

Messaggio

numero

6343

data

20 aprile 2010

Dipartimento

EDUCAZIONE, CULTURA E SPORT

Concerne

Concessione degli aiuti finanziari al Festival internazionale del film di Locarno per il periodo 2011-2015

Signor Presidente,
signore e signori deputati,

il presente messaggio riguarda gli importi e la definizione delle modalità di attribuzione degli aiuti finanziari concessi dal Cantone Ticino al Festival internazionale del film di Locarno per il periodo 2011-2015. Il finanziamento, regolato da un'apposita convenzione, prevede l'assegnazione di un sussidio annuo massimo di fr. 2'750'000.-.

1. NOTA INTRODUTTIVA

Il Festival di Locarno, nato nel 1946 per iniziativa di un gruppo di uomini di cultura e imprenditori turistici, ha iniziato, con il Festival di Cannes e la Mostra del Cinema di Venezia, la storia dei festival cinematografici. Nonostante il lungo percorso e la crescente concorrenza, il Festival di Locarno - è necessario rammentarlo - ha sempre mantenuto un sostanziale equilibrio tra richiesta commerciale e ricerca della buona produzione sperimentale e artigianale. E sin dagli esordi la rassegna locarnese si è distinta per la ricerca e l'apertura verso testimonianze di alto valore artistico-documentario e di realtà culturali assai differenziate e generalmente trascurate dai consueti circoli commerciali.

Anche dopo il passaggio del Festival nella categoria dei "festival con una programmazione competitiva di lungometraggi internazionali" (secondo le distinzioni adottate dalla "Fédération Internationale des Associations de Producteurs de Films"), che risponde a determinati criteri di analisi professionale e garantisce all'industria cinematografica gli standard richiesti di qualità, affidabilità e sicurezza, il Festival di Locarno ha continuato a mantenere la sua identità e a conservare i caratteri di un evento contraddistinto da una programmazione particolarmente attenta al cinema di ricerca, che pone in evidenza le giovani cinematografie e le opere innovative.

Un contributo determinante il Festival locarnese continua a offrirlo nella valorizzazione della cinematografia che potremmo definire non "mainstream", come quella dell'Europa orientale, quella del centro e sud America, delle produzioni asiatiche, e, in genere, di tutto il cinema indipendente. Il Festival di Locarno ha insomma saputo conservare il carattere di luogo privilegiato in cui il cinema diventa "strumento" per pensare il mondo, occasione per offrire panorami inediti, capaci di mescolare generi diversi, di accostare la fiction al documentario, al cinema-diario, al cinema-memoria, al cinema-autobiografia, di aprire alla videoarte e alle nuove estetiche del digitale, di lavorare metodicamente sui cortometraggi, di stabilire collegamenti inconsueti tra il cinema e le altre arti.

In estrema sintesi, le linee guida del Festival di Locarno possono essere riassunte:

- a) nel costante riconsolidamento di un'identità che consente all'appuntamento locarnese di affermare una sua chiara specificità rispetto a festival quali Cannes, Venezia, Berlino Toronto o San Sebastian;
- b) nell'attenzione al cinema d'autore attraverso una ricerca nei territori dell'immagine in movimento e nel sostegno agli autori grazie alla moltiplicazione delle possibilità di incontri professionali;
- c) nella decisa difesa del Festival come evento pubblico, aperto ai professionisti del settore, ma anche a un ampio ventaglio di spettatori, privilegiando un profilo di "festival per il pubblico".

E proprio il fatto di essere attento al grande pubblico dà al Festival un orientamento culturale specifico e unico, un ruolo che lo distingue e che ne condiziona positivamente i contenuti attraverso una programmazione molto differenziata, che necessariamente tiene conto delle diverse tipologie di fruitori, dai cinefili a tempo pieno agli utenti della Piazza. Frutto di questo contatto diretto e immediato con il pubblico, del tutto o parzialmente assente in altri festival, sono i cicli monografici-retrospettivi; gli incontri con artisti, cineasti, attori, scrittori; i dibattiti attorno a tematiche di attualità messe in evidenza da una programmazione speciale; le proiezioni della sezione "Open Doors" (Porte Aperte) dedicate a cinematografie meno frequentate e in via di sviluppo; i momenti musicali o di intrattenimento legati ai film in programmazione.

Al di là degli orientamenti di contenuto e programmazione del Festival, che spesso hanno fatto discutere e dibattere, ma che mai hanno lasciato indifferenti e ancor meno hanno messo in dubbio il ruolo centrale e trainante assunto dalla rassegna locarnese, va rilevato che a fondamento di gran parte del successo del Festival, e del suo ruolo di realtà consolidata nel panorama cinematografico internazionale, vi è l'enorme lavoro organizzativo e l'impegno profuso, in particolare in questo ultimo decennio, dagli organizzatori per dare alla macchina festivaliera un robusto assetto professionale e aziendale.

Dal profilo organizzativo, Piazza Grande, con il suo schermo "open-air" più grande d'Europa e la sua tecnologia avanzata e continuamente aggiornata, è giustamente vista come il simbolo del Festival: e se assorbe energie e risorse, rappresenta tuttavia, per il suo alto grado di spettacolarità e per l'impatto mediatico che ne deriva, un fattore che garantisce uno straordinario ritorno di immagine.

Il Festival degli specialisti e dei cinéphiles si svolge però soprattutto in altri spazi ed è in questo ambito che Locarno ha il suo tallone d'Achille, perché gli organizzatori sono costretti a sostenere costi molto importanti per adeguare delle sale, nettamente al di sotto degli standard, alle esigenze di comfort e di qualità richiesti. Per sopperire a queste pesanti carenze, il Festival è costretto, anno dopo anno, a reinventare se stesso, a investire in una forte progettualità che consenta di prospettare e realizzare soluzioni alternative soddisfacenti: nel 1989 è stato inaugurato l'Auditorium Palazzetto FEVI; nel 2000 il PalaVideo Muralto; nel 2002 è stata la volta dello Spazio/Cinema nella zona Morettina/FEVI, costituito da tre sale collegate da una passerella (la Diagonale) con al centro il Forum, spazio privilegiato d'incontro fra gli artisti e il pubblico; nel 2008 del nuovo Spazio Magnolia, con un'area riservata agli accreditati appartenenti all'industria cinematografica e ai membri della nuova associazione di sostegno del Festival "Leopard Club".

La gestione di queste nuove strutture, in buona parte provvisorie, è complessa e onerosa, ma è la condizione necessaria per restare competitivi e per soddisfare il notevole afflusso di spettatori: 130'000 nel 1993, 157'057 nel 2009, di cui 2'985 accreditati professionali e 955 giornalisti accreditati.

2. L'IMPATTO ECONOMICO E CULTURALE DEL FESTIVAL

L'impatto economico del Festival rappresenta già attualmente una cifra importante per l'economia regionale. Ricordiamo, come punto di partenza, che uno studio svolto nel 2004 sull'impatto culturale ed economico del Festival evidenziava come la presenza della manifestazione crei un'indubbia opportunità per l'offerta turistica locale, con una conseguente ricaduta economica rilevante (a seconda dei metodi di analisi adottati dagli economisti calcolata tra i 20 e 30 milioni di franchi), così come rilevante è il ruolo strategico che il Festival può giocare per lo sviluppo dell'economia regionale.

Il Festival è il maggiore evento della stagione turistica del Cantone Ticino, quello che sicuramente veicola al meglio e in scala mondiale il turismo in Ticino: Ticino Turismo e gli Enti turistici locali ne fanno largo uso in tutte le loro pubblicazioni, informative e promozionali. Per il turismo ticinese, il Festival è la manifestazione "ideale": grazie ad un altissimo valore culturale godibile per tutti - e non esclusivo - e a una regione dall'alta attrattiva turistica.

Di fatto, esiste un grande potenziale strategico nel turismo culturale generato dal Festival che può trovare diversi sbocchi interessanti, sia con la creazione di un'offerta integrata per i visitatori della manifestazione, sia con la promozione di azioni mirate degli operatori economici e la creazione di eventi paralleli. Tuttavia, un'analisi richiesta dagli sponsor principali del Festival e condotta da Interface Marketing AG segnala - nel rapporto finale del 27.09.2006 - che vi sono dei punti deboli che è necessario risolvere al più presto perché rappresentano dei presupposti imprescindibili per la sopravvivenza della manifestazione: la mancanza di infrastrutture stabili obbliga a utilizzare buona parte del budget per le infrastrutture a scapito della programmazione, della comunicazione e del marketing; senza una soluzione rapida dei problemi infrastrutturali non sussistono sufficienti mezzi finanziari per mettere a punto strategie efficaci. In primo piano la questione del palazzetto del cinema che purtroppo si trascina da troppo tempo e che confidiamo possa ora trovare una parziale soluzione con il Progetto della "Casa del Cinema" di Locarno.

Dal profilo squisitamente culturale, gli studi indicano che il Festival gioca un ruolo di primo piano per il Ticino e per la Svizzera dal punto di vista dell'immagine: sia a livello internazionale, sia nelle relazioni del Ticino con gli altri Cantoni come occasione assai qualificante di valorizzazione della cultura italiana all'interno della Confederazione. D'altro canto, si rileva che il finanziamento pubblico costituisce un fattore di grande importanza perché garantisce continuità e sicurezza, come pure la possibilità di effettuare scelte di qualità nella programmazione, assai apprezzate perché liberate da logiche troppo vincolate a criteri meramente commerciali.

3. OBIETTIVI DI PROGRAMMAZIONE

In questo capitolo non si può che ribadire quanto già esposto nei precedenti messaggi perché gli obiettivi di programmazione, di fatto, rientrano in una scelta strategica perseguita proficuamente e con coerenza da parecchi anni.

Il Festival di Locarno è confrontato con una concorrenza crescente per la sua collocazione ad agosto, tra Cannes e Venezia, a cui seguono, nell'arco di meno di un mese, Toronto, Montreal e un Festival in fase di rilancio come San Sebastian. E preoccupa anche la presenza del nuovo Festival del cinema di Zurigo. Locarno replica con l'immagine di un Festival libero, per un pubblico multiculturale ma anche professionale, alla costante ricerca di una programmazione pluralistica, originale, innovativa, fedele alla vocazione della manifestazione di luogo privilegiato per la scoperta e il lancio di nuovi autori e con l'inimitabile forza di attrazione di Piazza Grande.

Tuttavia gli sforzi per consolidare le posizioni del Festival sono particolarmente gravosi perché gli organizzatori si debbono cimentare con la realtà di un mercato svizzero esiguo e soccombente di fronte alle potenzialità offerte dai mercati francesi, tedeschi, italiani (15,7 milioni di spettatori nelle sale svizzere, più di 100 milioni in Italia, 200 in Francia, 146 in Germania). Non potendo confidare nell'attrattività del mercato interno, il Festival, per sperare di tenere il passo con la concorrenza nella corsa alla selezione di opere interessanti, deve puntare su nuove strategie che consentano la massima visibilità ai prodotti e un forte impatto sui media.

Per rispondere a questa esigenza, negli ultimi anni il Festival ha impegnato al massimo la commissione programmi nel lavoro di ricerca e selezione; ha potenziato l'Industry Office con l'intento di agevolare il contatto fra produttori, distributori e compratori, di moltiplicare le possibilità di incontro professionale fra gli addetti ai lavori, di intensificare le collaborazioni con associazioni professionali svizzere e europee; ha re-impostato tutte le strategie di comunicazione e promozione del Festival, in Svizzera e all'estero. Con ciò, esso è riuscito ad affermarsi quale ambita piattaforma internazionale in cui si discute di produzioni e co-produzioni, promuovendo gli incontri fra i registi, gli autori e i rappresentanti dell'industria cinematografica, e a rinnovare l'immagine del Festival quale manifestazione cinematografica e culturale di punta.

4. EVOLUZIONE DELLA MANIFESTAZIONE NEGLI ULTIMI ANNI

4.1 Programmazione artistica, progetti speciali e collaborazioni

Nella strategia generale di direzione artistica, il gruppo di lavoro costituito dai consulenti e dai membri della Commissione programmi deve mantenere e consolidare la rete di contatti professionali, seguendo l'andamento delle industrie cinematografiche locali e raccogliendo informazioni sulle nuove produzioni durante i viaggi di monitoraggio, promuovendo il Festival, la sua immagine e le sue linee di programmazione nei confronti dell'industria cinematografica internazionale, dei produttori e dei registi.

Negli ultimi anni, la Direzione artistica è riuscita nell'intento di potenziare ulteriormente la sua rete di contatti internazionali, in particolare nel mondo ispanofono e ispano americano (Open Doors 08 dedicato all'America Latina e nuovo corrispondente per la selezione internazionale di cortometraggi), e si è fortemente riavvicinata al mondo asiatico (Open Doors 2006 dedicato al Sud Est Asiatico; Open Doors 2009 alla Grande Cina; Retrospectiva 09 dedicata all'Universo del Manga Giapponese).

In linea con la vocazione di Festival della scoperta e di trampolino di lancio, ha accompagnato la sezione cortometraggi dei "Pardi di domani" nella sua ultima fondamentale evoluzione verso la proposta di un concorso internazionale di cortometraggi di giovani autori e uno nazionale dedicato alle promesse del cinema elvetico - e ticinese. Questa scelta ha portato non solo a un notevole aumento di pubblico, ma anche a consacrare la sezione come un vero e proprio punto di riferimento per il mondo cinematografico giovanile (il concorso internazionale è ora considerato per le selezioni degli Oscar e degli European Film Awards), affermandosi definitivamente nel suo ruolo di sezione "apri-pista" che permette al Festival un costante contatto con le scuole d'arte e cinema nel mondo e l'avvicinamento verso nuove potenziali realtà artistiche e produttive "in divenire".

Parallelamente al consolidamento della sezione "Pardi di domani", la Direzione artistica ha ulteriormente rafforzato la sezione "Open Doors", nata sette anni fa grazie all'impulso della DSC - Direzione dello sviluppo e della cooperazione - che ne è il principale sostenitore. Il

suo scopo è quello di incoraggiare, sostenere e sviluppare la cooperazione tra produttori e registi provenienti dal Sud e dall'Est del mondo e produttori, distributori e istituzioni promozionali svizzeri ed internazionali, in particolare europei. L'obiettivo principale è dunque quello di sostenere cinematografie in via di sviluppo attraverso l'organizzazione di momenti di approfondimento sui dispositivi di sostegno alla produzione e alla distribuzione cinematografica; e la presentazione di nuovi progetti cinematografici ad una rete di contatti professionali per contribuire alla loro realizzazione, sostenendo così lo sviluppo e il consolidamento di un'industria cinematografica ed economia locale.

Open Doors si concentra ogni anno su una regione del mondo specifica e prevede due capitoli distinti:

- la Open Doors Factory, laboratorio di coproduzione che propone incontri tra i professionisti della regione scelta e partner potenziali per la produzione e distribuzione di nuovi progetti cinematografici;
- gli Open Doors Screenings, che offrono al pubblico locarnese una selezione particolarmente rappresentativa dell'universo cinematografico e culturale della regione scelta e delle opere precedenti dei registi che partecipano alla Factory.

Nel corso dei sette anni della sua esistenza, la sezione ha potuto contare sul sostegno attivo di istituzioni promozionali e associazioni professionali di punta (Ace, Ateliers du cinéma européen; Eave, European Audiovisual Entrepreneurs; Bal, Buenos Aires Laboratorio; CNC, Centre National de la Cinématographie, France; Festival du film de Cannes - Cinéfondation; HAF - Hong Kong Asia), contribuendo così a rafforzare l'immagine del Festival di Locarno anche come appuntamento imprescindibile per gli addetti ai lavori.

Conscio del ruolo che la manifestazione può giocare anche in campo educativo e della formazione, il team del Festival ha potenziato ed avviato diversi progetti, attività e collaborazioni indirizzati specificatamente a studenti delle scuole superiori, scuole professionali, università e Master. Tutte queste iniziative sono state promosse nell'ottica di una strategia atta a sensibilizzare i giovani al linguaggio cinematografico e a far conoscere il Festival, contribuendo così ad un rinnovamento del pubblico festivaliero.

Ricordiamo le ormai consolidate collaborazioni con la SSAT (official caterer del Festival) e con "Cinema e Gioventù", progetto sostenuto e coordinato dal DECS, che prevede la presenza al Festival di un gruppo di studenti svizzeri tra i 17 e 21 anni coinvolti in diverse attività legate alla manifestazione (Giuria Giovani per il Concorso internazionale; Giuria Giovani dei concorsi cortometraggi; Redattori pagine internet RSI; Kino Kabaret; incontri con personalità del cinema contemporaneo).

L'anno scorso la "Summer School", progetto coordinato dal Festival e dall'USI e integrato nell'offerta formativa del Master Réseau Cinéma CH, è giunta alla sua decima edizione. Si tratta di un laboratorio strutturato su più giorni durante il Festival e dedicato all'analisi dei film e dei prodotti audiovisivi. Nel 2009, le candidature pervenute sono state una cinquantina e dopo il processo di selezione sono stati selezionati 30 partecipanti provenienti da Svizzera (18; 60%), Italia (7; 23%), Austria (1), Germania (1), Lussemburgo (1), Australia (1) e India (1), rappresentanti complessivamente 14 atenei di immatricolazione (11 Università e 3 Scuole universitarie professionali).

La collaborazione con il CISA - Conservatorio internazionale di scienze audiovisive di Lugano è nata al fine di realizzare filmati di documentazione audiovisiva del Festival e come strumento di apprendimento per gli studenti della Scuola. Durante i dieci giorni di manifestazione, gruppi di studenti del CISA suddivisi in 2-3 equipe "leggere" di ripresa audiovisiva, documentano alcuni momenti tipici del Festival. Ogni giorno, vengono montati 2-3 filmati brevi ("pillole") da diffondere sul Sito ufficiale del Festival e sul Pardo

Channel. Il resto della documentazione viene montata successivamente per la messa a disposizione sul Sito storico della manifestazione e per la realizzazione di filmati promozionali più lunghi.

Tre anni fa è nata la collaborazione con il MJSR (Mouvement de la Jeunesse Suisse Romande) che propone campi vacanze in Ticino per ragazzi svizzeri romandi (dagli 11 ai 16 anni) concentrati sull'educazione all'immagine e che possono usufruire di momenti di approfondimento organizzati dal Festival e da Cinema e Gioventù, oltre alla possibilità di assistere alle proiezioni di film adatti alla loro fascia di età durante la manifestazione.

L'anno scorso, è stata avviata una collaborazione a progetto con la SUPSI Lugano (Architettura d'interni e Decorazione architettonica) per l'armonizzazione di alcuni luoghi del Festival destinati all'attesa e all'accoglienza delle delegazioni film, che si è concretizzata nell'allestimento della zona di entrata Delegazioni/Sponsors di Piazza Grande (struttura divisoria di décor e luci).

Inaugurata infine una prima collaborazione con il festival di letteratura e traduzione di Bellinzona "Babel", per la realizzazione di un workshop sulla sottotitolazione e l'adattamento dei dialoghi al doppiaggio (dall'inglese all'italiano).

Oltre alle attività "didattiche" promosse durante i dieci giorni di manifestazione, durante tutto l'anno il Festival promuove incontri e workshop (a cura della Direzione artistica, Presidenza e staff del Festival) nelle scuole superiori, professionali e università, al fine di far conoscere Locarno e le sue peculiarità come evento culturale cinematografico.

A sottolineare l'importanza del Festival come veicolo di promozione della cultura elvetica e della nostra Regione, il Festival ha potuto potenziare le iniziative promozionali 'di e su' Locarno con proiezioni, eventi speciali e "cartes blanches" dei film presentati durante i dieci giorni di manifestazione (a Roma, Milano, Ginevra, Parigi, Bucarest ecc.) e con la programmazione di film presentati a Locarno o di "speciali Locarno" nei palinsesti della SSR SRG Idée Suisse, e dei canali Cine Cinéma e Arte. Numerosi sono inoltre i ricevimenti organizzati nel corso dell'anno nelle Ambasciate svizzere (a Madrid, Londra, Parigi, Roma), ai festival e mercati cinematografici più importanti (Berlino, Cannes, Soletta, Clermont Ferrand), senza contare la presenza della Direzione artistica, Presidenza e Commissione Programmi a numerosi appuntamenti culturali cinematografici internazionali. Grazie alla ricchezza della programmazione festivaliera e delle sue retrospettive, la manifestazione ha inoltre potuto coltivare importanti relazioni e collaborazioni con le maggiori istituzioni nazionali di promozione cinematografica e con le più grandi cineteche del mondo.

Sempre nell'intento di promuovere il Festival e la sua Piazza Grande, il calendario degli eventi estivi in Ticino prevede da due anni la programmazione "pre-Festival" di Open Space: proiezioni di anteprime cinematografiche per un vasto pubblico, indirizzate in particolare a quello turistico e locale, proposte dall'Ente iniziative per il Locarnese - in collaborazione con la Direzione artistica del Festival - a pochi giorni dalla manifestazione cinematografica, sfruttando le strutture già predisposte in Piazza per la manifestazione.

Nell'ambito delle collaborazioni istituzionali, ricordiamo la collaborazione tra il Festival e il DECS per l'assegnazione e l'organizzazione del Premio Cinema Ticino. Il Premio, a carattere biennale, è stato istituito dal Consiglio di Stato per premiare una personalità ticinese che si è distinta in ambito cinematografico. Il riconoscimento è stato conferito per la prima volta a Renato Berta nel 2009.

Ultimamente, il Festival partecipa attivamente al "Progetto Interreg", che ha quali obiettivi la collaborazione e lo scambio di informazioni e competenze tra gli operatori e le istituzioni

culturali del territorio transfrontaliero e la creazione di sinergie. Gli attori del progetto si prefiggono di coordinare e ottimizzare gli interventi utili all'industria del settore e allo sviluppo del territorio. Durante la prima fase il progetto ha portato alla creazione di un portale internet dedicato alla promozione degli eventi culturali del territorio interessato che verrà presto declinato su varie reti di totem informativi disseminate nelle aree urbane di Como e Varese. Partners del progetto sono: la Camera di Commercio di Como, la Camera di Commercio di Varese, il Busto Arsizio Film Factory, la Fondazione Scuole Civiche di Milano, TXT Polymedia Spa, la Regione Locarnese e Vallemaggia e il Festival di Locarno.

Ricordiamo infine la costituzione della Fondazione "Casa del Cinema" con il contributo della maggior parte dei Comuni del locarnese, del Festival, dell'Ente Turistico Lago Maggiore e dell'Associazione degli Albergatori. Lo scopo è, tra le altre cose, quello di assicurare una dimora fissa agli uffici e agli archivi del Festival, razionalizzando così una certa dispersione dovuta alla dislocazione di diversi uffici provvisori e riducendo parte dei costi di affitto.

Il risultato dello studio di fattibilità prevede la possibilità di trasformare parte dell'edificio Ex-Scuole cittadine di Piazza Castello a Locarno nella sede permanente del Festival.

Va da sé che la nuova "Casa del Cinema" dovrà risolvere i problemi strutturali e logistici del Festival senza determinare spese supplementari.

4.2 Industry Office

In questi anni l'Industry Office ha avuto una crescita organizzativa costante che ha facilitato la vendita dei film presentati al Festival amplificandone la loro notorietà e il successo commerciale, così come le iniziative poste in essere hanno permesso di incrementare la presenza della professione e dell'industria cinematografica da tutto il mondo.

Il Festival offre i servizi di un Industry Office atto a sostenere i produttori e i venditori che presentano un film a Locarno, indirizzandoli nella ricerca di una società di vendita o di distribuzione e ha come vocazione di agevolare l'incontro e lo scambio tra i professionisti dell'industria cinematografica mondiale presenti durante la manifestazione.

Tra i diversi dispositivi e servizi offerti da questo settore, ricordiamo in particolare l'edizione dell'Industry Guide con l'elenco, i contatti e il profilo dei professionisti 'Industry' presenti al Festival e la descrizione dei progetti presentati nel contesto dell'Open Doors Factory; una Video Library per il visionamento e consultazione delle opere presentate al Festival; l'Industry Lounge (presso la nuova Magnolia) come punto di appoggio e di incontro professionale; e la programmazione di diversi workshop e incontri professionali in collaborazione con diverse Associazioni professionali quali Focal (Fondazione di formazione continua per il cinema e l'audiovisivo), ACE (Ateliers del cinema europeo), EAVE (Imprenditori Europei dell'audiovisivo), SFP (Associazione dei produttori svizzeri) ASDF (Associazione svizzera dei distributori cinematografici), Network Europa Cinemas, Media Desk Svizzera (antenna nazionale del programma audiovisivo europeo Media), ecc.

4.3 Comunicazione

Un ruolo di capitale importanza nel potenziamento della visibilità del Festival di Locarno è oggi svolto da una comunicazione forte e strategica che sappia convincere e coinvolgere. L'ufficio stampa del Festival, assicurato da un team operativo tutto l'anno, è inoltre supportato da cinque addetti stampa responsabili di diverse aree geografiche: Svizzera francese e tedesca, Francia e paesi francofoni, Germania e Austria, Italia, Paesi anglofoni e altri territori. Negli ultimi 4 anni, in linea con la comunicazione degli altri Festival internazionali, è stato intensificato il numero e la frequenza dei comunicati stampa inviati sull'arco di tutto l'anno. Dall'anno scorso sono stati inoltre attivati nuovi e diversi supporti di

comunicazione (Newsletter, Facebook, Twitter e ulteriore implementazione del sito), con l'obiettivo di rivolgersi direttamente al pubblico.

Nel programma di comunicazione, pensato per raggiungere target differenti (pubblico, media e professionisti), vanno anche considerate le strategie promozionali studiate in collaborazione con il settore Marketing (pubblicità del Festival, la campagna effettuata sui Trade Papers e rivolta ai professionisti di settore, le inserzioni nei cataloghi di altre manifestazioni - tramite scambi pubblicitari - pensate per il grande pubblico). Al fine di ottimizzare le strategie di comunicazione a seconda dell'utente che si vuole raggiungere, sono dunque state create più piattaforme (Web 2.0, sito internet, sito storico, Newsletter, comunicati stampa), così da poter meglio comunicare, in modo mirato e diversificato.

Nella scorsa edizione sono stati accreditati 955 giornalisti, di cui 545 provenienti dalla Svizzera e 410 dall'estero, per un totale di 40 paesi rappresentati. In particolare, il 19% proveniva dall'Italia, l'8% dalla Germania, il 4% dalla Francia e il 12% dal resto del mondo.

4.4 Marketing

Tra il 2007 e il 2009 il Festival ha eseguito un'operazione di "re-branding" curata dallo studio londinese Jannuzzi Smith, fondato dal mesolcinense Michele Jannuzzi.

Durante questo processo articolato su tre anni, il Festival ha posizionato il 'Pardo' al centro della sua identità visiva, aggiornando questo elemento grafico che tradizionalmente era parte della comunicazione della manifestazione, codificandone l'uso e adattandolo non solo all'utilizzo sui supporti promozionali classici, ma anche su quelli multimediali che hanno assunto un'importanza strategica sempre maggiore.

Tra gli obiettivi raggiunti in questo ambito si possono annoverare l'aumento della riconoscibilità degli elementi grafici portanti della comunicazione del Festival (pardo, pardato e logotipo) e lo sviluppo di una coesione grafica nella presentazione e promozione professionale della manifestazione su tutti i supporti utilizzati. Questi sforzi stanno dando risultati positivi in relazione all'immagine della manifestazione e alla forza della comunicazione del Festival e anche nella gestione degli sponsor e della loro visibilità, che risulta ora precisamente codificata. Inoltre, nel panorama mondiale degli eventi cinematografici, il Festival di Locarno dispone ora di un'immagine coordinata (Corporate Identity) all'altezza del suo prestigio e dei maggiori festival concorrenti.

4.5 Finanziamenti privati

Negli ultimi cinque anni, il Festival ha conosciuto un'ulteriore incremento dei contributi privati grazie a nuove strategie che hanno reso la manifestazione ancora più attrattiva nei confronti degli sponsor: riorganizzazione del Dipartimento sponsoring e miglioramento dei pacchetti di controprestazioni; cambiamento della "Corporate Identity" che ha re-impostato ed ottimizzato la visibilità dei partner sugli stampati e nei luoghi della manifestazione garantendo loro migliore e maggiore visibilità; messa a punto della struttura di accoglienza del "Leopard Club" alla Magnolia, accessibile anche a piccoli gruppi di ospiti degli sponsor stessi.

L'insieme di questi dispositivi hanno portato ad un aumento del numero dei partner e del loro contributo globale - che si attesta oggi attorno al 30% del budget totale - e questo nonostante la difficile congiuntura economica che ha obbligato molte imprese a risparmiare proprio sul marketing e a diventare ancora più esigenti in materia di controprestazioni.

Il Festival ha tuttavia saputo trovare nuove fonti di finanziamento privato promuovendo la nascita dell'Associazione dei sostenitori del Festival "Leopard Club" e coinvolgendo, per la prima volta, alcune fondazioni filantropiche nel finanziamento di specifici progetti e sezioni, a sostegno della cultura cinematografica e dei giovani.

5. EVOLUZIONE DEI COSTI E DEI CONTRIBUTI

Il Festival di Locarno ha acquisito nell'ultimo ventennio un prestigio internazionale indiscutibile, confermato sia dall'accresciuta attenzione mediatica (955 i giornalisti accreditati nel 2009) sia dal numero di spettatori (157'057 unità nel 2009). Ciò ha avuto ricadute assai positive sia in termini culturali sia in termini economici, ma ha comportato un onere finanziario sempre maggiore: 3 milioni nel 1990; 4,1 nel 1996; 5,2 nel 1999; 7,7 nel 2000; 9,6 nel 2003; oltre 11 milioni nel 2009. Su questa evoluzione hanno agito diversi fattori:

- a) la crescita del personale, i cui costi complessivi sono passati da 1,8 milioni (per 408 collaboratori nel 2000) a 2,9 milioni (per 502 collaboratori nel 2004, pari al 31% del budget globale), a 3,5 milioni (per 562 collaboratori nel 2009, pari al 32% del budget globale). Nel 2000 il Festival contava 4 dipendenti fissi e 2 apprendisti; nel 2004 contava 12 dipendenti fissi e 1 apprendista; nel 2009, 17 dipendenti fissi e 1 apprendista. È doveroso osservare che se l'aumento del personale, assunto con contratti di una durata che oscilla fra i 3 mesi e i 12 giorni, è dovuto alla crescente complessità della manifestazione, d'altro canto esso è pure la conseguenza della professionalizzazione delle funzioni e dell'aziendalizzazione della gestione della rassegna, due condizioni indispensabili per conservare gli standard internazionali e per rispondere alle esigenze poste da Governo e Gran Consiglio. A questo proposito, segnaliamo che sia i rapporti del Controllo cantonale delle finanze, sia l'analisi condotta da Interface Marketing AG nel 2006, pongono l'accento su un'oculata gestione finanziaria - improntata a grande rigore - e la massima efficienza nell'impiego delle risorse umane;
- b) i costi delle infrastrutture, che incidono fortemente sul budget in quanto il Festival non possiede strutture proprie ed è costretto a investire somme rilevanti per il rinnovo e l'ampliamento della logistica, l'adattamento tecnologico, la manutenzione e gli upgrading indispensabili. A carico del Festival vi sono tutti gli affitti delle sale di proiezione e i costi relativi di trasformazione, il montaggio e smontaggio delle infrastrutture di Piazza Grande, degli spazi FEVI, delle palestre, dell'aula magna delle scuole medie, di tutte le infrastrutture della Diagonale e della Nuova Magnolia.
- c) i costi a sostegno dei lavori della Direzione artistica e Commissione programmi, tra cui la parziale copertura delle spese di viaggio e accoglienza di personaggi di spicco; quelli relativi al potenziamento dell'Industry Office; al rinnovo dell'immagine del Festival; alla messa a punto di nuovi dispositivi promozionali e di comunicazione.

Dal profilo contabile l'aumento degli oneri è stato affrontato con grande pragmatismo, ma non sarebbe stato possibile far fronte agli impegni senza il contributo decisivo del Cantone che, dal 1990, in aggiunta al sussidio ordinario annuale di fr. 400'000.- nel periodo 1991-1998, e di fr. 500'000.- negli anni 1999-2000, è stato chiamato ad intervenire con contributi supplementari a copertura di disavanzi d'esercizio o per finanziare (a posteriori) retrospettive o altri progetti (complessivamente oltre 5 milioni di franchi dal 1992 al 2000) 1992: fr. 40'000.- / 1993: fr. 50'000.- / 1994: fr. 400'000.- / 1995: fr. 200'000.- / 1996: fr. 150'000.- / 1997: fr. 250'000.- / 1998: fr. 600'000.- / 1999: fr. 1'100'000.- / 2000: fr. 2'890'000.-. Nel 2001, per porre fine a questa situazione, il Gran Consiglio, ha deciso, con decreto legislativo, lo stanziamento di un aiuto finanziario massimo di 13 milioni così ripartito: 3 milioni per il 2001; 3 milioni per il 2002; 2,5 milioni per il 2003; 2,5 milioni per il 2004; 2 milioni per il 2005. Il Gran Consiglio, con decreto legislativo del 10 maggio 2005, ha rinnovato la Convezione con il Festival per il quinquennio 2006-2010, onorandola con un contributo annuo di 2,5 milioni di franchi. La spesa è stata coperta in parte dal Fondo Lotteria intercantonale e in parte dai conti di gestione corrente del DECS, Divisione della cultura e degli studi universitari.

Questo importante sostegno ha permesso di chiedere alla Confederazione sostanziosi aumenti e di coinvolgere maggiormente l'economia privata. Segnaliamo inoltre alcuni Comuni o Enti che negli ultimi anni hanno deciso di aumentare il proprio contributo a favore del Festival. Nel 2008 il Comune di Lugano ha incrementato il proprio contributo in denaro con un aumento superiore al 15% (da 30 a 35'000.- franchi); mentre nel 2009 il Comune di Locarno ha aumentato il proprio di quasi il 20% (da 210 a 250'000.- franchi) e l'Ente Turistico Maggiore di quasi il 30% (da 100 a 130'000.- franchi).

Teniamo infine a ricordare che seppur il Festival di Locarno sia annoverato tra i più importanti festival cinematografici internazionali, il budget complessivo a sua disposizione è il meno concorrenziale. Se festival come quelli di Cannes, Berlino e Venezia sono di fatto "benchmarks" per diversi settori, dispongono anche di molti più mezzi: questi tre festival maggiori, ad esempio, possono contare su budget, si suppone (al contrario di Locarno, le cifre non vengono pubblicate), tra i 20 e i 25 milioni di Euro; laddove il Festival di Locarno, lo ricordiamo, ha a disposizione 7 milioni di Euro.

6. CONSIDERAZIONI SUL DECENNIO 2000-2009

Dal 2000, il Festival di Locarno è uscito dalle cifre rosse. Grazie al sostanzioso apporto degli enti pubblici e degli sponsor privati, unito ad un'oculata gestione delle risorse disponibili, ha potuto contare su una discreta solidità finanziaria.

<i>Anno</i>	<i>Costi</i>	<i>Ricavi</i>	<i>Avanzo/Disavanzo</i>	<i>Ammortamenti</i>
2000	7'725'879.00	7'736'244.00	10'365.00	1'022'206.00
2001	7'233'470.00	7'269'299.00	35'829.00	456'175.00
2002	8'804'530.00	8'836'381.00	31'851.00	1'024'795.00
2003	9'678'690.00	9'681'417.00	2'727.00	885'791.00
2004	10'145'055.00	10'147'953.00	2'898.00	993'923.00
2005	9'954'283.00	9'954'283.00	0.00	394'742.00
2006	9'703'246.00	9'703'246.00	0.00	272'578.00
2007	10'022'354.00	10'022'354.00	0.00	265'153.00
2008	11'087'389.00	11'087'389.00	0.00	470'458.00
2009	11'094'667.00	11'094'667.00	0.00	365'928.00

Dal 2001 (anno di entrata in vigore della Convenzione tra il Cantone e il Festival) al 2009 il Festival, oltre ai contributi annuali ricorrenti, ha beneficiato di importanti aiuti finanziari per una serie di investimenti, riassunti nella tabella sottostante. Nel 2010 il Festival è inoltre intenzionato a investire ulteriori 300'000.- fr. per l'aggiornamento delle strutture e del materiale tecnico in dotazione.

Anno	Progetto	Investimento	Sussidi cantonali	
			L-Tur	LIM
2002	Spazio Cinema	3'200'000.00	500'000.00	450'000.00
2005	sedie, casse, cashier Piazza Grande	337'000.00	100'000.00	84'000.00
2007	cabina proiezione, nuove casse e sistema informatico controllo accessi	447'000.00	5'500.00	5'500.00
2008	modernizzazione strutture Piazza Grande e sale proiezione	887'877.00	210'200.00	0.00
2009	rinnovo Industry Lounge, sistemazione entrate Piazza Grande e adattamento Spazio Cinema	200'000.00	46'000.00	0.00
* 2010	adeguamento infrastrutture e materiale tecnico	* 300'000.00	* 70'000.00	0.00
		5'071'877.00	861'700.00	539'500.00

* dati indicativi (l'iter per l'ottenimento dei sussidi per gli investimenti previsti nel 2010 è ancora corso).

Per quanto riguarda la crescita degli oneri, dobbiamo nuovamente sottolineare che essi dipendono da fattori oggettivi: il Festival di Locarno ha assunto una posizione di rilievo nel contesto internazionale e il successo della manifestazione ha richiesto investimenti per nuove infrastrutture, ampliamenti, aggiornamenti tecnologici, ottimizzazione e incremento dei dispositivi e delle piattaforme promozionali (Nuova Corporate, Marketing, Comunicazione), potenziamento dei mezzi a disposizione per la Direzione artistica. In questa sede è tuttavia da rilevare che la gestione del Presidente Solari ha saputo tenere sotto controllo l'aspetto finanziario grazie a una attenta politica di gestione delle spese, la cui esigenza era stata peraltro evidenziata nel 2000 dall'Ispettorato delle finanze (Rapporto di revisione "gestione finanziaria del Festival del film di Locarno" del 12 dicembre 2000) e esplicitata nella Convenzione stipulata fra Consiglio di Stato e Festival (24 ottobre/28 novembre 2001). Il Controllo cantonale delle finanze ha puntualmente monitorato nel corso degli anni il processo di aziendalizzazione intrapreso formulando nei suoi rapporti un giudizio positivo in merito e, per quanto riguarda la capacità di controllo della spesa da parte del Festival, ne ha evidenziato il rigore della conduzione e la buona gestione dei processi amministrativi e finanziari.

7. PROSPETTIVE E PROGETTI FUTURI

Obiettivo del Festival nei prossimi anni sarà quello di perseguire la vocazione principale della manifestazione accrescendone l'immagine come evento internazionale imprescindibile per tutti coloro che si interessano al nuovo cinema e alla creazione cinematografica: pubblico, critica e addetti ai lavori, coinvolgendo maggiormente venditori e compratori di film, distributori e programmatori.

Il Festival dovrà inoltre affermarsi ulteriormente come appuntamento annuale per tutti i cinefili in termini di momento di scoperta, rivelazione e intrattenimento cinematografico, così come luogo strategico - sul piano economico e mediatico - e trampolino di lancio per la carriera di un film o di un autore sulla scena internazionale.

Per perseguire questo obiettivo, sono stati definiti diversi importanti cambiamenti nella linea artistica: di contenuto, selezione, programmazione e presentazione, dando uguale importanza e visibilità ai concorsi e alle proiezioni speciali, al programma di Piazza

Grande, così come agli omaggi e alle retrospettive. I cambiamenti apportati all'equipe artistica dal nuovo Direttore Olivier Père è dettata dall'esigenza di concepire una selezione più pertinente, attrattiva e singolare, capace di motivare un'importante crescita di interesse da parte della critica, dei media e della professione. Per poter competere con i Festival concorrenti (Venezia principalmente, ma anche Cannes e Toronto), è necessario poter contare sulla collaborazione di professionisti internazionali che abbiano allo stesso tempo una vasta esperienza sul campo, sensibilità e pertinenza sul cinema contemporaneo e una vasta rete di contatti artistici e professionali.

È previsto un ulteriore sviluppo del ruolo dell'Industry Office, dotandolo di più mezzi per il lancio degli "Industry Days" (proiezioni Industry e incontri professionali), concentrati nella prima parte del Festival, che permetteranno ai professionisti accreditati "Industry" di scoprire la maggior parte dei film in concorso, così da ottimizzare le potenzialità di vendita e acquisto dei film presentati a Locarno.

Per incrementare ulteriormente la visibilità internazionale del Festival, l'obiettivo a breve termine sarà quello di conquistare dal profilo mediatico paesi importanti come l'Inghilterra e gli Stati Uniti. Non potendo ignorare la profonda trasformazione che il mondo dei media sta vivendo in questi ultimi anni, il Festival dovrà inoltre poter rinnovare la sua immagine come "luogo di passaggio obbligato" per i grandi personaggi internazionali del cinema e della cultura, investendo maggiormente nella loro venuta e in una comunicazione visiva di forte impatto mediatico per il grande pubblico (fotografie di ospiti illustri a Locarno nelle testate principali, settimanali e mensili di grande tiratura e non esclusivamente di cinema).

È prevista un'ottimizzazione dell'accoglienza delle grandi personalità del cinema e i membri delle diverse giurie ufficiali, nell'intento di farli partecipare maggiormente alla vita del Festival, moltiplicando gli incontri col pubblico, accompagnandoli alla scoperta del Locarnese e della sua magnifica regione con visite turistico/gastronomiche.

Attualmente, il team del Festival sta lavorando su un progetto che unifichi e dinamizzi le diverse attività didattiche e momenti di scambio con i giovani ospiti e frequentatori della manifestazione in un insieme più coerente e visibile, allo scopo di valorizzare Locarno come luogo di incontro e laboratorio di creazione, scambio e trasmissione del sapere.

Si auspica inoltre di poter sviluppare la dimensione festiva del Festival che dovrà poter proporre luoghi di incontro ed intrattenimento all'altezza delle aspettative degli ospiti e della sua reputazione internazionale di grande evento estivo 'giovane' cinematografico.

Da un punto di vista più tecnico/organizzativo, sono diversi i dispositivi che si vogliono implementare e per i quali il Festival sta già analizzando i costi di realizzazione:

- l'introduzione della sottotitolazione elettronica per la sezione Pardi di domani;
- la VideoLibrary digitale;
- la scansione elettronica entrate Sale;
- la messa a punto di casier elettronici
- l'informatizzazione delle casse nelle sale (per ora solo le casse di Piazza Grande e FEVI lo sono);
- eventualmente, l'equipaggiamento di sistema 3D per due sale (proiettori e occhiali).

Nei prossimi anni infine, si aprono al Festival notevoli possibilità per mettere maggiormente a frutto l'operazione di re-branding. Tra queste, figurano un maggiore sviluppo del merchandising (la cui vendita potrebbe andare oltre gli 11 giorni di Festival e essere effettuata non più unicamente a Locarno), l'ulteriore implementazione degli

strumenti multimediali (sito web, applicazioni telefoni cellulari) e la creazione di maggiori sinergie con gli sponsor. Tutte queste possibilità, se sostenute dai necessari investimenti, potranno generare nuove, positive ricadute economiche.

8. PROSPETTIVE FINANZIARIE

Nel corso degli ultimi anni, buona parte delle considerazioni avanzate dal Controllo cantonale delle finanze, come si evince dal Rapporto di verifica speciale del 30 aprile 2009, hanno trovato una risposta convincente sia per quanto concerne la gestione contabile-finanziaria in generale, sia per quanto riguarda la gestione delle risorse umane. In particolare, la professionalizzazione delle funzioni e l'aziendalizzazione sono state portate a termine e le richieste avanzate dal Cantone sono state soddisfatte.

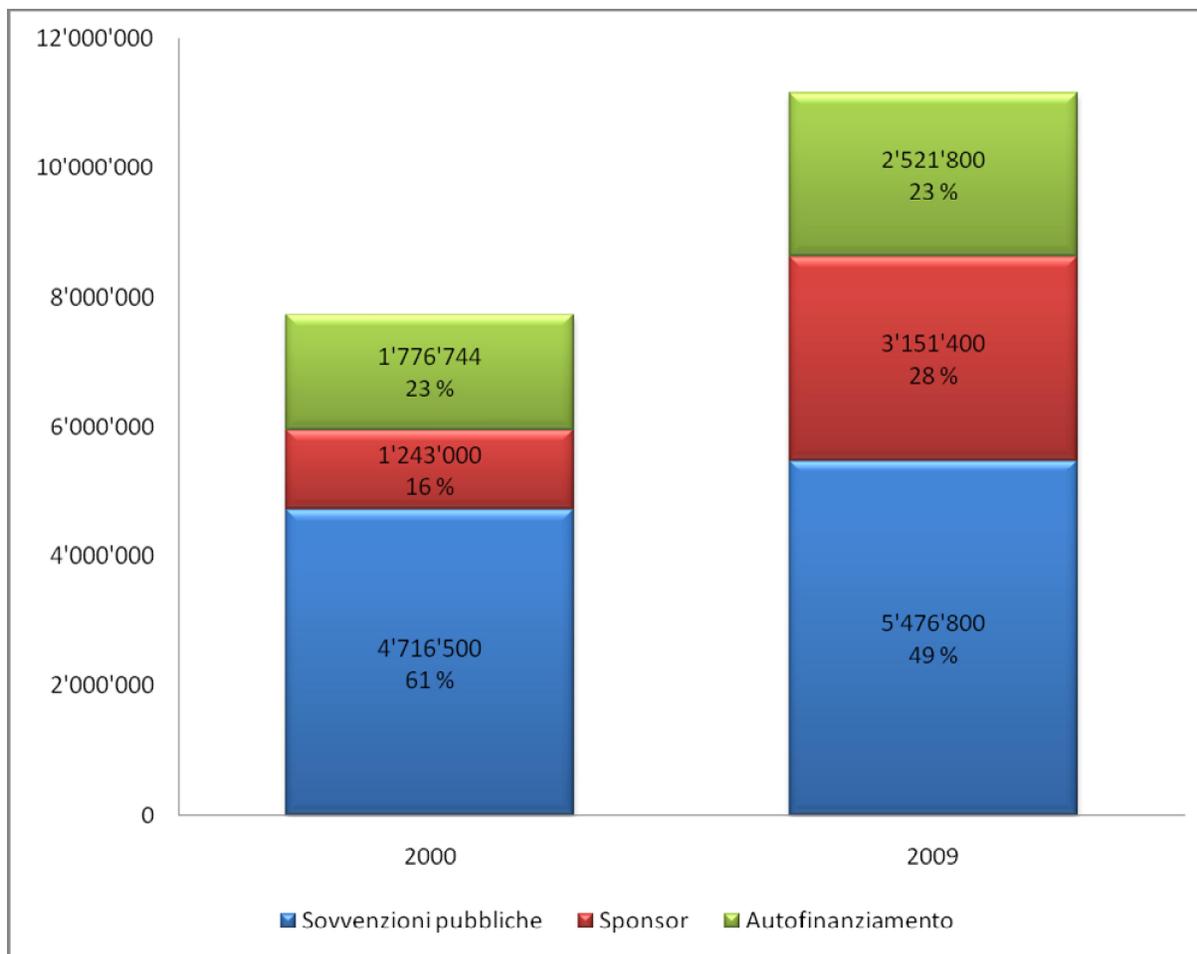
Riguardo alla gestione finanziaria e procedurale il giudizio dell'organo cantonale di controllo è assai positivo.

A titolo integrativo aggiungiamo che criterio inderogabile alla base della gestione di qualsiasi progetto è il vincolo che ammette il passaggio alla fase realizzativa solo se il finanziamento è preventivamente accertato.

Sul fronte delle entrate si deve registrare l'ottimo lavoro svolto dallo staff dirigenziale e dal settore sponsoring che ha consentito di mantenere e addirittura incrementare i contributi di terzi; mentre il contributo ricavato dall'autofinanziamento si è stabilizzato, tenendo conto dei prezzi altamente concorrenziali dei biglietti e delle tessere della manifestazione (ad esempio, l'abbonamento studenti per i dieci giorni a 110.-). Tuttavia, il budget minimo indispensabile per conservare la posizione di eccellenza acquisita dal Festival può essere raggiunto solo con un intervento massiccio delle sovvenzioni pubbliche.

Le sovvenzioni pubbliche, in particolare di Cantone e Confederazione, oltre che rappresentare una quota irrinunciabile per la vita del Festival, contribuiscono a innescare un "effetto cascata" degli investimenti privati anche perché gli investimenti pubblici fanno da garanti della manifestazione. È infatti facile intuire che senza una forte partecipazione del Cantone e della Confederazione la dinamica delle sponsorizzazioni esterne sarebbe ben diversa.

Evoluzione struttura di finanziamento



Sovvenzioni pubbliche: Cantone Ticino, Confederazione, DFAE-DSC (dal 2002), diversi Comuni della regione, Ticino Turismo, diversi Enti turistici regionali, associazioni e diversi contributi a progetto.

Sponsor: sponsor principali, ordinari, minori e con controprestazioni.

Autofinanziamento: vendita biglietti e abbonamenti, accrediti professionali e stampa, pubblicità, vendita pubblicazioni e merchandising, quote sociali, contributo Leopard Club (dal 2008) e diversi.

9. CONTRIBUTO CANTONALE

La sovvenzione cantonale ha consentito di dare continuità alla programmazione e alla pianificazione del Festival. Ha pure permesso ai responsabili di operare delle scelte di qualità sottratte alla logica commerciale, e ha avuto un effetto trainante decisivo per gli sponsor esterni. D'altro canto, con la convenzione di accompagnamento (che imponeva l'adozione di precise misure per quanto concerne la gestione finanziaria, la gestione delle risorse umane, la gestione di acquisti, degli investimenti e degli inventari, la tenuta e la presentazione dei conti), il Cantone ha contribuito ad accelerare il processo di aziendalizzazione e di professionalizzazione dell'evento. Il già citato Rapporto speciale

elaborato dal Controllo cantonale delle finanze attesta che i buoni risultati conseguiti dalla "gestione Solari" sono in sintonia con quanto formulato negli atti legislativi.

Con il presente messaggio si chiede di rinnovare il contributo per le prossime cinque edizioni del Festival (2011-2015) per un importo globale di 13,75 milioni di franchi come evidenziato di principio nella tabella qui sotto riportata:

Anno	Importo totale	FLI	DCSU
2011	2'750'000.-	1'500'000.-	1'250'000.-
2012	2'750'000.-	1'500'000.-	1'250'000.-
2013	2'750'000.-	1'500'000.-	1'250'000.-
2014	2'750'000.-	1'500'000.-	1'250'000.-
2015	2'750'000.-	1'500'000.-	1'250'000.-

Le condizioni sono indicate nella convenzione allegata, dove l'Associazione del Festival si impegna a utilizzare l'aiuto cantonale non solo per la copertura dei costi d'esercizio, ma anche per finanziare, attraverso un'oculata politica di autofinanziamento/ammortamento, parte degli investimenti necessari per mantenere o incrementare la funzionalità e l'agibilità delle strutture festivaliere.

10. RELAZIONI CON IL PIANO FINANZIARIO

Questa proposta di rinnovo del finanziamento al Festival si ricollega a quanto indicato nelle Linee direttive 2008-2011 del dicembre 2009 (Secondo aggiornamento), scheda n. 17 del DECS "Sostegno alla lingua e cultura italiana".

In questi ultimi cinque anni (2006-2010), nell'ambito delle misure di contenimento dei costi di gestione corrente, l'importo di 1 milione di franchi a carico del Cantone è stato man mano corrisposto e compensato attraverso il Fondo della Lotteria intercantonale (FLI), così come risulta nella tabella seguente:

	2006	2007	2008	2009	P 2010
650 - DCSU	0.900	0.500	0.500	0.375	0.250
417 - FLI	1.600	2.000	2.000	2.125	2.250
Totale	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500

L'impegno del Cantone attraverso i conti di gestione corrente previsto nel Piano finanziario della gestione corrente è così stabilito:

	P 2010	PF 2011	PF 2012	PF 2013
650-DCSU	0.250	0.125	0.125	0.250
417-FLI	2.250	1.500	1.500	1.500
Totale parziale	2.500	1.625	1.625	1.750
Importo supplementare FLI	0.-	1.125	1.125	1.000
Totale	2.500	2.750	2.750	2.750

Appare quindi inevitabile, come d'altronde già fatto in questi ultimi anni, un intervento supplementare del FLI per controbilanciare la riduzione del contributo cantonale,

aggiornando conseguentemente il PF di gestione corrente. Tale aggiornamento non avrà alcuna incidenza sui risultati d'esercizio dello Stato poiché finanziato con prelievi di pari importo dalla Riserva del FLI.

Resta inteso che il Parlamento è chiamato con il presente Messaggio ad approvare l'allegato Decreto legislativo che prevede, per il prossimo quinquennio, lo stanziamento di un contributo massimo di 6.25 milioni di franchi a carico dei conti di gestione corrente, fermo restando che la ripartizione della spesa tra il centro costi della DCSU e il FLI potrà variare di anno in anno a dipendenza delle strategie finanziarie adottate.

Il rinnovo, nel corso del quadriennio, del contributo cantonale al Festival internazionale del Film di Locarno è conseguente alla necessità, nonché opportunità, di valorizzare e consolidare le manifestazioni di rinomanza internazionale come strumento di promozione turistica, culturale e industriale cinematografica.

11. CONCLUSIONI

Il Festival internazionale del film di Locarno è una realtà consolidata ed è un evento entrato a far parte del patrimonio culturale ticinese e svizzero: esso è diventato stabilmente un Festival di richiamo internazionale, ma, allo stesso tempo, per i ticinesi è fonte di identità e di "orgoglio territoriale". Il processo, in gran parte concluso, di professionalizzazione e di aziendalizzazione ha notevolmente agevolato la spinta progettuale della manifestazione, rafforzandone la visibilità e la competitività sul piano internazionale.

Diventato un esempio organizzativo per altre manifestazioni cinematografiche, è annoverato tra i "grandi" Festival di cinema nel mondo e questo nonostante la sua "fragilità strutturale". Inoltre, il Festival ha un impatto economico notevole sul territorio e pure considerevoli sono i benefici generati da eventi paralleli. Per tali ragioni il Consiglio di Stato propone con il presente messaggio il rinnovo del finanziamento per il periodo 2011-2015 e della relativa convenzione. Ciò permetterà al Festival di disporre di un lasso di tempo sufficiente per sollecitare la mobilitazione di altre risorse finanziarie e in particolare per l'opportuna programmazione economica degli investimenti, permettendo così il mantenimento di un capitale economico e culturale unico.

Resta inteso che dovrà essere mantenuto l'intervento del Controllo cantonale delle finanze con lo scopo di monitorare l'impiego dei fondi elargiti.

Per i motivi sopra esposti Vi invitiamo ad approvare l'allegato disegno di decreto legislativo.

Vogliate gradire, signor Presidente, signore e signori deputati, l'espressione della nostra massima stima.

Per il Consiglio di Stato:

Il Presidente, L. Pedrazzini

Il Cancelliere, G. Gianella

Disegno di

DECRETO LEGISLATIVO

concernente la concessione degli aiuti finanziari al Festival internazionale del film di Locarno per il periodo 2011-2015

Il Gran Consiglio
della Repubblica e Cantone Ticino

visto il messaggio 20 aprile 2010 n. 6343 del Consiglio di Stato,

d e c r e t a :

Articolo 1

¹Al Festival internazionale del film di Locarno sono accordati, per il periodo 2011-2015, aiuti finanziari annuali ai sensi dell'art. 2 del presente Decreto, in riconoscimento dell'interesse pubblico della rassegna e del suo contributo alla cultura cinematografica ed alla promozione turistica.

²I contributi sono erogati a titolo sussidiario rispetto alle risorse finanziarie garantite dal Fondo Lotteria intercantonale e dai sostenitori privati.

Articolo 2

¹Sono concessi i seguenti contributi massimi annuali:

- a) nel 2011: 1'250'000 franchi;
- b) nel 2012: 1'250'000 franchi;
- c) nel 2013: 1'250'000 franchi;
- d) nel 2014: 1'250'000 franchi;
- e) nel 2015: 1'250'000 franchi.

²L'attribuzione definitiva dei singoli crediti annuali avviene da parte del Consiglio di Stato in sede di preventivo, tenuto conto del definitivo corrispondente importo del contributo annuale stabilito a carico del Fondo Lotteria intercantonale.

³La spesa va a carico dei conti di gestione corrente del Dipartimento dell'educazione, della cultura e dello sport, Divisione della cultura e degli studi universitari, con l'iscrizione dei crediti corrispondenti alle quote per gli anni 2011-2015 nei rispettivi preventivi.

Articolo 3

Il Consiglio di Stato è autorizzato a firmare la convenzione con il Festival internazionale del film di Locarno che regola le modalità di finanziamento alla manifestazione per il periodo 2011-2015.

Articolo 4

Trascorsi i termini per l'esercizio del diritto di referendum, il presente decreto è pubblicato nel Bollettino ufficiale delle leggi e degli atti esecutivi ed entra immediatamente in vigore.

CONVENZIONE

tra la

Repubblica e Cantone Ticino (in seguito Cantone), rappresentata dal Consiglio di Stato

e l'

Associazione del Festival internazionale del film di Locarno (in seguito Associazione), rappresentata dal Presidente e dalla Vice Presidente;

concernente la concessione degli aiuti finanziari annuali al Festival internazionale del Film di Locarno per il periodo 2011-2015;

tenuto conto che:

- lo scopo dell'Associazione è quello di "organizzare, a Locarno, un festival cinematografico e audiovisivo nazionale e internazionale e di favorire la diffusione della cultura cinematografica e audiovisiva a livello cantonale, nazionale e internazionale, anche al di fuori del periodo del Festival";
- delle necessità finanziarie della rassegna;

considerata l'opportunità di una soluzione che permetta all'Associazione di consolidare tutte quelle misure intraprese in questi ultimi anni nell'ambito del processo di aziendalizzazione del Festival;

accertata la necessità di definire, in accordo tra le parti, le condizioni di assegnazione dei contributi,

s i c o n v i e n e :

Art. 1

Al Festival internazionale del Film di Locarno, per il periodo 2011-2015, sono concessi i seguenti aiuti finanziari:

2011 : Fr. 2'750'000.- (due milioni e settecentocinquanta);
2012 : Fr. 2'750'000.- (due milioni e settecentocinquanta);
2013 : Fr. 2'750'000.- (due milioni e settecentocinquanta);
2014 : Fr. 2'750'000.- (due milioni e settecentocinquanta);
2015 : Fr. 2'750'000.- (due milioni e settecentocinquanta).

Art. 2

L'importo annuale è versato nel modo seguente:

- a) 1/3 alla presentazione del preventivo di dettaglio approvato dall'Assemblea generale dei soci;
- b) 1/3 su richiesta scritta nel corso del mese di maggio dell'esercizio di competenza;
- c) 1/3 su richiesta scritta a Festival avvenuto.

Art. 3

L'Associazione da parte sua s'impegna a:

- a) allestire la manifestazione, prendere le necessarie decisioni, assumere i relativi oneri e liberare il Cantone da qualsiasi responsabilità di fronte a terzi;
- b) adottare e mantenere le misure proposte dal Controllo cantonale delle finanze nell'ottica della professionalizzazione e aziendalizzazione del Festival, del miglioramento dell'organizzazione e della razionalità della stessa e delle buone norme di management e di sistemi di controllo interno.
- c) presentare, entro la fine di aprile dell'anno di competenza, il preventivo di dettaglio della rassegna approvato dall'Assemblea generale dei soci;
- d) presentare, entro la fine di aprile dell'anno successivo, il conto economico e il bilancio d'esercizio verificati dall'Ufficio di revisione e approvati dall'Assemblea generale dei soci;
- e) utilizzare l'aiuto cantonale non solo per la copertura dei costi d'esercizio, ma anche per finanziare, attraverso un'oculata politica d'autofinanziamento/ammortamento, parte degli investimenti necessari per mantenere e incrementare la funzionalità e l'agibilità delle strutture festivaliere;
- f) evidenziare convenientemente, tramite l'apposito logo ufficiale, il contributo della Repubblica e Cantone Ticino / Fondo SWISSLOS su tutti gli stampati, documenti visivi (compresi quindi tutti i cartelloni e manifesti pubblicitari e questo indipendentemente dal formato, locandine, cartoline, cataloghi, ecc.) e sonori e nei contatti con i mezzi di comunicazione.
Le dimensioni del logo della Repubblica del Cantone Ticino / Fondo SWISSLOS dovranno essere almeno pari a quelle dei singoli logo degli sponsor e dei partner principali.

I documenti di cui ai punti c) e d) devono essere trasmessi all'Amministrazione fondi Lotteria intercantonale e Sport-toto, Residenza governativa, 6501 Bellinzona.

Art. 4

Il Consiglio di Stato, per il tramite del Controllo cantonale delle finanze, procederà annualmente alla verifica della situazione finanziaria e delle misure organizzative adottate dal Festival.

Art. 5

Gli aiuti finanziari indicati all'art. 1 della presente Convenzione sono definitivi e non potranno essere accordati ulteriori crediti supplementari a copertura di eventuali deficit d'esercizio.

Art. 6

¹ La presente convenzione entra in vigore con la firma dei rappresentanti delle parti e con effetto 1. gennaio 2011; è valida cinque anni e può essere modificata su richiesta di una delle parti ma con il consenso di entrambe.

² Rimane aperta la possibilità di rinegoziare un'eventuale nuova convenzione.

PER L'ASSOCIAZIONE DEL FESTIVAL INTERNAZIONALE DEL FILM DI LOCARNO

Il Presidente:

Marco Solari

La Vice Presidente:

Carla Speziali

Locarno,

PER IL CONSIGLIO DI STATO

Il Presidente:

L. Pedrazzini

Il Cancelliere:

G. Gianella

Bellinzona,