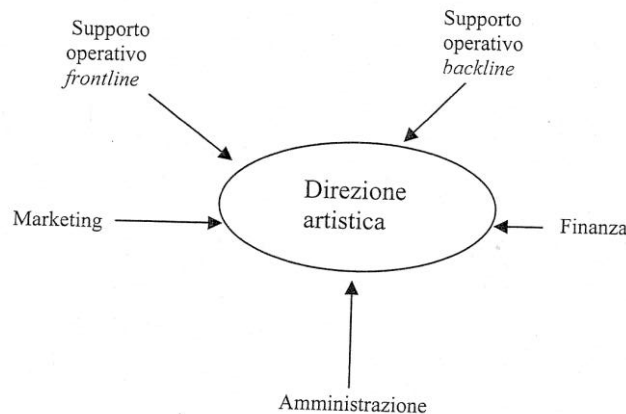
Nella struttura organizzativa di un festival le attività di *core*, cioè principali possono includere:

- Supporto operativo *frontline* (a contatto con il pubblico, si occupa della realizzazione),
- Supporto operativo *backline* (retro ufficio),
- Marketing (vendite, ricerche di mercato e biglietteria),
- Amministrazione (si occupa di bilanci, cura la parte economica e fiscale e si occupa delle retribuzioni),
- Finanza (si occupa di tutti gli aspetti finanziari).

Questa rappresentazione³⁶ mostra molto semplicemente come nell’organizzazione di un festival la direzione artistica, che può coincidere o essere affiancata a pari ruolo dal project management, sia il centro attorno a cui ruotano tutte le altre funzioni, questo perché senza di essa le attività di marketing o di amministrazione non avrebbero motivo di essere.

Dall’altro lato senza marketing o gestione delle finanze il progetto della direzione artistica non potrebbe venire alla luce, ma resterebbe solo un’idea non realizzata. Vi è quindi una posizione gerarchica superiore della direzione artistica, ma la cui esistenza è strettamente legata all’ordinamento e al funzionamento delle altre direzioni, che sono quindi fondamentali. In questa situazione la comunicazione è fondamentale e i membri chiave dello staff e il manager principale, sono solitamente gli unici retribuiti, mentre la restante parte dello staff è costituita da volontari.

³⁶ Elaborazione di Maussier da Getz D. , *Event manager and event tourism*, Cognizant Communication Corporation, New York, 2005



2.7 GLI STAKEHOLDER E LA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

Alla luce di quello che è stato detto l'organizzazione di un festival presenta un certa complessità organizzativa, che la rende simile ad un sistema "che richiede la presenza di molteplici attori di varia natura con diversi obiettivi e professionalità"³⁷. Sono appunto gli stakeholder che operano all'interno e all'esterno del sistema. Le loro azioni congiunte sono la struttura che porta alla realizzazione di un festival. "Il festival è considerato come un sistema economico e sociale a cui prendono parte una molteplicità di attori, disponibili alla scambio e propensi a creare una comunità di apprendimento"³⁸.

Gli stakeholder che partecipano all'organizzazione sono presenti in virtù di diverse motivazioni, e con diversi compiti e responsabilità, agendo direttamente o indirettamente sull'evento, e collaborando in maniera più o meno attiva con uno o più degli altri stakeholder. In sintesi gli stakeholder sono quei soggetti che hanno un interesse in un dato progetto e che possono influenzare o essere influenzati dal conseguimento degli obiettivi in fase di produzione e programmazione, cioè di project management. Questa rappresentazione grafica mostra gli stakeholder coinvolti nell'organizzazione di un festival.

³⁷ Maussier Barbara, *Festival management e destinazione turistica*, Editore Ulrico Hoepli, Milano, 2010, p.26

³⁸ Maussier Barbara, *Festival management e destinazione turistica*, Editore Ulrico Hoepli, Milano, 2010, p. 27



Tratta da Maussier (2010)

Come si è già detto non tutti gli stakeholder hanno la stessa rilevanza, si possono quindi dividere in primari e secondari. Gli stakeholder primari sono necessari all'esistenza stessa dell'evento, come il soggetto promotore, i protagonisti (gli ospiti come attori e registi), i partecipanti (case di produzione, registi), i collaboratori, i dipendenti, i finanziatori, i partner e i fornitori. Gli stakeholder secondari sono invece gli attori che nonostante non siano coinvolti direttamente, possono influenzare in negativo e in positivo il risultato del festival; come le istituzioni locali e/o centrali, la comunità ospitante, i servizi pubblici, il sistema economico-produttivo del paese, gli organi di comunicazione e mass media e le organizzazioni turistiche. Il ruolo svolto dagli stakeholder secondari è fondamentale in quanto sono spesso la causa del grado di soddisfazione finale, e quindi il loro ruolo di secondari è da intendersi in senso organizzativo - schematico e non tanto di importanza, anche alla luce dell'impatto finale. In generale tutti i soggetti sono da considerare come risorse di progetto, dove una buona collaborazione può portare al successo e di conseguenza all'interesse per il successo stesso.

Gli interessi che spingono i diversi attori a partecipare ed essere coinvolti in un progetto sono molteplici. Sono gli stessi organizzatori che vedono la possibilità di ottenere profitto o di aumentare e certificare la propria professionalità e quindi la loro reputazione. Vi è poi la volontà da parte dei protagonisti di "mettersi in luce", dimostrando le proprie capacità e migliorando la propria reputazione grazie all'evento/festival. Gli spettatori invece possono essere spinti da vari motivi alla partecipazione, sociali come culturali, e possono anche a volte assumere un ruolo attivo nella definizione del prodotto/servizio. I partner tecnici grazie alla collaborazione possono migliorare la propria visibilità e dimostrare così le proprie capacità. I partner commerciali invece, sono spinti da un ritorno di immagine e dalla notorietà portata dall'evento. Si può quindi parlare di trasmissione di valori simbolici dal

festival allo sponsor, che in seguito al suo finanziamento ottiene risultati paragonabili e a volte maggiori di una campagna di market studiata ad hoc per la loro azienda. Un ruolo importante è stato raggiunto dalle banche, che diventano sostituti degli enti locali, e creatori della base finanziaria necessaria alla realizzazione del festival, avendo anche loro in cambio un ritorno di immagine.

Tra gli stakeholder secondari i media ritrovano nell'evento stesso la loro ragione d'essere; è compito quindi degli organizzatori rendere l'evento il più possibile appetibile per i media, che così saranno disposti a pagare per i diritti di trasmissione del festival, spinti dalla consapevolezza che a loro volta saranno pagati da inserzionisti che vogliono avere spazi pubblicitari. I rappresentanti del territorio, come gli enti locali sono poi spinti a collaborare con gli organizzatori, perché consapevoli dell'attenzione che un evento come un festival può portare al territorio che lo ospita, avendo così ritorni in termini di notorietà e anche di profitti indiretti, che alberghi e ristoranti possono riscattare. Un evento culturale come un festival porta anche un ritorno di immagine della città che può essere ritenuto così culturalmente vivo, e quindi aumentare l'interesse per nuove attività culturali, legate o meno con l'evento scatenante. Infine vi è la categoria dei volontari che ricopre un ruolo fondamentale per il buon sviluppo della fase di attuazione. Maggiore è il numero di volontari, maggiore è l'interesse per il festival, nel senso che più un festival è apprezzato esternamente, maggiormente ci saranno soggetti interessati a parteciparvi senza aspettarsi una remunerazione economica, ma invece spinti dalla volontà di vivere l'evento.

Parte importante dello staff dell'organizzazione di evento come un festival sono i volontari. Dato che spesso la loro presenza è una delle chiavi di successo per una buona riuscita del progetto, è necessario gestirli nella maniera migliore e più efficace. Una leadership carismatica e partecipativa nella programmazione e autoritaria nell'esecuzione può essere un buon stimolo per i volontari, che facendo parte di un gruppo con poca conoscenza reciproca, devono aver fin da subito chiari gli obiettivi e i compiti affidatogli dalla direzione.

La motivazione economica non è alla base della partecipazione dei volontari, che invece trovano nel partecipare all'evento diverse motivazioni: come fare esperienze nuove e culturali, conoscere nuove persone e realtà, e anche partecipare ad un lavoro di gruppo che può dare risultati significanti. La figura del coordinatore dei volontari è una scelta strategica che molti festival decidono di seguire. "Con uno staff di volontari, l'efficienza dipenderà da una buona leadership, obiettivi chiari e condivisi, comunicazione trasversale e un adeguato supporto alle loro esperienze primarie".³⁹ Utile è poi gratificare i volontari con premi e permessi, come entrate gratuite a tutti gli eventi e gadget in regalo.

³⁹ Maussier Barbara, *Festival management e destinazione turistica*, Editore Ulrico Hoepli, Milano, 2010, p.86

2.8 COMUNICAZIONE E MARKETING

“La comunicazione è il processo che, utilizzando discipline, strumenti e mezzi diversi, consente all’organizzazione di presentarsi e posizionarsi sul mercato agendo sugli atteggiamenti, sul comportamento e sulla motivazione degli interlocutori”⁴⁰. L’importanza sul piano della presenza della comunicazione in evento come un festival si giustifica dalla sua capacità di adattarsi, che diventa un fattore essenziale per il raggiungimento dei risultati. La divisione della comunicazione all’interno dell’organizzazione di un festival può essere divisa in: comunicazione istituzionale, comunicazione marketing, e comunicazione interna. La prima ha come obiettivo di agire sugli atteggiamenti nei confronti della manifestazione, la seconda invece agisce sui comportamenti d’acquisto, e la terza sulle motivazioni esistenti tra i membri dello *staff*. L’evento festival è comunicazione nel senso che attiva relazioni, rappresenta una cultura e si esprime in forma integrata. Integrata perché gestisce diverse discipline e diverse funzioni, coordina diversi contenuti sviluppati con diversi strumenti e si occupa dell’ampliamento del target di riferimento.

Le discipline che interessano la comunicazione sono: la pubblicità, le relazioni pubbliche, la promozione, il marketing diretto, le sponsorizzazioni e le relazioni interne al progetto. La comunicazione è fondamentale per il supporto delle azioni di marketing, ed essenziale per le azioni di fundraising.

La crescita e lo sviluppo di un festival sono direttamente collegate alla comunicazione, e il possibile successo è legato ad un suo buon esercizio, ma in ogni caso non vi è una certezza assoluta. Per una buona campagna comunicativa bisogna individuare: concept, obiettivi, vincoli di budget e di tempo e aspettative da parte dei promotori. Per questo è necessaria la partecipazione del responsabile della comunicazione fin dall’inizio del progetto, perché sarà lui che poi darà l’immagine del festival all’esterno. Gli errori che possono intercorrere possono derivare da una poca chiarezza del messaggio, o dal sbagliato utilizzo dei canali comunicativi, come per esempio la scelta di utilizzare maggiormente la carta stampata quando il target del pubblico indica la preferenza per il web. Sarà questo il caso del FFFF, che sia per motivi di budget, sia per il target del pubblico, ha fatto del web il maggiore canale di comunicazione.

Viene realizzato un piano di comunicazione che riassume le strategie di comunicazione e tutti i diversi strumenti che utilizzerà come: uffici stampa, siti web, pubblicità, promozione e merchandising. Il responsabile, oltre che creare il piano, cura il budget della comunicazione, coordina le diverse attività, cura la parte grafica dei diversi materiali, gestisce i media partnership e cura le relazioni con sponsor, enti locali e partner garantendogli una promozione materiale, e infine verifica l’efficacia del piano di comunicazione.

⁴⁰ Maussier Barbara, *Festival management e destinazione turistica*, Editore Ulrico Hoepli, Milano, 2010, p.121

Il ruolo della comunicazione dura per tutta la durata delle fasi e continua anche a fine evento, con lo scopo di pubblicizzare i risultati ottenuti e magari creare una condizione di attesa per l'edizione successiva, mantenendo l'interesse per tutto l'anno.

Come già detto il marketing è una parte essenziale della comunicazione, esso si occupa dello studio descrittivo del mercato e dell'analisi del rapporto tra mercato utilizzatori e impresa, e si occupa di tutte le azioni che un'azienda compie per "piazzare" il proprio prodotto, e di coltivare l'interesse per il sostegno economico e politico, forma quindi l'immagine dell'azienda e il valore che genera.

Il processo di marketing per gli eventi culturali si può dividere in tre momenti:

- Marketing analitico: dove si studia il pubblico, le motivazioni e i bisogni
- Marketing strategico: che sviluppa il piano di marketing e si occupa di segmentazione e posizionamento
- Marketing operativo: che lavora sul prezzo e sulla distribuzione, e che gestisce tutte le azioni necessarie per portare al successo il festival.

Con il piano marketing l'organizzazione definisce la propria strategia di marketing, che comporta le tattiche da usare per definire, acquisire e conservare il target prescelto, la scelta dei messaggi da rilasciare all'esterno all'interno dell'organizzazione e tutti gli atteggiamenti necessari a mantenere rapporti positivi con gli spettatori e ospiti. Il piano marketing può essere diviso in tre fasi: definizione della mission, identificazione dell'area strategica di affari nella quale si andrà ad operare, e identificazione delle strategie di sviluppo per ogni funzione del prodotto e del mercato. Il piano marketing è composto da: sommario, obiettivi, analisi dello scenario competitivo, analisi della SWOT, strategie, piano di azione, budget, metodi di controllo e piani d'emergenza.

Tra gli scopi principali del marketing c'è quello di posizionare il brand, che deve essere facilmente riconoscibile dal pubblico, il quale potrà sentirsi invogliato e stimolato dal lavoro compiuto dal marketing, e di conseguenza partecipare all'evento.

Fondamentale per il marketing è lo studio del contesto in cui l'evento si andrà ad inserire, andando così a conoscere concorrenti e competitor ed evitando così di porsi in svantaggio rispetto a questi. Si può parlare di vero e proprio marketing territoriale, che come già spiegato risulta fondamentale per un prodotto a rete come un festival. Il marketing territoriale "si pone il prioritario obiettivo di analizzare, comprendere, definire e valorizzare le strategie più consone per lo sviluppo di sistemi economico-produttivi locali quali l'attivazione di una manifestazione festivaliera".⁴¹ Nella creazione di un programma strategico di marketing territoriale i responsabili dovranno fare un'analisi del territorio, individuando i punti di forza e i punti di debolezza, e soprattutto scoprirne le potenzialità

⁴¹ Maussier Barbara, *Festival management e destinazione turistica*, Editore Ulrico Hoepli, Milano, 2010, Pag.129

espresse e inesprese; si dovranno individuare poi le variabili e i comportamenti proprie del territorio. I punti che bisogna sempre considerare nel fare questo progetto sono i rapporti con le istituzioni locali, e la necessità di produrre effetti positivi e economicamente rilevanti, di valorizzare e riqualificare territori non utilizzati, e di sviluppare progetti cooperativi e collaborativi, il tutto tenendo presente che l'azione che si potrà compiere sarà di tipo evolutivo, cioè non si potrà cambiare sostanzialmente il territorio. Uno degli scopi maggiori del marketing territoriale è la creazione del "marchio d'area", cioè la creazione di un territorio formato da una rete di servizi offerti, pubblici o privati, omogenei e coordinati fra loro legati da una relazione non concorrenziale, dove il brand del festival si posizionerà portando valore al "marchio d'area" ma anche ricevendone esso stesso, in uno scambio continuo alla pari.

2.9 LA DIMENSIONE ECONOMICA

Nella pianificazione di evento come un festival la dimensione economica e la dimensione finanziaria sono due aspetti importanti e delicati. Lo strumento della dimensione economica è il budget, che è un bilancio di previsione che identifica spese e costi che l'organizzazione sosterrà, e attraverso cui si può esercitare il controllo di tutte le fasi, infatti è uno dei maggiori strumenti di controllo di gestione. Lo strumento della dimensione finanziaria, il piano di tesoreria, invece mostra i flussi di cassa in entrata e in uscita.

Il budget è costituito dall'elenco dell'entrate, come finanziamenti pubblici e privati, proventi della biglietteria, merchandising e ogni altro tipo di ricavo che l'organizzazione possa fare, vengono poi indicate le uscite, cioè i costi che possono essere variabili o fissi, come i costi di produzione, d'amministrazione e di comunicazione. Come strumento di controllo l'importanza del budget non è data dal solo essere un punto di riferimento, ma dai processi che avvengono durante la sua realizzazione. Infatti obbliga tutte le aree di competenza a ragionare sulle proprie attività, e a monitorare il loro corretto funzionamento quando diventano operativi. Promuove poi la comunicazione tra le diverse aree dell'azienda e fornisce criteri per valutare le performance. Il budget alla sua conclusione viene accettato da tutti come documento di previsione.

Un budget deve essere il più possibile vicino alla realtà e risultare prudente nelle stime nelle situazioni di incertezza, "è per questo che bisogna quindi prevedere dei margini di manovra sui vari costi per avere lo spazio per aggiustamenti e correzioni in corso d'opera"⁴². E' importante poi porre attenzione sui flussi di cassa, e sulla disponibilità di contanti. I costi più ricorrenti nella progettazione del budget di un evento culturale possono essere divisi in:

- Costi inerenti all'idea progetto: costi artistici, di ideazione e contenuti, di acquisto o noleggio di diritti.

⁴² Maussier Barbara, *Festival management e destinazione turistica*, Editore Ulrico Hoepli, Milano, 2010, p.137

- Costi tecnici e di allestimento: progettazione tecnica, personale tecnico, impianti e dotazioni.
- Costi logistici: viaggi, trasporti, ospitalità ecc. .
- Costi organizzativi/amministrativi: assicurazioni, affitto sedi, retribuzioni, SIAE e diritti d'autore, spese notarili, utenze, spese di documentazione.
- Costi di comunicazione: grafica, materiali pubblicitari, costi per pubblicità radiofonica, televisiva, cartacea e online, sito Internet e ufficio stampa.

“Tutti i fattori di produzione o di servizio dei settori di un festival devono essere armonizzati e bilanciati verso un obiettivo comune: ciascuna funzione è obbligata a relazionarsi con tutte le altre”.⁴³ La direzione artistica, la funzione acquisti e quella di amministrazione sono vincolate al fabbisogno della produzione. Il responsabile del personale deve saper gestire e ripartire al meglio la forza lavoro, e la comunicazione deve sapersi relazionare con tutte le aree, capendo quali e quante informazioni sono necessarie.

Le entrate o fonti di finanziamento sono legate al tipo di manifestazione, alle finalità e ai soggetti coinvolti. Con la sponsorizzazione si cerca di accrescere la pubblicità dell'evento, tramite l'immagine dello sponsor. Essi sono una componente fondamentale nelle entrate. La loro scelta deve essere in linea con l'immagine che si vuole dare del festival. In cambio di contributi in denaro o anche materiali, gli organizzatori offrono visibilità allo sponsor durante l'evento, mettendo per esempio il marchio nella divisa dei volontari. Gli sponsor sono invogliati dalla possibilità di legare il proprio nome ad un evento di successo.

Possono essere divise in quattro tipologie di entrate:

- Finanziamenti pubblici: Comuni, Province, Regioni e Stato, ad esempio il FUS.
- Finanziamenti privati: sponsor, donazioni ecc.
- Finanziamenti internazionali: Unione Europea, ambasciate o progetti speciali dell'Unesco.
- Gestione commerciale: gestione della biglietteria, merchandising, gestione servizi collaterali all'evento, partnership e coproduzioni.

Anche se in Italia il settore culturale gode di benefit fornite da istituzioni pubbliche (questo non comporta che siano adeguati o disponibili per tutti), in questi anni i finanziamenti privati sono aumentati rispetto a quelli pubblici. I finanziamenti pubblici sono però ancora determinanti per la sopravvivenza degli eventi culturali. Possono essere di quattro tipi: Statali (FUS), Regionali , Provinciali e Comunali. Nel privato come è già stato detto le banche stanno assumendo sempre più un ruolo da protagoniste.

Gli sponsor privati sono altrettanto necessari alla sopravvivenza di un evento come un festival per coprire quella parte del budget non coperta dai contributi pubblici, e dalle

⁴³ Maussier Barbara, *Festival management e destinazione turistica*, Editore Ulrico Hoepli, Milano, 2010, pp.134

entrate private che sono spesso una minima parte del costo finale. E' per questo che l'esercizio del fundraising risulta fondamentale, da esercitare anche grazie all'apporto dei settori della comunicazione e del marketing che aiutano nella ricerca di sponsor e partnership.

CAPITOLO 3 L'AMBIENTE IN CUI OPERA UN FESTIVAL E LA CREAZIONE DEL VALORE

3.1 FESTIVAL CINEMATOGRAFICI E CREAZIONE DEL VALORE

Quando si parla in generale di festival, in particolare di festival cinematografici, si prende in considerazione un fenomeno che presenta essenzialmente due anime: una culturale ed una economica-manageriale. Se l'anima culturale è quella che definisce il festival e la sua immagine, l'anima economica è quella che permette la sua realizzazione. Queste due anime sono quindi entrambe necessarie e importanti per l'esistenza stessa del festival. Si crea quindi un legame tra queste due parti, che non potrebbero sopravvivere da sole: un buon progetto culturale senza un piano manageriale è destinato al fallimento, e lo stesso vale per un buon piano manageriale senza una valida proposta culturale. L'anima economica presente in un festival non comprende il solo management, ma anche una serie di effetti economici che il festival genera direttamente e indirettamente.

“The film festival is a phenomenon embedded in the attention economy, event management, and the film industry, and its most important role is to translate cultural and artistic values into economic and social ones”⁴⁴. Un festival quindi non influisce solo con i suoi valori culturali, ma anche grazie ai valori economici e sociali che riesce a creare. In questa situazione l'ambiente in cui si va ad inserire diventa fondamentale. Questa non è solo una caratteristica importante del sistema festival, ma è anche una componente fondamentale per la sua essenza di evento culturale. “The ability of cultural values to translate into economic and social ones is a prerequisite for the cultural activity to carry on”⁴⁵. Infatti come è stato detto una buona organizzazione manageriale è necessaria per la sopravvivenza nel tempo di un evento culturale, ed è altrettanto necessaria avere la capacità di trasformare i valori culturali in valori economici e sociali.

Si può quindi parlare di creazione del valore da parte dell'evento festival. “Anche un festival del cinema piccolo per un 'piccolo' territorio è un evento che richiama risorse e che produce valore e che ha livelli di complessità notevoli perché i fattori in gioco sono molteplici e non tutti visibili”⁴⁶. Questo vuol dire che non solo i major festival, che creano sicuramente il maggior numero di affari ed attività, ma anche i festival minori possono generare un piccolo impatto nell'economia del loro territorio, proprio perché per la loro creazione e realizzazione è necessario lo spostamento e l'utilizzo di risorse, e perché implicano l'attivazione di diversi elementi, umani e finanziari, diretti e indiretti.

⁴⁴ Bauer Olga, *Fund-raising for Film Festivals in Europe*, Erasmus University Rotterdam, 2007, p. 1

⁴⁵ Bauer Olga, *Fund-raising for Film Festivals in Europe*, Erasmus University Rotterdam, 2007, p. 3

⁴⁶ Abis Mario - Canova Gianni (a cura di), *I Festival del cinema. Quando la cultura rende*, Johan & Levi Editore, Milano, 2012, p. 14

“In campo economico il valore riguarda l'utilità, il prezzo e l'importanza che gli individui o i mercati attribuiscono alle merci. Nel settore culturale invece il valore si riferisce a particolari caratteristiche dei fenomeni culturali, esprimibili sia in termini specifici [...], sia in termini generali”⁴⁷. In generale si può dire che con valore si intenda un'espressione di merito, che denota una natura dinamica e attiva.

Il valore generato da un festival è sicuramente di carattere culturale, ma anche di carattere economico. Basti pensare ad alberghi e ristoranti utilizzati da ospiti e turisti, ma anche alle spese che il pubblico sostiene per partecipare al festival per una sola giornata. Si genera così una situazione per cui il pubblico portato dal festival nel territorio, interagisce con esso creando un impatto economico a favore di commercianti non legati in modo diretto al festival.

I festival cinematografici generano poi un valore per l'industria cinematografica stessa, andando ad influire sulla distribuzione. La situazione attuale dei festival, come è già stato detto, porta però questa creazione di valore a influire meno sul mercato distributivo generale, andando più a concentrarsi nel sistema festivaliero.

3.2 RAPPORTO TRA AMBIENTE E FESTIVAL

Il rapporto esistente tra un festival e il suo territorio può avere due origini. Il primo nasce nel concept del festival, che già nell'idea iniziale individua elementi specifici legati al proprio territorio. Il secondo invece ha origine dopo la realizzazione del festival, ed è frutto della capacità degli organizzatori di saper inserirsi nel proprio contesto di riferimento. A questo secondo gruppo appartiene il Far East Film Festival, il quale offre un “prodotto” molto distante dall'identità culturale del suo territorio.

Il rapporto che si crea genera un “valore che si sviluppa su alcuni principali fronti”⁴⁸:

- economico
- occupazionale
- di valorizzazione dell'immagine turistica del territorio
- socio-culturale

Per quanto riguarda l'aspetto economico, si può dire che “il festival produce ricchezza per il territorio, in misura direttamente proporzionale alla capacità di attrazione e richiamo che esso è in grado di esercitare”⁴⁹. I settori che maggiormente risentono di questa ricaduta sul territorio sono gli operatori del macrosettore dei viaggi e del turismo, e gli operatori nei servizi tecnici specializzati.

⁴⁷ Throsby David, *Economia e cultura*, Il Mulino, Bologna, 2001, p. 43

⁴⁸ Grandinetti Roberto - Andrea Moretti, *Evoluzione manageriale delle organizzazioni artistico - culturali*, Franco Angeli, Milano, 2004, p. 212

⁴⁹ Grandinetti Roberto - Andrea Moretti, *Evoluzione manageriale delle organizzazioni artistico - culturali*, Franco Angeli, Milano, 2004, p. 213

Importante è poi l'occupazione che un festival è in grado di generare, non solo staff direttamente collegato alla realizzazione del festival, ma anche proveniente dai settori elencati precedentemente. Il settore del turismo soprattutto è influenzato dalle maggiori presenze che si verificano in concomitanza con un evento dalla forte attrattiva.

Collegato al turismo vi è l'aumento della notorietà di un territorio grazie alla presenza di un festival, in quanto questo può diventare una componente integrante della proposta turistica. Molti festival scelgono il periodo estivo per poter sfruttare al meglio l'afflusso turistico, e viceversa molte località turistiche contano sul potere attrattivo di un festival come elemento aggiuntivo nell'offerta generale del territorio.

La relazione tra festival e turismo, cambia a seconda della località e dei casi, in quanto in certi sarà il festival ad avere bisogno del territorio e dei suoi turisti, in altri invece sarà il territorio ad avere bisogno del festival. Ma in generale si può dire che "tra il territorio e il festival si può sviluppare una relazione di reciproca valorizzazione"⁵⁰.

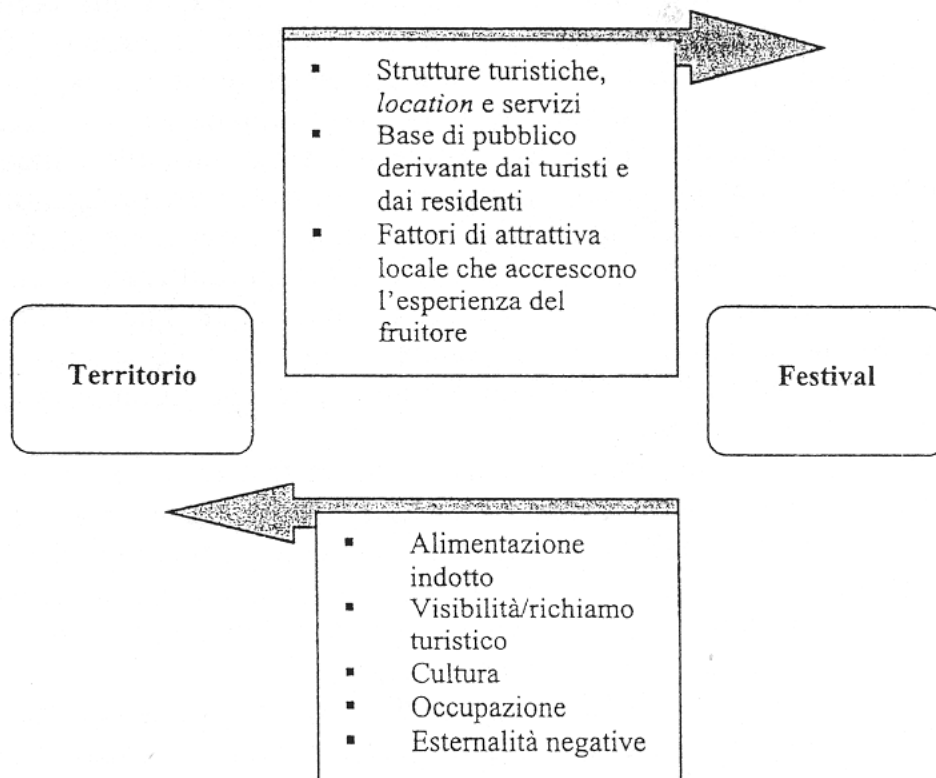
Interessante è poi l'aspetto socio-culturale, che nasce dalla capacità del territorio di arricchirsi grazie alla presenza di un festival in termini culturali e di linguaggio. "Attraverso la presenza di un festival, soprattutto se specializzato e con un'attrattiva mondiale, il contesto si trova pro-tempore [...] a riconcettualizzare il proprio contesto in relazione con il mondo di riferimento"⁵¹. Nel caso di festival con tematiche estranee alla cultura locale, il territorio può modellarsi e si trasformarsi, integrando al suo interno elementi originalmente estranei che il festival è riuscito a portare al suo interno. Il Far East Film Festival di Udine è un esempio di questo genere di relazione tra festival e contesto di appartenenza, in quanto il cinema popolare asiatico era sicuramente un elemento estraneo alla cultura del territorio friulano.

Il territorio offre al festival degli elementi fondamentali per la sua realizzazione. Innanzitutto la location e le strutture necessarie allo svolgimento del festival, poi molto importante è la base di pubblico che parteciperà al festival, e che deriva da residenti e turisti. Infine vi sono quei fattori di attrattiva locale che possono caratterizzare positivamente l'esperienza festival per il suo pubblico. Dall'altro lato lo scambio da festival a territorio genera un aumento dell'indotto economico, una maggiore fonte di richiamo per i turisti ed è anche motivo di accrescimento culturale. E inoltre una fonte di occupazione per la popolazione. Queste sono essenzialmente esternalità positive che il festival può creare, ma esistono anche esternalità negative come l'affollamento e il traffico creati da un maggior afflusso turistico, che possono disturbare i residenti e i turisti non interessati, ma sostanzialmente la reciproca valorizzazione tra territorio e festival ne compensa gli effetti.

⁵⁰ Grandinetti Roberto - Andrea Moretti, *Evoluzione manageriale delle organizzazioni artistico - culturali*, Franco Angeli, Milano, 2004, p. 214

⁵¹ Grandinetti Roberto - Andrea Moretti, *Evoluzione manageriale delle organizzazioni artistico - culturali*, Franco Angeli, Milano, 2004, p. 215

Questo schema mostra le componenti principali della valorizzazione reciproca tra territorio e festival⁵²:



In conclusione l'elemento fondamentale perché queste interazioni tra festival e contesto di appartenenza si sviluppino al meglio, è la capacità attrattiva di entrambi, senza la quale non nascerebbe nessuna relazione significativa. Per quanto riguarda i festival anche in un contesto a forte presenza turistica un evento con poca attrattiva sarà un insuccesso, mentre per quanto riguarda il territorio la poca capacità attrattiva non solo non porterà benefici di pubblico per il festival, ma sarà anche motivo di freno per chi volesse creare un evento culturale, in questo caso un festival, dato che non ci sarebbero le condizioni di afflusso turistico necessarie.

“Tanto più i territori si caratterizzano tanto più essi diventano un soggetto attrattivo, cioè un deposito di risorse economiche, culturali sociali, tecnologiche, e un sistema di relazioni, scambi, aggregazioni”⁵³.

⁵² Tratto da: Grandinetti Roberto - Andrea Moretti, *Evoluzione manageriale delle organizzazioni artistico - culturali*, Franco Angeli, Milano, 2004, p. 214

In quest'ottica di scambio tra ambiente e festival il rapporto che il festival sviluppa con i residenti e con la comunità locale, risulta fondamentale, soprattutto dal punto di vista dei contributi economici necessari per la sua realizzazione.

“Il festival come strumento di comunicazione del territorio trasmetterà all'esterno un certo tipo di messaggio che attirerà un certo tipo di visitatori, che devono essere benvenuti dalla comunità locale, la quale a sua volta dovrà essere consapevole che tale iniziativa potrà influenzare l'ordine sociale, provocando per esempio, cambiamenti nelle attività lavorative, nelle strutture ricettive, nei ritmi di vita creando a volte, in assenza di regolazione, più diseconomie che vantaggi”⁵⁴.

Il rapporto tra festival e ambiente è caratterizzato anche dalla presenza di competitor. I festival cinematografici trovano negli stessi festival cinematografici i principali competitor, anche perché la selezione festivaliera è generalmente differente dai film proiettati nelle sale. Questo diventa di carattere più rilevante nel caso di festival più generali, senza un tema specifico, che quindi si trovano maggiormente in competizione per ottenere la preferenza del pubblico. Oltre che per il pubblico, motivo di concorrenza è la selezione dei film, nel tentativo di ottenere premiere nazionali e internazionali. Per evitare una maggiore atmosfera competitiva, si cerca di svolgere i festival in periodi senza concomitanze, cosa che va quindi pianificata in fase di organizzazione in seguito alla valutazione del proprio ambiente. Questa propensione a distaccare i periodi di svolgimento è confermato dai tre major festival europei: Cannes, Venezia e Berlino che si svolgono rispettivamente a maggio, agosto-settembre e febbraio. In fase di progettazione si cercherà dunque di individuare i propri competitor, e si sceglierà quindi la migliore soluzione per la realizzazione del festival.

3.3 EFFETTI POSITIVI ED EFFETTI NEGATIVI SULL'AMBIENTE

Un festival ha come è già stato detto un forte impatto sull'ambiente in cui si va ad inserire. Questo provoca degli effetti sul territorio che possono essere positivi e negativi. Ciò che va ad incidere sulla presenza di effetti negativi è il modo in cui il festival ha saputo integrarsi con il suo territorio.

Effetti positivi

- Aumento dell'occupazione:
come già stato detto i festival hanno la capacità di generare occupazione direttamente e indirettamente.
- Rallentamento dell'emigrazione dei giovani:
diretta conseguenza dell'aumento dell'occupazione.

⁵³ Abis Mario - Canova Gianni (a cura di), *I Festival del cinema. Quando la cultura rende*, Johan & Levi Editore, Milano, 2012, p. 13

⁵⁴ Maussier Barbara, *Festival management e destinazione turistica*, Editore Ulrico Hoepli, Milano, 2010, p. 110

- Recupero delle tradizioni culturali:
come conseguenza di un progetto culturale più esteso e ampio.
- Recupero dell'ambiente naturale:
inteso come recupero del territorio e delle sue particolarità, con lo scopo di creare una maggiore attrattiva turistica.
- Incentivo al lavoro e all'accumulo della ricchezza:
il festival può essere modello che incentiva al lavoro e all'aumento del prestigio culturale.

Come è già stata detto i due aspetti fondamentali sono gli effetti positivi in termini culturali ed economici. L'occupazione è sicuramente uno dei dati più diretti che il festival può generare.

Effetti negativi

- Congestione e saturazione delle strutture e dei servizi locali:
la presenza di turisti può portare i residenti a competere con turisti per l'utilizzo di attrezzature e servizi congestionati dall'affollamento di turisti.
- Inquinamento:
un alto numero di visitatori va ad incidere sull'inquinamento dell'area, cosa che ha ripercussioni ambientali ed economiche.
- Effetto dimostrativo:
questo riguarda soprattutto le piccole località turistiche, dove il numero di turisti supera quello dei residenti. In questi casi ci può essere il pericolo che i residenti provino un risentimento nei confronti dei visitatori e del loro stile di vita, soprattutto se associato alla costruzione di strutture ricettive di lusso. Un altro metodo di risposta a questa alta presenza di visitatori è l'imitazione, che può danneggiare l'identità locale.
- Rottura delle appartenenze e dei legami comunitari:
un forte afflusso turistico può portare alla perdita delle tradizioni e dei legami comunitari, a seguito della globalizzazione dell'area.

Questa tabella sintetizza gli effetti negativi e positivi della presenza di un festival su un determinato territorio⁵⁵.

Coesione comunità locale	Benefici economici	Incentivi sociali	Costi sociali
Genera reddito per progetti civili	Aumenta possibilità di impiego	Aumenta opportunità ricreative	Traffico
Valorizza immagine comunità locale	Sviluppa il sistema turistico	Promuove organizzazioni e business	Affollamento
Costruisce senso di appartenenza alla comunità	Indotto	Offre maggiori opportunità di socializzazione e scambio culturale	Inquinamento

I principali effetti negativi sono affollamento, traffico e inquinamento, ma come è stato detto la natura del rapporto tra festival e territorio permette che gli effetti positivi li compensino. Ogni evento di successo provocherà dei piccoli problemi di congestione nel territorio che lo ospita, ma il ritorno culturale ed economico che porta è sicuramente di maggiore interesse per gli abitanti locali. Il tempo poi permette ai residenti di vedere gli effetti positivi che un determinato evento ha sul loro territorio, e questo porta ad una sopportazione maggiore dei piccoli inconvenienti che causa.

Nel caso del Far East Film Festival la città di Udine non essendo una delle maggiori mete turistiche della zona, ha riscontrato effetti nettamente positivi dalla presenza del festival nel suo territorio. Infatti si è creato un vero e proprio flusso turistico che per dieci giorni invade la città, senza però creare grosse difficoltà ai suoi residenti a causa della congestione. Il FFFF ha reso Udine una metà "turistica" per gli amanti del cinema asiatico, con indubbi effetti benefici sull'economia locale.

⁵⁵ Tratto da: Maussier Barbara, *Festival management e destinazione turistica*, Editore Ulrico Hoepli, Milano, 2010, p. 118

SECONDA PARTE

CAPITOLO 4 IL FAR EAST FILM FESTIVAL

4.1 BREVE STORIA DEL FAR EAST FILM FESTIVAL E DELLA SUA EVOLUZIONE

“Benvenuti alla prima edizione del Far East Film Festival, un festival che osa spingersi là dove nessun altro festival occidentale si era mai spinto! Con Far East Film vorremmo tentare qualcosa di diverso: presentare il “Full Monty” del cinema dell’Estremo Oriente, non soltanto il suo lato considerato “d’autore”⁵⁶.

Con queste parole Derek Elley presentava il Far East Film Festival nell’introduzione al catalogo della prima edizione. Lo scopo degli organizzatori è chiaro e ben definito: creare “una piattaforma per il cinema dell’Estremo Oriente che non discrimina le opere commerciali di buona qualità e che mira a esibire l’intero arco della produzione orientale, sia quella popolare sia quella colta”⁵⁷. E ancora: “Il nostro festival tenta di illustrare questo panorama, senza voler presentare solo capolavori, cercando di evidenziare la diversità dei modi produttivi nei vari paesi, cercando di costruire l’idea di una situazione di fermento, non statica e pachidermica come l’Oriente. Nel Far East il cinema è ancora un’attività industriale - artigianale che coinvolge tantissime persone, nel tentativo di rinnovarsi continuamente. E’ questa sensazione di vitalità che cerchiamo di restituire al pubblico occidentale con il Far East Film Festival”⁵⁸.

Il Far East Film Festival nasce ufficialmente nel 1999 a Udine, ma la sua storia comincia un anno prima con la rassegna “Hong Kong Film”, edizione numero zero del festival. Organizzatore di questa rassegna è il C.E.C. Centro Espressioni Cinematografiche di Udine, un’associazione culturale senza scopo di lucro che nasce ad Udine nel 1973, e che è uno storico Circolo dei Cinema UICC (Unione Italiana Circoli del Cinema). L’associazione nasce con lo scopo di promuovere la cultura cinematografica e audiovisiva. L’attuale presidente è Sabrina Baracetti, direttore anche del Far East Film. Negli anni novanta il C.E.C. organizzava, sotto il nome di UdineIncontri, retrospettive di successo sul cinema italiano ed europeo. Dopo essersi occupati del cinema italiano degli anni cinquanta e sessanta, nel 1997 si erano allargati ad altre cinematografie con la rassegna “Eurowestern”. E’ proprio dopo il successo di questa rassegna che nel 1998 Lorenzo Codelli, vicedirettore della Cineteca del Friuli di Gemona, propose al C.E.C. di dedicare una retrospettiva al cinema di Hong Kong, ancora poco conosciuto in Europa, ma che negli ultimi anni si era affacciato al mercato occidentale.

⁵⁶ Centro Espressioni Cinematografiche, a cura di Sabrina Baracetti, Thomas Bertacche, Giorgio Placereani, *Far East: dieci anni di cinema (1999 - 2008)= Far East: ten years of cinema (1999 – 2008)*, Centro Espressioni Cinematografiche, Udine, 2008, p. 5

⁵⁷ Centro Espressioni Cinematografiche, *Far East Film II. Num. spec. 87-88 (aprile 2000) di Nickelodeon*, Centro Espressioni Cinematografiche, Udine 2000, p.15

⁵⁸ Centro Espressioni Cinematografiche, *Far East Film Festival. Numero speciale 93-94 di Nickelodeon*, C.E.C., Udine, 2001, p.1

L'evento fu organizzato al piccolo Cinema d'Essai Ferroviario, e l'organizzazione riuscì a garantirsi la presenza di molti divi orientali, come Johnnie To e Peter Chan. Fu un grande successo, di pubblico e di critica, dovuto soprattutto alla novità che questa cinematografia rappresentava; infatti in quel periodo il cinema di Hong Kong non era presente in nessun festival europeo. Nel catalogo della rassegna si legge " Hong Kong Film vuole fornire finalmente l'occasione unica in Europa, di assistere in sette giorni su schermo e su pellicola a una panoramica di film made in Hong Kong, come non sarà facile replicare altrove in futuro"⁵⁹. Sempre nello stesso catalogo si fa già riferimento ad un progetto futuro per un evento allargato ad altre cinematografie. Ad organizzare l'evento, sotto la guida del C.E.C. erano: Lorenzo Codelli, project co-ordinator, Derek Elley, giornalista di Variety esperto in cinematografia asiatica (invitato da Codelli a partecipare nel ruolo di chief programmer), e Linda Lai come Hong Kong organizer. Vi erano poi membri del C.E.C. come Sabrina Baracetti e Thomas Bertacche, che ancora oggi occupano ruoli fondamentali nella realizzazione del festival. Indispensabili alla produzione della rassegna sono stati i contributi della regione Friuli-Venezia Giulia (soprattutto), e del Comune e della Provincia (in parte).

Da questa esperienza partì nel 1999 la prima edizione del Far East Film, con sempre a capo Lorenzo Codelli e Derek Elley, che ricopriva il ruolo di direttore artistico. Già da questa prima edizione la selezione dei film si allargò ad altri stati come Corea, Giappone, Filippine, Thailandia, Indonesia e Cina occidentale. Questo allargamento era stato possibile anche grazie al trasferimento dal piccolo Cinema ferroviario d'Essai (250 posti) al Teatro Nuovo di Udine (1200 posti). Questo trasferimento si era realizzato grazie alla fiducia che il comune di Udine diede al C.E.C. e al suo progetto.

Già della prima edizione il "marchio di fabbrica" del festival fu "The Greatest Showcase Of Asian Popular Cinema", e le edizioni successive sono sempre riuscite a confermare questa definizione, grazie anche ad anteprime internazionali ed europee di film come *Death Note (KANeko Shusuke, 2006)* e *Nana 2 (Otani Kentaro, 2007)* fenomeni internazionali presentati per la prima volta in occidente al FFFF, e a film appartenenti ai filoni horror giapponesi e coreani che hanno conquistato l'occidente. Molte personalità asiatiche sono cresciute e si sono legate negli anni al Far East come Johnnie To, presente fin dalle prime edizioni con titoli quali *A Hero Never Dies (Johnnie To, 1998)*, *The Mission (Johnnie To, 1999)* e *PTU (Johnnie To, 2003)*, Hideo Nakata, che presentò a Udine i fenomeni dell'horror *Ringu (Hideo Nakata, 1998)*, *Ringu 2 (Hideo Nakata, 1999)* e il successivo *Dark Water (Hideo Nakata, 2002)*, i quali hanno avuto dei fortunati remake americani. A dimostrazione della qualità del Far East Film Festival vi è anche la partecipazione nel 2002 di un semiconosciuto Kim Ki-duk con il suo lungometraggio *Bad Guy*, vincitore poi nel 2012 del Leone d'Oro alla 69/ma edizione della Mostra internazionale d'arte cinematografica di Venezia con il film *Pietà*.

⁵⁹ Centro Espressioni Cinematografiche, *Hong Kong Film. Numero Speciale di Nickelodeon N. 75-76*, Udine, 1998, p. 56

“Se Hong Kong resta sempre la [...] pietra angolare dal punto di vista affettivo”⁶⁰ fin dalle prime edizioni il festival riesce a far nascere un amore tra il suo pubblico, affezionato ad Hong Kong, e le altre cinematografie. Già durante la prima edizione la “new wave” coreana si è imposta con la sua per il suo stile vivace e sfrontato, ma anche pieno di carica emotiva. Nel 2012 vince l’Audience Award e il Black Dragon Audience Award il film *Silenced* di Hwang Dong-hyuk, drammatico film di denuncia, capace di portare alla nascita un nuovo progetto di legge per la tutela dei disabili in Corea. Il film giapponese poi col passare degli anni hanno assunto un ruolo sempre più importante arrivando a vincere in molte edizioni, come nel 2004 con *The Twilight Samurai* di Yoji Yamada. Se Hong Kong, Corea del Sud e Giappone sono i paesi più amati e apprezzati del festival, la selezione che ogni anno viene presentata al pubblico ha saputo far amare e scoprire altre realtà molto prolifiche come la Thailandia, la Cina continentale e le Filippine, senza dimenticare Singapore, Vietnam, Malaysia e Indocina, che nelle ultime edizioni sono entrate nel programma del FEFF.

La scelta di Udine come città ospitante risulta simile (se si tralascia l’origine storica data dalla presenza ventennale del C.E.C.), a quella fatta per altri festival nati in città poco popolate e dalla poca affluenza turistica. “Often medium-sized cities, verging on the nondescript, decide to host a film festival in order to boost their tourist attractions or stake a claim as a regional cultural hub (e.g., Brunswick in Germany, Bradford in Britain)”⁶¹.

Il “Far East Film Festival è stato uno tra i numerosi festival che hanno dedicato un’attenzione sempre maggiore al cinema commerciale del Sudest asiatico; ma si è dimostrato l’unico abbastanza grande per presentare le tendenze che emergevano nell’ultimo decennio”⁶². Importante poi come l’attenzione del Far East in questi anni non sia stata solo per il film d’azione e gli horror, generi maggiormente associati al cinema asiatico, ma anche per le commedie e i melodrammi. Un tema poco affrontato è stato il cinema d’animazione, anche se nel 2002 è stata dedicata una retrospettiva alla storia dell’animazione in Cina.

Alla sua nascita, come si leggerà in seguito, i principali festival che si dedicavano al cinema asiatico erano quello di Rotterdam e di Locarno, fatto significativo il fatto che nessuno dei due fosse un festival incentrato solamente sull’Asia.

“Il programma che Derek Elley costruì per la prima edizione del festival [...] proponeva fin dall’inizio quella che è sempre stata una peculiarità del Far East Film Festival: un occhio al

⁶⁰ Centro Espressioni Cinematografiche, a cura di Sabrina Baracetti, Thomas Bertacche, Giorgio Placereani, *Far East: dieci anni di cinema (1999 - 2008)= Far East: ten years of cinema (1999 - 2008)*, Centro Espressioni Cinematografiche, Udine, 2008, p. 11

⁶¹ Elsaesser Thomas, *European Cinema. Face to Face with Hollywood*, Amsterdam University Press, Amsterdam, 2005, p. 87

⁶² Centro Espressioni Cinematografiche, *Nickelodeon Udine Far East Film 10 : 18 - 26 aprile 2008*, C.E.C., Udine, 2008, p.3

passato.”⁶³ Infatti uno degli scopi di questo festival è non solo presentare il cinema attuale, ma far conoscere anche il cinema del passato che non era mai arrivato in occidente. Sono quindi state organizzate rassegne e retrospettive durante il festival, che hanno presentato periodi e autori poco conosciuti, come ad esempio “The Golden Age of Korean Cinema: Seven Directors” del 2003 e “The darkest decade” del 2012 sul cinema degli anni ‘70 in Corea del Sud.

Un’altra delle caratteristiche del FEFF è la presenza di ospiti, che hanno sempre partecipato al festival, tranne durante la quinta edizione a causa delle misure protettive introdotte dall’Italia contro la febbre asiatica Sars. “Nel 2001 l’ospite speciale è Wong Jing, iper-prolifico regista capace di svariare tra più generi, quasi un simbolo della Hong Kong produttrice di cinema: un susseguirsi di film per soddisfare quasi in tempo reale i bisogni del pubblico.”⁶⁴ Nel 2013 super ospite è stato il pop idol giapponese Kamenashi Kazuya, che ha partecipato alla serata inaugurale.

Nel 2008 nasce, in occasione del decennale del festival, il progetto “Ties that bind” (legami che uniscono), motto usato per promuovere le prime edizioni. Il progetto è organizzato dal C.E.C., dal Fondo per l’audiovisivo del Friuli-Venezia Giulia, dal Busan International Film Festival/Asian Project Market e dall’EAVE (European Audiovisual Entrepreneurs). Come si vedrà in seguito “Ties that bind” riunisce registi e produttori europei ed asiatici, che lavorano per creare progetti cinematografici innovativi, con lo scopo di creare così un legame tra le due diverse culture cinematografiche.

Sempre nel 2008 nasce la Tucker Film, società srl, su iniziativa di Cinemazero di Pordenone e del C.E.C. . Scopo della società è quello di occuparsi direttamente della distribuzione dei film asiatici in Italia, continuando così uno degli obiettivi principali del FEFF, cioè far conoscere cinematografie poco conosciute e mostrare film esclusi dal sistema di distribuzione principale. Il primo film che ha stabilito lo stretto legame tra Tucker Film e FEFF, è il film giapponese *Departures* di Takita Yojiro, Premio Oscar 2009 come Migliore Film straniero, e vincitore dell’edizione 2009 del Far East Film Festival. La pellicola è stata comprata dalla Tucker Film e distribuita con successo nel 2010 in 45 sale italiane. Con la CG Home Video, è nata poi la collana FAR EAST FILM, che racchiude, oltre alle novità cinematografiche portate in sala da Tucker Film, anche un’offerta di film presentati negli anni passati al festival, rimasti inediti per il mercato italiano.

Se è vero che “the festivals – with some degrees of difference in their ranking – act collectively as a distribution system not so much for this or that film, from this or that

⁶³ Centro Espressioni Cinematografiche, a cura di Sabrina Baracetti, Thomas Bertacche, Giorgio Placereani, *Far East: dieci anni di cinema (1999 - 2008)= Far East: ten years of cinema (1999 – 2008)*, Centro Espressioni Cinematografiche, Udine, 2008, p. 7

⁶⁴ Placereani, *Far East: dieci anni di cinema (1999 - 2008)= Far East: ten years of cinema (1999 – 2008)*, Centro Espressioni Cinematografiche, Udine, 2008, p. 9

country or director”⁶⁵, in questo caso il FEFF tramite la Tucker Film è riuscito ad entrare ad un livello più profondo nel mondo della distribuzione, riuscendo a far vivere il FEFF oltre i dieci giorni della rassegna.

Nel 2012 comincia un nuovo programma di collaborazione con il sito Mymovies, grazie al quale è stato possibile seguire in streaming live quattro film partecipanti alla 14° edizione, proprio durante la reale proiezione in sala. Il programma nasce da una collaborazione già esistente tra Mymovies e il FEFF, infatti già nelle edizioni precedenti il sito seguiva le giornate del festival, presentava recensioni dei film in concorso ed eleggeva come già detto un suo vincitore. Il programma di offerta streaming continua nel 2013 sotto il nome di Wide Far East Film. Il web, come si vedrà in seguito, riveste un ruolo centrale nella comunicazione attivata dagli organizzatori per promuovere il festival.

Già dalla prima edizione una delle caratteristiche del festival è stata la presenza di un unico premio dato dal pubblico, e non da una giuria, proprio per sottolineare la natura popolare che caratterizza l’evento. Il premio si chiama appunto Audience Award e prevede la premiazione dei primi tre film classificati. Questa scelta come si vedrà caratterizza il festival, e lo rende differente rispetto alla maggior parte dei festival cinematografici, i quali presentano sempre un premio principale scelto da una giuria.

Nel 2009 si sono aggiunti al tradizionale Audience Award, il Black Dragon Award e il Mymovies Audience Award. Il primo viene votato da quella parte del pubblico in possesso dell’accredito Black Dragon, il secondo invece viene votato online nell’omonimo sito italiano.

Dopo la guida iniziale di Derek Elley, dalla quarta edizione il direttore artistico è stato Stephen Cremin, questo fino al passaggio di consegne con Sabrina Baracetti attuale direttore del festival.

4.2 REGOLAMENTO

In questo paragrafo viene presentato il regolamento che ogni anno guida l’organizzazione del festival. Le uniche modifiche che il regolamento subisce sono quelle relative alle date dell’edizione in corso, rimanendo quindi immutato nelle sue parti principali. Ad esempio viene preso il regolamento dell’edizione n°15 del 2013⁶⁶.

Regolamento Festival

15th UDINE FAR EAST FILM FESTIVAL 19th to 27th APRIL
OFFICIAL REGULATIONS 2013

⁶⁵ Elsaesser Thomas, *European Cinema. Face to Face with Hollywood*, Amsterdam University Press, Amsterdam, 2005, p. 91

⁶⁶ <http://www.fareastfilm.com/easyne2/homepage.aspx>

C.E.C.

- The 15th edition of the Far East Film Festival is organised by Centro Espressioni Cinematografiche (C.E.C.), a Cultural Association financed by the Italian Government, the Friuli Venezia Giulia Region, and the Udine Provincial and Municipal Authorities. C.E.C. is dedicated to the public exhibition of quality cinema, by programming and managing five screens in three different venues across the city of Udine throughout the year. The Far East Film Festival is the most important cultural and artistic project handled by C.E.C. La Cineteca del Friuli (Gemona Film Archive, FIAF member since 1989) is the official partner of Far East Film. The Festival is a non-profit cultural event.

Aim of the Festival

- To encourage and develop the understanding and appreciation of East Asian popular filmmaking, amongst European and Italian audiences.
- To contribute to the commercial distribution of Asian films across European and Italian markets.
- To study and research the historical attributes of Asian filmmaking through retrospectives organised with the cooperation of Asian film archives and government agencies.
- To create a mutually beneficial exchange between Asian and European filmmaking companies.
- To establish links between European and Asian film producers, through their participation in the symposium "TIES THAT BIND", held during the Festival.

The Festival will take place from 19th to 27th April 2013

Main venue - **Teatro Nuovo "Giovanni da Udine" (1,200 seats)**. A modern facility on 3 floors with press room, hospitality office, bookshop and video room. Also includes a setting for the afternoon panel discussions, held every day during the Festival.

Second venue – **Visionario**. The new cultural centre managed by C.E.C., that includes 3 screening rooms (with 300, 60 and 40 seats, respectively), an exhibition hall, an internet bar, a Media Library, and a bookshop selling publications and DVDs.

Third venue – **Cinema Centrale**. Situated in the heart of the city centre, this cinema has 2 screens with 187 seats and 135 seats respectively.

Festival sections

Udine Far East Film features two main sections: the Competition section and our Retrospective sections.

Competition section

The C.E.C. Board of Directors selects films to include in the Festival's programme, with the joint cooperation of local consultants in each Asian country, working in close contact with major film producers and distributors. The programme will be published at the beginning of April 2013; **the deadline for submitting films for selection is January 2013**.

The top three winning titles are those that receive the highest number of votes by the

Festival public. The winning titles of FEFF 2013 will be announced during the Festival closing ceremony, and be presented with the "Udine Far East Film Audience Award", on stage in front of the audience.

An additional award is given to the film which receives the most votes from those holding Black Dragon special accreditations. The Black Dragon Award is also announced during the Festival closing ceremony, on stage in front of the audience.

Retrospective sections

Every year, Far East Film focuses on a different historical aspect of East Asian film production, by presenting a retrospective programme planned and arranged by one or more experts in the corresponding field. To celebrate these annual retrospectives, C.E.C. publishes a monographic book that aims to make up for the lack of information available in Europe and Italy, on the rich history of Far Eastern film production. The volumes already published are as follows: *Black Roses and Sentimental Swordsmen: The Cinema of Chor Yuen* (2004, edited by Tim Youngs), *No Borders, No Limits: The World of Nikkatsu Action* (2005, edited by Mark Schilling), *Asia Sings! A Survey of Asian Musical Films* (2006, edited by Roger Garcia), *Patrick Tam: From the Heart of the New Wave* (2007, edited by Alberto Pezzotta), *Far East: Ten Years of Cinema 1999 – 2008* (2008, edited by Sabrina Baracetti, Thomas Bertacche, Giorgio Placereani for the Festival's 10th Anniversary), *Hong Kong Stories: The TV Works of Ann Hui* (2009, edited by Tim Youngs), *Nudes! Guns! Ghosts! The Sensational Films of ShintoHo* (2010, by Mark Schilling, edited by Roger Garcia), *Asia Laughs! A Survey of Asian Comedy Films* (2011, edited by Roger Garcia), *The Darkest Decade - Korean Filmmakers in the 1970s* (2012, edited by Darcy Paquet). **All the above books are available upon request.**

Festival languages

The Festival's official languages are Italian and English. Italian translation is provided on headphones for all movies screened, whereas subtitles in English are provided for international audience members. The afternoon panel discussions, with the participation of our Asian special guests and artists, are entirely translated into Italian and English.

How to participate in the competition section

In order to participate in the competition section, all films must fulfil the following requirements (exceptions are made at the discretion of the organisers):

- The competition section can only be entered by films released after the **1st January 2012**.
- All movies presented at the Festival should have English subtitles and be in one of the following formats: 35mm film print/Digibeta Pal/Digibeta NTSC/HD Cam/DCP 2K. All prints should be flawless, each producer/distributor is asked to check the quality of each reel before shipping the film to the Festival.
- All films presented should not have previously participated in other Film Festival competitions in Italy or Europe, nor should they have been screened for market prior to the screening in Udine.
- In order to properly translate all films participating in the Festival, and in order to include each film in the Festival catalogue and organise the press office promotion for the

screenings, the Festival must receive the following materials **by 1st March 2013** (quantities in brackets are indicative):

- An Entry Form with complete information;
- An Agreement Form signed by the relevant person in charge;
- A sample copy of the movie (DVD) with English subtitles;
- The dialogue list in English;
- Pictures of the director and cast, plus stills from the film (at least 10 high-resolution JPG images);
- Press-kits, including the Director's biography in English (10);
- Samples of advertising materials, such as posters (at least 5 for display) and flyers (30);
- One Betacam SP PAL tape with trailers and EPK material of the film, for promotion on national and international TV; or a PAL AVI DV file of at least 720x576 size, to be uploaded onto the Festival's ftp (Far East Film Folder) ftp://guest@entract.selfip.com (password: truka);
- One 35mm trailer of the film, if available.

Each company is kindly asked to provide as much promotional material as possible for each title. **DVD samples, English dialogue lists and high-resolution images are strictly necessary.**

Festival Screenings

- All films are screened once only within the Festival programming schedule and are all presented in the original language version, as provided by the Producer/Distributor. If the festival considers to show extra screenings, this will be agreed in advance with the Producer/Distributor.

Shipping Information

- All shipping costs for transportation of the prints and other materials, between Asia and Italy, will be borne by the Festival. In the event of the film participating in a different festival after Udine FFFF15, the cost of shipping the prints from Udine to the new destination will be the responsibility of the subsequent festival. This regulation also applies if the print needs to be shipped to a destination, other than that of origin.
- Each film presented at the Festival should be shipped to the C.E.C. address in Udine (Via Villalta 24, Udine 33100, Italy). Please contact your local DHL office for pick-up, and we will provide you with the appropriate DHL client code. In order to arrange the technical services and translation of each film, all films should reach the C.E.C. office no later than Monday 18th March 2013.
- Kindly confirm the shipment of the film by forwarding to Mr. Gabriele Bertacche (gabriele@C.E.C.udine.org), a copy of the pro-forma invoice and the related Airway Bill number, for easier tracking. Please ensure that the pro-forma invoice clearly indicates a "non-commercial value", limited to € 20 Euros, to enable faster customs processing.
- All film suppliers are requested to give clear instructions regarding where the film is to be returned, informing us by 4th May 2013 if the print must be sent to a destination other than its origin, after screening. Should we receive no clear information about the return

shipment address, the Festival's organisers will send the print back to its origin. All films will be shipped to the addresses provided within two weeks of the Festival closing.

Guests

- The Festival organisers reserve the right to invite special guests, including film directors, producers and actors, to participate in the Festival in relation to the promotion of the screenings.

Guests attending the Festival are required to provide one photo, suitable for an ID badge, and an additional photo to be published in our Festival catalogue. Guests are also expected to attend the following official events:

- An introduction to their film on stage, before the screening (the guest will be welcomed on stage by a member of the C.E.C. Directors Board and the presentation will last about ten minutes).
- A morning round of private interviews with international press and media.
- An afternoon panel discussion with press, media, and the public in attendance.

Guests are provided with:

- An airline return ticket to Italy. Far East Film's official airlines are Cathay Pacific and Korean Air. Each guest will receive a prepaid flight ticket a few days before departure.
 - A maximum of four nights stay in one of the city's best hotels.
 - Hostess welcome at Venice or Trieste airport.
 - Chauffeur driven transportation from and to the airport, as well as for all other appropriate needs while in Udine.
 - Interpreters (English or specific Asian language) for all meetings, presentations, interviews and whenever necessary.
 - Especially arranged Italian meals in individually chosen restaurants and wineries.
- Any particular requirements for meeting specific needs will also be considered.

The participation of all films and guests in the Festival signifies the complete understanding and acceptance of all Festival regulations.

For further information please contact:

Udine Far East Film Festival

Centro Espressioni Cinematografiche

Via Villalta 24

33100 Udine - Italy

Tel. +39/0432/299545

Fax +39/0432/229815

E-mail: fareastfilm@C.E.C.udine.org

www.fareastfilm.com

Il primo paragrafo è incentrato sul C.E.C. in quanto organizzatore dell'evento. Si definisce la natura del C.E.C. come una associazione culturale finanziata dal Ministero, dalla Regione, dalla Provincia e dal Comune. La Cineteca del Friuli è poi indicata come official partner. Infine viene specificata l'orientamento no profit del festival.

Il secondo paragrafo definisce gli obiettivi del festival, che sono cinque:

- Favorire e sviluppare la comprensione e l'apprezzamento del cinema popolare asiatico da parte del pubblico europeo ed italiano.
- Contribuire alla distribuzione commerciale di film asiatici sul mercato europeo ed italiano.
- Studiare e ricercare le caratteristiche storiche del cinema asiatico attraverso retrospettive organizzate con la collaborazione dell' Asian Film Archive e delle agenzie governative.
- Creare un proficuo scambio tra le imprese cinematografiche asiatiche ed europee.
- Stabilire collegamenti tra produttori cinematografici europei e asiatici, attraverso la loro partecipazione a "Ties That Bind", workshop che si tiene durante il Festival.

Il terzo paragrafo indica le date e i luoghi in cui si terrà il festival. Sono indicate tre sedi ufficiali, in ordine: il Teatro Nuovo "Giovanni da Udine", il Visionario e il Cinema Centrale. Il Teatro Nuovo "Giovanni da Udine" è il centro del festival, dove avvengono le proiezioni dei film in concorso e dove si apre e chiude il festival. Le altre sedi vengono utilizzate per parte della rassegna retrospettiva e per i Panel di discussione.

Nel quarto paragrafo sono indicate le due sezioni presenti al festival: la sezione Competitiva e la sezione Retrospettiva.

Il quinto paragrafo si concentra sulla sezione Competitiva. Viene spiegato come i film siano selezionati dal centro direzionale del C.E.C., che si avvale di consulenti che vivono nei paesi asiatici, e di come si lavori a stretto contatto con i produttori e distributori asiatici. Sono date anche delle indicazioni in merito ai premi che sono dati ai tre film che ricevono il maggior numero di voti dal pubblico del festival, l'Audience Award appunto. E' indicato poi un premio aggiuntivo il Black Dragon Award, che viene votato dal pubblico in possesso dell'accredito Black Dragon. Viene quindi indicata la cerimonia di chiusura come momento di consegna dei premi.

Il sesto paragrafo si occupa della sezione Retrospettiva. Viene detto come ogni anno il Far East si concentri su un diverso aspetto storico della produzione cinematografica asiatica. Viene quindi presentato un programma retrospettivo, curato da uno o più esperti del settore. Vengono poi indicate le pubblicazioni che ogni anno il C.E.C. dedica a queste retrospettive. Si tratta di libri monografici che mirano a compensare la mancanza di

informazioni in Europa e in Italia, sulla ricca storia della produzione cinematografica dell'Estremo Oriente. Sono quindi elencate le pubblicazioni disponibili, ed acquistabili in parte al bookshop del festival e in parte su richiesta.

Il settimo paragrafo indica l'italiano e l'inglese come lingue ufficiali del festival. Tutti i film in concorso sono provvisti di sottotitoli in inglese, e vi è la disponibilità di usufruire di auricolari con la traduzione in italiano. Anche i momenti di dibattito e discussione sono provvisti di traduzione in entrambe le lingue. Dal 2013 per la proiezione in sala dei film ai sottotitoli in inglese sono stati affiancati quelli in italiano.

L'ottavo paragrafo indica i requisiti che i film devono avere per partecipare al festival, con eccezioni a discrezione dell'organizzazione.

- Per essere inseriti nella sezione Competitiva i film devono essere usciti dopo il primo gennaio dell'anno precedente al festival. In questo caso dopo il 1° gennaio 2012.
- Tutti i film presentati al Festival devono avere sottotitoli in inglese. I formati accettati sono: pellicola 35 mm, Digibeta Pal, Digibeta NTSC, HD Cam e DCP 2K. E' poi richiesta la massima qualità dei materiali inviati.
- I film presentati non devono aver partecipato ad altri festival in Italia o in Europa, e non devono essere stati sottoposti a screening per il mercato prima della proiezione a Udine.
- Per realizzare una migliore traduzione dei film, e per poter permettere l'entrata del film nel festival è richiesto l'invio di: un modulo di iscrizione con le informazioni complete, un modulo in cui il responsabile del film accetta la partecipazione, una copia campione del film in formato Dvd con sottotitoli in inglese, la lista dei dialoghi in inglese, le foto del regista e del cast, e in più almeno dieci foto del film, la Press-kit, tra cui la biografia del regista in inglese, campioni di materiale pubblicitario, come poster e volantini, una video Betacam SP PAL con trailers e materiale EPK del film o un file AVI DV, per la promozione nazionale e internazionale in televisione, e infine un trailer in 35 mm della pellicola. Sono indicati come più necessari per una buona presentazione il Dvd e i dialoghi in inglese.

Il nono paragrafo indica come i film vengano proiettati una sola volta, in lingua originale.

Il decimo paragrafo indica tutte le informazioni necessarie all'invio delle pellicole e dei materiali correlati. Le spese di spedizione sono a carico del festival, viene richiesta la conferma per restituzioni e per spedizioni a successivi festival ed eventi.

L'undicesimo paragrafo riguarda gli ospiti che partecipano al festival, in quanto attori, produttori e registi. Agli ospiti partecipanti, invitati direttamente dagli organizzatori, è

richiesta una fotografia, che sarà utilizzata nel catalogo, e vengono indicati gli eventi a cui devono partecipare: l'introduzione del loro film prima della proiezione, una serie di interviste con media internazionali e Panel di discussione che si tengono nel pomeriggio a cui partecipano pubblico e stampa.

Nel dodicesimo paragrafo vengono indicati i servizi offerti gli ospiti del festival: viaggio aereo di ritorno, quattro notti nei migliori alberghi di Udine, un servizio d'accoglienza all'arrivo a Venezia o a Trieste, un'autista, un interprete per gli incontri e per le interviste, e pranzi e cene nei ristoranti scelti dagli invitati. Sono questi i servizi che incidono in parte nella creazione del valore che il FEFF riesce a produrre.

Il regolamento poi si chiude sottolineando la necessità della totale accettazione del regolamento, e con le informazioni di contatto.

4.3 PREMI

Come è già stato detto una delle peculiarità che caratterizza il Far East Film Festival è la presenza di premi assegnati dal pubblico e non da una giuria designata. Infatti la giuria del FEFF è il suo stesso pubblico, rispettando così la sua natura di festival popolare. Inoltre gli organizzatori amano definire il proprio festival "audience oriented", proprio a sottolineare il totale "controllo" esercitato dal pubblico.

La scelta di non utilizzare una giuria per l'assegnazione dei premi trova pochi riscontri tra i maggiori festival internazionali, anche se il festival di Rotterdam⁶⁷ presenta oltre ai tre principali premi votati dei giurati, anche due premi dedicati al gusto del pubblico. Sulla stessa linea di Rotterdam è anche l'americano Sundance, che come molti altri festival ha deciso di dedicare alcuni dei suoi premi al pubblico. Alla luce di questo, la scelta di Udine di non utilizzare una giuria di critici, risulta una mossa innovativa all'interno del panorama festivaliero. Premi assegnati ai film in concorso sono: Audience award, Black Dragon Award e Mymovie Audience Award. Vi sono poi i premi speciali: Tecnicolor Asian Award e il Gelso d'Oro alla carriera.

AUDIENCE AWARD

Questo è il premio principale del Far East Film Festival. La scelta di dare al proprio pubblico la responsabilità di scegliere il vincitore è come detto precedentemente, una caratteristica fondamentale del Far East Film. Le modalità di voto sono le seguenti: all'entrata in sala il pubblico riceve una scheda apposita in cui a fine proiezione indicherà con una preferenza da 1 a 5 il voto designato al film appena visto. Tutti i voti sono raccolti in un'urna all'uscita della sala. Questo procedimento viene svolto per tutti i film in concorso nella sezione Competitiva. Ogni anno vengono celebrati i tre film che hanno avuto più successo. Al vincitore viene assegnato l'Audience Award, dal 2011 chiamato anche Gelso

⁶⁷ Appendice 1 domanda n° 6

D'Oro, in quando la statua del premio rappresenta proprio questa pianta tipica della campagna friulana originaria dell'oriente, ha rappresentanza del legame tra le due culture che il Far East crea.

Di seguito vengono indicati i vincitori dal 1999 al 2013 del Far East Film Festival.

Anno	Vincitore Audience Award	Regia	Paese
1999	A Hero Never Dies	Johnnie To	Hong Kong
2000	Shower	Zhang Yang	Cina
2001	The Foul King	Kim Jee-woon	Corea del Sud
2002	Love Undercover	Joe Ma Wai-Ho.	Hong Kong
2003	Infernal Affairs	Andrew Lau e Alan Mak	Hong Kong
2004	The Twilight Samurai	Yoji Yamada	Giappone
2005	Peacock	Gu Changwei	Cina
2006	Welcome To Dongmakgol	Kwang-Hyun Park	Corea del Sud
2007	No Mercy For The Rude	Park Cheol-hi	Corea del Sud
2008	Gachi Boy, Wrestling With A Memory	Norihiro Koizumi	Giappone
2009	Departures	Yojiro Takita	Giappone
2010	Castaway On The Moon	Lee Hae-jun	Corea del Sud
2011	Aftershock	Feng Xiaogang	Cina
2012	Silenced	Hwang Dong Hyeuk	Corea del Sud
2013	How to use guy with secret tips	Lee Won-suk	Corea del Sud

Da questa tabella si vede come Hong Kong, Corea del Sud e Giappone siano i paesi più apprezzati al festival. Uno dei film che hanno avuto più successo a livello internazionale è stato *Departures (2008)* di Yojiro Takita, vincitore del Premio Oscar per il Miglior film straniero all'ottantunesima edizione degli Academy Award (ricevuto prima della partecipazione al FFFF), è del premio come Miglior Film Asiatico all' Hong Kong Film Award. Questo film è stato anche il primo film distribuito dalla Tucker Film, portando 130.000⁶⁸ spettatori nelle sale cinematografiche italiane. Il coreano *Castaway on the moon* (Hae-jun

⁶⁸ Appendice 1, Integrazioni inviate tramite e-mail dagli organizzatori del FFFF, n° 3

Lee, 2009) ha riscosso successo in tutto il mondo aggiudicandosi premi all Oslo Films from the South Festival e all' Hawaii International Film Festival. A dimostrazione della tempestività della selezione gli ultimi vincitori del festival erano: International Festival (*How to use guy with secret tips*), Premiere European Premiere (*Silenced*), Italian Premiere (*Aftershock*).

BLACK DRAGON AWARD

Il Black Dragon, chiamato anche Gelso Nero è nato nel 2009. Questo premio viene assegnato con i voti del pubblico con l'accredito Black Dragon, composto da giornalisti, esperti e appassionati. Questo tipo di accredito "vale per l'intera durata del Festival e consente l'ingresso a tutti i film presentati con posto nominativo riservato a scelta dell'accreditato e a tutti gli incontri con gli ospiti. Il kit dell'accreditato comprende il badge per accedere a proiezioni ed incontri senza dover prenotare o ritirare alcun biglietto"⁶⁹; inoltre l'accredito comprende il catalogo del festival, il volume speciale pubblicato in quell'anno e la borsa del festival. Si tratta di un modo per premiare e ringraziare quella parte del pubblico più fedele. Come l'Audience Award anche questo premio vede tre vincitori finali.

Di seguito i vincitori del Black Dragon Award dalla undicesima alla quindicesima edizione.

Anno	Film	Regia	Paese
2009	Departures	Yojiro Takita	Giappone
2010	Castaway On The Moon	Lee Hae-jun	Corea del Sud
2011	Confessions	Tetsuya Nakashima	Giappone
2012	Silenced	Hwang Dong Hyeuk	Corea del Sud
2013	Touch of the Light	CHANG Jung-chi	Taiwan

Come si vede nei cinque anni in cui è stato assegnato questo premio, tre volte su cinque il giudizio degli accreditati è coinciso con il voto del pubblico generale. Considerata la provenienza in generale più "qualificata" degli accreditati, si può dire che le scelte fatte dal pubblico, potrebbero coincidere con quelle di una giuria selezionata. Nel caso di *Confession*(*Tetsuya Nakashima, 2010*), il Black Dragon Award ha assecondato i gusti degli organizzatori che inseguito tramite la Tucker Film, hanno acquistato i diritti del film per poi distribuirlo nelle sale italiane dal 9 maggio 2013⁷⁰.

⁶⁹ <http://www.fareastfilm.com/easyne2/homepage.aspx>

⁷⁰ Vedere Appendice 3

MYMOVIES AUDIENCE AWARD

Come il Black Dragon, anche il Mymovies Audiece Award è nato nel 2009, e come il principale Audience Award è un premio assegnato dal pubblico. Gli spettatori del FEFF possono votare online, nel sito italiano Mymovies.it, i film che hanno visto in sala, grazie a un link presente nella scheda di voto che viene consegnata. In più dal 2012 è possibile votare anche per chi vede i film in streaming live nel sito⁷¹. Questo premio dimostra poi lo stretto rapporto che esiste tra il FEFF e il web, infatti per la promozione del festival gli organizzatori puntano maggiormente sulla rete, dove può raggiungere velocemente e in maniera virale tutti i fan della manifestazione.

Di seguito i vincitori del Mymovies Audience Award dal 2009 al 2013.

Anno	Film	Regia	Paese
2009	One Million Yen Girl	Tanada Yuki	Giappone
2010	Bandage	Takeshi Kobayashi	Giappone
2011	Confessions	Tetsuya Nakashima	Giappone
2012	Thermae Romae	Hideki Takeuchi	Giappone
2013	It's Me It's Me	MIKI Satoshi	Giappone

La preferenza del pubblico online è nettamente per i film di origine giapponese. I motivi possono essere trovati nella maggior attenzione verso la cultura giapponese (manga e anime) da parte dei giovani, che sono più propensi all'utilizzo di sistemi informatici. Se i primi tre anni il premio è stato assegnato a film drammatici, gli ultimi due hanno visto il trionfo delle commedie. Anche in questo caso la programmazione della Tucker Film ha seguito i gusti espressi da questo premio, scegliendo il film *Thermae Romae* come futuro investimento per la società di distribuzione⁷².

TECHNICOLOR ASIAN AWARD

Nel 2011 è stato assegnato questo premio per la post-produzione al film thailandese *A Crazy Little Thing Called Love* di Puttipong Pormsaka Na-Sakonnakorn e Wasin Pokpong. Il premio nasceva dalla collaborazione tra il Far East Film Festival e la Technicolor Asia (Technicolor Thailand Co. Ltd). Questo premio speciale è stato assegnato ad uno dei 50 film in concorso in quella edizione del festival, la numero tredici, e consisteva in 25,000 dollari da utilizzare per i servizi di post-produzione presso il laboratorio Technicolor Asia a Bangkok. L'unica

⁷¹ Vedere Appendice 4

⁷² Vedere Appendice 1

edizione del premio, nel 2011, è stata affidata dal comitato presieduto dai membri della succursale asiatica della Technicolor.

GELSO D'ORO ALLA CARRIERA

Il Gelso D'Oro alla carriera è nato nel 2011 dalla collaborazione tra il Far East Film Festival e Idea Prototipi, un'azienda che si occupa della lavorazione del metallo abbinata alle tecnologie più avanzate. Ad attribuire il premio ogni anno è il comitato scientifico del Far East Film Festival. Candidati sono l'attore, il regista o il produttore che nel corso della propria carriera si è distinto nel panorama del cinema asiatico e dell'industria cinematografica orientale. A ricevere il Gelso d'Oro alla carriera nelle passate edizioni del festival sono stati nel 2011 Michael Hui, popolarissimo regista e attore hongkonghese, nel 2012 Johnnie To il maestro di cui si è già detto in merito al suo forte legame con il FFFF, e nel 2013 al coreano Kim Dong-ho.

4.4 GLI EVENTI PARALLELI

Durante gli otto giorni di Festival parallelamente alle proiezioni in sala si svolgono molti eventi. Questi eventi coinvolgono tutta la città di Udine, stabilendo uno stretto rapporto tra il FFFF e il suo territorio, grazie a collaborazioni con aziende, negozi e locali della zona. Negli anni le attività sono aumentate arrivando ad offrire un intrattenimento che si sviluppa per tutta la giornata e che si svolge in più punti della città. La cura e l'attenzione che gli organizzatori del festival hanno messo negli anni per la realizzazione di un evento a 360 gradi come questo, dimostra e spiega il legame che il Far East ha con Udine e con il suo territorio. Anche grazie a questi eventi collaterali l'evento Far East Film Festival diventa un momento di cultura e intrattenimento, andando oltre il mondo del cinema e portando il pubblico all'interno della cultura orientale.

Tutti questi eventi contribuiscono alla costruzione di un'ampia vetrina della cultura orientale, popolare e meno. Questa vetrina ha origine e parte dalla proiezione in sala dei film. Allo stesso tempo però aiuta gli stessi film creando un'atmosfera aperta alle novità e all'assorbimento culturale. Questo naturalmente favorisce lo stesso cinema asiatico, che in parte proprio grazie al Far East è diventato sempre più conosciuto e apprezzato in Italia e in occidente.

Gli eventi paralleli possono essere divisi in: Show and Play, Far East Cosplay, Far East Off e Far East Night, Far East Market, Tie that bind, Panel, e mostre.

SHOW & PLAY

Per tutta la durata del festival nelle piazze e nelle vie centrali di Udine si svolgono una serie di attività, con lo scopo di portare un po' d'Asia all'interno della città. Le attività collaterali, chiamate Show & Play, si dividono appunto in due aree tematiche.

Nella sezione Show, i partecipanti posso scoprire varie discipline e culture orientali come l'Haiku, l'Ikebana, gli Origami, la cucina cinese, giapponese, thailandese e filippina. Sono organizzati poi corsi di lingua e incontri per i bambini, come il gioco del Mahjong gigante.

Play invece comprende dimostrazioni di arti marziali, come Judo, Thai Chi, Kung Fu e Kendo, ed anche eventi di danza e teatro orientali e la cerimonia del tè. Sono poi organizzate conferenze su street style e Gothic Lolita, lettura dell'I-ching, dimostrazioni di Kyudo, e seminari sulla cura dei Bonsai.

Fino al 2013 le attività erano riunite sotto il nome "Festa in Piazza", nome cambiato poi in "Show & Play". Sempre dal 2013 le attività non sono più gratuite, ma sono state inserite all'interno di un nuovo pacchetto di offerte. Questo pacchetto di offerte è formato da tre card:

- TRY: Vale un giorno e comprende l'ingresso ai due film del mattino e l'entrata a tutte le attività del giorno (costo di 5 euro).
- LIKE: Vale per due giorni e comprende quattro ingressi per i film del mattino e l'entrata libera a tutte le attività delle due giornate (costo 10 euro).
- LOVE: vale per tutte le attività collaterali del festival e da diritto a sei ingressi per le proiezioni in sala (costo di 15 euro).

A queste tre si aggiungono due tessere speciali: la tessera COOK, che da diritto di accesso a una singola lezione di cucina (costo 18 euro) e la tessera COOK KIDS, che dà l'accesso a una lezione di cucina per bambini (costo 10 euro).

Questi laboratori e queste attività contribuiscono a far conoscere meglio la cultura orientale al pubblico del FFFF, stimolandone così la "sete di conoscenza" per queste realtà.

FAR EAST COSPLAY

Il Far East Cosplay Contest è uno degli eventi più attesi durante gli otto giorni di festival. Si tratta di "un tripudio di costumi, abiti e trucchi ispirati alle forme e alle pose dei protagonisti del mondo dei manga, degli anime, del fumetto, del cinema, dei telefilm, della musica, dei videogiochi di provenienza asiatica"⁷³. I partecipanti al concorso si possono iscrivere nelle settimane precedenti il festival, e il giorno dell'evento viene assegnato il "Best Italian Far East Cosplay". All'interno dell'evento si inserisce anche il Gothic Lolita Gathering, che fa da cornice alla manifestazione, con l'esibizione di ragazze vestite in stile gotico. Il fenomeno del cosplay nasce direttamente in Asia, soprattutto in Giappone, dove fan di anime e manga amano vestirsi come i loro personaggi preferiti, e dove mode come il Gothic

⁷³ <http://www.fareastfilm.com/easyne2/homepage.aspx>

si sono diffuse tra i più giovani. Queste mode sono poi arrivate in occidente negli ultimi anni, diventando uno dei momenti più attesi durante le fiere che hanno come tema fumetti, manga, anime, serie tv e cinema.

FAR EAST OFF E FAR EAST NIGHT

Far East Off e Far East Night rientrano in quel pacchetto di intrattenimento che il Far East propone al suo pubblico. Far East Off è nato nel 2013 e si articola per tutti i giorni della manifestazione, proponendo serate a tema, aperitivi con degustazioni, performance, dj set e concerti dal vivo; creando così un festival nel festival. Far East Night è il nome storico che ha accompagnato le varie edizioni del festival, e comprende quattro serate alternative dove sono organizzati dj set di artisti orientali giunti ad Udine proprio per il Far East. Fino al 2013 le Far East Night erano organizzate direttamente dal C.E.C. , ma dall'edizione numero quindici le serate sono state affidate a gruppi esterni, che poi hanno avuto l'approvazione degli organizzatori del festival.

FAR EAST MARKET

Il Far East Market è nato nel 2009 con l'undicesima edizione del festival. Durante i giorni in cui si svolge il festival si tiene un'esposizione di bancarelle in Piazza San Giacomo ad Udine. Queste bancarelle mettono in mostra prodotti e oggetti di origine orientale, ma a dimostrazione del legame tra FEFF e territorio sono presenti anche bancarelle dedicate ai prodotti dell'eccellenza friulana. I venditori che partecipano a questo evento hanno così la possibilità di farsi conoscere da un nuova fetta di mercato, in quando posizionati nel cuore di Udine, raggiungibili quindi anche da chi non partecipa al festival. Il FEFF Market insieme con li eventi notturni contribuisco notevolmente alla creazione del valore fatta dal festival⁷⁴.

TIE THAT BIND

Tie That Bind è il workshop internazionale nato nel 2008 dedicato alle coproduzioni cinematografiche tra Asia ed Europa. E' organizzato dal "Fondo per l'Audiovisivo del Friuli Venezia Giulia, dall' EAVE, dal Far East Film Festival e dal Busan International Film Festival, col supporto del programma MEDIA Mundus"⁷⁵. Il workshop è diviso in due sessioni: quella italiana, ospitata nell'ambito del Far East e quella sudcoreana ospitata nell'ambito del Festival di Busan. Udine è quindi il punto di partenza per questo evento internazionale, ruolo conferitogli grazie alla posizione di primo piano che il festival si è costruito in questi anni. Agli incontri partecipano cinque produttori asiatici ed cinque produttori europei, che si confrontano con alcuni dei maggiori esperti mondiali su temi che vanno dallo sviluppo delle sceneggiatura al marketing, passando anche attraverso gli aspetti strettamente legali e finanziari delle co-produzioni. Da questi incontri negli anni sono nati molti progetti come

⁷⁴ Vedere capitolo 7

⁷⁵ <http://www.fareastfilm.com/easyne2/homepage.aspx>

Moneyboys, film realizzato da Cina, Austria, e Francia, *Flapping in the Middle of Nowhere*, targato Vietnam e Germania, e *Small Birds*, di produzione olandese e cinese. Questo evento non va quindi ad interessare quella che è l'esperienza Far East per il suo pubblico, ma in un'ottica di produzione e collaborazione culturale risulta uno dei momenti più alti e innovativi del festival.

PANEL

Tutti i film presentati all'interno del Far East partecipano a Panel di discussione durante la settimana del festival. In queste occasioni registi e attori invitati al festival si confrontano con stampa, media e pubblico sui loro film. Un'occasione per il pubblico di avvicinarsi ed entrare in contatto diretto con i propri registi ed attori preferiti. Come confermato da Sabrina Baracetti⁷⁶ una particolarità del Far East è quello di essere un ambiente molto ristretto concentrato in poche sedi, a differenza dei major festival come Venezia, dove è quindi possibile per il pubblico incontrare di persona i propri idoli. Tutto questo è naturalmente un vantaggio per il Far East, ed è uno degli aspetti più amati dal suo pubblico più fedele, che come si vedrà nel prossimo capitolo presenta una forte fidelizzazione.

MOSTRE

Un altro momento di incontro durante la settimana che ospita il festival sono le mostre, organizzate dal C.E.C., che puntualmente ogni anno accompagnano le giornate del Far East. Filo conduttore di queste mostre sono naturalmente le culture asiatiche. Sono state organizzate mostre fotografiche ed esposizioni artistiche, ad ingresso gratuito, come: nel 2011 "Yuichi Yokoyaka. Il Viaggio", nel 2012 "Isole Cinesi", "Beijing flickers" e "Unspoiled brats", e nel 2013 "Idastra", "Kimono. New vision of" e "Far East Side. The Photo Challenge".

Il Far East Film Festival si presenta quindi come un momento di apertura culturale, che partendo dal cinema cerca di allargarsi, creando per il suo pubblico un luogo di apprendimento e scoperta che si articola su diversi livelli: popolare, tradizionale, serio, innovativo e divertente.

⁷⁶ Appendice 1, domanda n°10

CAPITOLO 5 IL PUBBLICO DEL FEFF

5.1 IL PUBBLICO

Come si vedrà in questo capitolo il Far East rispecchia appieno questa positiva analisi generale del pubblico dei festival cinematografici: “Il pubblico dei festival può essere a pieno titolo definito di qualità: è giovane/medio giovane, è colto, è competente, utilizza i servizi disponibili, si muove per seguire la manifestazione, è fedele (ritorna nel tempo alla manifestazione) ed è generalmente soddisfatto di quello che ha visto e di come l’ha visto”⁷⁷.

Il Far East Film Festival è diventato negli anni un evento molto atteso che richiama ogni primavera un folto numero di spettatori ad Udine. Come sarà mostrato in seguito il festival presenta un pubblico il cui grado di fidelizzazione è molto forte: con fidelizzazione si intende il grado di attaccamento che porta lo spettatore a partecipare per più edizioni del festival, cioè a ritornare al FEFF. Partendo dal 1999 il festival di Udine è riuscito a crearsi un proprio spazio, anche grazie a questo solido numero di “fan” che partecipano ad ogni edizione. E’ la stessa Sabrina Baracetti, presidente del festival a confermarlo: “Il grado di fidelizzazione è naturalmente molto forte, perché stiamo parlando di persone che seguono il cinema asiatico sulla rete, che si muovono e che seguono comunque i festival, quasi come una missione”⁷⁸. Ma il Far East presenta anche un’altra tipologia di pubblico, “pubblico locale che è cresciuto con il festival, e che ha imparato a riconoscere il prodotto asiatico, gli attori e i registi”⁷⁹. Gli organizzatori del festival sono quindi riusciti a crearsi un proprio pubblico: da una parte gli amanti del cinema asiatico, che anche grazie al festival hanno potuto ampliare la propria conoscenza, e dall’altra un pubblico che è stato attratto dall’innovativa proposta culturale del festival, avvicinandosi così a cinematografie a lui sconosciute. A conferma di questo ci sono i numeri che riportano una media di 50 mila spettatori ogni anno. Dati confermati anche nel 2013 “Il festival udinese ha sostanzialmente raggiunto e confermato le soglie del 2012, rispondendo con forza alla drastica riduzione del budget: 50 mila spettatori in sala, 1200 accreditati (le provenienze coprono 16 nazioni), 100 mila euro d’incasso (tra sbigliettamenti e accrediti). Diverse migliaia, inoltre, le persone messe in circolo dal fitto calendario delle attività collaterali, culminate nell’affollatissimo Far East Cosplay Contest”⁸⁰.

Un’importante parte del pubblico sono gli accreditati, cioè giornalisti, docenti, rappresentanti di cineteche, di istituzioni e di altre rassegne cinematografiche, e soprattutto

⁷⁷ Abis Mario - Canova Gianni (a cura di), *I Festival del cinema. Quando la cultura rende*, Johan & Levi Editore, Milano, 2012, p. 15

⁷⁸ Appendice 1, domanda n°10

⁷⁹ Appendice 1, domanda n°10

⁸⁰ Appendice 2

cinefili che hanno acquistato uno tra i due tipi di accrediti introdotti nel 2007 per l'edizione numero nove: White Tiger e Black Dragon⁸¹.

- **WHITE TIGER:** Valido per l'intera durata del Festival, consente l'ingresso a tutti i film presentati e a tutti gli incontri con gli ospiti. Il kit dell'accreditato comprende il badge per accedere alle proiezioni, l'esclusiva borsa e un coupon per l'acquisto di una copia del catalogo. Esistente un'altra variante più di questo accredito, destinata agli studenti under 26, con un piccolo sconto rispetto all'accredito base. Nell'edizione 2013 il costo per il pacchetto variava dai 35 ai 55 euro, a seconda di quando veniva acquistato.
- **BLACK DRAGON:** E' valido per l'intera durata del Festival e consente l'ingresso a tutti i film presentati con posto nominativo riservato a scelta dell'accreditato e a tutti gli incontri con gli ospiti. Il kit dell'accreditato comprende il badge per accedere a proiezioni ed incontri senza dover prenotare o ritirare alcun biglietto, una copia del catalogo, una copia del volume speciale realizzato per l'occasione e la borsa del festival. Inoltre come è già stato detto questo accredito permette di votare un proprio premio. Per l'edizione 2013 l'accredito Black Dragon aveva come quota minima suggerita 120 euro, venendo considerata una donazione/contributo per le edizioni successive del festival.

Il numero degli accreditati è cresciuto negli anni passando dai 1000 dell'edizione del 2007, ai 1200 dell'edizione del 2013. La presenza di questo alto numero di persone che seguono il festival per la sua intera durata, è sicuramente un elemento positivo non solo per gli organizzatori del festival, ma anche per albergatori e commercianti della città, che ospitano centinaia di persone provenienti da tutto il mondo. Questa è sicuramente una delle maggiori esternalità positive che produce il Far East Film Festival, e che lo rende un valido e redditizio evento culturale per la città.

Importante per capire la realtà del Far East è la situazione in cui si andò a inserire nel 1999. Infatti all'epoca il cinema popolare asiatico era pressoché sconosciuto in Europa, dove solo alcuni festival, come Rotterdam e Locarno, si occupavano del solo cinema d'autore asiatico. In Occidente il cinema asiatico era rappresentato per lo più dai film cinesi sulle arti marziali, dai film giapponesi su Godzilla, e per i cinefili dal cinema d'autore, come quello di Akira Kurosawa. "The seeds planted by the popularity of low-brow fare like Gojira and the martial arts film's of Bruce Lee, flowered into a market for Japanese monster movies and Hong Kong kung fu films on local television stations and urban movie theaters"⁸². In generale quindi interi generi, e spesso intere cinematografie erano praticamente sconosciute. Di conseguenza erano ben pochi i festival che si occupavano del cinema asiatico "non

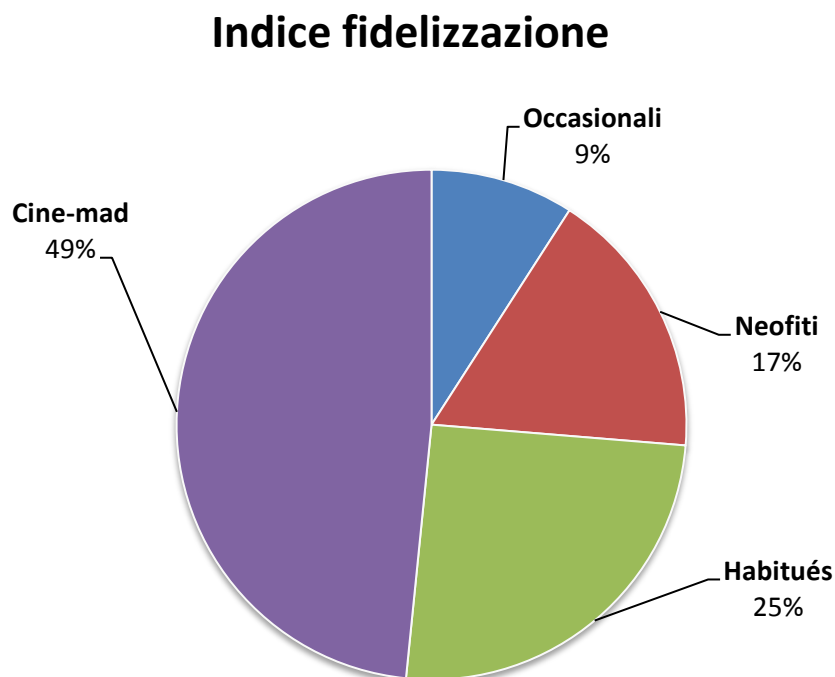
⁸¹ <http://www.fareastfilm.com/EasyNe2/Homepage.aspx>

⁸² Iordanova Dina - Cheung Ruby, *Film Festival Yearbook 3: Film Festival and East Asia, St Andrews Film Studies*, St Andrew, 2011, p. 91

d'autore", e quindi il FEFF si dimostrò un innovatore con la scelta di dedicarsi al solo cinema popolare. "Il Far East Film si è concentrato sul cinema di genere perché era quello meno visto in Europa ma più visto in Asia"⁸³. A tal proposito è singolare il caso di *Departures* considerato un film d'autore in occidente, ma che è stato a tutti gli effetti un successo di box office in Giappone con 50 milioni di dollari guadagnati. "Where other festival focus on art cinema, Udine celebrates pop entertainment in a surprising wide variety of forms, opening up new ways of seeing various Asian countries film industries not cover by the major festival circuit"⁸⁴.

Quindi alla sua nascita il Far East si è ritrovato ad operare in un ambiente sostanzialmente privo di competizione, dove ha saputo imporsi entrando subito in contatto con il proprio pubblico, che si è subito appassionato a queste nuove proposte culturali. Innovazione e mancata concorrenza hanno quindi garantito al festival un successo di pubblico, superando senza problemi i rischi dovuti ad una scelta così innovativa, e mai sperimentata.

Come è stato detto prima il pubblico del Far East è molto fidelizzato⁸⁵:



⁸³ Appendice 1, Integrazioni inviate tramite e-mail dagli organizzatori del FEFF, n°1

⁸⁴ Iordanova Dina - Cheung Ruby, *Film Festival Yearbook 3: Film Festival and East Asia*, St Andrews Film Studies, St Andrew, 2011, p. 96

⁸⁵ Riferito al 2011, Tratto da: Abis Mario - Canova Gianni (a cura di), *I Festival del cinema. Quando la cultura rende*, Johan & Levi Editore, Milano, 2012, p. 97

All'interno di questa tesi i dati sono riferiti al 2008, seguendo la Pubblicazione Regione Friuli-Venezia Giulia, *Il Sistema Cinema in Friuli-Venezia Giulia*, e al 2011 seguendo il libro di Abis Mario - Canova Gianni, *I Festival del cinema. Quando la cultura rende*, Johan & Levi Editore, Milano, 2012

I dati presentati nella scheda sono frutto di sondaggi svolti tra il pubblico, durante l'edizione del 2011 del festival.

Il dato più interessante è quello dei Cine-Mad, intesi come “fan” accaniti del festival e dei suoi film, disposti a partecipare al festival in ogni modo. Il secondo dato importante è quello degli habitués, cioè persone che negli anni hanno imparato ad apprezzare il festival e che vedono nell'evento di Udine un appuntamento fisso. Cine-Mad e habitués costituiscono quasi il 75% del pubblico del FEFF, andando così a confermare la forte fidelizzazione del pubblico del festival, pronto a seguire la rassegna per la sua intera durata, o comunque a non perdere nessuna edizione. Interessante anche il numero dei neofiti, i quali possono essere ricondotti a quel pubblico che si sta da poco avvicinando al cinema asiatico, anche grazie e in conseguenza del FEFF. La percentuale del pubblico occasionale conferma sì la continua attrattiva che il festival rappresenta, ma è indice anche del tipo di afflusso turistico a Udine, dove non è presente ad esempio lo stesso potenziale pubblico dell' Ischia Film Festival, che infatti ha una percentuale del 36% di pubblico occasionale⁸⁶. Questo però non è un dato del tutto negativo, perché risultato anche della capacità degli organizzatori che negli anni sono riusciti a crearsi un proprio spazio e un proprio pubblico.

Per quanto riguarda il “fenomeno Cine-Mad” si può ipotizzare che come succede nella cultura di manga e anime, dove a partire dal prodotto originale i fan passano ad attività parallele come cosplay, modellismo e videogiochi andando a interessarsi a tutto il mondo che gira attorno a queste realtà, anche nel cinema asiatico il pubblico europeo e occidentale trovi un forte punto di contatto come avviene negli altri prodotti culturali asiatici (manga e anime), talmente forte da trasformare gli spettatori in “fan”, pronti a seguire i propri registi e attori preferiti. Si può quindi dire che è proprio nel modo di rapportarsi degli occidentali verso la cultura asiatica che nasce in parte il “fenomeno Cine-Mad”.

Nel 2008 dopo la decima edizione, a conferma della forte fidelizzazione del pubblico del Far East Film Festival, venivano riscontrati i seguenti dati in merito alla frequenza di ritorno al festival⁸⁷:

Frequenza di ritorno	%
1 volta	10%
2 volte	20%
3 volte	70%

⁸⁷ Pubblicazione Regione Friuli-Venezia Giulia, *Il Sistema Cinema in Friuli-Venezia Giulia*, 2008

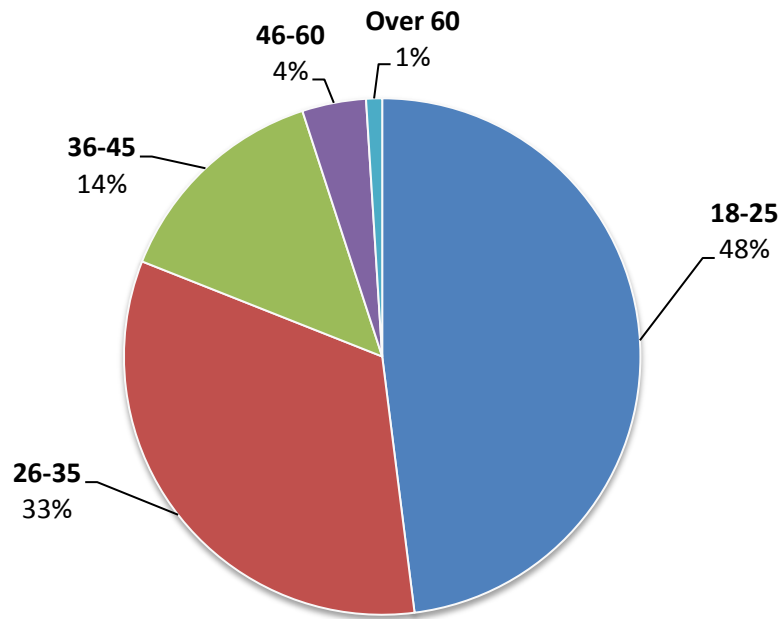
Come si può notare la percentuale del 70% di chi ritorna almeno tre volte al festival, combacia con i dati precedenti in cui Cine-Mad e habitués rappresentavano il 75% del pubblico. Anche la percentuali di neofiti e occasionali sono associabili a quelle di chi ritorna una e due volte. I due dati sono stati rilevati a tre anni di distanza, e quindi vi si può vedere una conferma del “successo” del festival in termini di pubblico, e una riprova dell’indice di fidelizzazione.

Il pubblico giovane è sicuramente una delle maggiori caratteristiche del festival. Una spiegazione si può ritrovare nelle proposte culturali che negli anni sono state presentate, ad esempio i film *Nana 2* e *Death Note*, live action di due dei maggiori successi manga degli ultimi anni. Nell’ultimo decennio la cultura di manga e anime si è allargata anche in occidente, andato ad interessare soprattutto la popolazione più giovane. Questi film sono stati quindi un forte richiamo per gli appassionati del genere, che hanno trovato ad Udine la possibilità di vedere l’anteprima europea dei due film. A conferma di questo vi è anche il grande successo che riscuote il Far East Cosplay Contest, evento strettamente collegato al mondo dei manga e degli anime, che ogni anno porta centinaia di partecipanti nelle strade di Udine. Si può anche dire che l’alta percentuale di pubblico giovane sia dovuta alla maggiore conoscenza che i giovani hanno della cultura asiatica rispetto ad un pubblico più maturo. Questo sicuramente grazie ad anime e manga, che hanno potuto fare in certi casi da “apri porta” mondo verso il cinema, ma anche grazie alla maggiore facilità con cui è oggi possibile reperire informazioni in rete, ancora in parte legata al mondo dei giovani, luogo dove è possibile scoprire nuovi interessi materialmente lontani dalla realtà in cui si vive.

Se si analizza la composizione del pubblico del festival per fasce d’età si può notare che la fascia più cospicua sia quella degli under 25 (il festival è vietato ai minorenni)⁸⁸. Ma come è già stato detto una parte del pubblico del festival è cresciuto insieme ad esso. Persone che ignoravano le cinematografie asiatiche sono state attratte dalla nuova proposta culturale, e hanno cominciato ad appassionarsi grazie alla programmazione del festival. Questo tipo di attrattiva richiama soprattutto giovani, che vedono nel festival un’interessante alternativa alle proposte culturali più tradizionali. Non meno importante è il fattore economico, infatti fino al 2002 l’entrata in sala era completamente gratuita, e questo ha aiutato sicuramente l’avvicinamento dei giovani i cui mezzi economici sono normalmente più limitati. La forza attrattiva del festival ha però saputo colpire anche un pubblico più maturo, come mostra il grafico precedente, che anche se in minoranza rispetto ai giovani ha saputo e voluto avvicinarsi al FEFF.

⁸⁸ Dati riferiti al 2011, Tratto da: Abis Mario - Canova Gianni (a cura di) *I Festival del cinema. Quando la cultura rende*, Johan & Levi Editore, Milano, 2012, p. 79

Pubblico FEFF per classi d'età



5.2 MODALITA' DI FRUIZIONE E PROVENIENZA

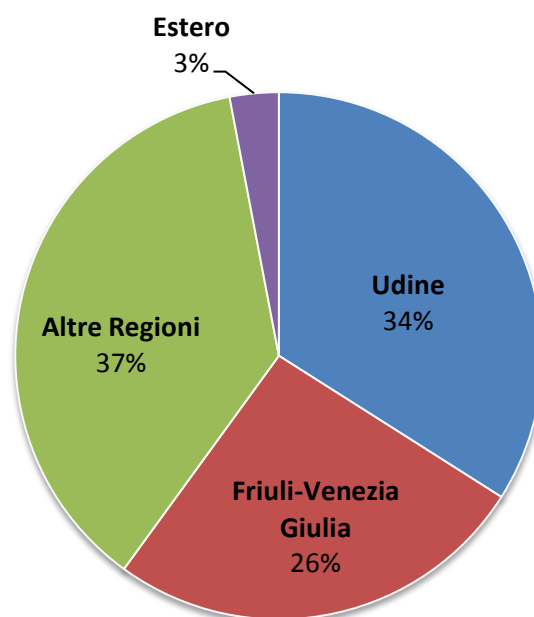
Un dato importante per capire la natura del pubblico del Far East è il modo in cui esso fruisce del festival. Stando ai dati del 2011⁸⁹ il 54% del pubblico del FEFF partecipa a più giornate del festival, con una media di 5,36 giorni su un totale di dieci giornate. Sempre nell'arco di dieci giornate il pernottamento medio è di 4,7 giorni. Questi dati confermano ancora una volta il forte grado di fidelizzazione del pubblico del Far East, il quale, per una gran parte, vive per il festival non come un'occasione da vivere in una singola giornata, ma come un evento che si estende per più di una settimana. Questo è sintomo appunto del forte legame che negli anni gli organizzatori del festival sono riusciti a costruire con il proprio pubblico.

Per capire meglio il modo in cui il pubblico vive il FEFF, è utile analizzare la provenienza del pubblico stesso⁹⁰.

⁸⁹ Dati riferiti al 2011, Tratto da: Abis Mario - Canova Gianni (a cura di), *I Festival del cinema. Quando la cultura rende*, Johan & Levi Editore, Milano, 2012, pp. 84-85

⁹⁰ Dati riferiti al 2011, Tratto da: Abis Mario - Canova Gianni (a cura di), *I Festival del cinema. Quando la cultura rende*, Johan & Levi Editore, Milano, 2012, p. 82

Pubblico FEFF per zone di provenienza



Con il 60% Udine e la Regione Friuli Venezia Giulia rappresento la fetta più importante del pubblico della rassegna. Questo comprova come il festival sia riuscito ad inserirsi all'interno della propria città e quindi del proprio ambiente. Questo non vuol dire che sia però una realtà provinciale, infatti il pubblico proveniente dalle altre Regioni italiane raggiunge il 37%, dato superiore sia al 34% della sola Udine, e soprattutto al 26% del Friuli-Venezia Giulia. Ciò sta a significare che il Far East Film Festival è riuscito a guadagnarsi il proprio spazio in tutta la penisola italiana, diventato uno degli eventi di punta, per quanto riguarda il cinema asiatico. Questo anche perché è stato, come è già stato detto, il primo festival di questo genere in Italia. Appassionati ed esperti italiani hanno visto in Udine un festival innovativo, che fin da subito si è rilevato di forte "appeal" anche per chi non viveva nelle vicinanze. Questa alta percentuale di pubblico extra Regione spiega quindi la media di 4,7 giorni di permanenza durante il festival. A comporre questa media di pernottamento incide anche il pubblico proveniente dall'estero. Questo comprende in gran parte esperti del settore, giornalisti, "buyer che vengono dalla Germania, dalla Francia, dall'Austria, dall'Inghilterra e dalla Spagna, [...] e selezionano i film per i loro mercati"⁹¹, e naturalmente cinefili da tutto il mondo (nel 2013 gli accreditati contavano 16 diverse nazioni). Di conseguenza anche se la percentuale non è elevata, la presenza di giornalisti ed esperti dimostra l'attenzione che il Far East Film Festival genera ogni anno a livello mondiale, e spiega la buona media di pernottamenti che si registrano durante lo svolgimento del festival, fenomeno che genera sicuramente una rendita per l'economia della città.

⁹¹ Appendice 1, domanda n°11

Prendendo a confronto il Maremetraggio-Festival Internazionale del cortometraggio e delle opere prime, si vede come all'interno della sua regione il FFFF sia decisamente un festival di respiro più nazionale e internazionale. Infatti le percentuali registrate dal festival di Trieste sono: 73% da Trieste, 5% dalla Regione, 15% dalle restanti regioni, 6% dall'estero⁹². Un festival sicuramente molto cittadino, la cui percentuale relativa all'estero è probabilmente influenzata dal vicinissimo confine con la Slovenia.

⁹² Abis Mario - Canova Gianni (a cura di), *I Festival del cinema. Quando la cultura rende*, Johan & Levi Editore, Milano, 2012, pag. 82

CAPITOLO 6 ORGANIZZAZIONE DEL FAR EAST FILM FESTIVAL

6.1 ORGANIZZAZIONE

Organizzatore principale del Far East Film Festival è il C.E.C. Centro espressioni Cinematografiche di Udine. Il C.E.C. è una associazione culturale senza scopo di lucro nata del 1973 ad Udine. Durante l'anno l'attività quotidiana del C.E.C. è la gestione del Cinema Centrale e del Visionario ad Udine, che sono il centro culturale e il cinema multisala dell'associazione. Come è stato confermato da Sabrina Baracetti ad occuparsi della realizzazione del festival e dell'attività ordinaria del C.E.C. sono sempre "le stesse persone, che lavorano sempre e continuamente su entrambi i progetti"⁹³.

Di seguito vengono elencati i dati organizzativi relativi all'edizione numero quindici⁹⁴:

Nel catalogo ufficiale del festival 2013 ideazione e realizzazione del festival sono attribuiti a:

- C.E.C. Centro espressioni Cinematografiche
- Teatro Nuovo Giovanni da Udine

Con:

- La Cineteca del Friuli
- Visionario, Centro per le Arti Visive

I contributi ricevuti dal festival sono stati:

- Ministero per i Beni e le Attività Culturali - Direzione generale per il cinema
- Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia
- Comune di Udine
- Camera di Commercio di Udine
- Confartigianato di Udine
- Fondazione Crup- Fondazione Cassa di Risparmio di Udine e Pordenone

Il festival presenta anche delle collaborazioni internazionali che sono:

- Fresh Wave Internation Short Film Festival, Honk Kong
- Hong Kong Arts Development Council
- Hong Kong Economic and Trade Office, Brussels
- Istituto Giapponese di Cultura in Roma

⁹³ Appendice 1, domanda n°7

⁹⁴ Centro Espressioni Cinematografiche, *Far East Film Festival 15*, Centro espressione Cinematografiche, Udine, 2013

Sponsor ufficiali:

- Amga
- Korean Air

Festival sponsor:

- Bakel
- Gazèl
- Goccia di Carnia
- Idea Prototipi
- Nonino
- Prontoauto

Importanti, come si vedrà in seguito, i Media Partners:

- Mymovies.it
- Best Movie
- Entract
- Fred, the festival insider
- Il Gazzettino
- Kuva
- Nordesteuropa.it

I Techinal partners:

- Artevideo
- Bip computer
- Consorzio del Prosciutto di San Daniele
- ST Telecomunicazioni
- Moroso
- Pixel Image Technology
- Trudi
- Tipografia Menini

Partner relativi al progetto Ties that Bind:

- Fondo Audiovisivo FVG
- EAVE - European Audiovisual Entrepreneurs
- Media Mundus
- Asian Project Market
- Busan International Film Festival

Per l'edizione quindicesima del 2013 la direzione del festival era così formata:

- Sabrina Baracetti (Presidente)
- Thomas Bertacche (Festival coordinator)
- Giulia Cane
- Alberto Cettul
- Mauro Dentesano
- Giorgio Placereani (Programme Coordinator)
- Daniele Vidussi
- Marco Villotta

Come è già stato detto gli organizzatori si avvalgono di consulenti nei paesi asiatici:

- Maria Barbieri (Cina)
- Paolo Bertolin (Indonesia, Malesia, Vietnam e paesi del sud est asiatico)
- Anchalee Chaiworaporn (Tailandia)
- Stephen Cremin (Programme Coordinator)
- Max Tessier (Filippine)
- Maria A. Ruggieri (Cina)
- Mark Schilling (Giappone)
- Darcy Paquest (Corea del Sud)
- Tim Youngs (Hing Kong)

Il centro organizzativo lavora direttamente da Udine, nella sede ufficiale del C.E.C.⁹⁵, dove ogni anno arrivano tutte le domande di partecipazione e tutti i materiali per la realizzazione del festival. Vi è però sempre uno stretto contatto con i propri consulenti presenti nei vari paesi asiatici, e inoltre lo stesso presidente, Sabrina Baracetti, passa circa tre mesi all'anno in Asia, visitando i principali festival e incontrando di persona produttori e distributori dei film che potrebbero partecipare al festival.

Per quanto riguarda l'occupazione che il festival genera nell'esercizio della sua attività principale, oltre agli organizzatori del C.E.C. e ai consulenti, interessanti sono i volontari che svolgono il lavoro di accompagnatori e mascherine durante lo svolgimento del festival. In cambio del servizio offerto tutti i volontari hanno libero accesso a tutte le attività del festival per la sua intera durata. L'utilizzo di volontari è, come era stato detto nei capitoli precedenti, una delle scelte organizzative più usate e funzionali nella realizzazione di un festival. Bisogna però dire che un grosso utilizzo di volontari, anche se vantaggioso per le organizzazioni, risulta essere poco corretto rispetto ai giovani (che rappresentano la maggior parte dei volontari) che si avviano nel mondo del lavoro.

⁹⁵ Via Villalta, 24 33100 Udine

Nel 2008 i dati relativi occupazione erano i seguenti⁹⁶:

Occupazione	n°
Persone che lavorano per un periodo minimo di sei mesi	16
Persone che lavorano per un periodo superiore ad un mese e inferiore a sei	8
Persone che lavorano alla manifestazione durante il mese in cui si svolge	20
Numero volontari	100

Come si vede il punto centrale dell'organizzazione è rappresentato da un ristretto numero di persone che lavorano costantemente al festival, a cui nei mesi più vicini alla data di apertura si vanno ad aggiungere altre figure professionali che aiutano nella realizzazione del festival.

Nello stesso anno il festival Le Giornate del Cinema Muto di Pordenone registrava⁹⁷: 3 persone che lavoravano per minimo sei mesi, 3 persone che lavoravano tra uno e sei mesi, 50 che lavoravano durante la manifestazione, e non era registrato nessun volontario. A confronto del FFFF quindi il festival Pordenone sembra concentrare attorno a se un minor numero di individui, anche se il bilancio complessivo della manifestazione supera, come si vedrà, quello del Far East.

6.2 TIMING E SELEZIONE

Per quanto riguarda la selezione dei film in concorso il timing del Far East Film Festival parte con la chiusura di un'edizione e finisce con la fine dell'edizione successiva. Si tratta quindi di un lavoro che occupa i suoi organizzatori per un intero anno. Motivo principale di questo timing è la selezione dei film partecipanti al festival. Infatti per potere fare la miglior selezione infatti bisogna potere analizzare l'intero ultimo anno di produzione di ogni paese. Inoltre nelle idee degli ideatori del festival si vuole anche cercare di anticipare i principali eventi festivalieri dell'Asia, come Hong Kong e Busan, durante i quali molti altri festival lavorano alla propria selezione. Si tratta quindi di un lavoro d'anticipo.

⁹⁶ Pubblicazione Regione Friuli-Venezia Giulia, *Il Sistema Cinema in Friuli-Venezia Giulia*, 2008

⁹⁷ Pubblicazione Regione Friuli-Venezia Giulia, *Il Sistema Cinema in Friuli-Venezia Giulia*, 2008

Come termine ultimo per la selezione è indicato il Festival Internazionale del Cinema di Berlino, che si tiene solitamente a febbraio, “è successo però che anche in marzo, inseguendo quello che è il prodotto dell’ultimo momento rispetto all’edizione del Far East, siano stati spediti alcuni inviti. [...] dato l’obiettivo di mostrare delle prime internazionali, europee e mondiali il lavoro avviene a ridosso della scadenza del festival”⁹⁸. Oltre marzo non è più possibile fare selezione, soprattutto per motivi tempistici e tecnici. Infatti la preparazione e la stampa del catalogo di ogni edizione, prevede determinati tempi di lavoro: sia per motivi materiali, sia per motivi contenutistici. Infatti ogni catalogo oltre che presentare i film in concorso, offre testi dedicati all’ultimo anno di attività delle singole cinematografie. E’ quindi un lavoro che richiede molta cura, e a cui il FEFF tiene molto, come si vede dalla percentuale di spesa che la voce catalogo occupa nel spese di comunicazione⁹⁹.

Il festival prevede un “entry form”, presentato nel regolamento, che permette a chiunque (nel limite del regolamento) di inviare il proprio film. Nonostante questo proprio a causa della presenza di consulenti, e dei viaggi fatti in Asia dai membri del C.E.C., la maggior parte dei film selezionati viene scelta su “invito” da parte degli organizzatori. Sostanzialmente il costante monitoraggio delle cinematografie nei vari paese permette all’organizzazione di vedere già quali potranno essere i film adatti al festival. Si creano così delle reti di comunicazione grazie alle quali gli organizzatori incontrano direttamente i produttori, i registi e i distributori dei film, invitandoli a partecipare al festival. Gli organizzatori operano quindi direttamente nei vari paesi di loro interesse.

Nonostante questo arrivano ogni anno ad Udine molte richieste di partecipazione: in generale sono scelte già scartate, ma secondo Sabrina Baracetti in alcune occasioni sono state fatte delle scoperte interessanti.

Durante l’organizzazione di una edizione vengono visti circa 400 titoli, arrivando ad una selezione di 60/65 film, anche se ci sono state delle eccezioni. Spesso infatti sono stati selezionati circa 80 film; questo perché da edizione ad edizione varia il numero di film della sezione retrospettiva.

Proprio a causa delle retrospettive il timing del FEFF ha una durata più lunga, infatti se per quanto riguarda la selezione di film in concorso il timing dura un intero anno, nel caso della preparazione delle retrospettive il timing si allunga notevolmente arrivando a due tre anni di tempo. Questo perché il C.E.C. ha sempre puntato molto sulle pubblicazioni cartacee, che ogni anno accompagnano le sezioni retrospettive, in quanto mezzo per riscoprire e scoprire intere periodi del cinema asiatico che sono pressoché sconosciuti in Europa.

⁹⁸ Appendice 1, domanda n°3

⁹⁹ Vedere paragrafo 6.3

“Il timing che abbiamo al Far East è in realtà pluriennale, cioè le cose che stiamo portando avanti adesso le avevamo già pianificate due anni fa. Lavoriamo cioè con tre anni di anticipo rispetto alla programmazione delle sezioni retrospettive”¹⁰⁰.

Questo modello di lavoro è sintomo della volontà da parte dei membri del C.E.C. di creare un festival che presenti il vero cinema popolare asiatico, e quindi di conseguenza i film che vengono veramente visti nelle sale asiatiche. Per fare questo il metodo migliore è quindi quello di osservare direttamente l’annata cinematografica di ogni paese, e in seguito contattare i produttori dei film più interessante, e non il contrario come può succedere in altri festival, in cui sono i produttori ad offrirsi ai festival.

6.3 LA GESTIONE DEL BUDGET

Nel 2008 i dati relativi al budget si presentavano in questo modo¹⁰¹:

Budget complessivo	€ 720.000
Contributo Regione	€ 394.000
Incidenza dei contributi	55%
Ammontare complessivo degli interventi privati	€ 47.000
Ammontare complessivo dell’autofinanziamento (biglietti, gadget,libri, donazioni)	€ 94.000

Essendo il C.E.C. un’associazione senza scopo di lucro, fondamentale per la realizzazione delle sue attività sono i contributi pubblici. Come è stato detto primi il FEF riceve contributi da: Ministero per i Beni e le Attività Culturali, Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia, Comune di Udine, Camera di Commercio di Udine, Confartigianato di Udine e Fondazione Crup- Fondazione Cassa di Risparmio di Udine e Pordenone. L’incidenza di questi contributi copriva il 55% del spese totali nel 2008, salendo al 67% nel 2011¹⁰². Fondamentali per coprire le restanti parti sono quindi gli sponsor privati e gli introiti propri.

La ricerca di sponsor privati e partner commerciali si rende fondamentale. Da una parte si guarda al territorio, rendendo partecipi aziende locali, dall’altro si cerca contatti con società asiatiche. Infatti nel 2013 i due official sponsor erano: Amga (società srl di energia e servizi di Udine) e la Korean Air.

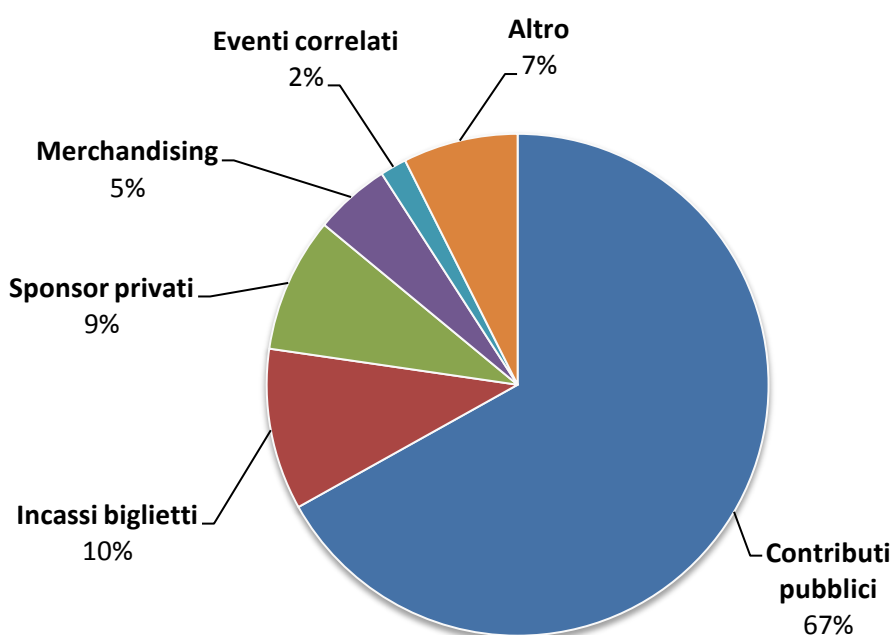
¹⁰⁰ Appendice 1, domanda n°3

¹⁰¹ Pubblicazione Regione Friuli-Venezia Giulia, *Il Sistema Cinema in Friuli-Venezia Giulia*, 2008

¹⁰² Dati riferiti al 2011, Tratto da: Abis Mario - Canova Gianni (a cura di), *I Festival del cinema. Quando la cultura rende*, Johan & Levi Editore, Milano, 2012, p. 59

“Negli anni sono aumentate le collaborazioni e le partnership, anche perché abbiamo cercato sempre più di trovare sponsorizzazioni private. Non è facile perché scontiamo il fatto di essere in periferia, perché Udine non è negli itinerari principali del marketing delle grandi aziende. Allo stesso tempo cerchiamo di avere rapporti più stretti con aziende asiatiche, anche perché in tutti questi anni ci siamo creati una reputazione, e possiamo dire che abbiamo anche un credito da incassare da parte loro. Questo perché abbiamo infondo mostrato per primi il loro prodotto in Europa, e anche organizzando una cosa di queste dimensioni con questo tipo di approccio. Il festival è assolutamente primo in Europa”¹⁰³.

Origine delle entrate



Altra fonte importante di finanziamento sono gli introiti che il FEFF riesce a creare autonomamente grazie a biglietti e merchandising.

La percentuale del 10% che la vendita dei soli biglietti riesce a coprire si rileva fondamentale per la composizione delle entrate. Inoltre grazie a merchandising ed agli eventi correlati la percentuale di entrate autoprodotte si rileva determinante. Nella strategia di adottate dall'organizzazione rilevante nel 2013 è stata la presentazione di pacchetti per partecipare agli eventi collaterali del festival. Il progetto "Show & Play" come già illustrato offre tre pacchetti/card: TRY, LIKE, LOVE. Promozione di forte attrattiva in quanto consente di partecipare a laboratori e di assistere alle proiezioni in sala dei film in concorso.

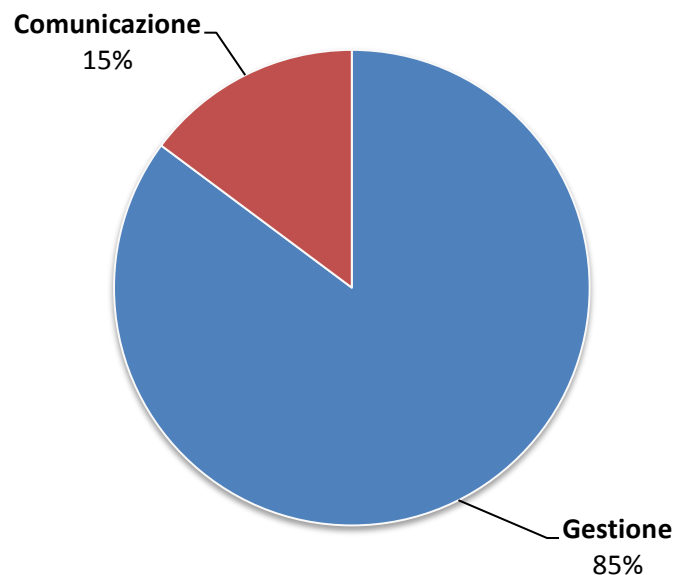
¹⁰³ Appendice 1, domanda n° 9

Il bookshop è sicuramente di forte attrattiva per il pubblico, perché oltre che presentare gadget vari come borse, t-shirt, felpe, accendini e tazze; offre anche la possibilità di acquistare oltre che il catalogo anche i volumi prodotti dal C.E.C., che presentano lavori di ricerca su registi e paesi asiatici. Ma sicuramente il punto di forza del bookshop è la selezione di dvd, in quando viene presentata la collezione prodotta dalla Tucker Film¹⁰⁴, che per certi titoli è difficile da reperire nei negozi.

Nello stesso hanno il festival Maremetraggio di Trieste¹⁰⁵ presentava un composizione delle entrate composta da: 54,7% di contributi pubblici e un 42,5% di sponsor privati. Paragonando questi dati a quelli della composizione delle entrate del FFFF, il festival di Udine risulta avere una composizione delle entrate nettamente diversificata, dove i guadagni prodotti autonomamente sono i più interessanti.

Nella gestione del bilancio delle spese interessante è la divisione tra spese di gestione e spese di comunicazione¹⁰⁶:

Spese complessive



¹⁰⁴ <http://www.tuckerfilm.com/>

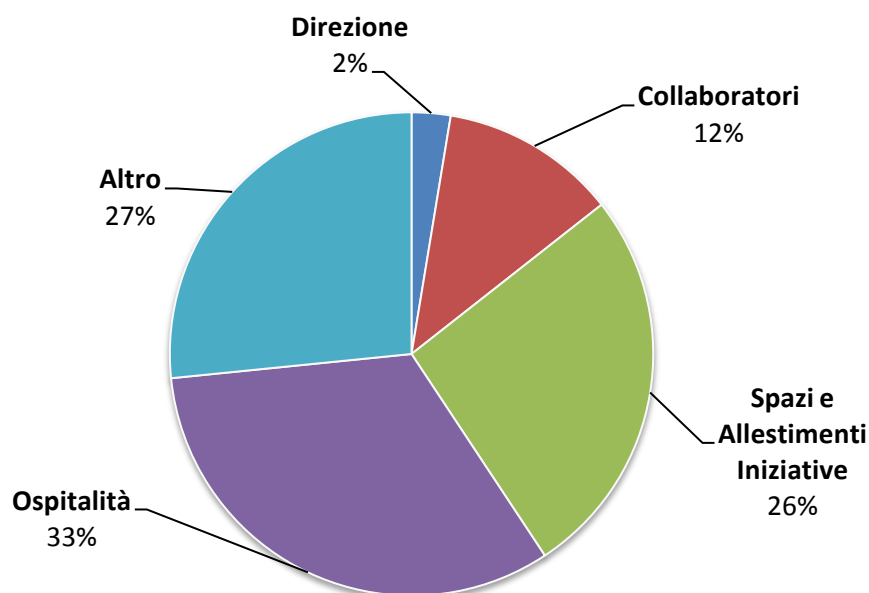
¹⁰⁵ Dati riferiti al 2011, Tratto da: Abis Mario - Canova Gianni (a cura di), *I Festival del cinema. Quando la cultura rende*, Johan & Levi Editore, Milano, 2012, p. 59

¹⁰⁶ Dati riferiti al 2011, Tratto da: Abis Mario - Canova Gianni (a cura di), *I Festival del cinema. Quando la cultura rende*, Johan & Levi Editore, Milano, 2012, p. 54

Come si vede solo una piccola parte del budget è destinata alle spese di comunicazione. Si è quindi voluto puntare tutto sulla qualità dell'organizzazione. Questo non vuol dire che si è sottovalutata l'importanza della promozione, ma che come si vedrà questa scelta ha portato, in termini positivi, al maggior utilizzo del web. Le percentuali rispecchiano la media rinvenuti in altri festival¹⁰⁷.

Le spese di gestione sono così suddivise¹⁰⁸:

Allocazione spese di gestione



Da questo grafico rilevante è la parte dedicata all'ospitalità. Nel 2008¹⁰⁹ gli ospiti stranieri del festival furono 254 e quelli italiani 180. Le spese per l'ospitalità ammontava a € 75.000, con altri € 14.000 per il vitto. Infatti la presenza di ospiti è una delle maggiori caratteristiche del FFFF, il quale contribuisce a creare interesse verso il festival. Risulta quindi giustificata questa alta percentuale nelle spese di gestione.

Importante è anche la spesa dedicata ai consulenti, che garantiscono la freschezza e la qualità della proposta culturale del festival.

L'incidenza del costo della direzione è indice della natura no profit dell'associazione, e del ristretto numero dell'organico.

¹⁰⁷ Dati riferiti al 2011, Tratto da: Abis Mario - Canova Gianni (a cura di), *I Festival del cinema. Quando la cultura rende*, Johan & Levi Editore, Milano, 2012, p. 54

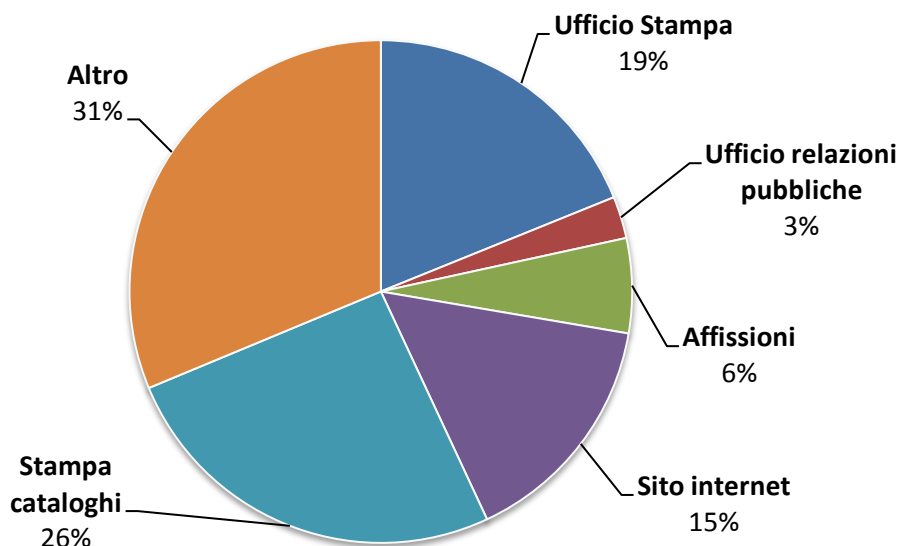
¹⁰⁸ Dati riferiti al 2011, Tratto da: Abis Mario - Canova Gianni (a cura di), *I Festival del cinema. Quando la cultura rende*, Johan & Levi Editore, Milano, 2012, p. 56

¹⁰⁹ Pubblicazione Regione Friuli-Venezia Giulia, *Il Sistema Cinema in Friuli-Venezia Giulia*, 2008

Tra le spese più influenti vi è sicuramente quelle dell'affitto del Teatro Nuovo Giovanni da Udine, che è il centro nevralgico dell'evento.

Le spese di comunicazione nel 2011 erano così suddivise¹¹⁰:

Allocazione spese di comunicazione



Come si vede all'interno delle spese di comunicazione mancano media come stampa e televisione; questa è stata una scelta dovuta per motivi di bilancio. Si è puntato quindi sul sito internet ufficiale, che presenta spese di gestione inferiori. Come si vedrà in seguito questa scelta è stata una mossa vincente da parte dell'organizzazione. Parte considerevole del bilancio è dedicato alla stampa dei cataloghi, e il motivo principale è sicuramente la grossa attenzione, e l'importanza che il C.E.C. attribuisce al catalogo di ogni edizione.

Nel 2013 stando alle parole del presidente del festival, la realizzazione del FEFF è costato al C.E.C. € 650.000, segno della crisi economica degli ultimi anni. Inoltre a pochi mesi dall'inizio del 2013 la Regione Friuli-Venezia Giulia ha confermato un taglio del 20% dei finanziamenti per la rassegna¹¹¹.

6.4 COMUNICAZIONE E INTERNET

Il canale di comunicazione su cui fa maggiormente conto il Far East Film Festival è sicuramente il web. Uno dei motivi principali di questa scelta è di natura economica, è la stessa Baracetti a confermarlo:

¹¹⁰ Dati riferiti al 2011, Tratto da: Abis Mario - Canova Gianni (a cura di) *I Festival del cinema. Quando la cultura rende*, Johan & Levi Editore, Milano, 2012, pag. 57

¹¹¹ Vedere aAppendice 1

“Dato che il nostro budget non permette di avere una quota molto importante riservata a quello che è la promozione del festival in se, noi contiamo moltissimo sul web, e quindi facciamo molta promozione attraverso la nostra pagina Facebook, attraverso il nostro sito e il nostro blog”¹¹².

Attraverso il sito internet e la pagina Facebook ufficiali gli organizzatori del festival riescono a mantenersi in costante contatto con il proprio pubblico, fornendo anticipazioni e pubblicando informazioni che potrebbero interessare ai frequentatori del festival, come “Progetto estremo Oriente” sviluppato in collaborazione con Rai 4, che ha visto mandare in onda film legati alla storia del FEFF e alla storia della Tucker Film, società di distribuzione del C.E.C.. Riescono in questo modo a mantenere un costante interesse verso il festival, aumentando il numero di pubblicazioni con l’avvicinarsi dell’apertura del festival.

A permettere questa scelta ha contribuito sicuramente l’alta percentuale di pubblico giovane del festival, il quale trova nel web il mezzo di comunicazione più semplice e veloce, e soprattutto gratuito. Avendo come punto di riferimento questa determinata fascia d’età, la scelta imposta economicamente di puntare sul web, invece che in stampa e televisione, risulta vincente non solo in termini monetari, ma anche in termini di comunicazione, in quanto risulta il modo migliore per raggiungere il proprio pubblico. La capacità virale di internet di raggiungere velocemente tutti gli interessati in ogni parte del mondo è sicuramente più vantaggiosa rispetto a mezzi di comunicazione più tradizionali.

All’interno della rete un ruolo importante lo svolge il sito Mymovies.it, divenuto con gli anni un partner ufficiale del festival. Il sito internet è uno dei maggiori siti italiani che si occupa di cinema. Negli anni all’interno del sito sono sempre stati dedicati degli spazi al FEFF, con recensioni dei film in concorso e valutazioni delle singole edizioni. A partire dal 2009 il rapporto con il festival si è fatto più stretto arrivando alla creazione del Mymovies Audience Award. Nel retro delle schede di votazione che vengono consegnate ad ogni spettatore, sono presenti le indicazioni per potere votare per il premio del sito. Dal 2013 ogni voto inviato tramite SMS regalava un mese di film gratis in streaming nel sito. Dal 2012 il rapporto con Mymovies.it si è ancora più allargato con la possibilità di vedere in diretta streaming quattro tra i film presentati al festival. Nel 2013 nasce poi Wide Far East Film, che come l’anno precedente propone film presentati al festival, ma anche una selezione di film che avevano trovato successo nelle scorse edizioni del festival. Sempre nel 2013 sono nate collaborazioni con il sito Repubblica.it che come MYmovies.it ha offerto ai suoi utenti la possibilità di seguire in streaming alcuni film del festival¹¹³.

Tra i media partner ufficiali del festival figura la rivista Best Movie¹¹⁴, la quale oltre che in forma cartacea si presenta anche sotto forma di sito web, dove gli amanti del cinema

¹¹² Appendice 1, domanda n°4

¹¹³ Appendice 4

¹¹⁴ <http://www.bestmovie.it/>

possono informarsi su tutte le novità del mondo cinematografico: un'ulteriore possibilità di comunicazione e promozione per il FEFF.

L'attenzione che il FEFF suscita online si è sviluppata poi in altri canali non ufficiali in modo indipendente. Siti di cinema e soprattutto siti dedicati alla cultura asiatica, si occupano ogni anno del festival di Udine, presentando news e recensioni dedicate al FEFF ai propri utenti. Tutto questo dà al FEFF una certa visibilità, che facilmente raggiungere il pubblico interessato, e sostanzialmente azzerare le difficoltà dovute dall'ammontare del budget per la comunicazione. Inoltre grazie ad internet è possibile attirare quasi del tutto gratuitamente verso il festival anche il pubblico potenziale, attualmente non ancora a conoscenza del festival.

Nel 2013 partendo dal rapporto nato grazie alla Tucker Film, il festival ha stretto un legame anche con il canale Rai 4. Con il nome "Ciclo Far East"¹¹⁵ è stata presentata una rassegna di otto film presentati nelle scorse edizioni della manifestazione, soprattutto legati ad Hong Kong, che è stata la prima cinematografia a cui il C.E.C. si è dedicato.

6.5 LA SEDE

Sede dell'evento fin dalla prima edizione è il Teatro Nuovo Giovanni da Udine. La struttura è stata realizzata nel 1997 dall'ingegnere Giuliano Parmegiani e dall'architetto Lorenzo Giacomuzzi Moore, ed è il teatro più grande di Udine. La sala è a ferro di cavallo con platea e tre gallerie, e conta 1.230 posti. La concessione del teatro da parte del Comune nel 1999, e sicuramente la conseguenza del successo dell'edizione numero zero del festival, realizzata l'anno prima al Cinema Ferroviario d'Essai, che contava solo 220 posti. Si trattava infatti di un atto di fiducia verso il C.E.C. è il suo innovativo programma culturale.

Dal 1999 è il centro pulsante del Far East, infatti quasi la totalità della rassegna si svolge al suo interno: la serata inaugurale e le premiazioni finali e tutte le proiezioni dei film in concorso. Nel suo atrio principale si trova poi il book shop ufficiale del Festival, dove è possibile acquistare gadget ufficiale targati Far East, le pubblicazioni del C.E.C., e i dvd della collezione Tucker Film. Sempre all'interno della struttura del teatro è presente un bar, dove gli spettatori possono ristorarsi tra una proiezione e l'altra.

Nella sua ampiezza il Teatro Nuovo Giovanni da Udine riesce comunque a mantenere una certa atmosfera familiare, che è poi una delle caratteristiche del festival. Rilevante a riguardo è la possibilità di entrare direttamente in contatto con gli ospiti del festival, attori e registi che presentano il proprio film alla sala. Non vi è quindi il distacco tra protagonisti e pubblico che si può riscontrare, per ovvie ragioni, in festival storici come Cannes e Venezia.

L'importanza di avere un'unica sede è riscontrabile anche nelle parole del presidente Baracetti: "Una delle grandi caratteristiche del festival è quella di poter incontrare i registi e

¹¹⁵ <http://rai.it/>

gli attori in un contesto inusuale, come non avviene nei grandi festival. Questo anche grazie al fatto che abbiamo un unico centro, che è poi il cuore nevralgico del festival, cioè il Teatro Nuovo Giovanni da Udine, che permette questo genere di opportunità, a differenza dei major festival che hanno più sedi e dove è tutto molto più dilatato. Questo permette quindi di creare una vera e propria fidelizzazione, che è stata una costante negli anni”¹¹⁶.

¹¹⁶ Appendice 1 domanda n°10

CAPITOLO 7 FAR EAST FILM FEASTIVAL: TERRITORIO E AMBIENTE COMPETITIVO

7.1 TERRITORIO E CREAZIONE DEL VALORE

Quando si realizza un evento culturale come un festival cinematografico, uno dei dati più interessanti sono le ricadute economiche che questi genera sul territorio in cui si va ad inserire. Queste ricadute sono la conseguenza delle spese affrontate dai partecipanti (ospiti, pubblico), degli investimenti attivati e delle spese sostenute per realizzarli.

“Stimare l’impatto di eventi culturali quali i festival cinematografici significa dunque valutare sia gli effetti territoriali che derivano dalla realizzazione e gestione dell’evento sia gli effetti generati da tutti gli investimenti/spese indotti dall’aumentata attrattività dell’area e dalla maggiore offerta turistica”¹¹⁷.

Il Far East Film Festival nei suoi quindici anni di esistenza non ha solo influito sull’offerta culturale del Friuli Venezia - Giulia e dell’Italia, ma ha anche riportato una significativa ricaduta economica sul suo territorio. Insieme con Le Giornate del Cinema Muto di Pordenone, il Far East è il più importate festival cinematografico della Regione.

Nel 2008¹¹⁸ il budget speso in Friuli-Venezia Giulia per il FFFF e per gli altri festival ed eventi connessi al cinema, era di 3 milioni 158 mila euro, con un finanziamento di 800 mila euro fatto dalla Regione. Oltre al FFFF, gli altri eventi conteggiati erano: Le Giornate del Cinema Muto di Pordenone, Trieste Film Festival, Premio Amidei, Scienc+Fiction, Maremetraggio, Film Forum, Festival del Cinema Latino Americano, Laguna Movies, I mille occhi, Nododoc Film Festival, Le voci dell’inchiesta, Film Video Monitor, Premio Darko Bretina, FilMakers.

Le spese sostenute nel 2008 sono state ripagate con una ricaduta economica sul territorio calcolato a 6 milioni di euro: “I festival sono una vetrina del lavoro enorme che questa Regione fa sul cinema, una ricerca che l’ha portata ad essere ai vertici mondiali del settore, e producono una ricaduta economica sul territorio di 6 milioni di euro, usando un coefficiente prudenziale (2 volte il budget complessivo)”¹¹⁹.

E’ quindi afferabile che con la realizzazione di un evento culturale come un festival “si crea un circolo virtuoso i cui effetti complessivi saranno largamente superiori al costo degli investimenti affrontati per la realizzazione dell’evento”¹²⁰.

¹¹⁷ Abis Mario - Canova Gianni (a cura di) *I Festival del cinema. Quando la cultura rende*, Johan & Levi Editore, Milano, 2012, p. 61

¹¹⁸ Pubblicazione Regione Friuli-Venezia Giulia, *Il Sistema Cinema in Friuli-Venezia Giulia*, 2008

¹¹⁹ Pubblicazione Regione Friuli-Venezia Giulia, *Il Sistema Cinema in Friuli-Venezia Giulia*, 2008

¹²⁰ Abis Mario - Canova Gianni, *I Festival del cinema. Quando la cultura rende*, Johan & Levi Editore, Milano, 2012, pag. 61

Quanto detto è confermato dai risultati del far East Film Festival. Andando ad analizzare le ricadute economiche provocate dal FEFF sul proprio territorio, si può considerare due tipi di impatto economico: impatto delle spese di gestione ed impatto della spesa turistica.

Questa matrice illustra l'impatto delle spese di gestione del Far East nel 2011¹²¹:

	Spese sostenute	Produzione attivata	Valore aggiunto attivato	Occupazione attivata
Spese di gestione	616.604	1.408.324	646.597	12
Attivazione Diretta		556.239	269.762	5
Attivazione Indiretta		414.130	176.660	3
Attivazione Indotta		437.955	200.176	4

La voce spese sostenute implica l'insieme dei costi di gestione che comprendono: costi operativi, costi capitalizzati, spese generali, oneri finanziari, ammortamenti e imposte. Sono inoltre conteggiante anche tutte le spese connesse alla realizzazione dell'evento, quindi oltre ai costi di gestione anche spese di comunicazione, che comprendono spesa per l'ufficio stampa, pubblicità gestione del sito web, stampa dei cataloghi e merchandising. La voce produzione attivata, o aggiuntiva, consiste nella maggiore produzione determinata nell'economia locale per la realizzazione degli eventi. Si registra un moltiplicatore medio pari a 2.28¹²², ciò significa che "ogni euro investito nelle spese di gestione [...] ha generato un effetto complessivo sull'economia pari a 2,3 euro"¹²³. Un dato sicuramente importante considerato che circa il 70% delle spese di gestione e delle attività connesse al festival sono servizi, quindi attività meno portate ad attivare interdipendenze a monte.

¹²¹ Matrice realizzata secondo la metodologia input-output ideata da Wassily Leontief, usando come base la matrice input-output dell'Italia relativa al 2005.

Tratta da: Abis Mario - Canova Gianni (a cura di), *I Festival del cinema. Quando la cultura rende*, Johan & Levi Editore, Milano, 2012, p. 66

¹²² Media tratta dalla somma dei dati degli undici festival analizzati, dove le spese sostenute ammontano a 94.296.690, e la produzione attivata a 9.813.640.

Tratta da: Abis Mario - Canova Gianni (a cura di), *I Festival del cinema. Quando la cultura rende*, Johan & Levi Editore, Milano, 2012, p. 66

¹²³ Tratto da: Abis Mario - Canova Gianni (a cura di), *I Festival del cinema. Quando la cultura rende*, Johan & Levi Editore, Milano, 2012, p. 63

La produzione aggiunta consente quindi di remunerare i fattori della produzione (lavoro capitale), genera quindi un valore aggiunto pari a 646.597 euro.

I dati relativi all'occupazione sono espressi in "anno-uomo", cioè ogni unità corrisponde ad una occupazione della durata di un anno. Dato che molti posti occupazionali nati attorno al festival non si protraggono per l'intero anno, ma spesso si sviluppano all'interno della durata del festival, i dati di occupazioni inferiori all'anno vengono calcolati come frazione di una singola unità. Alla luce di questo le 12 unità lavorative attivate dal Far East risultano un dato decisamente positivo, soprattutto se paragonato alle 3 unità lavorative annue del vicino Trieste Film Festival¹²⁴.

Altro punto importante per valutare l'impatto del Far East sul suo territorio è il turismo che questi genera. Alla base dei questi dati c'è il potere attrattivo che il festival è in grado di esercitare, portando gli spettatori a preferire una meta rispetto ad un'altra.

Il pubblico che partecipa al festival genera sul territorio un considerevole impatto economico. Gli spettatori possono essere divisi in quelli che effettuano una visita giornaliera, e quelli che pernottano per una o più notti. In entrambi i casi si riscontrano degli impatti sulla spesa "turistica". Tra le spese affrontate da chi soggiorna ad Udine ci sono oltre che all'alloggio, anche spese di ristorazione e altre spese varie.

Le spese varie corrispondono a :

- Acquisti di prodotti tipici
- Prodotti di abbigliamento e tessuti
- Prodotti di cuoio e calzature
- Giornali, libri, riviste, guide
- Prodotti di artigianato
- Trasporti
- Altre varie

Alcune di queste spese sono affrontate anche da chi partecipa solo per una giornata al festival. Alimentazione, parcheggio e piccole spese varie risultano normalmente necessarie anche per una visita della durata di un giorno.

Eventi come il FFFF Market, o il Far East Off non sono quindi solo dei piacevoli eventi paralleli del festival, ma sono anche un'importante occasione di guadagno per le attività commerciali locali, che non possono che trarre beneficio dal turismo portato ad Udine dal festival. Lo stesso vale per i ristoranti citati all'interno delle brochure stampate per ogni edizione del festival, con cui gli organizzatori hanno creato delle collaborazioni, e per gli alberghi suggeriti per il soggiorno degli ospiti.

¹²⁴ Tratto da: Abis Mario - Canova Gianni (a cura di) *I Festival del cinema. Quando la cultura rende*, Johan & Levi Editore, Milano, 2012, p. 66

Questa matrice mostra l'impatto della spesa "turistica" per il Far East Film Festival nel 2011¹²⁵:

	N° medio spettatori al giorno	Spese sostenute	Produzione attivata	Valore aggiunto attivato	Occupazione attivata
Spese degli spettatori		4.259.508	11.460.760	4.933.854	105
	8.995				
Attivazione diretta			4.526.601	2.066.758	46
Attivazione Indiretta			3.370.139	1.353.466	30
Attivazione Indotta			3.564.020	1.533.630	29

Alla luce di questi dati vi è quindi la conferma di come un evento culturale come Far East Film Festival, non sia solo un vanto per la produzione culturale del Friuli-Venezia Giulia, ma anche un importante fonte di guadagno per l'economia del suo territorio, in quanto riesce ad attivare un "giro d'affari" che coinvolge più parti dell'economia locale.

Nel considerare il valore prodotto dal FEEF bisogna ricordare anche il lavoro fatto dal C.E.C. tramite la Tucker Film, che nonostante sia una società s.r.l. indipendente è strettamente legata al festival.

7.2 IL RAPPORTO CON LE ISTITUZIONI

Il rapporto con le istituzioni risulta un nodo centrale nella realizzazione del Far East Film Festival per vari motivi.

Innanzitutto per motivi logistici, dato che per esistere il festival ha bisogno di un luogo dove realizzarsi. Il Teatro Giovanni Nuovo da Udine di proprietà del Comune di Udine risulta infatti uno degli elementi caratterizzanti del festival. Come è già stato detto la scelta nel 1999 di affidare il teatro al C.E.C., si è dimostrata una scelta vincente

¹²⁵ Matrice realizzata secondo la metodologia input-output ideata da Wassily Leontief, usando come base la matrice input-output dell'Italia relativa al 2005

Tratto da: Abis Mario - Canova Gianni (a cura di), *I Festival del cinema. Quando la cultura rende*, Johan & Levi Editore, Milano, 2012, pag. 72

dell'amministrazione locale, che ha voluto porre la sua fiducia a questo progetto ambizioso, ma che aveva già dimostrato la sua efficacia con l' Hong Kong Film Festival dell'anno precedente.

Questa fiducia introduce un altro dei motivi dell'importanza della relazione tra Comune e organizzatori del FFFF, cioè quella dei finanziamenti. In questa ottica si inserisce quindi anche la Provincia, la Regione e il Ministero. Senza contributi il FFFF, e qualsiasi altro festival, non avrebbe modo di esistere, e per questo i rapporti tra organizzatori e amministratori locali deve essere il più possibile basato sulla fiducia reciproca, anche a seguito dei quattordici anni di risultati costanti ottenuti dalla rassegna.

Se da una parte gli organizzatori devono cercare di integrare al meglio l'evento FFFF all'interno della vita della città di Udine, senza creare disagi ai cittadini, dall'altra gli enti pubblici, il Comune di Udine in primis, devono rendere merito a questa più che decennale manifestazione che come è già stato detto ha portato benefici al suo territorio. Purtroppo questo non è avvenuto sempre, come dimostra la diatriba avvenuta nel 2011 con protagonista Elio De Anna Assessore alla Cultura per la Regione Friuli Venezia - Giulia¹²⁶. Diatriba nata da una errata lettura dei dati relativi al FFFF, ma che ha dimostrato il livello di attaccamento tra il FFFF e il suo pubblico, il quale ha subito protestato a seguito di questi attacchi ingiustificati ed infondati. Già nel 1998 all'interno del catalogo dell'edizione numero zero, gli organizzatori ringraziavano per il supporto di Regione e Provincia, ma accusavano una ruolo meno presente del Comune; anche se in seguito l'affitto della sede attuale sembra aver dato un segnale di forte fiducia, magari alla luce del successo di quella prima edizione. Questi problemi non hanno influito sul successo del festival, e nascono per lo più da un' "ignoranza" del reale impatto che il FFFF riesce ad avere sul suo territorio sia a livello economico che a livello culturale.

Nel panorama Regionale nel 2008 il FFFF è risultato il secondo evento più finanziato con 394.000 di euro, dopo Le Giornate del Cinema Muto di Pordenone a cui erano stati destinati 450.000 di euro. Dati sicuramente positivi alla luce anche dei maggiori costi organizzativi del festival di Pordenone.

Un buon rapporto con gli enti pubblici, locali soprattutto, risulta quindi necessario non solo per motivi economici, ma anche per una buona applicazione del management, che quindi non registra problematiche legate a situazioni conflittuali, che sicuramente sono nocive per una buona realizzazione del progetto.

¹²⁶ Vedere Appendice 5

7.3 COMPETITOR

La forte fidelizzazione del pubblico del Far East e il primato del festival in Italia ed Europa, permette agli organizzatori di non porsi in atteggiamento competitivo con nessun altro festival. Fatto confermato dal presidente Sabrina Baracetti:

“Noi non ci mettiamo mai nella posizione di essere concorrenti di qualcuno, abbiamo creato questo evento in maniera autonoma, e pensando ad una possibile collaborazione con tantissime realtà”¹²⁷.

Che però ammette: “La competizione negli anni è però cresciuta tantissimo, perché se prima non c’era nessun tipo di attenzione per questo genere di film e di cinematografia, ora invece ci sono molte più attenzioni su questo prodotto, anche da parte di festival più grandi, quindi c’è una sorta di competizione”¹²⁸.

Infatti più che competitor a livello locale, soprattutto Le Giornate del Cinema Muto di Pordenone, che si svolge a molta distanza dalla rassegna di Udine (ottobre) e a cui il FEFF è legato, i veri e propri competitor del festival sono le altre rassegne che si occupano di cinema asiatico. Questo più che per il pubblico, è frutto della visibilità che i produttori che partecipano al festival ricercano per i propri film. Infatti maggiore è la visibilità che un film riceve, maggiore sarà l’interesse che susciterà nei buyers internazionali. In questa ottica premiere europee e internazionali risultavano la chiave vincente per i festival.

A favorire questa poca “competizione” è il cinema asiatico, che risulta essere ancora un mondo a parte nel panorama festivaliero, perché appunto lontano e quindi meglio rappresentabile in un contesto unitario, cioè focalizzato sulla sola cinematografia asiatica. In questo modo i festival dedicati al cinema asiatico non risultano un’alternativa a festival di carattere più generale, e quindi non diventano motivo di scelta per il pubblico che deve decidere a che evento partecipare. Infatti se una persona è interessata al cinema asiatico affronterà una scelta di preferenza tra i soli festival dedicati a quella cinematografia; cosa che non avviene con chi è interessato al cinema in generale, e quindi ha una più ampia scelta tra i festival presenti su un territorio.

La forte fidelizzazione è frutto della tematica del festival, e garantisce quindi al FEFF un primato nelle scelte effettuate dal suo pubblico, che vede ad Udine il più importate evento del genere in Italia.

7.3.1 Competitor a livello nazionale

In Italia i due maggiori festival che competano con il Far East Film Festival sono : il Rome Asian Film Festival e il Florence Korea Film Fest, quest’ultimo indicato dalla stessa

¹²⁷ Appendice 1 domanda n° 11

¹²⁸ Appendice 1 domanda n° 11

Baracetti. Proprio a causa del primato, spiegato precedentemente, del Far East, questi due festival non hanno la stessa attenzione internazionale destinata al festival di Udine.

ROME ASIAN FILM FESTIVAL

Il Rome Asian Film Festival conosciuto anche come Asiaticafilmmediale, nasce a Roma nel 2000. Il festival è organizzato dall'Associazione Culturale Mnemosyne. Alla base della creazione di questo evento c'era la volontà di creare nuove possibilità di confronto e di scambio culturale tra l'Italia e i paesi asiatici attraverso il cinema. Il festival riceve i contributi del Ministero per i Beni e le Attività Culturali, del Comune di Roma, della Provincia di Roma e della Regione Lazio. E' inoltre patrocinato da molti Istituti Culturali e da alcune delle Ambasciate dei paesi asiatici. Negli anni sono state strette collaborazioni con Fondazione Cinema per Roma, Casa del Cinema, Rai Cinema, Camera di Commercio di Roma, Promoroma, Università La Sapienza, Università degli Studi di Roma Tre.

Durante la tredicesima edizione sono stati presentati sessanta film, con la partecipazione di trenta ospiti. A differenza del Far East il festival di Roma non si concentra solo sul sud-est asiatico, ma è rivolto anche al medio oriente, come l'Iran, e dal 2012 anche al mondo arabo.

Una delle principali differenze rispetto al Far East è la presenza di un giuria, la quale vota i film vincitori. Quella della giuria è un elemento completamente assente ad Udine, dove è il pubblico l'unica giuria.

Rispetto a Udine il Rome Asian Film Festival sembra avere un modello festivaliero più tradizione, cioè indirizzato al solo cinema d'autore e caratterizzato da una giuria. Questo lo porta ad essere penalizzato rispetto al concorrente, che gode di un maggiore interesse a livello internazionale, soprattutto perché più innovativo in termini di selezione e premi. La collocazione nel mese di ottobre, pone il festival di Roma e quello di Udine in un rapporto non concorrente, proprio perché lontane nel tempo e quindi non in competizione per pubblico e attenzione mediatica.

FLORENCE KOREA FILM FESTIVAL

Il Florence Korea Film Fest è nato a Firenze nel 2003. Organizzatore dell'evento è l'Associazione Culturale fiorentina Taegukgi - Toscana Korea Association. Interessante è il livello di collaborazione che negli anni è riuscito a creare con i festival asiatici: "Il Florence Korea Film Fest ha firmato un Memorandum d'intesa con uno dei più importanti festival coreani JIFF - Jeonju International Film Festival. Il Festival collabora anche con il BIFF - Busan International Film Festival, primo festival della Corea e il più importante festival dell'Asia"¹²⁹.

¹²⁹ <http://www.koreafilmfest.com/>

Il focus che il festival dedica al cinema coreano risulta essere un elemento vincente, in quanto unico nel suo genere in Italia.

La programmazione del festival si divide in: film in concorso, Independent Korea (film a basso budget), e le retrospettive. “Tra prime visioni e classici contemporanei, il festival, unico nel suo genere in tutta Italia, offre documentari, cortometraggi, film e ampie retrospettive sui principali registi della cinematografia coreana, con la partecipazione degli stessi autori”¹³⁰. A votare i premi è posta una giuria composta da critici cinematografici.

Interessante l’iniziativa nata del 2007 per promuovere il cinema italiano in Corea del Sud, soprattutto grazie a collaborazioni con i festival coreani, che inserisco all’interno delle retrospettive e delle rassegne film italiani.

Le capacità relazionali che il festival è riuscito a dimostrare sono sicuramente un vanto per gli organizzatori della rassegna, e ne dimostrano la validità culturale. L’attenzione posta verso una singola cinematografia lo rende poi molto interessante, in quanto capace di mostrare interamente l’intero panorama cinematografico coreano, cosa che il FEFF non riesce a fare data la scelta di rivolgersi a tutti i paesi del est asiatico. E’ quindi un valore aggiunto di Firenze rispetto ad Udine, ma data la natura differente dei due festival questo non risulta come una nota negativa a scapito del festival di Udine, ma come un’ulteriore capacità attrattiva per Firenze.

Il Florence Korea Film Festival si svolge a marzo, un mese prima della rassegna di Udine, andando così ad incidere di più rispetto al festival romano, ma come è stato detto prima la differenza rispetto al FEFF non li rende concorrenti, ma li unisce nel lavoro di promozione del cinema asiatico in Italia.

7.3.2 Competitor a livello internazionale

A livello internazionale esistono molti festival che interamente o i parte si occupano di cinema asiatico. Storicamente in Europa i due maggiori festival sono il International Film Festival Rotterdam e il Locarno International Film Festival. Nessuno dei due è dedicato esclusivamente al prodotto asiatico, ma entrambi hanno segnato un cambiamento nell’interesse verso il cinema asiatico.

Questa tabella illustra i principali festival europei che si occupano di cinema asiatico¹³¹.

¹³⁰ <http://www.koreafilmfest.com/>

¹³¹ Tratta da: Iordanova Dina - Cheung Ruby, *Film Festival Yearbook 3: Film Festival and East Asia*, St Andrews Film Studies, St Andrew, 2011, p. 250

Name	Type	Period	Location
Europe			
Asian Filmfest (www.asiafilmfest.de/en/index.php)	Feature	October -November	Germany (Berlin, Munich)
Barcelona Asian Film Festival (www.baff-bcn.org/en/festival)	Feature, documentary, animated film	April-May	Spain (Barcelona)
Deauville Asian Film Festival (deauvilleasia.congres-deauville.com)	Feature, animated film	March	France (Deauville)
International Film Festival Rotterdam (www.filmfestivalrotterdam.com)	Feature, short, documentary	Late January -Early February	The Netherlands (Rotterdam)
Locarno International Film Festival (www.pardo.ch)	Feature	August	Switzerland (Locarno)
Lyon Asian Film Festival (www.festivalfocus.org/festival_view.php?uid=47)	Feature, short	November	France (Lyon)
Rome Asian Film Festival (www.asianfilmfestival.eu)	Feature, short	July	Italy (Rome)
Udine Far East Film Festival (www.fareastfilm.com)	Feature, documentary	April-May	Italy (Udine)
Vesoul International Film Festival of Asian Cinema (www.cinemas-asie.com)	Feature, documentary	January -February	France (Vesoul)

Il festival di Locarno è stato “one of the first film to investigate and screen Chinese Film. In 1985, it showed Chen Kaige’s “Yellow Earth” as well as Hou Hsiao-kih sien’s “Summer Grandpa’s (Dong dong de jja qi)”, paving the road for the subsequent success of Chinese-language cinema in Western festivals”¹³². Inoltre il festival di Locarno fu uno tra i prima a mostrare anche il cinema coreano.

Grazie a pionieri come Locarno negli ultimi anni anche i major festival hanno visto aumentare il numero di partecipazioni di film asiatici, e con gli anni sono diventati sempre più protagonisti aggiudicandosi molti premi, come dimostra la Camera d’Or del festival di Cannes assegnata nel 2013 al film di Singapore “Ilo ilo” girato da Anthony Chen, e nella stessa edizione il premio alla sceneggiatura al cinese Jia Zhangke per “A touch of sin”. Ma come è già stato detto i festival occidentali tendono a preferire il solo cinema d’autore, diventando di fatto non concorrenti con Udine, la quale è orientata prettamente al cinema popolare, la qual cosa non esclude l’alta qualità dei film selezionati.

Nato nel 1996 il Vancouver Asian Film Festival è il più vecchio festival canadese dedicato al cinema asiatico. Si volge a novembre e i suoi premi sono assegnati da una giuria di critici. Sempre in Canada nel 1997 è nato il Toronto Reel Asian International Film Festival,

¹³² Wong Cindy Hing-Yuk, *Film Festival. Culture, People, and Power on the Global Screen*, Rutgers University Press, 2011, p. 48

che si svolge anche questo a novembre. Questi due sono i maggiori eventi dedicati del Nord America, ma le caratteristiche peculiari del FFFF e la considerevole distanza in termini geografici, non li pongono in una posizione competitiva. Si può dire anzi che location e tempo di rappresentazione pone i due festival canadesi in concorrenza tra loro.

Tra i festival asiatici più importanti ci sono il Pusan International Film Festival nato nel 1996, e l'Hong Kong International Film Festival nato nel 1977. In merito a quest'ultimi, e in generale verso l'intero circuito festivaliero asiatico, il FFFF e i suoi organizzatori si pongono in un ruolo di "ricercatori". Infatti durante la realizzazione di questi festival gli operatori e i consulenti del C.E.C. lavorano alla ricerca di film selezionabili per la rassegna di Udine. Questi eventi sono il momento adatto per poter incontrare registi, produttori e distributori asiatici, e per poter quindi allacciare relazioni necessarie per la selezione dei film in concorso al FFFF. Anche se come detto questi momenti sono importanti per l'organizzazione del Far East, la gestione della selezione orientata ad un lavoro a durata annuale, permette agli organizzatori di non basarsi solamente sui festival, evitando quindi la competizione che si genera tra festival occidentali alla ricerca di film asiatici da esportare nelle loro manifestazioni.

Nonostante la presenza di festival esclusivamente dedicati al cinema asiatico come il Barcellona Asian Film Festival, in occidente è il Festival di Rotterdam a presentarsi più simile al FFFF, anche se come si vedrà questa somiglianza è di carattere più innovativo che qualitativo.

INTERNATIONAL FILM FESTIVAL ROTTERDAM

"International Film Festival Rotterdam grew out to become one the largest audience driven film festivals in the world, while maintaining its focus on innovative filmmaking by talented newcomers and established auteur as well as on presenting cutting edge media art"¹³³.

Nato nel 1972 questo festival è stato uno dei primi festival europei ad aprirsi verso la cinematografia asiatica. Dalla prima edizione nata come settimana cinematografica internazionale, denominata Film International, la manifestazione ottenne un grosso successo di pubblico. "Negli anni il Festival ha confermato la sua politica culturale; l'organizzazione si è progressivamente perfezionata, basandosi sull'alta qualità delle sale, su un buon sistema di repliche, sull'assenza di divismi e di polemiche artificiose, in una sorta di calvinismo impermeabile alle imposizioni mediatiche che gli ha permesso di affermarsi come il meno europeista dei grandi festival di cinema europei"¹³⁴.

Punto di forza e di distinzione di questo festival è stata l'attenzione riposta nelle cinematografie sconosciute o ignorate, non solo asiatiche ma anche africane e dell'America

¹³³ <http://www.filmfestivalrotterdam.com>

¹³⁴ Ettore Zocaro, *Enciclopedia del Cinema (2004) Festival di Rotterdam, 2004*, http://www.treccani.it/enciclopedia/festival-di-rotterdam_%28Enciclopedia-del-Cinema%29/

Latina. Il periodo che ha visto aumentare l'interesse per i paesi asiatici, africani e latini è stato tra il 1992 e il 1996 con la direzione di Émile Falloux. Inoltre sono stati introdotti anche documentari, corti e medio metraggi.

“For intrepid cinephiles, Rotterdam provides the opportunity to sense where the tide is turning in world cinema. At other times, the festival offers the chance to witness challenging work that risks falling into obscurity”¹³⁵.

Particolarità delle edizioni del festival fino al 1995 è stata la natura non-competitiva della manifestazione. Dal 1995 in poi è stato istituito il Tiger Award, che consisteva in tre premi destinati ad opere prime e seconde di registi esordienti, votati da una giuria di critici. A questi premi sono stati associati altri negli anni, alcuni dei quali assegnati dal pubblico.

A conferma delle forte legame tra la manifestazione olandese e il cinema asiatico, c'è il film cinese “Postman” di He Jianjun, vincitore dell'edizione del 1995. Negli anni molti altri film provenienti da Giappone, Corea del Sud e Thailandia hanno vinto premi e riconoscimenti, ultimo tra tutti il cinese “Egg and Stone” di Huang Ji nel 2012.

Per quanto riguarda il cinema asiatico “Rotterdam is devoted to adventurous programming that regularly brings to light neglected film and filmmakers.[..]Equally important is Rotterdam's commitment to exploring the changing ways that moving images are presented, a development in which East Asian filmmakers are artist and at the forefront”¹³⁶.

Se da una parte, con la scoperta di cinematografie abbandonate, gli obiettivi del festival di Rotterdam e del FFFF sembrano coincidere, dall'altra la ricerca di nuovi modelli di rappresentazione, e la scelta di premiare solo opere prime o secondo, definisce i due festival in modo differente, soprattutto alla luce del dichiarato obiettivo del FFFF di presentare il solo cinema popolare.

“Rotterdam's adventurous, less industry-centred programming gives local and visiting audiences the opportunity to see how filmmakers are finding new wave of presenting the movie images. And Udine, with its eager embrace of popular cinema, offers the kind of genre films that rarely make in onto the major festival circuit”¹³⁷.

Questo pone i due festival in un rapporto non competitivo, anche a causa della distanza temporale dato che il IFFF si svolge a gennaio febbraio. Si tratta invece di un rapporto collaborativo (almeno idealmente), in quanto entrambi riesco a dare risalto al

¹³⁵ Steinhart Daniel, *Fostering International Cinema: The Rotterdam Film Festival, CineMart, and the Hubert Bals Fund*, Mediascape 2, Spring 2006

¹³⁶ Iordanova Dina - Cheung Ruby, *Film Festival Yearbook 3: Film Festival and East Asia*, St Andrews Film Studies, St Andrew, 2011, p. 96

¹³⁷ Iordanova Dina - Cheung Ruby, *Film Festival yearbook 3: Film Festival and East Asia*, St Andrews Film Studies, St Andrew, 2011, p. 97

cinema asiatico in Europa e in occidente, ma occupandosi di aspetti diversi per molti aspetti diversi tra loro. Insieme quindi FEFF e IFFR riesco a dare un'ampia visuale di quello che sono che è il cinema asiatico, nella sua veste popolare e nella sua veste innovativa.

CONCLUSIONE

Analizzando il “mondo” del Far East Film Festival uno dei dati più interessanti è la composizione del suo pubblico. La percentuale di pubblico “cinemad” e “habitué”, esposta nei capitoli precedenti, dimostra l’alto grado di fidelizzazione degli spettatori del festival, elemento fondamentale per capire la rassegna e strettamente legato alla proposta culturale del FEFF. Infatti quello che ha differenziato il festival di Udine fin ora è stato il suo programma culturale: già dalla prima edizione il protagonista è stato il cinema popolare, il cinema di genere, allora poco considerato in occidente, dove si preferiva il cinema “d’autore”, ma che in Asia era il vero protagonista del mercato. Facendo questa scelta il FEFF è riuscito a attirare l’attenzione del pubblico, scegliendo filoni che negli anni si sono dimostrati fenomeni internazionali, come ad esempio il cinema horror coreano. Grazie alla sua proposta culturale il Far East Film si presenta come un festival giovane, fatto dimostrato dall’alta percentuale di pubblico under 25.

Il presentare culture cinematografiche distanti rispetto alla tradizione locale, unito con un target di pubblico prettamente giovane, poteva essere un problema per una realizzazione duratura del FEFF, ma in questi anni il festival è riuscito a crearsi un suo spazio nella vita di Udine e della sua Provincia, riuscendo ad attirare pubblico locale la cui conoscenza del cinema asiatico era pressoché nulla; si può dire che in questi quattordici anni il Far East sia riuscito a “educare” una parte del suo pubblico, indirizzandolo verso un mondo a lui sconosciuto. Di fatto il FEFF è cresciuto insieme ai suoi spettatori.

Interessante è poi la struttura organizzativa, che nel C.E.C. vede il punto centrale. Al presidente Sabrina Baracetti si affiancano poche altre persone che gestiscono aspetti diversi dell’organizzazione, dalla comunicazione alla gestione economica. A questo piccolo gruppo di persone si affiancano i collaboratori, elemento fondamentale per quella che è la proposta culturale della rassegna. Infatti la scelta di monitorare direttamente il mercato asiatico, senza dover aspettare le principali rassegne del continente, come Pusan e Hong Kong, pongono il festival in una posizione di vantaggio rispetto agli altri, che vedono nei film “festivalieri” la base per la loro selezione. Agendo durante tutto l’anno, e contattando direttamente produttori, registi e distributori, gli organizzatori del FEFF possono sapere già quali saranno i film più interessanti per la loro scelta, e che magari hanno il potenziale per passare dal successo nelle sale asiatiche, alla presentazione nei festival occidentali.

La gestione del budget sembra premiare la parte culturale, con una grossa parte del budget destinata alla pubblicazione di cataloghi e dei testi dedicati all’analisi degli argomenti trattati nelle retrospettive di ogni edizione. Nella gestione delle spese di comunicazione altro dato importante è la scelta di concentrare la propria attività nel web. Sito ufficiale, social network sono i maggior canali di comunicazioni usati, a totale discapito di media più

tradizionali come stampa e televisione, anche se bisogna ricordare l'importante collaborazione stretta tra Tucker Film e Rai 4, grazie alla quale un po' di FFFF arriva ad un pubblico vasto come quello televisivo.

Proprio l'esperienza Tucker Film, società srl, rende il festival una realtà unica, in quanto una rassegna cinematografica riesce ad uscire dalla distribuzione interna al circuito festivaliero, per arrivare direttamente sul mercato distributivo classico.

La scelta di puntare sul web, imposta per motivi di budget, sembra comunque premiare gli organizzatori, data la facilità con cui riesco a comunicare con il proprio pubblico, che proprio perché fidelizzato segue per tutto l'anno le news e gli eventi legati al festival, con un picco di attenzione nei mesi precedenti all'apertura di ogni edizione, proprio perché vengono presentati i film che parteciperanno.

Importante è poi il rapporto che il festival è riuscito a creare con il proprio territorio. Analizzandolo è positivo notare come il FFFF sia riuscito a creare un sistema di relazioni, capace di attivare un certo numero di persone, in modo diretto e indiretto. L'occupazione generata dal festival contribuisce, ed è la principale causa, dell'impatto che a livello economico il Far East riesce a imporre nel proprio ambiente di riferimento. Attorno all'evento principale sono nate negli anni, direttamente e indirettamente, una serie di attività e di opportunità lavorative, che incidono in maniera forte su quello che è l'impatto che il FFFF riesce ad avere sul proprio ambiente. Il FAR EAST Market e il FAR EAST OFF sono gli esempi più significati, dato che in questo modo il festival riesce ad attivare imprese e commercianti del territorio. Si può parlare di vera e propria creazione di valore, economico e culturale, che dimostra la validità del festival, sia per quanto riguarda la sua offerta culturale, sia per quanto riguarda la sua capacità di incidere nell'economia del suo territorio.

APPENDICE 1

Intervista a Sabrina Baracetti presidente e direttore artistico del Far East Film Festival, realizzata il 22 gennaio 2013 nella sede del Centro Espressioni Cinematografiche a Udine.

1. Come funziona la selezione?

Abbiamo una rete di consulenti che lavora per noi, persone che vivono e lavorano nei paesi asiatici di riferimento. Abbiamo quindi un accordo con questi consulenti, e la primissima selezione viene effettuata da loro in loco. Dopo questo ci muoviamo noi: frequentiamo i festival che si svolgono in Asia e facciamo dei periodi di permanenza nelle capitali asiatiche; io ad esempio trascorro due mesi all'anno in Asia nelle varie capitali. In queste permanenze incontriamo produttori e registi. Lavoriamo quindi effettuando una ricerca per conto nostro in collaborazione con quelli che sono i nostri consulenti; questo non solo durante gli eventi festivalieri, dove i film sono visibili dai vari selezionatori, ma anche nel resto dell'anno in maniera autonoma. La ricerca è quindi a 360 gradi per tutti i dodici mesi dell'anno.

Vengono visti circa 400 titoli, la maggior parte qua ad Udine, che è il nostro quartier generale. Tutto parte da qui, e tutte le decisioni ultime sono prese qua ad Udine, sempre in collaborazione con i nostri consulenti. Alla fine il numero dei film selezionati si aggira attorno ai 60/65 film, a seconda dalla sezione retrospettiva, infatti in certe edizioni abbiamo raggiunto più di 80 film. Il festival dura nove giorni, con sette proiezioni giornaliere, più le repliche e gli eventi speciali che si tengono nell'altra sede, il Visionario, che è la sala dove si svolgono le attività quotidianamente del C.E.C..

2. Ci sono anche richieste di partecipazione?

Noi non abbiamo come gli altri festival un "entry form", cioè un formulario che viene compilato dai produttori, che in base a quello inviano lo screener. Noi operiamo direttamente, e quindi molto spesso siamo noi che invitiamo, che incontriamo i produttori e che agiamo in anticipo rispetto agli eventi festivalieri. Siamo noi in prima persona che operiamo la nostra ricerca. Ma abbiamo allo stesso tempo molte richieste che vengono fatte nominalmente, proposte che magari abbiamo già scartato o che abbiamo considerato non adatte. In certi casi ci sono delle scoperte, ma principalmente siamo noi stessi ad operare direttamente, e quindi abbiamo un approccio diverso rispetto ad altri festival.

3. Come è gestito il timing? Quando comincia l'organizzazione?

Il timing che abbiamo al Far East è in realtà pluriennale, cioè le cose che stiamo portando avanti adesso le avevamo già pianificate due anni fa. Lavoriamo cioè con tre anni di anticipo rispetto alla programmazione delle sezioni retrospettive. Per quando riguarda le selezioni dei film in concorso, il timing parte dalla fine della precedente edizione fino all'ultimo minuto dell'edizione corrente. Quindi le ultime selezioni avvengono subito dopo Berlino. E' successo però che anche in marzo, inseguendo quello che è il prodotto dell'ultimo momento rispetto all'edizione del Far East, siano stati spediti alcuni inviti. Diciamo che dato l'obiettivo di mostrare delle prime internazionali, europee e mondiali il lavoro avviene a ridosso della scadenza del festival. Naturalmente fino a un certo punto, perché contiamo molto su quelle che sono le nostre pubblicazioni. Il nostro catalogo, che non è un semplice catalogo, ma un lavoro di approfondimento sul cinema asiatico, ogni anno prevede dei saggi che riguardano l'andamento delle singole cinematografie nei dodici mesi dell'anno. Per cui anche per l'elaborazione di questi singoli testi abbiamo bisogno di tempo. L'organizzazione dell'edizione 2013 è cominciata il primo giorno dopo l'edizione 2012. Come sempre abbiamo tenuto un meeting con tutti i consulenti che avevano partecipato alla realizzazione del festival, e quindi in base a quello abbiamo impostato il lavoro per l'edizione successiva.

4. Qual è l'importanza data al web?

Dato che il nostro budget non permette di avere una quota molto importante riservata a quello che è la promozione del festival in se, noi contiamo moltissimo sul web, e quindi facciamo molta promozione attraverso la nostra pagina Facebook, attraverso il nostro sito e il nostro blog. Contiamo così di raggiungere quelli che sono gli appassionati più accaniti. E' certamente un festival di nicchia, ma allo stesso tempo ha le caratteristiche per raggiungere un pubblico più allargato, dato che il protagonista è appunto il cinema popolare. Il web è quindi assolutamente importante.

5. Com'è cominciato il rapporto con mymovies?

Mymovies è un sito che ha sempre prestato molta importanza al nostro festival. Hanno puntato molto sul Far East come concetto, come idea. Inizialmente hanno lavorato di loro iniziativa, ma poi abbiamo cominciato a lavorare in stretta coordinazione. In più dallo scorso anno hanno elaborato questa idea di trasmettere in streaming live alcuni film del Far East, cosa che continueremo a fare anche quest'anno.

6. Quel'è il rapporto tra il Far East e la Tucker Film?

Esiste un rapporto molto stretto, anche se sono due realtà molto diverse. La Tucker Film è un società srl, mentre il Far East fa capo al C.E.C., che è un'associazione culturale, quindi di base sono molto diverse. La Tucker è iniziata quattro anni fa, con l'idea di distribuire il film "Rumore bianco", un film di produzione locale. Ci siamo poi allargati, infatti abbiamo deciso idealmente di far vivere più allungo alcuni film del festival, che infatti trovavano spazio nel mercato italiano soltanto nel momento in sé della presentazione durante il festival. Abbiamo quindi investito molto sul film "Departures", che è stato il primo film asiatico distribuito dalla Tucker Film. Lo avevamo mostrato poco dopo che aveva vinto il premio Oscar come miglior film straniero nel 2009, ed era stato premiato con l' Audience Award.

Il Far East ha infatti un Audience Award, perché contiamo molto su quella che è la posizione del nostro pubblico. Il pubblico ha una posizione importante all'interno del nostro festival, e per questo vota direttamente i film. Noi amiamo definire il nostro pubblico "audience oriented", perché ha appunto un ruolo fondamentale.

Comunque dopo che "Departures" ha vinto il festival abbiamo deciso di acquistarne i diritti. E' stata una procedura molto lunga, perché era la prima volta che lo facevamo. Abbiamo lavorato con una compagnia giapponese che aveva un intermediario in Europa, e siamo usciti in sala con circa 45 copie. E' stata un'operazione assolutamente vincente. Siamo riusciti a vendere il film alla Rai, per cui è stato anche comprato.

La Tucker è quindi strettamente collegata al festival perché da la possibilità di allargare gli orizzonti, e di raggiungere le sale cinematografiche, cosa che in questo momento pochissime compagnie di distribuzione fanno. Quindi abbiamo puntato su un prodotto per la quale molte altre compagnie si sono dimostrate miopi, o su cui non hanno avuto le forze o il coraggio di investire. Siamo riusciti quindi ad occupare questo spazio, perché non era appunto occupato da nessun altro. Inoltre da Udine distribuire un film in Italia non è semplice, visto che tutte le compagnie hanno come base e agiscono da Roma.

Dopo i primi abbiamo poi acquistato molti altri film. Operazione particolare il film del 2011 "A simple life", dato che abbiamo comprato il film prima che partecipasse a Venezia, dove l'attrice Deannie Lip ha vinto la Coppa Volpi per la miglior interpretazione femminile. Ora stiamo lavorando a "Confession", che è stato presentato nel 2010 a Udine, e che ha vinto il Black Dragon Award e il premio Mymovies.

Ci sono stati altri titoli che abbiamo acquistato per lavorare insieme a Rai 4 per il programma Missione Estremo Oriente. In estate stiamo pensando a lavorare su "Thermae Romae", film che ha avuto molto successo nella scorsa edizione del festival.

La Tucker Film ha due anime, una è sicuramente quella asiatica, l'altra invece vuole valorizzare il prodotto che nasce da questo territorio, che nasce vicino a noi: un po' lontano e un po' vicino.

7. Durante l'anno esiste un rapporto di continuità tra il FEFF e le attività continuative gestite dal C.E.C., come il Visionario?

Il nostro lavoro durante l'anno è quello di gestire il Visionario e il Cinema Centrale. Il Visionario non è soltanto un cinema, ma ha tre sale, un spazio espositivo e un bar, è quindi un centro culturale e molto spesso riusciamo ad organizzare delle attività che anticipano quello che è il festival. Ad esempio "Aspettando Far East", dove organizziamo appuntamenti, incontri e proiezioni che vanno a sottolineare lo studio che facciamo da anni della cinematografia asiatica, una sorta di preparazione a quello che il festival sarà. Quindi c'è un continuo scambio tra quella che è la nostra attività quotidiana e il Far East. Siamo infatti le stesse persone, che lavorano sempre e continuamente su entrambi i progetti.

8. Come si è sviluppato negli anni il rapporto con le istituzioni?

Il festival non sta in piedi se non ha un contributo pubblico, perché una manifestazione culturale di queste dimensioni non può esistere se non con un appoggio da parte delle istituzioni. Noi siamo partiti anni fa con l'edizione numero zero, dove i fondi nascevano da una parte da quella che era l'attività del C.E.C., che ha investito sulle attività del festival, dall'altra parte dal Comune che ci sosteneva, e in parte dalla Regione. Quindi Comune, Regione, Ministero in piccolissima parte, e fondi privati nostri hanno dato il via alla prima edizione. Il rapporto con le istituzioni è fondamentale, anche se recentemente vista la condizione economica che stiamo vivendo, siamo in una situazione abbastanza critica, perché ci sono stati dei tagli molto forti su quelle che sono le attività generali della Regione. Infatti abbiamo appena avuto la conferma che ci sarà un taglio del 26% su quella che è la nostra attività generale dell'anno del C.E.C., e del 20% sul festival per l'edizione 2013. Quindi è un taglio forte, pesante da sostenere, anche perché il festival costa circa 650.000 euro ed è coperto in gran parte da questi contributi, e poi ovviamente dagli introiti che abbiamo, come le sponsorizzazioni private e la vendita dei biglietti per le singole proiezioni. La percentuale di quanto produciamo in maniera autonoma è sicuramente maggiore rispetto a molte altre manifestazioni, ma la parte istituzionale è comunque fondamentale.

9. Come si sono evolute negli anni le sponsorizzazioni e le partnership?

Negli anni sono aumentate le collaborazioni e le partnership, anche perché abbiamo cercato sempre più di trovare sponsorizzazioni private. Non è facile perché scontiamo il fatto di essere in periferia, perché Udine non è negli itinerari principali del marketing delle grandi aziende. Allo stesso tempo cerchiamo di avere rapporti più stretti con aziende asiatiche, anche perché in tutti questi anni ci siamo creati una reputazione, e possiamo dire che abbiamo anche un credito da incassare da parte loro. Questo perché abbiamo infondo mostrato per primi il loro prodotto in Europa, e anche organizzando una cosa di queste dimensioni con questo tipo di approccio. Il festival è assolutamente primo in Europa. Dopo la nascita del Far East sono nate altre manifestazioni, alcune sono già morte o comunque ci sono tanti altri festival più piccoli che mostrano il prodotto asiatico. All'epoca quando siamo partiti nei grandi festival nei piccoli festival si concentravano su questa produzione, per cui è stato un primato del Far East totalmente incontestabile.

10. Nel libro di Mario Abis "I Festival del cinema. Quando la cultura rende" si vede come il feff abbia un alta percentuale di pubblico cinemad: secondo lei qual è il motivo?

Il grado di fidelizzazione è naturalmente molto forte, perché stiamo parlando di persone che seguono il cinema asiatico sulla rete, che si muovono e che seguono comunque i festival, quasi come una missione. E' quello zoccolo duro di pubblico che ci segue fin dall'inizio, che magari prende le ferie per seguire il festival, e che viene anche dal sud d'Italia. Il numero degli ospitati è molto alto, abbiamo un pubblico che ci segue da anni e attende con entusiasmo l'edizione nuova, quindi non mi stupisce l'alta percentuale del pubblico "cinemad", che è proprio la caratteristica di chi ama un prodotto di nicchia. Sono dei veri e propri fan. Però non è soltanto questo il Far East, perché c'è anche molto pubblico locale che è cresciuto con il festival, e che ha imparato a riconoscere il prodotto asiatico, gli attori e i registi, anche perché gli ha incontrati. Infatti una delle grandi caratteristiche del festival è quella di poter incontrare i registi e gli attori in un contesto inusuale, come non avviene nei grandi festival. Questo anche grazie al fatto che abbiamo un unico centro, che è poi il cuore nevralgico del festival, cioè il Teatro Nuovo Giovanni da Udine, che permette questo genere di opportunità, a differenza dei major festival che hanno più sedi e dove è tutto molto più dilatato. Questo permette quindi di creare una vera e propria fidelizzazione, che è stata una costante negli anni. Basta vedere le reazioni in rete ai primi titoli che annunciamo: in poche ore la notizia si diffonde in maniera virale raggiungendo tutta la comunità dei "fareastiani", che è molto definita. Il festival raccoglie un pubblico molto giovane, e questo è una cosa che ci permette di essere vitali.

Lo scopo è anche però quello di riuscire a raggiungere non solo i fan accaniti, ma anche un pubblico che di queste cinematografie sa poco, e che però viene attirato dal fatto che sono cinematografie molto comunicative.

Questo è facilitato dal nostro approccio che è orientato a scegliere un prodotto popolare, che rispecchia quello che gli spettatori dall'altra parte del mondo vanno a vedere in sala. L'aspetto popolare è quindi quello che interessa di più.

11. Rapporto con altri festival concorrenti?

Noi non ci mettiamo mai nella posizione di essere concorrenti di qualcuno, abbiamo creato questo evento in maniera autonoma, e pensando ad una possibile collaborazione con tantissime realtà. Abbiamo sviluppato una collaborazione con Venezia, con Marco Muller che è sempre stato un punto di riferimento, dato che è uno dei massimi esperti di cinema asiatico al mondo. E' stato un onore collaborare con lui per alcune edizioni del festival di Venezia, e abbiamo realizzato alcuni appuntamenti di mezzanotte in collaborazione con lui. Non parlerei quindi di concorrenza, ma di realtà nate nel frattempo, come Firenze, che è però concentrato solo sul prodotto coreano. Più che concorrenza parlerei di collaborazione, scambio e operazione.

La competizione negli anni è però cresciuta tantissimo, perché se prima non c'era nessun tipo di attenzione per questo genere di film e di cinematografia, ora invece ci sono molte più attenzioni su questo prodotto, anche da parte di festival più grandi, quindi c'è una sorta di competizione. Ovviamente i produttori quando partecipano ad un festival voglio avere un ritorno in termini di visibilità, quindi spesso ambiscono ad andare in situazioni come Cannes, Berlino e Venezia. Ma noi anche in questo tipo di situazioni siamo riusciti a ricavarci il nostro spazio e siamo ben contenti se un film riesce ad approdare in luoghi come Cannes, anche perché è un motivo in più per mostrarlo. Spesso siamo riusciti ad avere delle anteprime mondiali, e siamo riusciti a creare attorno al film una grande visibilità in Europa, infatti molto spesso i film che partecipano al Far East vengono mostrati in altre nazioni europee. Per esempio abbiamo dei buyer che vengono dalla Germania, dalla Francia, dall'Austria, dall'Inghilterra e dalla Spagna, che vengono qui e selezionano i film per i loro mercati. Quindi il festival permette di avere una grossa visibilità in Europa ai film che vi partecipano.

Integrazioni inviate tramite e-mail dagli organizzatori del FEFF

1. Com'è nata l'idea del festival Far East?

Siamo arrivati al cinema dell'estremo Oriente tramite il cinema di genere. Stavamo cercando di capire se ci fossero ancora oggi nel mondo forme produttive che

potessero ricordare la grande produzione italiana del secondo dopoguerra. Nel 1998 abbiamo deciso di dedicare il nostro appuntamento monografico annuale (che si chiamava Udine Incontri cinema) al cinema di Hong Kong. Da lì abbiamo scoperto un mondo. Un'enorme capacità produttiva, che sapeva valorizzare grandi produzioni e piccole produzioni alla stessa maniera. Una generazione di registi, formatasi con la televisione locale, attenti allo stesso tempo alle necessità del pubblico ed al cinema d'autore internazionale. Purtroppo la fine del secolo scorso ha segnato anche l'inizio del declino del grande cinema di Hong Kong. Il rientro della colonia alla Cina, l'imporsi del mandarino, l'enorme sviluppo dell'esercizio cinematografico in Cina, fa sì che ora si produca soprattutto per il mercato cinese, e la massima parte degli investimenti parte dalla Cina stessa. Ma è anche per questo che il Far East Film Festival è divenuto un festival di riferimento per la cinematografia asiatica: da Hong Kong abbiamo allargato lo sguardo nel 1999 a tutto l'estremo Oriente, in concomitanza con l'esplosione della rinascita del cinema coreano, che per tutto il primo decennio del XXI secolo si è rivelato internazionalmente il cinema più innovativo. Ora si attende la Cina, che, nonostante la grande disponibilità di capitali, non riesce ancora ad avere una continuità produttiva d'alto livello, soprattutto a causa del persistere delle norme sulla censura. Nonostante la presenza sempre più forte di opere cinematografiche nei festival occidentali le distanze restano sempre importanti, e la necessità di uno sguardo monografico come quello che offre il Far East Film non è ancora venuta meno, anzi, l'aumento della produzione cinese rende sempre più alto il numero di film importanti ma invisibili in Occidente.

2. Come si è consolidato il festival rispetto alle scelte D'Autore con una programmazione che ha preferito i generi cinematografici orientali?

La distinzione tra cinema d'autore e cinema di genere è particolarmente sentita in Europa ed in particolar modo in Italia, conseguenza forse del tessuto di cinema d'essai sviluppatosi in tutto il paese negli anni settanta, o di una critica che generalmente deprecava le produzioni di genere. Generalmente il cinema si divide in bello o brutto, non in cinema d'autore o di genere. Il Far East Film si è concentrato sul cinema di genere perché era quello meno visto in Europa ma più visto in Asia. Il concetto era mostrare il cinema che in Asia si vede nelle sale cinematografiche, il cinema popolare. *Departures*, film di Takita che ha vinto l'Oscar come miglior film straniero del 2008, mentre qui è considerato film d'autore in Giappone è stato un enorme successo popolare, con oltre di 50 milioni di euro di box office.

3. Com'è avvenuto il passaggio dall'attività del festival a quello della distribuzione e quale riscontro avete avuto rispetto alle aspettative?

La distribuzione (Tucker Film) su tutto il territorio nazionale nasce proprio con Departures, sarà perché è la storia di un 'becchino' (detta volgarmente), nonostante la vittoria dell'Oscar, in Italia nessuno si decideva a comprarlo. La nostra amicizia con il produttore ci ha spinto a formulare una proposta che fosse in linea con le nostre possibilità. Il film ha avuto un successo importante, raggiungendo più di 130.000 spettatori. Allo stesso tempo la diffusione del digitale terrestre e la nascita di nuovi canali ha riportato il cinema in televisione, con una necessità di prodotto molto più ampia e molto più variegata. Questa ci ha permesso di alternare la distribuzione tra film dedicati al circuito d'essai e film di genere rivolto essenzialmente al canale televisivo ed home video. Con il risultato che più di venti titoli dall'estremo Oriente hanno trovato, o stanno trovando una strada anche in Italia, che poi si può riassumere nelle edizioni dvd della collana Far East Film per Cecchi Gori. La distribuzione non è slegata dal festival, anzi proprio grazie al festival ed alla attività di esercizio cinematografico dei due soci della Tucker Film (Centro Espressioni Cinematografiche di Udine e Cinemazero di Pordenone) è possibile continuare a svolgere l'attività distributiva in maniera indipendente.

APPENDICE 2

FEFF 15 - Il pubblico incorona Lee Won-suk e il festival chiude con 50 mila spettatori!
da udine FAR EAST FILM festival (Note) Domenica 28 aprile 2013 alle ore 22.01

UDINE – Il pubblico del **Far East Film Festival** non ha avuto dubbi: il **Gelso d'Oro 2013** non poteva che andare alla **Corea del Sud** per l'irresistibile commedia ***How To Use Guys With Secret Tips***! Cultura pop al quadrato (anzi: al cubo) e un regista, il simpaticissimo **Lee Won-suk**, diventato l'idolo degli spettatori!

Sul secondo gradino del podio, con pochi voti di scarto, si è piazzato il geniale **thai** pulp ***Countdown*** dell'esordiente **Nattawut Poonpiriya** (ed *esordisce*, va detto, anche la **Thailandia**, finora mai premiata!), mentre il raffinato biopic ***Ip Man – The Final Fight*** di **Herman Yau** (vecchio e caro amico del FEFF) ha garantito la medaglia di bronzo ad **Hong Kong**.

Il **Gelso Nero** degli accreditati Black Dragon ha invece raggiunto **Taiwan**, per il dramma ***Touch of the Light*** di **Chang Jung-chi**, mentre i web-giurati di **MYmovies** hanno preferito l'eccentrico ***It's Me, It's Me*** del giapponese **Satoshi Miki**, accompagnato sul palco del **Teatro Nuovo** (per la gioia delle ammiratrici di mezzo pianeta) dal pop idol **Kamenashi Kazuya**.

Dopo gli applausi calorosi della ***Closing Night***, dunque, è tempo di bilancio per **Far East Film 15**. Un'edizione che, a dispetto dei **massicci tagli subiti**, è riuscita ancora una volta a presentarsi in **rigoroso FEFF style**, tra **sold out**, **file chilometriche** ed **eventi speciali**: dalla consegna del **Gelso d'oro alla carriera** al gigante sudcoreano **Kim Dong-ho**, uomo di pace e di cinema, fino alla storico (davvero storico) incontro con l'attrice **Hang Jong Sim** e la produttrice **Ryom Mi Hwa**, giunte a Udine **direttamente da Pyongyang** per promuovere la favola nordcoreana ***Comrade Kim Goes Flying***.

Le cifre? Il **festival udinese** ha sostanzialmente raggiunto e confermato le soglie del 2012, rispondendo con forza alla **drastica riduzione** del budget: **50 mila spettatori in sala**, **1200 accreditati** (le provenienze coprono **16 nazioni**), **100 mila euro d'incasso** (tra sbigliettamenti e accrediti). **Diverse migliaia**, inoltre, le persone *messe in circolo* dal fitto calendario delle **attività collaterali**, culminate nell'affollatissimo ***Far East Cosplay Contest* del 25 aprile**.

Lasciando parlare ancora le cifre: il **bookshop** ha venduto **2000 pezzi** (tra libri, t-shirt, poster, Dvd, gadget), il **sito ufficiale** (www.fareastfilm.com) ha superato i **50 mila visitatori unici** da metà aprile e la **pagina ufficiale** su Facebook (www.facebook.com/UdineFarEastFilm) ha sfondato il tetto dei **10 mila iscritti**.

Anche quest'anno, dunque, **Far East Film** ha potuto contare sul supporto di un pubblico davvero fedelissimo (**europeo e internazionale**) composto da **giornalisti, critici, studenti di**

cinema, esperti, addetti ai lavori e, soprattutto, **gente che ama le visioni d'Oriente**. Senza, ovviamente, dimenticare il prezioso contributo degli **oltre 150 volontari** che hanno affiancato lo staff.

Ancora un **bilancio da incorniciare**, dunque, sia in termini quantitativi che qualitativi: il valore del programma è stato ampiamente certificato da nomi e titoli già iscritti all'albo d'oro del **nuovo cinema asiatico!**

Ufficio Stampa/Udine Far East Film 15

Gianmatteo Pellizzari & Ippolita Nigris Cosattini

feff@C.E.C.udine.org - www.fareastfilm.com

APPENDICE 3

“Confessions”, dal FEFF alla sala

Per **Michael Mann** è «un capolavoro inquietante e assoluto». Per gli spettatori del **Far East Film Festival di Udine**, che lo hanno premiato con il **Black Dragon Audience Award 2011**, è un vero e proprio cult. Per chiunque lo abbia visto, e non importa se poi lo abbia anche amato, è uno di quei rari film che non scivolano via. Uno di quei rari film che fanno riempirti gli occhi di cinema e il cuore di sensazioni.

Fedele all'omonimo romanzo di **Minato Kanoe**, e magnificamente tradotto in immagini dal regista nipponico **Nakashima Tetsuya** (padre talentuoso di *Kamikaze Girls* e *Memories of Matsuko*), il nerissimo **Confessions** approda finalmente nelle sale italiane dal **prossimo 9 maggio** grazie alla **Tucker Film**.

Thriller? Revenge movie? Dramma psicologico? Le catalogazioni sono tutte valide e, al tempo stesso, tutte superflue, perché **Confessions** travalica i generi facendosi **pura narrazione**: il racconto, struggente e glaciale, di **un omicidio e di una vendetta** che diventa il racconto, feroce e spiazzante, di troppe **vite bruciate**.

Bruciano, sì, i **teenager** di Nakashima, bruciano di follia e di espiazione, bruciano tiranneggiando i più deboli o nascondendo le proprie fragilità, e bruciano anche gli **adulti**, bruciano di dolore e di rabbia, muovendosi dentro un mondo che non capiscono e che li schiaccia contro il muro...

Scandito da una colonna sonora che spazia da **Bach** ai **Radiohead** (una *Last Flowers* da brividi!), e impaginato con autentica **potenza visiva**, tra eccessi e sottrazioni, tra freddezze minimal e deflagrazioni barocche, **Confessions** parla dell'**adolescenza** e della **maturità** come poche altre opere hanno saputo fare.

Una partitura tanto **affascinante** quanto **spaventosa** (nel 2011 ha anche sfiorato la candidatura agli Oscar) dove trovano spazio le falle della società contemporanea e del sistema educativo, in un gioco di specchi e di metafore che grava sullo spettatore come un'**imminente e implacabile apocalisse**.

Ufficio Stampa/Udine Far East Film 15
Gianmatteo Pellizzari & Ippolita Nigris Cosattini
feff@C.E.C.udine.org

APPENDICE 4

FEFF DIMENSION - Il festival sviluppa le collaborazioni con Rai4, MYmovies e CG Home Video

da udine FAR EAST FILM festival (Note) Martedì 16 aprile 2013 alle ore 17.30

UDINE– «lo credo che il **Far East Film Festival** abbia alfabetizzato il pubblico italiano verso una filmografia che ormai è nel Dna dell'immaginario mondiale...». Le parole di **Carlo Freccero**, direttore di **Rai4**, restituiscono con grande precisione l'essenza del **FEFF**, che **da venerdì 19 aprile** vedrà accendere i riflettori internazionali sulla sua **quindicesima edizione**.

Un'essenza, una dimensione, che non è quella di un festival chiuso se stesso, pronto a consumarsi durante i giorni di programmazione, ma quella di un festival che **continua a seminare**. Un festival **in costante cammino**, nell'arco dei dodici mesi.

Prova ne sia la **progressiva diffusione della cultura cinematografica orientale** non solo nella **sale italiane**, con la friulana **Tucker Film** in prima fila, ma anche sul fronte dell'**home video** (pensiamo alla collana **Far East Film** della **Cecchi Gori**), del **web** (pensiamo all'importante partnership con **MYmovies**) e dei **palinsesti televisivi**, a cominciare proprio dalla rete di **Freccero**.

In occasione del **FEFF 15**, infatti, **Rai4** (già roccaforte del ciclo **Missione: Estremo Oriente**) proporrà **una rassegna di otto film** presentati nelle scorse edizioni del festival. **Da sabato 20 aprile a sabato 28**, ogni notte dopo le 00.30, l'appuntamento è con i maestri e i divi contemporanei del **cinema di Hong Kong**, in una selezione di pellicole che spazia dall'epico avventuroso all'action/thriller di ambientazione metropolitana.

La **FEFF dimension** continuerà a propagarsi, come detto, anche sul mercato dell'home video, con le nuove uscite programmate dalla **Cecchi Gori**. A cominciare dalla più ghiotta: per la prima volta in Italia, ecco approdare alla versione Dvd e Blu-ray l'amatissimo **Castaway on the Moon** di Lee Hey-Jun! Il film, trionfatore del **FEFF 2010** (si aggiudicò a furor di popolo sia l'Audience Award sia il Black Dragon Award), sarà disponibile **dal 19 aprile in anteprima esclusiva presso il Bookshop del FEFF** e **dal 23 aprile** a livello nazionale nei migliori punti vendita.

Questo, invece, il calendario delle uscite successive: *The Man from Nowhere* di Lee Jeong-beom (dal 21 maggio), *Blind* di Ahn Sang-hoon (dal 25 giugno), *Overheard* di Felix Chong e Alan Mak (dal 9 luglio), *Overheard 2* di Felix Chong e Alan Mak (da fine estate).

La collaborazione con **MYmovies**, già in corso da anni, vedrà infine aggiungersi quest'anno un tassello davvero prezioso: **Wide Far East Film**, selezione di film disponibili gratuitamente in streaming sia su **MYmovies.it** che sulle pagine Spettacoli & Cultura di **Repubblica.it**.

Il film di apertura del **19 aprile**, **The Berlin File**, che segna il ritorno del maestro coreano dell'action RyooSeung-wan, e altri titoli del **FEFF 15** (come **A Werewolf Boy** e **The Thieves**) saranno trasmessi contemporaneamente in streaming su **MYMOVIESLIVE!** e sulle pagine di

Spettacoli & Cultura di **Repubblica.it**. La rassegna sarà, inoltre, arricchita da una selezione di prime visioni e film delle precedenti edizioni.

«Dopo quindici anni di festival – spiegano **Sabrina Baracetti** e **Thomas Bertacche**, vertici del **FEFF** - esiste, nel senso che è conosciuto, il cinema orientale anche in Italia e in Europa. La maggior parte dei film che oggi trovano visibilità in Europa sono passati al Far East Film. Si è creato un pubblico. Il lontano Oriente resta lontano, d'accordo, ma per i più giovani un po' meno...».

Ufficio Stampa/Udine Far East Film 15

Gianmatteo Pellizzari & Ippolita Nigris Cosattini

feff@C.E.C.udine.org - www.fareastfilm.com

APPENDICE 5

In difesa del Far East Film Festival

Fino a trent'anni fa, anno più anno meno, la principale preoccupazione di Elio De Anna era quella di indovinare il pertugio appena visibile nelle difese avversarie per lanciarsi verso la meta: a giudicare dalle cronache del periodo, De Anna fu un notevole rugbista, titolare inamovibile nel prestigioso Rovigo e nella nazionale azzurra. Non sono in pochi, dalle parti di Udine, coloro che avrebbero preferito ricordarselo così, palla ovale in mano, quando cercava di gettare nel fango gli avversari materialmente e non metaforicamente: e già, perché l'ex rugbista, dopo aver esercitato la professione di medico, ha pensato bene di entrare in politica poco meno di quindici anni fa, militando nelle fila di Forza Italia, fino a essere investito del ruolo di Assessore alla Cultura per la Regione Friuli Venezia-Giulia. Fin qui nulla da eccepire, al di là delle obiezioni che si possono muovere verso la scelta di campo: il problema esplose pochi giorni fa, per l'esattezza il 24 di febbraio. In quella data sulle pagine del Messaggero Veneto è possibile imbattersi in un articolo di Ilaria Gianfagna, dal titolo *Friulano fuori dai programmi della RAI*: la giornalista propone ai lettori del quotidiano il resoconto dettagliato dell'intervento pubblico dell'assessore, che tuona contro la decisione, da parte del CDA del servizio pubblico, di togliere il richiamo alla lingua friulana. L'attenzione di De Anna si sposta dunque verso altre realtà regionali, colpevoli secondo l'opinione dell'assessore di "togliere" fondi alla difesa della lingua friulana.

Già su questo punto si potrebbe essere indotti a pensare a un pesce d'aprile in anticipo, tale e palese la mancanza di un pensiero logico e coerente alle sue spalle, ma l'assessore rincara ulteriormente la dose, attaccando frontalmente il **Far East Film Festival**, con accuse che si limitano a un ben poco convincente "mancherebbero i fondi per il friulano anche perché la Regione è impegnata a finanziare altri settori. Come una manifestazione che costa 720 mila euro, finanziata dal Fvg per il 55% e cioè per 394 mila euro. In sei mesi vi lavorano sei persone e con contratti per meno di sei mesi vi lavorano otto persone, con 100 volontari, 434 ospiti a cui si aggiungono 180 ospiti italiani e 254 ospiti stranieri, per un totale di mille ospiti. Le persone che dopo la manifestazione tornano sul territorio una volta sono 10, due volte sono 20, e più di tre volte sono 70. Vale a dire 720 mila euro per un centinaio di persone che ritornano". Questa affermazione contiene al suo interno due gravissime falle logiche, che da sole basterebbero ad annullarne il valore. La prima falla riguarda il numero di ospiti: De Anna non si è reso conto che sommando 180 e 254 si ottiene 434, ovvero il totale, probabilmente ignorando che gli ospiti possono essere o italiani o stranieri, e che una terza voce in tal senso è piuttosto difficile da reperire. La seconda falla, ancora più deprimente e ai limiti del ridicolo, la si rintraccia nella sua lettura del popolo dei "ritornanti", vale a dire gli spettatori e accreditati che tornano sul luogo del delitto anche negli anni successivi alla prima esperienza: ignorando completamente il simbolo %, De Anna ha letto le cifre che aveva davanti immaginando che ogni singolo numero rappresentasse uno spettatore. Ovviamente a tornare almeno tre volte al **Far East** dopo avervi preso parte è il 70% degli accreditati, e non solo 70 accreditati. Nonostante appaia più degno di uno sketch che di un intervento pubblico, l'attacco di De Anna è stato durissimo, al punto che in rete si è dato vita a una vera e propria campagna in difesa della meritoria kermesse friulana, che il prossimo 29 aprile toccherà le tredici edizioni: la pagina facebook del festival è stata monopolizzata da

centinaia e centinaia di persone che dimostravano il loro completo appoggio contro le parole di De Anna. Il quale, vista la mala parata, ha pensato bene il giorno dopo di sposare il diktat morale del suo capo di partito affermando di essere stato “fraiteso”.

Al di là dell'ennesima dimostrazione di una becera visione della cultura, viene naturale chiedersi cos'è oggi in Italia a essere davvero fuori dalla comprensione di chi ha in mano le chiavi del sistema: la cultura, nella sua accezione più ampia, non può venire ridotta a un miserabile elenco di numeri, per positivi che essi possano essere. L'importanza del **Far East Film Festival** non sarà mai davvero comprensibile per gente che si ferma a sciorinare percentuali (senza tra l'altro riconoscerne i simboli), o a fare la conta di quante persone sono a conoscenza dell'evento: come per la maggior parte delle iniziative tese ad aprire gli occhi del popolo di fronte a universi sconosciuti, spesso guardati con diffidenza, magari presi amorevolmente per i fondelli, anche il **FEFF** non deve e non può essere messo in discussione. Non perché qui ci sia l'intenzione di chiudere gli occhi di fronte a una crisi economica senza dubbio grave e preoccupante, ma al contrario perché proprio quella crisi economica non deve mai far dimenticare il ruolo e il peso della cultura.

Persone come l'assessore Elio De Anna continuano a cadere nell'errore – di prassi in questo periodo storico, e con questi governanti – di vedere nell'arte e nell'istinto creativo (e ricreativo) il sintomo evidente di uno “spreco”: questo, con ogni probabilità, perché loro non sono in grado di comprendere valori diversi da quelli legati al mero “utilizzo” di un prodotto. Non si tratta qui solo di una reprimenda dal vago retrogusto razzista (pure evidente, nel suo errore pregiudiziale), ma della stessa concezione del termine *cultura*: è lo stesso corto circuito che fa mettere in discussione il MAXXI a Roma, o il teatro dell'Opera, che fa perdere fondi pubblici alla Mostra del Cinema, che fa smarrire per strada realtà sociali radicatesi nel corso dei decenni e abbandonate a sé stesse da un sistema politico che sta facendo marcire dalle fondamenta la nostra repubblica. È facile e comodo nascondersi dietro il paravento della difesa delle nostre tradizioni linguistiche: ben venga la riscoperta del ladino, del friulano, ben vengano i finanziamenti per potersi confrontare seriamente con le nostre radici (ma studiandole, non trasformandone il valore in qualcosa di poco più profondo di una sagra paesana), nessuno ha intenzione di negarne l'importanza. Ma questo non può e non deve andare a discapito di altrettante associazioni, cooperative e istituti che a loro volta lavorano sul tessuto sociale attraverso lo svolgimento di attività a sfondo artistico e culturale.

Anche e soprattutto per questo il già di per sé delirante intervento di Elio De Anna non può sperare in alcuna giustificazione: la legge non ammette ignoranza, l'uomo per sua natura dovrebbe poterla accettare. Ma è nell'accettazione di un'ignoranza dilagante, oramai trasformata persino in nota di merito, che risiede uno dei nemici da combattere per ridare dignità al nostro miserando paese. Per questo e per altre centinaia di motivi, tra il 29 aprile e l'8 maggio prossimi saremo tra il 70% di coloro che anche quest'anno, per l'ennesima volta, approderanno a Udine per gustarsi la meraviglia di dieci giorni dedicati al cinema popolare dell'estremo oriente. Magari sorridendo di fronte alle scritte bilingue che raccontano la toponomastica della città, rendendola più ricca, come le frasi (altrettanto) difficili da discernere che prenderanno vita sullo schermo del Teatro Nuovo Giovanni da Udine.

Raffaele Meale

<http://www.cineclandestino.it/it/speciali/editoriali/2011/in-difesa-far-east-film-festival.html>

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Libri e cataloghi

Abis Mario - Canova Gianni (a cura di), *I Festival del cinema. Quando la cultura rende*, Johan & Levi Editore, Milano, 2012

Archibald R.D. , *Project management*, Franco angeli, Milano, 1996

Argano L. , Bollo A. , Vivalda C. , *Gli eventi culturali*, Franco angeli, Milano, 2006

Bauer Olga, *Fund-raising For Film Festivals in Europe*, Erasmus University Rotterdam, 2007

Centro Espressioni Cinematografiche, *Far East Film II. Num. spec. 87-88 (aprile 2000) di Nickelodeon*, Centro Espressioni Cinematografiche,Udine 2000

Centro Espressioni Cinematografiche, *Far East Film Festival. Numero speciale 93-94 di Nickelodeon*, C.E.C., Udine, 2001

Centro Espressioni Cinematografiche, *Nickelodeon Udine Far East Film 4*, Centro Espressioni Cinematografiche, Udine, 2002

Centro Espressioni Cinematografiche, *Far East Film 8*, C.E.C., Udine, 2006

Centro Espressioni Cinematografiche, *Nickelodeon Udine Far East Film 9*, Centro Espressioni Cinematografiche, Udine, 2007

Centro Espressioni Cinematografiche, *Nickelodeon Udine Far East Film 10 : 18 - 26 aprile 2008*, C.E.C., Udine, 2008

Centro Espressioni Cinematografiche, *Udine Far East Film 11*, Centro Espressione Cinematografiche, Udine, 2009

Centro Espressioni Cinematografiche, *Nickelodeon Udine Far East Film 12*, Centro Espressioni Cinematografiche, Udine, 2010

Centro Espressioni Cinematografiche, *Far East Film Festival 13 : 29 aprile - 7 maggio 2011: Teatro nuovo - Visionario*, Udine, Centro Espressioni Cinematografiche, Udine, 2011

Centro Espressioni Cinematografiche, *Far East Film Festival 14*, Centro espressione Cinematografiche, Udine, 2012

Centro Espressioni Cinematografiche, *Far East Film Festival 15*, Centro espressione Cinematografiche, Udine, 2013

- Centro Espressioni Cinematografiche, a cura di Sabrina Baracetti, Thomas Bertacche, Giorgio Placereani, *Far East: dieci anni di cinema (1999 - 2008)= Far East: ten years of cinema (1999 – 2008)*, Centro Espressioni Cinematografiche, Udine, 2008
- Centro Espressioni Cinematografiche, *Hong Kong Film. Numero Speciale di Nickelodeon N. 75-76*, Udine, 1998
- De Valck Marijke, *Film Festival. From European Geopolitics to Global Cinephilia*, Amsterdam University Press, Amsterdam, 2007
- Gallico Dalia, *Il perfetto evento*, Lupetti, Milano, 2008
- Getz Donald, *Event Manager and Event Tourism*, Cognizant Commnication Corporation, New York, 2005
- Grandinetti Roberto - Andrea Moretti, *Evoluzione manageriale delle organizzazioni artistico-culturali*, Franco Angeli, Milano, 2004
- Elsaesser Thomas, *European Cinema. Face to Face with Hollywood*, Amsterdam University Press, Amsterdam, 2005
- Wong Cindy Hing-Yuk, *Film Festival. Culture, People, and Power on the Global Screen*, Rutgers University Press, 2011
- Maussier Barbara, *Festival management e destinazione turistica*, Editore Ulrico Hoepli, Milano, 2010
- Ongaro Daniele, *Lo schermo diffuso. Cento anni di festival cinematografici in Italia*, Libreria Universitaria Tiranelli, Bologna, 2006
- Throsby David, *Economia e cultura*, Il Mulino, Bologna, 2001
- Trimarchi Michele, *Economia e Cultura: Organizzazione e finanziamento delle istituzioni culturali*, Franco Angeli, Milano, 2002
- Turan Kenneth, *Sandance to Sarajevo. Film Festival and the World they Made*, University of California, 2002
- Iordanova Dina - Cheung Ruby, *Film festival Yearbook 3: Film Festival and East Asia*, St Andrews Film Studies, St Andrew, 2011

Articoli

Bachmann Gideon, *Insight into the Growing Festival Influence: Fest Vet discusses 'Wholesale' and 'Retail' Events.*" Variety.com 28, 2000

Barber Lynden, *Meanjin Essay: A Fistful of Festival*, 2012, <http://www.filmfestivalresearch.org/index.php/ffrn-bibliography/1-film-festivals-the-long-view/>

Gaines Christian, *"State of the Fest – Part One: Do Festivals Matter?"*, The Circuit – Blog on Variety.com, 2008

Gass Lars Henrik, *Trade Market or Trademark? The Future of Film Festivals*, Rouge 13, 2009

Nils Klevjer Aas, *Flickering Shadow. Quantifying the European Film Festival Phenomenon*, 1997, <http://archive.is/TOPH>

Segal Jérôme, "Film Festivals." *European Public Culture and Aesthetic Cosmopolitanism: Main Report*. Ed. Monica Sassatelli, 2008

Steinhart Daniel, *Fostering International Cinema: The Rotterdam Film Festival, CineMart, and the Hubert Bals Fund*, Mediascape 2, Spring 2006

Webgrafia

www.asiaticafilmmediale.it

www.cannes.com

www.bestmovie.it

www.fareastfilm.com

www.fiapf.org

www.filmfestivalrotterdam.com

www.imdb.com

www.koreafilmfest.com

www.mymovies.it

www.pardo.ch

www.rai.it

www.reelasian.com

www.tuckerfilm.com

www.vaff.org

www.variety.com

www.visionario.info