

Due immagini da «Vinylmania»
con DJ Kentaro

www.ecostampa.it

■ GIORNATE EUROPEE DELL'AUDIOVISIVO ■

È la folla che ci finanzia

di Andrea Rocco

Giovedì 10 novembre 2011, ore 16 italiane. Mancano solo 3 ore alla scadenza del termine per finanziare il progetto di documentario *Vinylmania*. Se non si raggiunge la somma/obiettivo di 33 mila dollari donati, le ferree regole del sito di «crowdfunding» Kickstarter.com prevedono che anche i 27 mila già raccolti attraverso il sito vadano perduti e restituiti ai donatori. Benvenuti nel mondo del «crowdfunding», letteralmente «il finanziamento da parte della folla» al quale sempre più la comunità creativa, e non solo in ambito audiovisivo, si rivolge per lanciare e realizzare i propri progetti. «Crowdfunding» è qualcosa di più e di diverso da quello che sembra a prima vista, ovvero una versione tecnologica e moderna della tradizionale colletta. È in realtà un uso conseguente e intelligente delle potenzialità del Web 2.0 in ambiti, come quello della produzione cinematografica e audiovisiva, nei quali la crescente difficoltà di trovare finanziamenti ha portato a esplorare le potenzialità della rete. Ancora poco praticato in Italia (ma con ec-

cellenti eccezioni e buone prospettive nel futuro non lontano) il «crowdfunding» sarà il tema centrale di una delle Giornate Europee dell'Audiovisivo, che si è svolta a Villa Bombrini a Genova-Cornigliano, venerdì 25 novembre con la partecipazione di alcuni dei principali attori europei (e non) del settore e con la collaborazione di Genova-Liguria Film Commission e di Società per Cornigliano.

Le piattaforme di «crowdfunding» si sono sviluppate negli ultimi anni a partire dagli Stati Uniti dove ha fatto scuola il caso di kickstarter.com (che lavora in collaborazione con Amazon). Come funziona il meccanismo? Il produttore o il filmmaker che vuole finanziare, totalmente o parzialmente, il suo progetto lo propone al servizio Web (kickstarter o altri) con una descrizione dello stesso e una lista di livelli di sostegno proposti e di «ricompense». Ad esempio, con 2 euro si riceve un ringraziamento sul sito del film, con 50 un'edizione speciale del Dvd autografata dal regista, con 500 un invito all'anteprima e al party privato con gli attori, con 1000 la qualifica di co-produttore. Ci sono anche ricompense più bizzarre come la possibilità di avere un piccolo ruolo come attore nel film con una donazione di

3000 dollari, proposta dai produttori del film *Lust for Love*. La piattaforma di «crowdsourcing» promuove il film e si occupa di incassare i contributi (dietro un compenso percentuale abbastanza ragionevole). Il progetto ha un periodo di tempo limitato per raccogliere i fondi, di solito 40-60 giorni. Se a fine periodo la somma/obiettivo viene raggiunta o superata, il produttore riceve i quattrini, in caso contrario gli stessi vengono restituiti ai donatori (la regola del «tutto o niente» è la più diffusa, ma non è applicata da tutte le piattaforme). I finanziamenti che si possono ottenere vanno da poche centinaia di euro a qualche centinaio di migliaia. «Ci siamo rivolti al crowdfunding – dice Eddy Fracchia, di Ste-Film, co-produttore del progetto *Vinylmania* e uno degli esperti intervenuti alla giornata di Genova – perché il nostro progetto già in fase di preparazione e di produzione ci sembrava avesse intercettato l'interesse della comunità degli amanti dei dischi in vinile, molto appassionata e diffusa in tutto il mondo. Poi il nostro co-produttore americano ci ha spinto a provare con kickstarter.com e ci siamo buttati in questa avventura».

Vinylmania è stato proposto per un finanziamento diffuso in

fase di distribuzione, per coprire le spese connesse con la distribuzione internazionale, i diritti musicali e l'authoring. Altri progetti, ed è quasi la norma, vengono proposti prima dell'inizio delle riprese o comunque a produzione non ultimata. E la scelta delle piattaforme di «crowdfunding» con cui collaborare si sta ampliando aldilà di kickstarter (che peraltro richiede la presenza di un soggetto produttivo/amministrativo statunitense per poter accettare un progetto). Così in Francia sono nati Ulule e Tuscoprod («tutti co-produttori»), che a Genova ha presentato la versione italiana della sua piattaforma.

In Catalogna c'è un interessante caso di piattaforma quasi artigianale e familiare che si chiama Verkami. È nata nella cittadina di Mataro per iniziativa di un padre e due figli, Joan, Adrià e Jonàs Sala, un biologo, uno storico dell'arte e un fisico. Come dicono nel loro sito, «uniti dalla passione per la creatività, l'arte e la ricerca. Poter realizzare piccole manifestazioni di quello che più amiamo è quello che ci (com)muove». Jonas Sala è arrivato a Genova con uno dei nuovi partner in un progetto di «crowdfunding», Pierr Nosari, regista e co-produttore (con Giusi San-

toro di *PopCult*) di un film documentario italiano sul mondo del «Subbuteo».

C'era anche Tania Innamorati, co-fondatrice di *Cineama*, una delle prime esperienze italiane, che ha già aperto anche un interessante canale di collaborazione con la Apulia Film Commission.

Presente solo via skype, perchè un po' fuori zona, anche Enzo Tedeschi, che rappresenta un progetto diventato ormai quasi leggenda sul Web: *The Tunnel*, il film realizzato attraverso il cosiddetto *135 K Project*. In questo caso, nessuna intermediazione di piattaforme esterne, ma la vendita, attraverso la rete di tutti i 135 mila fotogram-

mi che compongono i 90 minuti del film a 1 dollaro l'uno. L'idea era quella di poter fare un film senza l'ingombrante presenza di un grande studio di produzione con le sue necessità e suoi condizionamenti dovuti alle preoccupazioni di botteghino e con la possibilità di far vedere anche gratuitamente il film. Il progetto è stato lanciato con queste parole: «Se vi piace il progetto di *The Tunnel* o l'idea che sta dietro il *135 K Project*, comprate uno o due fotogrammi, scrivetele nel vostro blog o nei vostri tweet». Una volta completata con successo la vendita dei 135 mila fotogrammi, i produttori hanno regalato ai sostenitori un ulteriore «bo-

nus». È stato estratto tra tutti i sottoscrittori un fotogramma, il cui possessore riceverà l'1% degli incassi del film. Missione compiuta e realizzazione di un film che ha avuto una ottima accoglienza da parte della critica, ha vinto festival importanti ed è stato selezionato per il Telluride Film Festival.

Non tutti i progetti hanno uguali possibilità di successo con il «crowdfunding» o in generale con un finanziamento «dal basso». «Penso che i progetti più promettenti – dice Fracchia – siano quelli che hanno un tema che fa riferimento a una comunità di interessi. Ma anche in questi casi il successo dell'operazione dipende dal lavoro

di contatti, di networking e di promozione che il produttore realizza in rete e fuori». Le soddisfazioni non solo economiche. «La lezione che ho imparato – conclude il produttore – è che la rete, al contrario di quanto si crede, è calda, anche nel senso umano e relazionale. Con il nostro progetto abbiamo avuto riscontri e ritorni relazionali inaspettati e questo per il nostro film, ma anche personalmente, è stato un valore aggiunto enorme». Un valore quasi superiore alle migliaia di dollari che nelle ultime, frenetiche ore sono arrivati a kickstarter.com per finanziare *Vinylmania*. All'ultimo giro di lancette dell'orologio la somma totale raccolta ha superato i 37 mila euro.

Benvenuti nel mondo del «crowdfunding», una forma di finanziamento tramite il web al quale sempre più la comunità creativa si rivolge per realizzare i propri progetti

