



*Regione Campania
Al Capo Ufficio Legislativo
del Presidente*

GIUNTA REGIONALE DELLA CAMPANIA
Ufficio di Diretta Collaborazione del Presidente
GABINETTO

Prot.2018 - 0004619 /UDCP/GAB/UL del 23/02/2018 U

Fascicolo:INTERROGAZIONI -

Al Direttore Generale Attività Legislativa
del Consiglio regionale della Campania

SEDE

Oggetto: interrogazione consiliare a risposta scritta di cui al R.G. n. 972.

Si trasmette, in allegato, il riscontro alla interrogazione consiliare di cui all'oggetto, a firma del Consigliere regionale Giampiero Zinzi (FI), pervenuto per il tramite della Direzione Generale per le Politiche culturali e il Turismo.

LG

Prof. Avv. Pier Luigi Petrillo



GIUNTA REGIONALE DELLA CAMPANIA
Uffici di Diretta Collaborazione del Presidente
GABINETTO

Prot.2018 - 0002658 /UDCP/GAB/GAB del 02/02/2018 E

Fascicolo:INTERROGAZIONI -

Giunta Regionale della Campania
Direzione Generale per le politiche culturali e il
Turismo
IL DIRETTORE GENERALE

REGIONE CAMPANIA

Prot. 2018. 0073021 01/02/2018 11,37

Mitt. : 5812 Direzione Generale per le poli...

Ass. : Ufficio Legislativo

Classifica : 12.1. Fascicolo : 1 del 2018



Al Capo dell'Ufficio Legislativo del
Presidente della Regione

e.p.c.:

Al Direttore dell'Ufficio Speciale Controllo
e vigilanza su Società ed Enti partecipati

Al Dirigente dell' UDCP – Ufficio V

Ai Dirigenti delle UU.OO.DD. 02 e 03 DG 12

**OGGETTO: Interrogazione a risposta scritta a firma del Consigliere regionale Giampiero Zinzi (FD) RG 972
concernente : “ Eventi organizzati dalla Campania Film Commission all'interno della Reggia di Caserta”.**

Si fa riferimento alla nota n.0001976/UDCP/GAB/UL del 25.01.2018, di pari oggetto, di codesto Ufficio Legislativo, con la quale si chiedono a questa Direzione Generale notizie in merito a quanto segnalato dal Consigliere regionale Giampiero Zinzi nella sua interrogazione di cui al RG n. 972.

Fatte salve eventuali integrazioni dell'Ufficio Speciale controllo e vigilanza su Società ed Enti partecipati, si trasmette in allegato la nota del 19.01.2018, prot. n. 53/2018, firmata digitalmente, del Presidente della Film Commission Regione Campania, che, facendo seguito alla nota di questa Direzione Generale dell'11.01.2018, prot. n. 22685, invia una relazione sui fatti oggetto dell'interrogazione consiliare.

Si resta a disposizione per qualsiasi ulteriore collaborazione.

Il Dirigente dello Staff 03
Dr. Raffaele Balsamo

Il Direttore Generale
Dot.ssa Rosanna Romano

COMUNICAZIONE A MEZZO P.E.C.

Napoli, 19.01.2018

Prot. n. 53/2018

Gentile Dott.ssa
Rosanna Romano
Direttore Generale
Direzione Generale
per le Politiche Culturali
ed il Turismo

dg.12@pec.regione.campania.it
dg.501200@pec.regione.campania.it

Oggetto: riscontro Vs. nota prot. n. PG/2018/22685 dell'11/01/2018

Con la presente, sentito il Direttore Maurizio Gemma, Le trasmetto la relazione relativa alle motivazioni della collaborazione prestata dalla FCRC ed al ruolo da questa realmente svolto in relazione all'evento tenutosi il 5 gennaio u.s. presso la Reggia di Caserta.

Rimanendo a disposizione per qualsiasi ulteriore chiarimento si rendesse necessario, Le invio i miei più cordiali saluti.

Il Presidente
Valerio Caprara

Oggetto: Nota Vs. prot. nr. PG/2018/22685 - Richiesta relazione urgente

Con riferimento alla richiesta citata in oggetto, si trasmette di seguito la relazione dettagliata delle attività svolte dalla Film Commission Regione Campania in relazione all'evento tenutosi presso la Reggia di Caserta il 5 gennaio scorso.

Premessa

Occorre in premessa precisare che il raggiungimento degli scopi enunciati all'articolo 3 dello Statuto della Fondazione Film Commission Regione Campania è strettamente collegato ad un aggiornamento costante di competenze e relazioni professionali articolate e capillari in cui, da almeno 10 anni, l'opera cinematografica in senso stretto appare perdere sempre di più il proprio primato nella definizione di quello che oggi viene genericamente chiamato "settore audiovisivo". Il ruolo tecnico che le film commission svolgono per conto dei governi regionali, che riconoscono loro una competenza specifica, non può non tenere conto di queste evoluzioni, pena il rischio di obsolescenza degli strumenti interpretativi ed operativi per l'adempimento dei loro compiti.

In tutto il mondo ed anche in Italia, il ruolo delle film commission si è evoluto e le loro attività si sono diversificate di pari passo alle evoluzioni appena accennate. Per fare un esempio, già da tempo, l'Associazione delle Film Commission Italiane ha siglato un accordo con AESVI, l'Associazione Editori e Sviluppatori di Videogiochi Italiani, finalizzato alla promozione del patrimonio paesaggistico e monumentale italiano attraverso il videogioco, che non più di pochi anni fa non veniva neanche intercettato come area di interesse delle politiche di promozione della cultura cinematografica e tantomeno della promozione territoriale e che invece oggi viene riconosciuto finanche dalla legge cinema nazionale come uno degli ambiti di intervento del provvedimento legislativo.

La crossmedialità o transmedialità non sono solo parole di moda, ma rappresentano reali e concrete dinamiche del mercato audiovisivo contemporaneo. Linee produttive e segmenti di mercato che in passato erano tenuti separati in una classificazione all'insegna del "primato cinematografico", sono oggi, nel panorama contemporaneo di creativi ed addetti del settore sempre più interconnessi e fluidi, così come lo sono le modalità di produzione, realizzazione e fruizione dei prodotti. Per tali motivi, non è la prima volta che la Film Commission Regione Campania collabora ad eventi di lancio o iniziative di marketing in ambiti diversi - dall'enogastronomia al settore automobilistico, dallo sport alla comunicazione corporate di grandi aziende - ogni qual volta tali collaborazioni promettono di favorire il posizionamento delle location regionali e siano ritenute utili ed efficaci alla costruzione e al rafforzamento del *brand Campania*, generando anche un ritorno di immagine e di investimento economico. In questo senso, è significativo il caso della nostra recente collaborazione con Lucia Pica, la Direttrice Creativa di Chanel Beauty, per la realizzazione del mood board fotografico per la collezione make up *Le Rouge*, ispirata ai colori e alle atmosfere della Campania, a seguito della quale la prestigiosa casa di moda francese ha scelto Napoli per la presentazione alla stampa internazionale di una nuova collezione make up.

Oltre a vantare una lunga tradizione di transmedialità, la comunicazione pubblicitaria è sempre stata all'avanguardia nella codificazione dei linguaggi visivi. Concetti come il "mood board" (*palette* di colori e atmosfere) e il "look board" (architetture, volumi, decori), che sono diventati ormai d'obbligo anche nello sviluppo di progetti cinematografici, per esempio, nascono nell'ambito della creazione e comunicazione di messaggi pubblicitari. Il settore della moda e dei grandi marchi del lusso, nell'ambito della comunicazione pubblicitaria, è stato pioniere nella valorizzazione dei siti monumentali, centri storici e degli scorci

paesaggistici più spettacolari come luoghi di ambientazione, di sfilate, spot e servizi fotografici, per rappresentare con immagini di forte impatto visivo il valore aggiunto del brand.

Per questo motivo, quando la Film Commission è stata contattata dalla società Urban Production in relazione all'organizzazione di un evento, non abbiamo esitato a renderci disponibili, poiché la Urban è una società leader, al servizio come agenzia creativa di grandi brand internazionali, molti dei quali rappresentano le eccellenze del Made in Italy nel mondo. Il fondatore di questa società, Sergio Salerni, ha un importante background nella realizzazione di spot pubblicitari in diversi settori e si è affermato per la visionarietà dello stile e delle soluzioni creative. A questo proposito, va precisato che le agenzie come la Urban curano per i loro clienti non solo sfilate ed eventi di marketing, ma anche l'ideazione creativa di spot pubblicitari, dal concept allo story board, dalla scelta dei registi e degli autori di scenografia e fotografia, alla scelta delle ambientazioni, affidando poi l'organizzazione delle riprese a società del settore audiovisivo. Questa contiguità delle agenzie creative di moda con il mondo dell'audiovisivo è testimoniata dallo stesso curriculum del fondatore della Urban, il quale ha mosso i primi passi nel 1985 con la casa di produzione video Videogang che rimane un braccio operativo della Urban per quanto attiene la realizzazione di riprese video di spot ed eventi. Nel corso della sua carriera, Salerni ha diretto sfilate per Versace, Valentino e Gianfranco Ferré, i suoi video di reportage hanno fatto il giro del mondo e la sua società è il partner italiano del canale worldwide Fashion TV. D'altro canto, la Film Commission aveva già collaborato ad iniziative che vedevano coinvolto Salerni e le sue società, in particolare per le riprese di un documentario musicale realizzato in occasione del concerto di Vasco Rossi a Napoli e per le riprese dello spot diretto da Matteo Garrone per la casa di moda Dolce e Gabbana di cui la Urban è agenzia creativa.

Pertanto, nell'ottica della strategia di accounting e consolidamento di relazioni professionali di alto profilo con i principali players del settore audiovisivo e della comunicazione che la Film Commission è tenuta a curare per il raggiungimento dei propri obiettivi, ci è parso utile garantire la nostra collaborazione ad un'iniziativa che avrebbe interessato uno dei monumenti più importanti del nostro patrimonio regionale. In considerazione di un annuncio parterre internazionale di ospiti di grande prestigio ed esponenti del mondo della moda, dello spettacolo e dello sport, ci sembrava, inoltre, che l'iniziativa potesse profilarsi come un "familiarization tour", attività tipica del settore turistico, spesso intrapresa anche dalle film commission per la proposta di location, che è un efficace strumento di promozione territoriale.

Non da ultimo, in considerazione della fluidità ed interconnessione dei vari segmenti del settore anche dal punto di vista della trasversalità e delle competenze degli addetti, ci sembrava utile svolgere il nostro ruolo di promozione e sostegno del comparto professionale regionale, fra i quali sono stati scelti numerosi addetti ai vari servizi di organizzazione generale, allestimento degli spazi, logistica, trasporto e vigilanza.

Ricostruzione dei fatti

1. Nei primi giorni di dicembre la società Urban Production ci ha rivolto per il tramite di due organizzatori locali, Sara Nocera e Bruno Morra, conosciuti ed apprezzati location manager del settore audiovisivo di esperienza più che decennale, una richiesta di collaborazione per le attività logistiche inerenti un "evento e Cena di Gala" collegato al mondo della moda, da tenersi fra Napoli e Caserta nel periodo fra il 4 e il 6 gennaio (si veda documento allegato). Sebbene gli eventi di moda non siano al centro del nostro core business, abbiamo ritenuto che, dato il prestigio della società che, come illustrato in premessa, ben conosciamo come promotrice di eventi di rilievo internazionale, fosse utile collaborare in ragione degli aspetti promozionali e delle importanti ricadute che l'evento avrebbe senz'altro generato. Va precisato in tal senso che eravamo rassicurati sulla natura e la qualità dell'evento in questione dal fatto che fossero già in corso di espletamento le pratiche per la concessione di spazi all'interno della Reggia di Caserta, sito di proprietà statale afferente al Ministero per i Beni e le Attività Culturali e il Turismo.

Conoscendo la nostra affidabilità ed efficienza, la società Urban chiedeva unicamente il nostro supporto per le questioni inerenti la complessa logistica dei trasferimenti di partecipanti, con il fine di rendere quanto più fluide e meno invasive possibile le attività che coinvolgevano centinaia di persone fra addetti e partecipanti, ed anche al fine di individuare le soluzioni più idonee a garantire la sicurezza in un clima che suscitava non poche preoccupazioni per gli organizzatori, sia in ordine alla frequenza di atti terroristici su scala internazionale, che in ordine ai recenti fatti di cronaca locale. Difatti ci è stato più volte sottolineato nelle diverse comunicazioni ricevute che sarebbero intervenuti all'evento numerosi e prestigiosi esponenti del mondo della moda, dello spettacolo, dell'imprenditoria e dello sport dall'Italia, dal Brasile, dalla Russia e dalla Germania e che risultava pertanto necessario per la buona riuscita dell'evento richiedere la collaborazione delle amministrazioni locali.

2. Per quanto sopra esposto, la nostra collaborazione si è limitata a richieste rivolte alle amministrazioni comunali di Caserta e di Napoli in ordine alla viabilità e all'accesso di minivan adibiti al trasporto di partecipanti all'evento, nei luoghi di prossimità più consoni. La società Urban ci ha anche chiesto di notificare all'amministrazioni che in occasione dell'evento sarebbero state realizzate riprese video anche in spazi esterni con utilizzo di un drone, gestito da un operatore specializzato, in possesso di regolare licenza ed in ottemperanza al vigente regolamento ENAC in materia di riprese aeree a pilotaggio remoto. Tuttavia, è opportuno sottolineare che la Film Commission non si è occupata dell'organizzazione dell'evento in quanto tale ed è stata la stessa Urban Production a curare in proprio tutti i rapporti con la Reggia di Caserta ed altri siti interessati dalle attività, rapporti in cui la Film Commission Regione Campania non è in alcun modo intervenuta.

3. Solo pochi giorni prima di Natale, dopo aver rivolto la nostra richiesta di collaborazione all'Amministrazione comunale di Caserta, la società Urban ci ha comunicato che questo evento era collegato alle nozze della signora Ammaturo, AD della società Frankie Morello, rassicurandoci tuttavia sulla natura dell'iniziativa come un vero e proprio evento di marketing rivolto non ai familiari ed amici degli sposi, ma ad esponenti di una rete internazionale di relazioni dell'azienda. A tal proposito, la società Urban ci aveva ribadito che la festa nozziale privata per i familiari ed amici degli sposi era prevista non alla Reggia, bensì in un circolo privato di Napoli il giorno dopo le nozze.

4. In relazione alle richieste inoltrate all'amministrazione comunale di Caserta per conto della Urban Production va specificato che, in un primo momento, la Urban aveva richiesto alla Direzione della Reggia di Caserta di poter parcheggiare i minivan nel Parcheggio della Flora interno al complesso monumentale e al quale si accede da corso Trieste. Pertanto la Film Commission si era limitata a richiedere il transito nella ZTL di via Gasparri e l'accesso in piazza Carlo III – all'altezza dell'ingresso principale della Reggia – per mere operazioni di accompagnamento dei partecipanti e pick up successivo all'evento e per il tempo strettamente necessario a queste operazioni di pochi minuti. Tuttavia, il 28 dicembre, tramite contatti telefonici, la stessa amministrazione comunale di Caserta, ci aveva comunicato che le vie di accesso al Parcheggio della Flora da via Gasparri / corso Trieste sarebbero state interdette al traffico, per il concomitante svolgimento di una manifestazione e pertanto non sarebbe stato possibile utilizzare questo parcheggio per la sosta prolungata dei veicoli. A seguito di tale comunicazione, in accordo con la Polizia Municipale di Caserta, è stato predisposto un sopralluogo, durante il quale la stessa Polizia Municipale, ha indicato come migliore soluzione la sosta in viale Douhet – nel tratto compreso fra piazza Carlo III e viale Ellittico – all'interno di un perimetro parzialmente recintato da fioriere. L'amministrazione comunale ha autorizzato la sosta in tale area e la rimozione di una fioriera per consentire l'accesso da quest'area di sosta verso piazza Carlo III, per le mere operazioni di "scarrozzamento".

5. Le foto diffuse dai social e dai quotidiani dei veicoli in sosta in piazza Carlo III, sono state scattate nella notte fra il 5 e il 6 gennaio, al termine dell'evento, durante le operazioni di pick up. Queste immagini, riferite alla sosta della durata di pochi minuti necessaria a tali operazioni, sono state erroneamente interpretate e presentate come immagini di sosta selvaggia e prolungata. A questo proposito si ribadisce che i veicoli ripresi negli scatti hanno sostato per la durata dell'evento non in piazza Carlo III, bensì in viale Douhet, nell'area indicata dalla Polizia Municipale di Caserta, come già illustrato al punto 4, e solo al termine dell'evento si sono recati in piazza Carlo III per le operazioni di pick up, sostando per i pochi minuti necessari.

6. Convocati dalla Polizia Municipale di Caserta, insieme agli organizzatori locali Sara Nocera e Bruno Morra, per chiarire quanto mostrato nei suddetti scatti fotografici già circolati sui social, nella data di lunedì 8 gennaio abbiamo fornito tutti gli elementi utili alla valutazione di eventuali infrazioni e tuttavia, al termine della riunione, la Polizia Municipale ci ha riferito di non ravvisare elementi di infrazione rispetto a quanto autorizzato dall'Amministrazione.

Conclusioni

In riferimento all'episodio oggetto della presente relazione riteniamo che esso debba essere comunque contestualizzato nel quadro più ampio ed articolato delle funzioni e delle attività della Film Commission Regione Campania. In ragione di quanto premesso e della ricostruzione dei fatti fornita, riteniamo che il lavoro svolto per conto della Urban Production abbia in ogni caso avuto il merito di consentire lo svolgimento di un evento di richiamo internazionale in un clima di serenità e sicurezza che solo fino a dieci anni fa non era scontato. A questo proposito, si può ragionevolmente affermare che la Film Commission abbia contribuito in maniera significativa alla costruzione di questo clima di accoglienza e sicurezza, con un lavoro attento, meticoloso e sempre rispettoso delle normative, anche in tempi in cui la scarsità di risorse e dotazioni ha richiesto uno sforzo particolarmente impegnativo per sostenere la competizione con altre film commission regionali ben più attrezzate, assicurando alla Campania un servizio all'altezza del posto che occupa fra le prime regioni italiane per importanza del suo patrimonio culturale e paesaggistico e per la lunga tradizione cinematografica. Difatti, a fronte della spettacolarità di location uniche al mondo e del patrimonio di talenti artistici e competenze professionali del nostro comparto, le contraddizioni del nostro territorio e la riluttanza della burocrazia locale a misurarsi con eventi prodotti dalle caratteristiche complesse per esigenze estetiche ed organizzazione logistica, esercitavano un'azione frenante e disincentivante nei confronti delle produzioni. Pertanto, uno delle primissime incombenze della Film Commission Regione Campania è stata la costruzione di una fitta ed ampia rete di collaborazione con le amministrazioni locali, primi fra tutti i comuni della Campania, ma anche le soprintendenze, le autorità militari e religiose, gli enti gestori di infrastrutture, le aziende di trasporto e molti altri ancora. Il fine ultimo di questa intensa e capillare attività è stato e continua ad essere rendere accessibili ed accoglienti luoghi di interesse paesaggistico, scenari urbani, siti monumentali ed istituzionali, che vivono la loro esistenza e quotidianità con ritmi e regole che possono sembrare incompatibili con le istanze creative e produttive dell'audiovisivo. In tal senso, il ruolo della Film Commission è rendere possibile l'incontro fra mondi apparentemente incompatibili: il caos di una grande città con la precisione richiesta da un set, l'inerente fragilità di ambienti preziosi o angusti con l'invasività di attrezzature e macchine organizzative ingombranti, la quotidianità di quartieri popolari con la presenza di celebrità. In tredici anni di attività con l'assistenza prestata ad oltre 700 progetti, possiamo confermare l'efficacia della rete di collaborazione costruita, oltre che la stima e considerazione di cui la Film Commission gode presso il comparto di operatori di livello nazionale ed internazionale.

Per alcuni anni, in assenza di altre risorse o di incentivi da destinare alle produzioni, la qualità dei servizi di accoglienza e la funzione di cerniera fra le produzioni e il territorio è stata per la Film Commission Regione Campania l'unico strumento disponibile per svolgere i compiti previsti dallo Statuto. I risultati che l'impegno della Film Commission è riuscito a garantire sono riscontrabili nel considerevole incremento delle produzioni, molte delle quali per standard qualitativo e appeal mediatico hanno riportato la Campania al centro dell'attenzione dei media e ai primissimi posti fra le regioni italiane dove si concentra la maggior parte di attività inerenti il settore audiovisivo, come dimostrato anche all'ultima Mostra del Cinema di Venezia da una massiccia presenza di film realizzati in Campania.

Dal 2015 si è aperta una nuova stagione che ha riportato il cinema e l'audiovisivo in Campania al centro delle politiche regionali ed ha ridato alla Film Commission Regione Campania, un ruolo all'altezza delle grandi film commission italiane ed europee. Attualmente la Film Commission è impegnata in una serie di attività molto articolate, che le sono state affidate dalla Regione con il Piano Cinema 2017, in attuazione delle Legge Regionale 30/16, (Aggiornamento Professionale, Mediateca e Promozione dei Nuovi Linguaggi). La Film Commission è inoltre soggetto attuatore del progetto "Nuove Strategie per il Cinema in Campania", finanziato nell'ambito del POC 2014-2020, che prevede 5 azioni strategiche: *Made in Campania* e *Made of Campania* per l'attrazione di investimenti e l'accrescimento dell'attrattività della Campania per le produzioni audiovisive, *Empowering Talent* per l'accrescimento della competitività dei professionisti e delle imprese del comparto campano tramite sostegni alla partecipazione a mercati ed iniziative di networking; *Advancing Skills* per l'aggiornamento e avanzamento professionale di giovani campani, tramite sostegni per la partecipazione a corsi di aggiornamento professionale anche all'estero e *Enhancing Creativity* a sostegno di giovani autori campani per lo sviluppo di sceneggiature originali.