

Messaggio

numero	data	Dipartimento
7036	21 gennaio 2015	EDUCAZIONE, CULTURA E SPORT
Concerne		

Concessione di contributi finanziari ricorrenti al Festival del film Locarno per il periodo 2016-2020

Signor Presidente,
signore e signori deputati,

il messaggio che vi sottoponiamo riguarda gli importi e la definizione delle modalità di attribuzione degli aiuti finanziari concessi dal Cantone Ticino al Festival del film Locarno (FFL) per il periodo 2016-2020. Il finanziamento, regolato da un'apposita convenzione, prevede l'assegnazione di un contributo annuo di fr. 2'800'000.-.

1. SINTESI

Il FFL ha beneficiato a partire dall'anno 2001 di contributi cantonali ricorrenti approvati dal Gran Consiglio nella forma di pacchetti quinquennali (si vedano i messaggi n. 5094, 5630 e 6343). Questi contributi erano e sono tuttora giustificati da una parte dal riconoscimento dell'indiscutibile valore culturale del festival e dall'altra dalla volontà di sostenere lo sforzo per migliorare e professionalizzare la struttura organizzativa ed accrescere la competitività di questa manifestazione-faro nel contesto nazionale ed internazionale.

Il FFL ha saputo raggiungere tutti gli obiettivi stabiliti ed ha continuato ad attirare cospicui finanziamenti da parte della Confederazione e di sponsor privati. In questo ultimo periodo (2011-2015) ha pure dato seguito alle raccomandazioni espresse nel messaggio n. 6343, riuscendo nell'arduo compito di estendere la propria attività e ricaduta a periodi e luoghi supplementari attraverso lo spin-off della *Primavera Locarnese* e della rassegna intitolata *L'immagine e la parola*.

Nel presente messaggio viene riassunta l'evoluzione del FFL negli ultimi quattro anni e vengono evidenziate le sfide con le quali la manifestazione rimane confrontata. Gli sviluppi delle tecniche di digitalizzazione stanno generando una profonda trasformazione nel settore cinematografico e audiovisivo, i cui festival sono destinati nei prossimi anni a svolgere un ruolo-chiave nell'accompagnamento del pubblico e dei professionisti attraverso questi mutamenti. Al fine di garantire continuità all'importanza ormai indiscussa e consolidata del FFL e di permetterne l'ulteriore sviluppo anche alla luce della crescente concorrenza, il Consiglio di Stato propone il rinnovo del finanziamento cantonale ricorrente per il periodo 2016-2020 in un ordine di grandezza analogo al precedente.

2. NOTA INTRODUTTIVA

Il FFL, nato nel 1946 per iniziativa di un gruppo di uomini di cultura e imprenditori turistici, ha dato il via, con il Festival di Cannes e la Mostra del Cinema di Venezia, alla storia dei

festival cinematografici. Nonostante il lungo percorso e la crescente concorrenza nazionale e internazionale il FFL, è necessario rammentarlo, ha sempre mantenuto il proprio posizionamento di rassegna internazionale di grande importanza e un sostanziale equilibrio tra attenzione commerciale e attenzione alla produzione sperimentale e indipendente di spessore. Fin 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 differenziate e generalmente trascurate dai consueti circuiti commerciali.

Dopo il passaggio nella categoria dei "festival con una programmazione competitiva di lungometraggi internazionali" il FFL ha continuato a mantenere la propria identità di evento contraddistinto da una programmazione attenta al cinema di ricerca, alle giovani cinematografie e alle opere innovative.

Un contributo determinante il festival locarnese continua a offrirlo nella valorizzazione della cinematografia che potremmo definire "non mainstream" a livello mondiale, e, in genere, di tutto il cinema indipendente. Il FFL ha insomma saputo conservare il carattere di luogo privilegiato in cui il cinema diventa "strumento" per pensare il mondo e confrontarsi, 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 FFL possono essere riassunte:

- a) nel costante consolidamento di un'identità che consente all'appuntamento locarnese di affermare una sua chiara specificità rispetto a festival quali Cannes, Venezia, Berlino, Toronto, San Sebastian e, a livello nazionale, Zurigo;
- 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 della manifestazione 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 FFL un orientamento culturale specifico e unico, un ruolo che lo distingue e ne definisce positivamente i contenuti attraverso una programmazione assai differenziata, che necessariamente tiene conto delle diverse tipologie di fruitori: professionisti e stampa, cinefili, fino al pubblico variegato 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 legati ai film in programmazione.

Importante anche notare che rispetto agli altri festival di dimensioni analoghe, Locarno si caratterizza per il fatto che a tutte le proiezioni (ad eccezione di quelle anticipate per la stampa e quelle "industry") è garantito l'accesso al pubblico ed a prezzi contenuti.

Al di là degli orientamenti di contenuto e programmazione, va rilevato che a fondamento di gran parte del successo del FFL e del suo ruolo di realtà consolidata nel panorama cinematografico internazionale vi è il rilevante sforzo organizzativo e l'impegno profuso dagli organizzatori, in particolare in questo ultimo decennio, per assicurare alla macchina

festivaliera un robusto assetto professionale e aziendale. Assetto ormai acquisito e che viene testimoniato nei rapporti annuali del Controllo Cantonale delle finanze.

Dal profilo organizzativo, Piazza Grande, con il suo schermo “open-air” più grande d’Europa e il sistema di proiezione allo stato dell’arte, è giustamente vista come il simbolo del FFL: 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 dallo straordinario ritorno di immagine. Caratteristica, quest’ultima, che è stata ulteriormente sviluppata negli ultimi anni affiancando alle proiezioni la presenza di ospiti internazionali di grande richiamo per il pubblico generalista e la stampa. Si tratta di un momento del festival molto apprezzato anche dai protagonisti del cinema.

Il festival degli specialisti e dei cinéphiles si svolge però soprattutto in altri spazi ed è in questo ambito che Locarno presenta ancor oggi il suo tallone d’Achille; gli organizzatori sono infatti costretti ricorrentemente a sostenere costi molto importanti per trasformare spazi diversi in sale cinematografiche che rispettino gli standard qualitativi necessari, ma con un comfort giocoforza inferiore al prestigio del FFL. Nel 1989 è stato inaugurato l’Auditorium Palazzetto FEVI, nel 2000 il PalaVideo Muralto, nel 2002 è stata la volta dello Spazio Cinema (luogo destinato alle conversazioni tra gli ospiti e il pubblico) nella zona Morettina/FEVI, costituito da tre sale collegate da una passerella (la Diagonale), nel 2008 dello Spazio Magnolia (con un’area riservata agli accreditati appartenenti all’industria cinematografica e ai membri dell’associazione di sostegno del festival “Leopard Club”).

L’avvio del cantiere per la realizzazione del Palazzo del cinema e l’acquisizione da parte della Città di Locarno dell’Auditorium FEVI (con annesso piano di risanamento per migliorarne la fruibilità) dovrebbero portare a breve ad avere le tre sale previste nel Palazzo del cinema e quindi generare un miglioramento nel livello delle sale. Questi investimenti in corso di realizzazione daranno una stabilità maggiore sul piano logistico, su cui gettare le basi per il futuro sviluppo del FFL. Le strutture provvisorie menzionate saranno ancora utilizzate.

La gestione delle numerose strutture provvisorie è complessa e onerosa, ma è la condizione necessaria per restare competitivi e soddisfare la notevole affluenza di spettatori: 130'000 nel 1993, 157'057 nel 2009, di cui 2'985 professionisti e 955 giornalisti accreditati, e infine 166'800 spettatori, 3'158 professionisti e 962 giornalisti (da 36 paesi) nel 2014.

Dal 2013 il FFL ha anche dato seguito alla richiesta del Gran Consiglio di espandere le proprie attività oltre gli 11 giorni della manifestazione. Oltre ad appuntamenti puntuali organizzati con altri partner locali sul territorio (cineclub, Cinemagia,..) è stata infatti inaugurata *L’immagine e la parola*, - di cui si dirà anche in seguito - evento di 4 giorni che si concentra sul rapporto tra immagine e parola scritta e che ha luogo nel periodo primaverile assieme alle altre rassegne che compongono la Primavera Locarnese.

Va infine notato che negli ultimi 5 anni il festival ha sviluppato una politica di sostenibilità ambientale (composta di numerose misure specifiche) che dal 2010 lo porta a ottenere la certificazione “Climate Neutral Event” da parte della Fondazione svizzera MyClimate. Uno dei primi grandi eventi in Svizzera a dotarsi di una rigorosa politica di sostenibilità, il FFL è riuscito a coinvolgere in questo progetto partner pubblici (Dipartimento del territorio e Città di Locarno) e privati che ne hanno permesso la realizzazione.

3. L'IMPATTO ECONOMICO E CULTURALE DEL FESTIVAL

L'impatto economico del FFL rappresenta già attualmente un volume e un indotto importanti per l'economia regionale, principalmente quella turistica, ma in misura non trascurabile anche su fornitori di servizi e prestazioni in vari altri ambiti. Ricordiamo lo studio svolto dall'Università della Svizzera italiana (USI) nel 2004 sul suo impatto culturale ed economico, da cui risultava una ricaduta rilevante, a seconda dei metodi di analisi adottati dagli economisti, valutata tra i 20 e 30 milioni di franchi. Il ruolo strategico che il festival esercita nello sviluppo dell'economia regionale è pertanto di prim'ordine.

Va inoltre notato che sono numerose anche le iniziative private parallele all'evento che nascono appositamente per il periodo del FFL, come il Paravento e la Rotonda.

Il FFL è il maggiore evento della stagione turistica del Cantone Ticino, quello che sicuramente veicola al meglio e su scala mondiale il cantone e la sua immagine: Ticino Turismo e l'Ente turistico Lago Maggiore ne fanno largo uso in tutte le loro pubblicazioni informative e promozionali. Per il turismo ticinese, il festival è la manifestazione "ideale", grazie a un altissimo valore culturale godibile da tutti - quindi non esclusivo - e a una regione dall'alta attrattiva turistica.

Nell'ambito della riorganizzazione turistica dettata dall'entrata in vigore della nuova Legge sul turismo, per il 2015 FFL ed Ente turistico Lago Maggiore hanno deciso di rafforzare la partnership esistente e nuove misure per la promozione integrata della regione attraverso il festival sono attualmente allo studio. Gli obiettivi sono molteplici, da un lato lo sfruttamento della comunicazione del FFL per una maggiore promozione della regione e dall'altro la sensibilizzazione dei festivalieri alle bellezze turistiche locali.

Va inoltre ricordato che il FFL è di gran lunga il maggiore evento del Cantone anche dal profilo dei pernottamenti generati e che, posizionandosi nella prima metà di agosto, prolunga l'alta stagione che altrimenti da inizio agosto comincerebbe a calare. Inoltre, anche negli anni recenti in cui il turismo ha registrato una flessione, il festival ha saputo mantenere la sua crescita mostrando una forza di attrazione slegata dall'andamento generale del settore. Un dato che dimostra l'importanza di eventi culturali di alta qualità, a maggior ragione se si pensa all'imminente apertura di Alptransit.

Grazie alla qualità dell'offerta e a nuove azioni di comunicazione e promozione oltre Gottardo, il FFL è riuscito nel 2014 a incrementare il numero di spettatori anche in un'edizione caratterizzata da un tempo piovoso, dimostrando la validità della strategia dell'Ente ticinese per il turismo che punta a svincolarsi da una certa "meteo-dipendenza".

Ricordiamo anche che il FFL è Membro Top Events, associazione in partenariato con Svizzera Turismo per la promozione internazionale del turismo attraverso 8 grandi eventi di rilevanza internazionale sportivi e culturali (quelli culturali sono Art Basel, Lucerne Festival e Montreux Jazz Festival).

Nel 2011 la Scuola universitaria professionale della Svizzera italiana (SUPSI) ha condotto un'indagine sul pubblico (aggiornamento previsto nel 2015) da cui si possono trarre varie indicazioni sull'importanza della manifestazione per il turismo del Locarnese:

- pubblico svizzero 80,03%, straniero 19,7%;
- provenienza spettatori Svizzera tedesca 32,3%, Svizzera italiana 29,3%, Romandia 18,7%, Italia 9,3%, Germania 4,2%, Francia 3,1%, altro 3,1%; (forte presenza di festivalieri dai mercati di riferimento per il turismo della regione);
- pernottamento medio dell'ospite del Festival da 3 a 5 giorni;
- 20% di nuovo pubblico ogni anno (fedeltà, ma anche rinnovamento del pubblico);

- 14% degli ospiti ha fatto ritorno nella regione fuori dal periodo del FFL (promozioni mirate dell'ente turistico).

Infine, grazie al FFL e alle iniziative promosse in questi anni, Locarno diventa per undici giorni una piattaforma politico-economica di primissimo ordine, a livello svizzero e internazionale; una sorta di micro-Davos che può vantare la presenza di consiglieri federali deputati alle Camere, di alti esponenti del mondo politico, economico, nonché di editori e direttori dei mass media più importanti.

Dal profilo squisitamente culturale, è innegabile che il FFL giochi 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 è un'occasione 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, poiché garantisce continuità e sicurezza, come pure la possibilità di effettuare scelte di qualità nella programmazione, molto apprezzate in quanto libere da logiche vincolate a criteri meramente commerciali.

Un altro aspetto da considerare consiste nell'impegno profuso in questo ultimo decennio dal FFL per dare spazio e visibilità alla lingua italiana tramite la sottotitolazione elettronica di una ventina di film ogni anno.

4. OBIETTIVI DI PROGRAMMAZIONE

Nel corso dell'ultimo quinquennio il FFL ha consolidato la propria immagine nel promuovere il cinema indipendente in tutte le sue forme, trovando anche importanti riscontri da parte del mercato. La sua collocazione temporale tra Cannes e Venezia/Toronto, a cui seguono nell'arco di meno di un mese San Sebastian e Zurigo, è nel contempo una oggettiva difficoltà e uno stimolo alla crescita. Tenuto conto del peso crescente rivestito dalla presenza di celebrità in tutte le manifestazioni e anche a Locarno, dove il concetto dell'incontro e della trasmissione di esperienze riveste un valore particolare, è utile notare come il posizionamento ad agosto - mese in cui si concentra buona parte della produzione cinematografica, soprattutto quella americana - costituisca una difficoltà come pure una grossa sfida.

Gli obiettivi relativi alla programmazione sono in linea con quanto espresso nelle ultime edizioni e si concretizzano in un buon bilanciamento tra opere di qualità e di grandissimo richiamo (per la Piazza Grande) e film di ricerca, tra presenza di star e ospiti noti al grande pubblico e interpreti da far conoscere o riscoprire, tra un lavoro di ricerca proiettato al futuro e un recupero di quanto attiene alla storia del cinema. L'immagine di un festival libero, pensato per un pubblico multiculturale in cui la componente anche professionale riveste un ruolo di estrema importanza, va di pari passo con una programmazione pluralistica, originale, innovativa, fedele alla vocazione della manifestazione di luogo privilegiato per la scoperta e il lancio di nuovi autori e con la forza di attrazione dell'immenso cinema all'aperto di Piazza Grande.

Tuttavia gli sforzi per consolidare le posizioni del festival sono particolarmente gravosi, perché gli organizzatori si devono cimentare con la realtà di un mercato svizzero esiguo e soccombente di fronte alle potenzialità offerte dai mercati francesi, tedeschi, italiani. Oltre a essere la sede imprescindibile di presentazione e scambi per la produzione svizzera, il FFL ha sviluppato una politica di inviti mirati a personaggi chiave del mondo dell'industria cinematografica. In questo modo intende proporsi come luogo di promozione privilegiato per un genere di produzioni che, pur non godendo dei riflettori da parte dei media, grazie

alla propria specificità e alla differenziazione dei pubblici agevolata dalle nuove reti distributive sta conquistando significative quote di mercato. L'obiettivo anche in questo ambito è proseguire la strada intrapresa promuovendo scambi con altri eventi internazionali simili per taglio e dimensioni (Sundance, Telluride...).

Per rispondere a questa esigenza, negli ultimi anni il FFL ha impegnato il comitato di selezione nel lavoro di ricerca e ha potenziato l'Industry Office con l'intento di agevolare il contatto fra produttori, distributori e acquirenti, di moltiplicare le possibilità d'incontro professionale fra gli addetti ai lavori, di intensificare le collaborazioni con associazioni professionali svizzere ed europee; ha reimpostato tutte le strategie di comunicazione e promozione del festival, in Svizzera e all'estero.

In tal modo è riuscito ad affermarsi quale ambita piattaforma internazionale in cui si discute di produzione, co-produzione e distribuzione, promuovendo incontri fra cineasti e rappresentanti dell'industria cinematografica, e a rinnovare la propria immagine quale manifestazione cinematografica e culturale di punta.

5. EVOLUZIONE DELLA MANIFESTAZIONE NEGLI ULTIMI ANNI

5.1 Selezione artistica, progetti speciali e collaborazioni

Nella strategia generale di Direzione artistica, il gruppo di lavoro costituito dai membri del comitato di selezione deve mantenere e consolidare la rete di contatti professionali, attivandosi sulle produzioni indipendenti più interessanti al fine di raccogliere informazioni durante i viaggi di monitoraggio, promuovendo il FFL, 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 a potenziare e precisare la sua rete di contatti internazionali, in particolare si è attivata nei confronti della realtà statunitense - con un percorso di ricerca che l'ha vista impegnata nei festival più importanti (Sundance, SxSW) - ha proseguito il lavoro già avviato nei confronti del mondo ispanofono e ispano americano grazie alla partecipazione a mercati di coproduzione in Argentina, Messico e Colombia e si è fortemente riavvicinata al mondo asiatico (al riguardo segnaliamo il grande seguito di stampa ottenuto dal Pardo d'oro 2014 assegnato al film filippino *From What Is Before*).

Oltre al consolidamento del Concorso internazionale, la vocazione di festival di scoperta e di trampolino di lancio per nuovi talenti si è sviluppata tanto con il "Concorso Cineasti del presente", sezione dedicata a opere prime e seconde, quanto con la creazione del Premio opera prima, oltre alla ormai tradizionale sezione di cortometraggi dei "Pardi di domani", suddivisa in un concorso internazionale ed uno nazionale dedicato alle promesse del cinema elvetico e ticinese. A questo quadro si è aggiunta la sezione "Signs of Life", dedicata a film che mettono in discussione le forme tradizionali di racconto per sperimentare nuove strutture o dispositivi.

OPEN DOORS

Per quanto riguarda il laboratorio di coproduzione "Open Doors" (OD) patrocinato dalla Direzione dello sviluppo e della cooperazione del Dipartimento federale degli affari esteri, negli ultimi anni esso ha intrapreso un percorso di ridefinizione della propria proposta allo scopo di essere sempre più adeguato alle esigenze dei produttori e dei progetti invitati. Se l'obiettivo resta 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 a una rete di contatti professionali per contribuire alla loro realizzazione, sostenendo così lo sviluppo e il consolidamento di un'industria cinematografica ed economia locale, ci si è resi conto che in molti casi era opportuno preparare i partecipanti con un lavoro mirato di comunicazione e informazione. In tal senso è stato messo a disposizione un servizio personalizzato di tutoring atto a preparare i progetti all'esperienza "Locarno" ma anche a rendere registi e produttori più consapevoli delle nuove logiche di mercato. La parte di training è poi proseguita anche durante il laboratorio vero e proprio dove è stato organizzato un piano di incontri maggiormente orientato ad uno scambio di informazioni.

La sezione continua a essere divisa in 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 una selezione particolarmente rappresentativa dell'universo cinematografico e culturale della regione scelta e delle opere precedenti dei registi che partecipano alla Factory.

Nel corso della sua esistenza, la sezione ha potuto contare sul sostegno attivo di istituzioni promozionali e associazioni professionali di punta contribuendo così a rafforzare l'immagine del FFL anche come appuntamento imprescindibile per gli addetti ai lavori. In previsione del rinnovo della Convenzione (2016/2020) il FFL ha avviato un momento di confronto con la Direzione della cooperazione e dello sviluppo della Confederazione volto a rimodulare la sezione, al fine di renderla sempre più efficace a cogliere e rispondere alle richieste del mercato cinematografico.

SUMMER ACADEMY E ATTIVITÀ DI FORMAZIONE

L'ultimo quinquennio ha visto una profonda ristrutturazione e crescita della parte formativa. In parallelo con il precisarsi di un'offerta che tra atelier, masterclass e dibattiti pubblici propone al pubblico di Locarno un quadro ricco e differenziato del cinema, la parte formativa è stata strutturata sotto il cappello di Summer Academy, per farne il fulcro di un insieme di progetti destinati a formare figure professionali diverse. Il progetto è tuttora in corso; per una sua ottimizzazione si prevede un arco temporale di due anni. L'obiettivo è arrivare a un'offerta completa che tocchi pubblici di diverse fasce di età e di diverse provenienze; in ogni attività è previsto l'incontro e lo scambio tra giovani svizzeri e ticinesi e giovani provenienti dal resto del mondo. Attualmente l'offerta formativa comprende due iniziative organizzate in collaborazione con altre istituzioni: Cinema&Gioventù (Centro didattico Cantonale e Castellinaria) e Documentary Summer School (USI). Tre sono invece le iniziative create e gestite interamente dal festival; sono dedicate a giovani cineasti (Filmmaker's Academy 2011), critici (Critic's Academy 2011) e professionisti della produzione e distribuzione (Industry Academy 2014).

La Critics Academy, creata nel 2011, rappresenta un unicum nel panorama dei festival internazionali. Destinata a 10 giovani critici svizzeri e internazionali, l'iniziativa ha subito riscontrato un grande successo e ha garantito al FFL un'ulteriore visibilità, grazie a partner prestigiosi come il sito statunitense Indiewire, andando inoltre ad alimentare le nuove leve della critica internazionale sensibili al cinema proposto da Locarno.

Un vuoto a livello delle iniziative di formazione dei festival internazionali è stato colmato anche nel 2014 con l'introduzione dell'Industry Academy, che rappresenta nel contempo un'iniziativa ulteriore destinata alle giovani leve dei professionisti del cinema e una collaborazione supplementare con le società del settore in contatto con l'Industry Office del FFL.

Ogni attività si avvale di partnership prestigiose con istituzioni svizzere e straniere e di un personale qualificato che cura la selezione dei candidati e il programma. Convinto del valore dell'iniziativa in sé ma anche delle sue prospettive future (negli anni si misura una costante crescita delle candidature), il FFL vorrebbe fare dell'insieme di queste attività uno dei settori del festival con appendici possibili anche al di fuori degli undici giorni della manifestazione.

Per i giovani talenti elvetici è un'occasione unica per confrontarsi con la scena internazionale e avviare delle collaborazioni, sia per i giovani critici (da quest'anno la Critics Academy riserva il 50% dei posti a critici elvetici) che per i giovani registi (negli ultimi due anni hanno preso il via 4 progetti di coproduzione tra Svizzera e altre nazioni). La neonata Industry Academy rafforza questo progetto d'integrazione del panorama svizzero con quello internazionale, mettendo in risalto il contributo che il bagaglio di conoscenze presente in Svizzera può offrire al mercato cinematografico internazionale in termini di distribuzione (in particolare per quanto concerne i nuovi scenari digitali). La Locarno Summer Academy rappresenta un'occasione unica per permettere alle nuove generazioni dell'industria cinematografica svizzera di trovare uno sbocco nel mercato globale.

Per riassumere con alcuni numeri l'evoluzione della Locarno Summer Academy, si possono confrontare i dati del 2009 con quelli del 2014. Nel 2009 erano pervenute 48 candidature, nel 2014 sono 492. I partecipanti erano 30, ora sono 43 (25 Filmmakers Academy, 10 Critics Academy, 8 Industry Academy). I paesi di provenienza erano 8 ora sono 37 (con tutti i continenti rappresentati).

La collaborazione con il Conservatorio internazionale di scienze audiovisive (CISA) 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 gli undici giorni di manifestazione, gruppi di studenti del CISA suddivisi in 2-3 équipes di videomaker, documentano alcuni momenti topici del FFL. Ogni giorno vengono montati 2-3 filmati brevi ("pillole") da diffondere sul sito del festival. Il resto della documentazione viene montato successivamente per la messa a disposizione sul sito storico della manifestazione e per la realizzazione di filmati promozionali più lunghi.

Sempre in collaborazione con il CISA, ma anche con SUPSI e il Centro scolastico industrie artistiche (e il coinvolgimento del Centro sperimentale di cinematografia), dal 2011 è stata creata la Giornata della formazione. Iniziativa divisa in due momenti: una tavola rotonda tematica con ospiti e la proiezione (con entrata gratuita) in sala dei lavori prodotti durante l'anno dalle scuole.

Anche *L'immagine e la parola* presenta un importante aspetto formativo. Ogni anno una trentina di studenti delle scuole di cinema europee partecipa ai workshop con le personalità invitate dalla manifestazione. Aleksander Sokurov, Edgar Reitz e gli altri ospiti delle prime due edizioni hanno concepito delle lezioni ad hoc per l'evento, elemento che rimarrà centrale anche nell'edizione 2015.

L'offerta formativa è completata da una proiezione indirizzata agli allievi delle scuole medie ed elementari, organizzata in collaborazione con Cinemagia (Gruppo genitori Locarnese).

Molte sono anche le collaborazioni puntuali con scuole e istituti presenti nel Cantone¹.

Prosegue inoltre a livello nazionale la collaborazione con il MJSR (Mouvement de la Jeunesse Suisse Romande) che propone campi vacanze in Ticino per ragazzi romandi (dagli 11 ai 16 anni) incentrati sull'educazione all'immagine e che possono usufruire di momenti di approfondimento organizzati dal FFL e da Cinema&Gioventù, oltre alla possibilità di assistere alle proiezioni di film adatti alla loro fascia di età durante la manifestazione.

Va inoltre notato che il festival garantisce ogni anno ad alcune centinaia di giovani della regione un'opportunità di lavoro, con inquadramento professionale e retribuzione, nonché la possibilità di muovere i primi passi nel settore eventi e cultura, che costituisce uno degli assi di sviluppo della politica economica regionale.

Sempre nell'ambito delle collaborazioni con il territorio va segnalato l'accresciuto partenariato con Castellinaria: da un lato vi è una collaborazione per le attività di formazione de *L'immagine e la parola* e dall'altro il FFL mette a disposizione un sistema completo per le proiezioni digitali, indispensabile affinché Castellinaria possa usare questo formato ormai dominante senza essere obbligato a un investimento che andrebbe a gravare finanziariamente sulla manifestazione bellinzonese.

Va infine segnalata la collaborazione con le Settimane musicali di Ascona (Proiezione concerto con il coinvolgimento dell'Orchestra della Svizzera italiana nel 2014) e con Jazz Ascona (supporto logistico).

ATTIVITÀ DURANTE L'ANNO

Negli ultimi anni il FFL ha intrapreso importanti passi per estendere le proprie attività oltre gli 11 giorni della manifestazione, come richiesto dal Gran Consiglio nel 2009.

Oltre alle attività puntuali segnalate nel presente messaggio e in previsione della messa in attività del progetto "Palazzo del cinema" (che offrirà strutture e potenziali collaborazioni per sviluppare queste attività), il festival ha varato nel 2013 una manifestazione primaverile, denominata *L'immagine e la parola* e inquadrata nell'ambito dell'iniziativa *Primavera Locarnese*.

L'obiettivo è di affrontare il cinema da un'angolazione diversa (il rapporto con la parola scritta) dando un ruolo centrale allo scambio, con la presenza di incontri e atelier nella struttura del Monte Verità. Nei suoi due primi anni l'evento ha saputo proporre un programma articolato attorno alla figura di un maestro del cinema (Sokurov e Reitz); a partire dal 2015 la manifestazione godrà di una nuova formula che vede la presenza di un ospite in qualità di *guest curator*. A lui - per il 2015 è già confermata la presenza di un noto autore francese - in accordo e scambio con il Direttore artistico, spetta il compito di

1

- USI: attualmente il Festival è oggetto di un progetto di ricerca (Prof. F. Lurati - Comunicazione aziendale) volto a definire il trasferimento di identità tra il Festival e i portatori di interesse nella regione.
- CSIA: 4 studenti di fotografia integrati nel team di fotografi del Festival e inquadrati da un loro docente.
- STA - SAMS: collaborazioni con le due scuole di sartoria e moda per la realizzazione di alcuni abiti indossati dalla presentatrice della Piazza Grande Giada Marsadri.
- Gruppo genitori Locarno: collaborazione con Cinemagia. Nell'ambito della rassegna, le proiezioni di uno dei film (mostrato 2 o 3 volte) vengono patrocinate dal Festival che sceglie la pellicola dal proprio programma e ne cura l'introduzione critica alle classi e al pubblico serale.
- Collaborazione fondazione MIDADA Muralto per la realizzazione di una struttura (Entrata via Marcacci) nei loro laboratori aperti.
- Varie presenze di Direzione operativa e/o artistica in varie scuole di vario livello e tipologia per seminari e lezioni attorno al Festival.
- Varie richieste annuali per lavori di diploma dedicati al Festival in vari ambiti a cui viene sempre dato sostegno.
- Visita presso gli uffici di classi scolastiche che svolgono un lavoro sul Festival (2014: Scuole Medie Cadenazzo).

definire il programma (proiezioni, incontri, atelier).

In aggiunta a questa iniziativa sono stati incentivati e potenziati gli scambi con altre realtà e associazioni operanti sul territorio (Teatro di Locarno, Cineclub ticinesi, Castellinaria, Cinemagia ...).

A sottolinearne l'importanza come veicolo di promozione della cultura elvetica e della regione, il FFL ha potuto potenziare le iniziative promozionali 'di e su' Locarno con proiezioni, eventi speciali e *cartes blanches* dei film presentati durante gli undici giorni di manifestazione (a Roma, Milano, Ginevra, Parigi, Bucarest, India, Stati Uniti, ecc.).

Si segnalano altri momenti di promozione, oltre quello strategico ospitato in primavera dall'Ambasciata svizzera a Roma, ai festival e mercati cinematografici più importanti (Berlino, Cannes, Soletta, Clermont Ferrand).

Il Prefestival è un appuntamento sempre più integrato con il programma del FFL, di cui è ormai parte a pieno titolo, oltre che gradito anticipo. Grazie al sostegno degli sponsor, vengono organizzate due proiezioni gratuite offerte alla popolazione e ai visitatori della regione.

Nell'ambito delle collaborazioni istituzionali, ricordiamo la collaborazione tra il FFL e il Dipartimento dell'educazione, della cultura e dello sport (DECS) per l'assegnazione e l'organizzazione del Premio Cinema Ticino. Il premio, a cadenza biennale, è stato istituito dal Gran Consiglio nell'ambito della Legge sul cinema del 9 novembre 2005 per premiare una personalità ticinese che si è distinta in ambito cinematografico. Il riconoscimento è stato conferito a Renato Berta nel 2009, a Villi Hermann nel 2011 e ad AMKA Films e Ventura Film nel 2013.

Il FFL ha inoltre giocato un ruolo trainante nella costituzione della neonata Southern Switzerland Film Commission che troverà sede nel futuro Palazzo del Cinema. Sebbene non abbia alcun ruolo attivo nella produzione cinematografica, grazie alla sua rinomanza e al richiamo che esercita sui professionisti che giungono a Locarno in agosto la manifestazione costituisce un'ottima piattaforma per la promozione del territorio e dei servizi offerti dalla Film Commission all'industria internazionale.

Si segnala inoltre che nel 2010 il festival ha partecipato alla fondazione della Conference des Festivals, che riunisce le maggiori rassegne della nazione e si adopera per difenderne gli interessi a livello politico nazionale.

5.2 Industry Office

In questi anni l'Industry Office ha registrato una crescita costante con risultati tangibili. L'incremento della presenza di professionisti, nonché l'acquisto di film presentati al FFL e la conseguente accentuazione della loro notorietà e del successo commerciale, così come le iniziative messe in atto, hanno permesso di incrementare il prestigio e la professionalità del settore.

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, nonché ad agevolare l'incontro e lo scambio tra i professionisti dell'industria cinematografica mondiale presenti durante la manifestazione. Gli Industry Days sono diventati un momento di incontro imprescindibile per sviluppare il networking.

Tra i diversi strumenti e servizi offerti da questo settore, ricordiamo in particolare la realizzazione dell'Industry Guide con i contatti e il profilo dei professionisti Industry presenti al FFL e la descrizione dei progetti presentati nel contesto della Carte Blanche e dell'Open Doors Factory; una Video Library per visionare le opere presentate al festival; l'Industry Lounge (presso la nuova Magnolia), punto di appoggio e di incontro professionale, e l'Industry Home Base (al Rialto), uno sportello di informazioni a servizio

dell'industria. Molti sono i partenariati sviluppati in collaborazione con associazioni professionali svizzere quali SWISS FILMS e FOCAL (Fondazione di formazione continua per il cinema e l'audiovisivo) ma anche e soprattutto europee come la FERA (Federazione europea dei registi), Europa Cinema (Associazione europea delle sale di cinema), Europa Distribution (Associazione europea dei distributori) e Europa International (Associazione europea dei venditori). Di rilievo anche i partenariati con agenzie di promozione nazionali centro e sudamericane attive in Messico (IMCINE), Brasile (Cinema do Brasil), Colombia (Proimagenes) e Cile (CinemaChile).

Oltre ad aver sviluppato diverse attività con i partner citati, l'Industry Office accoglie anche iniziative indipendenti come Puentes (incontro organizzato da Eave tra produttori europei e latinoamericani) e Bridging the Dragon (incontro tra produttori europei e cinesi), allo scopo di sviluppare sinergie mirate a favore di tutti i partecipanti degli Industry Days ed essere competitivi sul mercato mondiale.

5.3 Comunicazione e marketing

Un ruolo di fondamentale importanza nel potenziamento della visibilità del FFL è dato dalle attività dell'Ufficio stampa e dell'Ufficio marketing.

Per quanto concerne l'Ufficio stampa, un team operativo tutto l'anno garantisce la comunicazione delle attività del festival e, durante gli undici giorni della manifestazione, assicura il coordinamento fra i giornalisti accreditati e gli ospiti. Il lavoro stampa è garantito anche da cinque addetti stampa responsabili di diverse aree geografiche: Svizzera tedesca e romanda, Francia e paesi francofoni, Germania e Austria, Italia, Paesi anglofoni e altri territori. La profonda conoscenza delle specificità dei diversi territori che gli addetti stampa assicurano, permette di effettuare un lavoro estremamente mirato in particolare sul resto della Svizzera e sui paesi confinanti - luoghi di provenienza principali del pubblico del festival - ma anche su nazioni trainanti quali gli Stati Uniti e sulle aree tradizionalmente scandagliate dalla programmazione di Locarno come l'America Latina, l'Africa e l'Asia. Questa attività, unitamente a un'efficacia crescente a livello comunicativo, ha portato a un interesse sempre maggiore da parte dei media internazionali. Rilevante è in particolar modo la qualità della presenza sulla stampa, con numerosi articoli di dimensioni importanti pubblicati dalle più influenti testate internazionali e dai media specializzati e lo spazio sempre maggiore dato dai media digitali (Internet media/TV). Particolare attenzione è stata dedicata alla stampa che si rivolge ai professionisti del settore, i cosiddetti *trade paper*, con cui si sono instaurate importanti collaborazioni, come lo speciale di *Screen International* dedicato a Open Doors e all'Industry e le quattro newsletter di *Variety* sui principali avvenimenti Industry durante gli undici giorni.

Nel corso degli ultimi anni il FFL si è adoperato per diversificare gli strumenti di comunicazione. Ogni notizia viene calibrata a seconda della tipologia e del target specifico. Comunicati stampa, newsletter, Spotlight (introdotto quest'anno e caratterizzato da una notizia unica comunicata via email a un determinato settore professionale) e news sul sito internet, vanno a comporre - spesso combinandosi fra loro - un bouquet di strumenti che garantiscono una comunicazione ogni volta calibrata e differenziata. A questo si uniscono in maniera sempre più preponderante i social media; in particolare Facebook e Twitter costituiscono una piattaforma imprescindibile attraverso la quale veicolare le notizie comunicate con gli altri strumenti, ma anche per notizie pensate esclusivamente per loro. Se il FFL è seguito su Facebook soprattutto dal pubblico - generalista e *cinéphiles* - e dunque è uno strumento fondamentale specialmente per le attività di marketing, su Twitter si è creata una rete importante di professionisti del settore: giornalisti, registi, produttori, distributori, esercenti, istituti di promozione e altri festival, seguono e condividono le comunicazioni del FFL, creando così una sorta di network

professionale virtuale. Fondamentale è in questo senso garantire una presenza tutto l'anno, per esempio con *tweet* che comunicano le uscite dei film del Festival in altre rassegne o nei vari paesi, facendo così dei film stessi degli ambasciatori privilegiati del marchio del FFL e della sua identità. A novembre 2014 il festival poteva contare sui due principali social media su una rete di 66'000 *follower* complessivi.

Nella scorsa edizione sono stati accreditati 962 giornalisti provenienti da 36 paesi. Il 55% proveniva dalla Svizzera, il 19% dall'Italia, il 7% dalla Germania e il 6% dalla Francia, il resto da altri Paesi.

Va sottolineato come il processo di accreditamento dei giornalisti è vincolato a criteri di copertura, vale a dire che solo i giornalisti e i fotografi che garantiscono una copertura del FFL possono ottenere un accredito stampa.

A livello marketing, conclusa nel 2009 l'operazione di "rebranding" e le iniziative intraprese per affermare il nuovo marchio (2 campagne di manifesti in cui il marchio veniva declinato come elemento centrale), in questi anni il FFL ha sviluppato una strategia di comunicazione al pubblico che integra in modo organico i vari media digitali e non. Strategie in cui un ruolo chiave lo hanno svolto i partner privati, mettendo a disposizione i propri canali di comunicazione e distribuzione, ma soprattutto acquistando spazi pubblicitari, permettendo in questo modo una parte importante dei finanziamenti necessari. Fondamentale è anche la partnership con il CISA.

Con l'introduzione del concetto di comunicazione di Pardo Live, attraverso le sue varie declinazioni, che sono state interamente rinnovate (sito internet, smartphone app, rivista cartacea, newsletter), vengono date informazioni di ogni tipo sulla manifestazione. Durante l'evento viene inoltre fatta una cronaca composta di notizie scritte, fotografie e filmati (sia in diretta streaming che riguardabili on demand). In questo modo si va a toccare sia il pubblico presente a Locarno, sia le persone che seguono l'evento da lontano.

Accanto alle campagne promozionali nazionali già presenti (manifesti, spot nelle sale cinematografiche e riviste del settore), grazie al coinvolgimento di partner e al finanziamento garantito dagli sponsor privati, il festival ha inaugurato una campagna nazionale di promozione televisiva (in partenariato con Publisuisse) e la distribuzione gratuita a livello nazionale di un numero speciale del Pardo Live cartaceo di presentazione dell'edizione attraverso i punti vendita di Valora (Kiosk e Press and Books). Si tratta di campagne di grande impatto, mirate sul pubblico confederato, che rappresenta la fetta più importante di festivalieri.

I risultati positivi della strategia di comunicazione inaugurata negli ultimi anni e continuamente perfezionata e aggiornata nei contenuti e nei canali sono testimoniati dalla crescita importante e costante degli utenti, 162'000 i contatti singoli sul sito internet durante l'edizione, vale a dire quasi l'equivalente degli spettatori presenti a Locarno, e dall'interesse crescente degli sponsor.

5.4 Finanziamenti privati

Nonostante il momento economico sfavorevole, negli ultimi 5 anni il FFL ha registrato un consolidamento e un incremento del numero degli sponsor privati e del loro contributo con un aumento dei ricavi che tra il 2009 e il 2014 è cresciuto di circa fr. 600'000.-. In un panorama concorrenziale costantemente in crescita, grazie a un importante lavoro del settore sponsoring, la manifestazione mantiene un'alta attrattiva per le aziende private.

Vari i fattori che hanno permesso questo sviluppo, ma sicuramente hanno portato risultati la professionalizzazione del settore marketing e sponsoring nonché il lavoro intrapreso per riorganizzare il settore e creare nuove opportunità di partnership, senza mai intaccare l'indipendenza assoluta della Direzione artistica sulle scelte di programmazione.

Grazie alle nuove strategie di comunicazione messe in atto e ad azioni di marketing mirate il festival è riuscito a rafforzare e sviluppare il posizionamento dell'evento sia sul pubblico di oltre Gottardo, sia come evento di importanza maggiore a livello internazionale. Anche lo sviluppo delle piattaforme di accoglienza (lounges e strutture dedicate) e di quelle di networking, che fanno di Locarno un appuntamento nazionale a livello culturale, economico e politico, è risultato un elemento determinante per i risultati positivi raccolti. Importante è stato inoltre il sostegno dei partner per le importanti azioni di marketing intraprese a livello nazionale che sono state spesso integralmente finanziate grazie all'acquisizione di pubblicità da parte di sponsor e partner che in questo modo ne hanno certificato il valore e l'efficacia.

Anche a livello cantonale è aumentato il numero di aziende che sostengono il festival, aziende che nella maggior parte dei casi offrono servizi o prestazioni sfruttando il prestigio e la visibilità a livello nazionale data dall'evento.

6. EVOLUZIONE DEI COSTI E DEI CONTRIBUTI

Negli ultimi venticinque anni il FFL ha consolidato e sviluppato ulteriormente il proprio prestigio internazionale, la qual cosa ha avuto ricadute positive sia in termini culturali sia in termini economici, ma ha comportato un onere finanziario crescente: 3 milioni nel 1990; 4,1 nel 1996; 5,2 nel 1999; 7,7 nel 2000; 9,6 nel 2003; 11 milioni nel 2009 e 12,5 milioni nel 2013 e 2014. A questa evoluzione hanno concorso diversi fattori.

Innanzitutto la crescita del personale (si veda la Tabella 1) , 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) e 3,85 milioni (per 640 collaboratori nel 2013, pari al 32% del budget totale). 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 e nel 2013 e 2014 19 dipendenti fissi e 1 apprendista. È doveroso osservare che se l'aumento del personale, assunto con contratti di una durata che oscilla mediamente fra i 6 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 Parlamento. Va inoltre notato che percentualmente i costi legati al personale sono aumentati proporzionalmente alla crescita del budget. A questo proposito, segnaliamo che i rapporti annuali del Controllo cantonale delle finanze pongono l'accento su un'oculata gestione finanziaria - improntata a grande rigore - e sulla massima efficacia nell'impiego delle risorse umane.

Tabella 1. Evoluzione del personale del Festival del film Locarno

A Anno	Costi del personale	% del budget	n. collaboratori	dipendenti fissi (*)
2004	2'900'000.-	31%	502	12 (1)
2009	3'500'000.-	32%	562	17 (1)
2013	3'850'000.-	32%	640	19 (1)

Fonte: amministrazione FFL

(*) numero di apprendisti

In secondo luogo incidono fortemente sul budget i costi delle infrastrutture. Il FFL deve investire risorse 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 tenda Magnolia. L'aumento registrato negli ultimi 5 anni relativo ai costi delle strutture è in maggioranza dovuto all'avvento del cinema digitale, che ha obbligato il FFL, in aggiunta alle apparecchiature di proiezione 35 mm, a dotare tutte le sale anche di proiettori digitali. Inoltre, negli ultimi 3 anni, si sono aggiunte anche una lounge per la stampa internazionale e una struttura di accoglienza per sponsor e partner.

In terzo luogo un aumento, seppur contenuto, è legato alle maggiori azioni di promozione svolte in questi anni, che hanno da un lato aumentato la voce di spesa, ma nel contempo sono state in gran parte compensati da contributi aggiuntivi e specifici a queste iniziative da parte di sponsor e partner.

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).

Nel 2001, per porre fine a questa situazione, il Gran Consiglio ha deciso, con l'approvazione del messaggio n. 5094, lo stanziamento di un aiuto finanziario 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.

Con l'approvazione del messaggio n. 5630 il Gran Consiglio ha poi 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 Swisslos e in parte dai conti di gestione corrente del DECS, Divisione della cultura e degli studi universitari.

Infine, con l'approvazione del messaggio n. 6343 sono stati stanziati 13,75 milioni per il periodo 2011-2015, con un contributo annuo di 2,75 milioni.

Questi importanti sostegni hanno permesso di chiedere alla Confederazione sostanziosi aumenti (l'ultimo per il biennio 2015-2016 di fr. 60'000.-, portando il contributo annuo a 1'510'000.- franchi) e di coinvolgere maggiormente l'economia privata (cfr capitolo finanziamenti privati).

L'importante lavoro svolto sul versante degli sponsor privati è dimostrato dal fatto che percentualmente si registra una diminuzione delle sovvenzioni pubbliche, sebbene anche queste siano state incrementate.

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 da fr. 30'000.- a fr. 35'000.-, mentre nel 2009 il Comune di Locarno ha aumentato il proprio da fr. 210'000.- a fr. 250'000.- e l'Ente Turistico Lago maggiore da fr. 100'000.- a fr. 130'000.-, dopo aver assunto nel 2011 anche il contributo dato in passato dall'Ente ticinese per il turismo (arrivando così a 210'000.- franchi). Nell'ultimo quinquennio anche altri Comuni hanno aumentato il loro contributo tra i quali: Orselina da fr. 6'500.- a fr. 10'500.-, Muralto da fr. 45'000.- a fr. 50'000.-, Minusio da fr. 30'000.- a fr. 35'000.-; Tenero Contra da fr. 3'000.- a fr. 8'000.-.

Teniamo infine a ricordare che, sebbene il FFL sia annoverato tra i più importanti festival cinematografici internazionali, il budget complessivo a sua disposizione è il meno

importante. Se festival come quelli di Cannes, Berlino e Venezia sono di fatto “benchmarks” per diversi settori, essi dispongono anche di molti più mezzi. Questi tre festival maggiori, per esempio, possono contare su budget stimati (diversamente dal FFL le cifre non vengono pubblicate), tra i 20 e i 30 milioni di euro; laddove il FFL, lo ricordiamo, ha a disposizione circa 10 milioni di euro.

7. CONSIDERAZIONI SUL PERIODO 2000-2014

Dal 2000 il FFL è uscito dalle cifre rosse (si veda la Tabella 2). 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.

Tabella 2. Costi e ricavi di esercizio per il periodo 2000-2014

<i>Anno</i>	<i>Costi</i>	<i>Ricavi</i>	<i>Avanzo/Disavanzo</i>	<i>Ammortamenti</i>
2000	7'725'879.-	7'736'244.-	10'365.-	1'022'206.-
2001	7'233'470.-	7'269'299.-	35'829.-	456'175.-
2002	8'804'530.-	8'836'381.-	31'851.-	1'024'795.-
2003	9'678'690.-	9'681'417.-	2'727.-	885'791.-
2004	10'145'055.-	10'147'953.-	2'898.-	993'923.-
2005	9'954'283.-	9'954'283.-	0.-	394'742.-
2006	9'703'246.-	9'703'246.-	0.-	272'578.-
2007	10'022'354.-	10'022'354.-	0.-	265'153.-
2008	11'087'389.-	11'087'389.-	0.-	470'458.-
2009	11'094'667.-	11'094'667.-	0.-	365'928.-
2010	10'821'320.-	10'821'320.-	0.-	885'560.-
2011	11'471'967.-	11'471'967.-	0.-	790'857.-
2012	12'008'580.-	12'008'580.-	0.-	438'525.-
2013	12'492'489.-	12'492'489.-	0.-	554'873.-
2014	12'547'100.-	12'547'100.-	0.-	199'600.-

Fonte: amministrazione FFL

A questo proposito va notato che dal 2005 il festival è sempre riuscito a chiudere il proprio budget in equilibrio senza dover ricorrere ad alcun aiuto straordinario per colmare eventuali disavanzi. Si tratta di un risultato dovuto - come evidenziato nel rapporto del Controllo cantonale delle finanze - a un’attenta gestione finanziaria che impone grande prudenza in sede di preventivi e un rigoroso controllo della spesa. Tutto questo ha permesso in alcuni anni di creare una contenuta riserva finanziaria alla quale ricorrere in anni meno positivi. Come evidenziato dai rapporti del Controllo cantonale delle finanze, la creazione di questa riserva è fondamentale per evitare grossi rischi dovuti a fattori esterni, come la perdita di un grosso sponsor o l’incertezza dettata dai fattori meteorologici, e assicurare in questo modo una maggiore stabilità alla manifestazione. Va inoltre notato

come parte di queste riserve sia coperta con sostanza fissa e non unicamente da mezzi liquidi a disposizione.

Dal 2001 (anno di entrata in vigore della Convenzione tra il Cantone e il festival) al 2014 il FFL, oltre ai contributi annuali ricorrenti, ha beneficiato di importanti aiuti finanziari per una serie di investimenti, riassunti nella Tabella 3.

Tabella 3. Investimenti per il periodo 2002-2014

Anno	Progetto	Investimento	Sussidi cantonali	
			L-Tur	LIM
2002	Spazio Cinema	3'200'000	500'000	450'000
2005	Sedie, casse, cashier Piazza Grande	337'000	100'000	84'000
2007	cabina proiezione, nuove casse e sistema informatico controllo accessi	447'000	5'500	5'500
2008	modernizzazione strutture Piazza Grande e sale proiezione	887'877	210'200	-
2009	rinnovo Industry Lounge, sistemazione entrate Piazza Grande e adattamento Spazio Cinema	185'917	44'130	-
2010	adeguamento infrastrutture e materiale tecnico (telo schermo PG, illuminazione LA SALA ...)	354'807	84'135	-
2011	diverso materiale tecnico, impianto per Digital Library e div. Materiale strutture e deco	326'324	76'800	-
2012	sostituzione Processore Dolby, Mixer audio ecc, lettori Digibeta, collegam fibra ottica, ecc..	514'359	122'026	-
2013	Sostituzione microfoni, nuovo schermo PG e scanner mobili, ecc.. + varie strutture	219'637	54'900	-
2014	sostituzione media player e div. Mat. Tecnico, implementazione APP x mobile, struttura "posti riservati", 4000 nuove sedie PG ...	430'000	107'500	-

Fonte: amministrazione FFL

Per l'anno 2014 i dati sono solamente indicativi (l'iter per l'ottenimento dei sussidi per gli investimenti previsti è ancora corso).

Per quanto riguarda la crescita degli oneri, dobbiamo nuovamente sottolineare che essi dipendono da fattori oggettivi. Il FFL ha assunto una posizione di rilievo nel contesto internazionale e il successo della manifestazione ha richiesto investimenti per nuove infrastrutture, ampliamenti, aggiornamenti tecnologici e logistici, ottimizzazione e incremento dei canali di comunicazione e promozione (Marketing, Comunicazione), potenziamento dei mezzi a disposizione per la Direzione artistica. In questa sede è tuttavia da rilevare che la gestione della presidenza Solari ha saputo tenere sotto controllo l'aspetto finanziario grazie a un'attenta politica di gestione delle spese, la cui esigenza era stata peraltro evidenziata nel 2000 dall'allora 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 formulando nei suoi rapporti un giudizio positivo 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.

8. PROSPETTIVE E PROGETTI

Il panorama in cui si trova a operare il FFL diventa viepiù competitivo di anno in anno, a livello sia internazionale sia nazionale, con il Festival di Zurigo che guadagna mercato ogni anno. Fino ad oggi questa progressione non ha intaccato la posizione di Locarno, che ha saputo rispondere con un posizionamento artistico chiaro e con una crescita generale dell'importanza della manifestazione. Nei prossimi anni sarà fondamentale riuscire a sostenere una ulteriore crescita per continuare a incrementare la rilevanza internazionale e il primato nazionale, fattore fondamentale per attrarre sostanziosi finanziamenti privati.

La sfida che attende il festival nei prossimi anni è duplice. Da un lato si tratta di consolidare e rafforzare la propria posizione di evento chiave nel panorama svizzero, europeo e internazionale. D'altro lato andrà ulteriormente sviluppata l'identità di manifestazione volta a presentare e promuovere il cinema giovane e i nuovi linguaggi cinematografici, un posizionamento chiaro e dichiarato, che ha permesso finora al FFL di mantenere la propria rilevanza nel corso della sua lunga storia. Nei prossimi anni, tuttavia, per mantenerla e ampliarla dovrà percorrere nuove vie di crescita. Non potendo contare su un consistente bacino di utenti residenti (come accade ad esempio in festival urbani come Berlino o Zurigo) e operando su un territorio ad alta valenza turistica, le possibilità di crescita del festival non sono tanto da ricercare nell'aumento delle presenze, quanto nella loro sempre maggiore rilevanza qualitativa; ciò sarà possibile grazie a una proposta artistica e culturale viepiù mirata, diversificata e articolata.

La singolarità di Locarno, festival molto ben frequentato da critica e addetti ai lavori, venditori e compratori di film, distributori e programmatori, ma nel contempo luogo di partecipazione popolare, dovrà essere salvaguardata soprattutto grazie alla programmazione della Piazza Grande e del Concorso internazionale, capaci di mantenere un'alta attrattività sui variegati segmenti che compongono il pubblico della rassegna. D'altro canto si tratterà di mettere a frutto la presenza di infrastrutture in fase di realizzazione o ristrutturazione, facendo di Locarno un polo di interesse e di produzione di contenuti culturali attivo tutto l'anno, sia in modo autonomo sia in sinergia con i vari soggetti operanti sul territorio. Questo secondo ambito è cruciale nel quadro odierno che vede un progressivo scollarsi dei giovani dalla fruizione in sala (in controtendenza con la crescita generale dei festival in Svizzera).

I festival, con la loro programmazione di taglio evenemenziale e il percorso di accompagnamento della proposta espositiva con ospiti di rilievo, sembrano particolarmente indicati a diventare soggetti attivi nella ricostituzione di un pubblico cinematografico.

L'iniziativa *L'immagine e la parola* indica una strada da percorrere per espandere le attività e l'influenza del FFL oltre l'appuntamento di agosto. Il potenziale su questo punto è ancora alto e lo sarà ancora maggiormente una volta aperto il Palazzo del cinema grazie alle sinergie possibili con gli altri inquilini del futuro polo audiovisivo, nonché per le relazioni e i partenariati nazionali e internazionali che il festival è in grado di attivare. Sarà chiaramente cruciale per il FFL riuscire a finanziare queste attività creando nuove opportunità di partenariato con aziende private ed enti.

Settori strategici di sviluppo sono stati individuati nella componente Industry e in quella legata alla formazione. È in questi ambiti che il festival ha ancora buoni margini di progressione; ed è qui che si potrebbero generare importanti ricadute sul resto della manifestazione.

La linea della nuova Direzione artistica intende operare un adeguato bilanciamento tra la volontà di fare del Concorso internazionale il vero centro propulsivo del FFL e quella di rendere Piazza Grande il luogo di incontro tra il presente e il passato, tra il glamour e l'approfondimento, tra le novità della stagione cinematografica e le star che hanno fatto e

fanno la storia del cinema. In questo sistema l'importanza crescente data alla sezione *Histoire(s) du cinema* e alle appendici retrospettive riveste una duplice funzione: da un lato bilancia la programmazione eclettica dei film nuovi, dall'altro ottempera alla preservazione della memoria della settima arte, senza la quale qualunque sguardo in avanti perderebbe di significato.

In questo senso, uno degli obiettivi per i prossimi anni è da un alto quello di costruire una maggiore rete di osservatori e consulenti che possano fungere da antenne del FFL nel mondo e dall'altro di estendere il sistema di collaborazioni (con istituzioni, musei del cinema, riviste e siti online) in grado di rilanciare la proposta in senso temporale e geografico.

Grande attenzione sarà data agli ulteriori sviluppi della comunicazione indirizzata al pubblico. Rinnovata integralmente in questi anni, la comunicazione vuole proseguire il processo di continuo aggiornamento per mantenere le posizioni acquisite e conquistare nuovi pubblico, specie attraverso mezzi di comunicazione digitali (web, app, social media) con forme di linguaggio e contenuti adeguati.

Molto importante - visti anche i buoni risultati ottenuti in questi anni - sarà il lavoro di consolidamento e crescita del marchio Locarno nel resto della Svizzera, dove risiede la maggioranza del pubblico di riferimento. In questo senso si vogliono coinvolgere ancora maggiormente sponsor e partner per poter finanziare nuove campagne di marketing mirate, atte a rafforzare ulteriormente Locarno come evento imperdibile della vita culturale nazionale.

La prosecuzione del rafforzamento comunicativo di stampo "festivaliero", inteso come riunione di appassionati, artisti e professionisti, rappresenta uno degli obiettivi principali.

Il FFL dispone inoltre di un archivio fotografico molto ricco. Secondo festival più antico al mondo, Locarno ha la possibilità di fare della sua storia un elemento di approfondimento e un vero atout comunicativo. Il prestigio degli ospiti che hanno calcato il suolo locarnese e una proposta cinematografica che non è mai scesa a compromessi, rende l'archivio del festival una miniera di documenti storici cui attingere.

Nel corso degli ultimi due anni sono state selezionate in archivio circa 1'800 fotografie d'attualità, che vanno dalla prima edizione del 1946 a inizio anni 2000 (gli ultimi anni della fotografia analogica). La loro digitalizzazione e indicizzazione è attualmente in corso e questi materiali verranno resi accessibili nei prossimi mesi in una rinnovata sezione storica del sito internet del festival. Per professionisti del settore, studiosi, ma anche per tutte le persone che seguono il FFL, si tratterà di un'aggiunta molto utile che favorisce la (ri)scoperta della storia del festival e dei personaggi che l'hanno scritta. Sempre in relazione all'archivio, con l'introduzione del concetto di Pardo Live, tutto il materiale prodotto e pubblicato entra direttamente a far parte dell'archivio digitale.

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

Sebbene questa non dipenda direttamente dal festival, l'auspicio è di poter sviluppare la dimensione festiva che ruota attorno alla manifestazione, che in futuro dovrà poter proporre luoghi d'incontro e intrattenimento all'altezza delle aspettative di ospiti e festivalieri oltre che della sua reputazione internazionale di grande evento cinematografico estivo 'giovane'.

Dal punto di vista tecnico e organizzativo i prossimi anni saranno caratterizzati dalla messa in funzione del Palazzo del cinema e dal rinnovamento del Palazzetto FEVI. Queste migliorie strutturali gettano le basi per un assestamento della manifestazione dal profilo strutturale. Nel contempo, per gli altri luoghi di proiezione del festival realizzati in palestre e altre strutture, sarà fondamentale continuare ad aggiornarli tecnicamente dal

lato audio/video, che negli ultimi anni ha visto l'arrivo del cinema digitale e si prepara a ulteriori salti tecnologici (Dolby Atmos e proiettori di nuova generazione) che dovranno essere implementati per mantenere gli standard richiesti a un festival internazionale.

Altri progetti da implementare di cui il FFL sta analizzando i costi di realizzazione sono:

- una nuova entrata a Piazza Grande, che sia maggiormente funzionale ma anche rappresentativa;
- l'informatizzazione completa di tutte le casse e lo scansionamento elettronico dei biglietti in tutte le sale;
- la valorizzazione del processo di re-brand con lo sviluppo di nuove linee di merchandising da commercializzare;
- lo sviluppo dei servizi di accoglienza proposti a sponsor e partner (lounges, luoghi d'incontro);
- la distribuzione e gestione delle proiezioni centralizzate in un solo luogo;
- il 3D in una sala grande;
- il miglioramento del comfort delle sale provvisorie;
- lo sviluppo delle campagne nazionali nei grandi centri urbani svizzeri.

9. 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 e l'ampliamento delle attività oltre gli 11 giorni d'agosto 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 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. Agendo in questo modo, il FFL è riuscito in questi anni a trovare e mantenere un equilibrio finanziario che ha permesso di chiudere gli ultimi bilanci con un sostanziale pareggio. In questo senso va notata una grande attenzione al controllo della spesa che, nonostante i numerosi imprevisti a cui l'evento è esposto (perdita di uno sponsor importante o meteo particolarmente negativa), non ha mai portato a disavanzi per i quali il festival non goda di coperture finanziarie. Va altresì notato che questo equilibrio resta comunque fragile e legato al mantenimento e allo sviluppo dell'attuale struttura di finanziamento della manifestazione, nonché all'andamento delle diverse edizioni. Relativamente ai processi di gestione, la professionalizzazione ha portato a una chiara suddivisione dei compiti e delle responsabilità all'interno di uno snello team dirigenziale, in cui la presidenza continua però a mantenere un controllo diretto sulla parte operativa e finanziaria. Agendo in questo modo, con attenzione e oculatezza su ogni contratto e spesa, il festival ha raggiunto un alto grado di efficienza gestionale.

Sul fronte delle entrate (Grafico 1 e Grafico 2) 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 (fr. 3'146'453.- nel 2009 e fr. 3'768'718.- nel 2013), come anche il ricavato dell'autofinanziamento (fr. 2'509'038.- nel 2009 e fr. 2'917'008.- nel 2013). Sebbene percentualmente rispetto alla totalità del budget la crescita sia limitata, gli importi

hanno avuto un incremento considerevole. Si tratta di un elemento particolarmente significativo se si tiene conto dei prezzi concorrenziali dei biglietti e delle tessere della manifestazione (per esempio l'abbonamento studenti per gli undici giorni a fr. 110). Tuttavia, il budget minimo indispensabile per conservare la posizione di eccellenza acquisita dal FFL può essere raggiunto solo con un intervento robusto degli enti pubblici. Le sovvenzioni (Grafico 1 e Grafico 2), in particolare di Cantone e Confederazione, oltre a rappresentare una quota irrinunciabile per la vita del festival, contribuiscono a innescare un "effetto cascata" degli investimenti privati, anche perché gli investimenti pubblici fungono da garanzia della qualità della manifestazione. È infatti facile intuire che senza una forte partecipazione del Cantone e della Confederazione la dinamica delle sponsorizzazioni esterne sarebbe ben diversa. Inoltre, il fatto di poter contare sul supporto del Cantone e della Confederazione con contratti pluriennali permette alla manifestazione di avere la sicurezza di questi contributi su più anni (5 il Cantone 3 la Confederazione e maggiori sponsor) consentendo una pianificazione della spesa e degli investimenti fondamentale per affrontare il futuro senza rischi.

Grafico 1. Evoluzione della struttura di finanziamento

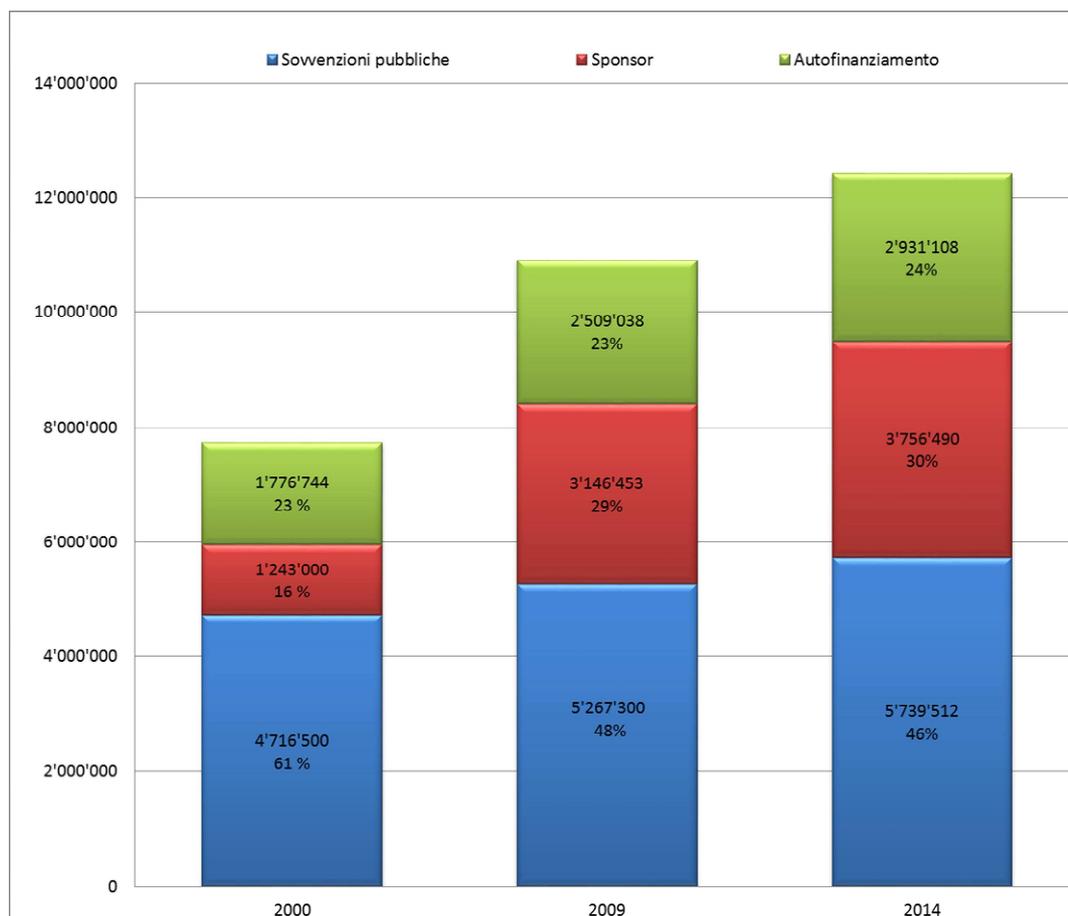
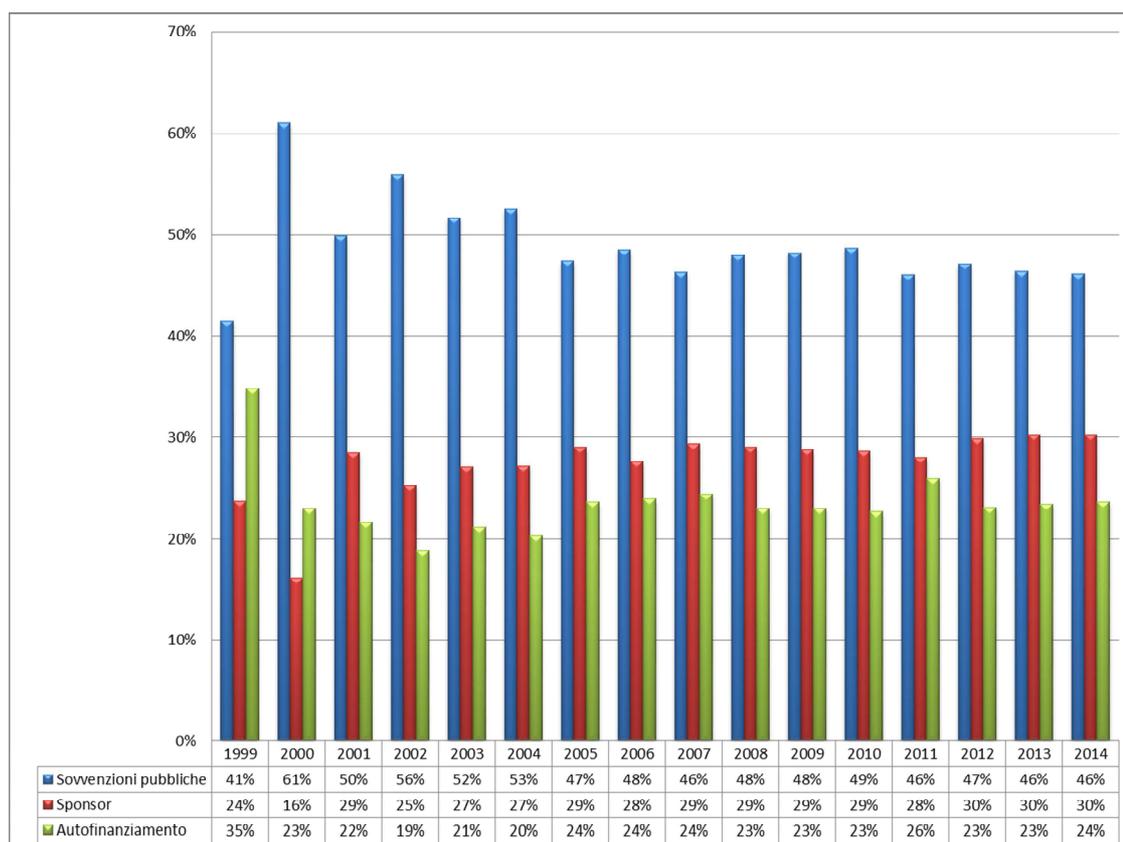


Grafico 2. Fonti di finanziamento in percentuale



Fonte: amministrazione FFL

Legenda grafico 1 e grafico 2: *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 controprestazioni. *Autofinanziamento*: vendita biglietti e abbonamenti, accrediti professionali e stampa, pubblicità, vendita pubblicazioni e merchandising, quote sociali, contributo Leopard Club (dal 2008), introiti da vendita di prestazioni di accoglienza e hospitality, e diversi.

10. CONTRIBUTO CANTONALE

Il contributo 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 degli 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 Solaris" 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 (2016-2020). L'importo globale di 14 milioni di franchi, come evidenziato nella tabella sottostante, è comprensivo dei fr. 25'000.- annui erogati per

L'immagine e la parola (Primavera Locarnese) e del contributo ricorrente di fr. 25'000.- assegnato annualmente per sottotitolare una ventina di film in lingua italiana.

Tabella 4. Contributi cantonali per il periodo 2016-2020

Anno	Importo totale	Fondo Swisslos (FSW)	Gestione corrente (CRB 650 DCSU)
2016	2'800'000.-	1'550'000.-	1'250'000.-
2017	2'800'000.-	1'550'000.-	1'250'000.-
2018	2'800'000.-	1'550'000.-	1'250'000.-
2019	2'800'000.-	1'550'000.-	1'250'000.-
2020	2'800'000.-	1'550'000.-	1'250'000.-

Le condizioni sono indicate nella Convenzione allegata, con la quale 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.

11. RELAZIONI CON IL PIANO FINANZIARIO E CONSEGUENZE FINANZIARIE

Questa proposta di rinnovo del finanziamento al FFL si ricollega a quanto indicato nelle Linee direttive 2012-2015 del gennaio 2014 (secondo aggiornamento), scheda n. 14 del DECS "Coordinamento e sviluppo culturale".

In questi ultimi quattro anni (2011-2014), ma anche nel 2015, nell'ambito delle misure di contenimento dei costi di gestione corrente, l'importo di 1,25 milioni di franchi a carico del Cantone è stato man mano corrisposto e compensato attraverso il Fondo Swisslos (FSW), come risulta dalla tabella seguente:

Tabella 5. Evoluzione dei versamenti a favore del festival negli anni 2011-2015

	2011	2012	2013	2014	P 2015
650 - DCSU	0.125	0.125	0.125	0.0	0.0
417 - FSW	2.625	2.625	2.625	2.750	2.750
Totale	2.750	2.750	2.750	2.750	2.750

L'impegno del Cantone attraverso i conti di gestione corrente e del FSW previsti nel Piano finanziario è così stabilito:

Tabella 6. Versamenti previsti a Piano finanziario

	PF 2016	PF 2017	PF 2018
650 - DCSU	1.250	1.250	1.250
417 - FSW	1.550	1.550	1.550
Totale parziale	2.800	2.800	2.800
Importo supplementare FSW	0.0	0.0	0.0
Totale	2.800	2.800	2.800

Appare quindi inevitabile, come d'altronde già fatto in questi ultimi anni, un intervento supplementare del FSW per controbilanciare la riduzione del contributo cantonale, aggiornando conseguentemente il Piano finanziario 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 FSW.

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 lo Stato e il FSW potrà variare di anno in anno a dipendenza delle strategie finanziarie adottate.

Il rinnovo del contributo cantonale al FFL è conseguente alla necessità, nonché opportunità, di valorizzare e consolidare le manifestazioni di rinomanza internazionale come strumento di promozione turistica, culturale e d'industria cinematografica.

Lo stanziamento del credito con l'allegato decreto legislativo richiede l'approvazione da parte della maggioranza assoluta dei membri del Gran Consiglio.

12. CONCLUSIONI

Il FFL è diventato la manifestazione culturale ricorrente più importante a livello cantonale e nazionale. Questo messaggio ne illustra l'evoluzione negli ultimi quattro anni e ne presenta le sfide per l'immediato futuro. Il Consiglio di Stato prende atto con grande soddisfazione di questa evoluzione ed apprezza in particolare lo sforzo del festival di mantenere una linea che privilegia i contenuti culturali rispetto ai contenuti di glamour. Questa risulta essere una scelta particolarmente coraggiosa in un periodo di criticità economica come l'attuale, dove il reperimento di finanziamenti privati per attività che hanno un limitato interesse commerciale è conseguentemente arduo.

L'obiettivo di privilegiare il contenuto artistico può talvolta portare a scelte non condivise da una parte della società ed a dibattiti anche accesi. In questo senso le polemiche mediatiche e persino gli atti parlamentari non sono venuti a mancare negli ultimi anni. Nelle sue risposte il Consiglio di Stato ha però sempre ribadito la necessità di preservare l'autonomia del festival e auspica che questo principio basilare venga riaffermato dal Gran Consiglio.

Indipendentemente dal suo indiscutibile indotto turistico ed economico, il FFL è, e deve rimanere, la nave ammiraglia delle attività culturali del nostro Cantone, come attestato dal suo formale riconoscimento nel quadro della Legge sul sostegno alla cultura.

Questo evento che per undici giorni catapultava il Ticino nel mondo e porta il mondo nel nostro Cantone è un formidabile biglietto da visita. Di conseguenza è un preciso compito dell'autorità politica generare le condizioni quadro che ne assicurino la continuità e

possibilmente la crescita. Il sostegno finanziario proposto con questo messaggio, che non si discosta dal precedente, pur essendo cresciuto l'impegno finanziario della rassegna, è un tassello importante di tali condizioni quadro.

Per i motivi fin qui 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, M. Bertoli

Il Cancelliere, G. Gianella

Disegno di

DECRETO LEGISLATIVO

concernente la concessione degli aiuti finanziari al Festival del film Locarno per il periodo 2016-2020

Il Gran Consiglio
della Repubblica e Cantone Ticino

visto il messaggio 21 gennaio 2015 n. 7036 del Consiglio di Stato,

d e c r e t a :

Articolo 1

¹Al Festival del film Locarno sono accordati, per il periodo 2016-2020, 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 Swisslos e dai sostenitori privati.

Articolo 2

¹Sono concessi i seguenti contributi massimi annuali:

- a) nel 2016 fr. 1'250'000.-;
- b) nel 2017 fr. 1'250'000.-;
- c) nel 2018 fr. 1'250'000.-;
- d) nel 2019 fr. 1'250'000.-;
- e) nel 2020 fr. 1'250'000.-.

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

³La spesa è 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 2016-2020 nei rispettivi preventivi.

Articolo 3

Il Consiglio di Stato è autorizzato a firmare la Convenzione con il Festival del film Locarno che regola le modalità di finanziamento alla manifestazione per il periodo 2016-2020.

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.