

Lucania Film Festival per Kublai



Lucania

Film

Festival

Associazione Culturale Allelammie
Via Mazzini, 28 - 75015 Pisticci Lucania
tel./fax 0835581135
www.lucaniafilmfestival.it
info@lucaniafilmfestival.it



1. Breve descrizione

Il Lucania Film Festival è il primo festival internazionale di Cinema nato in Basilicata. Nei suoi 10 anni di storia il LFF è cresciuto enormemente, meritandosi un'importante collocazione artistica e sociale nello scenario internazionale dei festival di Cortometraggio. Festival «delle persone e dei luoghi», il LFF riesce a creare un'atmosfera familiare tra il pubblico e gli addetti ai lavori che da tutto il mondo giungono nelle sale cinematografiche a cielo aperto di Pisticci, sede in cui opera Allelammie, l'associazione che lo organizza ogni anno in Agosto. Si propone come occasione di sviluppo socio-economico per la comunità locale.

2. Il cuore dell'idea

• Elemento caratterizzante

Il LFF, che si contraddistingue per l'importanza dei numeri" e per l'ottima qualità delle migliaia di opere cinematografiche di provenienza internazionale, **è un progetto di promozione, diffusione, formazione cinematografica**, che intende promuovere la conoscenza e la fruizione nel settore dell'audiovisivo. Attraverso di esso, intende innescare, in una prospettiva di lungo periodo, tutte le sinergie possibili presenti nella comunità contribuendo **a creare opportunità socio-economiche** sul territorio e nello stesso tempo promuoverlo.

Il LFF partecipa ad importanti network e vanta partenariati nazionali ed internazionali: rappresenta i Festival lucani nel Cinenet/network italiano dei Festival dei Cinema, sostenuto dall'agenzia di comunicazioni McCann Erickson), NISIMASA – Francia, ANIEST – Romania, BALBEGUM - Usa (Il Festival di Spike Lee). Ha collaborazioni durature con strutture territoriali, tra cui alcuni parchi naturali lucani (Parco della Murgia Materana, Parco di Gallipoli Cognato); Agenzie formative Provinciali (Ageforma, progetto Cittadinanza Solidale), Europe Direct di Potenza (è probabile che Allelammie diventi in futuro l'Antenna Europea per la Provincia di Matera). Infine, citiamo l'ottenimento dell'accreditamento presso il Servizio Civile Nazionale, per cui Allelammie ha candidato proprio il progetto LFF, richiedendo sei volontari specializzati nel settore dell'audiovisivo, del marketing territoriale e della comunicazione.

• Idee centrali collegate

Il Cinema come leva economica mediante l'utilizzazione dell'ingente patrimonio immobiliare in disuso del centro storico di Pisticci e la valorizzazione delle sue risorse naturalistiche (i calanchi e soprattutto l'argilla - con le sue innumerevoli applicazioni: ad es., materiale per i soggetti e le location dell'animazione cinematografica). Si tratta di implementare una pratica già in corso, ma sotto utilizzata rispetto alle potenzialità: ad es.: molti ospiti del Festival alloggiano proprio nelle *Lammie*; alcuni lavori nelle scuole hanno visto l'utilizzo dell'argilla per le animazioni cinematografiche.

In primis, pensiamo al recupero delle numerose unità abitative disabitate o in disuso (ne abbiamo censite alcune centinaia), presenti in particolare nel centro storico di Pisticci, al fine di una loro destinazione del tutto originale.



Art zone

Un'idea che gira nelle nostre teste da molto tempo è una sorta di **art zone**. Ogni anno, in vista del LFF, Allelammie acquista (da privati) o ottiene dal Comune (invece del "semplice" contributo economico) una *Lammia* nel centro storico, invita un grosso nome del mondo dell'arte a cui assegnare la direzione artistica del Festival. Al posto "del solito" cachet, Allelammie regala all'artista una casetta (la *lammia* appunto, valore attuale dai 10 ai 20 mila euro, esempio famoso in (bio)architettura per le sue caratteristiche e funzioni bioclimatiche) che, male che vada, in presenza di un totale (successivo) disinteresse dell'artista, viene rivenduta (con valore aggiunto impresso dalla sua, seppur fugace, presenza). Nella ipotesi migliore, viene utilizzata dall'artista durante l'anno per passarvi periodi più o meno lunghi di relax, ispirazione, e, perché no, partecipazione alla vita artistica della comunità. E così ogni anno. Col passar del tempo il centro storico di Pisticci diventerebbe una vera e propria cittadella popolata dall'arte e dagli artisti. Un modo per costruire rapporti fecondi e non estemporanei con gli ospiti del Festival: pensiamo ai molteplici sbocchi creativi prodotti dalla presenza a Pisticci, anche in periodi dell'anno altrimenti "morti" di grandi artisti contemporanei "a disposizione" del LFF.

Grazie all'arte si attuerebbe un progetto di ridefinizione complessiva del centro storico, e di qui, del territorio tutto, e di rilancio della comunità con l'ausilio di un piano di interventi di tipo sociale, culturale, turistico ed economico.

Un'idea che riteniamo interessante, capace di innescare un circolo virtuoso in cui l'arte alimenta le attività socio-economiche e viceversa. Si raggiungerebbero, infatti, una serie di risultati positivi in più direzioni: aumento del valore immobiliare delle casette; aumento delle vendite delle stesse, grazie all'effetto mediatico prodotto dalla presenza degli ospiti: avere una casa a fianco di quella di Battiato o Penelope Cruz! Ovvero aumento dell'appeal del luogo grazie alla presenza degli ospiti di fama. Si attiverebbe, così, quasi naturalmente, un ampio processo di recupero del patrimonio edilizio ed in particolare della tipologia tradizionale, al fine di evitare che il centro storico resti condannato all'abbandono e quindi alla distruzione. Verrebbe garantito il mantenimento e, anzi, la valorizzazione in prospettive originali della struttura urbana articolata in vicinati. L'Amministrazione Comunale e gli abitanti stessi sarebbero incentivati verso una politica di qualità urbana mai adottata finora, contraddistinta da interventi di riqualificazione complessiva (manutenzioni, restauri, ristrutturazioni, risanamento ambientale) e regolata da un codice di pratica urbanistico-architettonico (piano colore –le lammie bianche - infissi, arredi, ecc). Infine: tra i benefici che intravediamo, ci sarebbe un aumento esponenziale del livello artistico-culturale (e di conseguenza socio-economico) della comunità che sarebbe stimolata da un clima culturale di alto livello, prodotto dall'interazione tra gli ospiti, il LFF e le comunità che girano attorno ad esso: di persone, di creativi, produttive, ecc.

La trasformazione della tipica *lammia* in unità polivalente: di alloggio turistico, ricettivo (per la creatività), laboratoriale (corsi, work-shop, ecc), multimediale (centro multimediale diffuso delle ricerche cinematografiche effettuate dalle case di produzione –foto, documenti, video, ecc- per la fruizione di prodotti audiovisivi) è un'ipotesi altamente suggestiva e produttiva, considerando la crescente domanda di un turismo culturale.



Tra l'altro, gli esperimenti realizzati in passato inducono all'ottimismo: la formula **Cortiletto**, un pacchetto week-end da passare nelle *lammie*, con vitto, alloggio e una selezione dei migliori corti del LFF e dei film girati in regione); oppure il **Multihome cinema**, il multisala delle Lammie per la visione dei filmati in salotto, la formula adottata durante l'edizione di gennaio 2007 della sezione invernale del LFF, Cinegiornalismo di Guerra, quando le proiezioni dei film finalisti si sono tenute all'interno delle Lammie. Il pubblico ha interagito con gli ospiti e ha partecipato alle proiezioni offrendo un presente (zucchero, caffè, biscotti e ciambelle, ecc.) alla famiglia che ha ospitato le proiezioni.

Un'interessante prospettiva economica può essere inoltre ricercata nella costituzione di cooperative e piccole società di gestione di tali apparati ricettivi (le lammie, appunto), con la possibilità di un notevole rilancio dell'aspetto occupazionale sia diretto che indotto. E' possibile immaginare che un pacchetto articolato che offra alloggi caratteristici a costi vantaggiosi e competitivi, insieme all'offerta culturale complessiva che il Lucania Film Festival mette in campo tutto l'anno, possa risultare vincente, vista anche l'ottima materia prima che il territorio offre.

Le ZIC: Zone d'Interesse Cinematografico. Idee per un Cineturismo sostenibile

Parafrasando i più famosi SIC (Siti d'Interesse Comunitario in campo naturalistico), e partendo dall'esperienza maturata in questo settore specifico (tour con gli ospiti del LFF, corsi sul Cineturismo nelle scuole), abbiamo sviluppato un'idea che partendo dalla conoscenza delle opere cinematografiche girate in Basilicata, specie nella zona dei Calanchi, permetta la individuazione e la mappatura delle location dei film stessi, attivando un processo di ri-appropriazione del territorio e una sua valorizzazione in termini socio-economici, con sbocco finale nella costruzione di **percorsi cine-turistici**.

Le Zic, quindi, saranno il punto di partenza per la realizzazione di progetti pilota volti alla promozione ai fini turistici delle risorse naturalistiche e delle location cinematografiche utilizzate dalle grosse case di produzione internazionali, per la realizzazione dei film più famosi girati nella zona dei Calanchi negli ultimi 50 anni; saranno, cioè, ideati e proposti percorsi turistici integrati tra cinema e natura.

L'idea progettuale, dunque, pone particolare attenzione alla vocazione cinematografica del territorio lucano, soprattutto alla Collina Materna /Potentina (Craco, Aliano e Pisticci, Corleto e Guardia Perticara ecc.), alla Città dei Sassi e all'area del Melfese (Barile, ecc..) valorizzandola in direzione di *tour* sui luoghi del cinema per aumentare l'indotto turistico che può venire da questa importante forma di promozione. Uno dei maggiori target/utenti/protagonisti della fase realizzazione potrebbero essere le scuole presenti sul territorio regionale, peraltro già molto attive nei settori della multimedialità e della valorizzazione delle risorse culturali.

Pensiamo anche a gruppi di turisti, scuole di altre zone d'Italia, appassionati di cinema che presso la "Casa della Cultura" di Pisticci, possano *in primis* visionare film o spezzoni di film girati nella zona, ad es: Cristo si è fermato ad Eboli di Francesco Rosi, The Passion di Mel Gibson, ecc, e,



successivamente, grazie alla presenza di esperti, “isolare” singoli fotogrammi dei film in cui sono individuate le location da riconoscere poi sul campo.

Alla fine del processo vengono definite (create) le ZIC che diventano un prodotto culturale da posizionare sul mercato del cine-turismo, segmento turistico capace di coinvolgere tutti gli attori sociali, culturali ed economici.

Le ZIC, quindi, potrebbero rappresentare uno strumento fondamentale per:

- sensibilizzare le nuove generazioni sulle potenzialità cinematografiche del territorio;
- conoscere e documentare una memoria storica del Cinema girato sul territorio.
- coinvolgere larga parte delle comunità come docenti, genitori, istituzioni, registi, fotografi, tecnici e le comparse che hanno prestato servizi durante la realizzazione dei film.
- creare un centro multimediale delle ricerche effettuate e per la fruizione di prodotti audiovisivi
- creare un sistema di pannellistica informativa dei film e dei percorsi cine-turistici.
- coinvolgere il sistema di ricezione turistico-alberghiera e di ristorazione presente nelle ZIC, ma anche altri settori produttivi.
- mettere in rete il “prodotto” ZIC nel mercato Cine-Turistico (per es. nei piani dei viaggi d’istruzione delle Scuole del territorio nazionale, nelle agenzie di viaggio – abbiamo migliaia di mail di addetti ai lavori)

Strumenti

Mentre si raggiunge efficacemente il pubblico regionale ed extraregionale, grazie al web (due siti internet) e al mail **marketing** (abbiamo un database con molte migliaia di mail di addetti ai lavori del mondo della creatività e del settore turistico) strumenti che consentono di comunicare anche con una certa efficacia sia l’offerta artistica propria del LFF sia l’identità locale alla base del progetto, va potenziata la comunicazione verso il territorio, la comunità, gli abitanti che, come vedremo in seguito, ancora non sono pienamente coinvolti nel progetto, sia concretamente che emotivamente, e rispetto al lavoro fatto in questa direzione in questi anni, e alle potenzialità che questo aspetto dischiude.

Progetto e territorio

Allelammie/Lucania Film Festival si (AUTO-RAP)PRESENTA come un processo produttivo capace di attivare opportunità sociali, economiche e culturali, creando legami virtuosi tra gli elementi del territorio (i luoghi fisici), dell’identità (l’appartenenza lucana), dell’alterità (l’arte, la creazione, le altre culture, le altre appartenenze, le fughe e i ritorni) e **le possibilità di un’industria culturale**.

Il progetto, quindi, va oltre il “semplice” evento cinematografico internazionale (Il Festival), in quanto racchiude in sé i presupposti caratteristici di un’azione di **marketing territoriale**, che “cavalcando” due settori in crescita: il turismo (specie culturale) e l’industria cinematografica (in questi ultimi anni è aumentato il numero delle produzioni cinematografiche), si presenta come un’opportunità di sviluppo per il territorio e come veicolo di promozione delle sue ricchezze, ancora non troppo conosciute sia in ambito regionale che in quello extra-regionale.



Nel progetto LFF, i motivi turistici classici del nostro territorio quindi: mare, salubrità dell'aria, attrazioni culinarie, turismo di ritorno (ad onor del vero ancora sotto-utilizzati), vengono utilizzati in abbinamento agli eventi culturali, ai rilievi artistici, alle bellezze naturalistiche.

Obiettivi del progetto in termini di sviluppo locale: dal Festival delle persone al Festival “di tutti”

Il sistema produttivo del territorio di Pisticci è prevalentemente di tipo agricolo. Negli ultimi anni si è gradualmente affermato un tipo di turismo balneare che, però, ancora stenta ad estendere i suoi benefici all'intero territorio, mentre ultimamente sono crescenti flussi legati al turismo culturale verso il centro storico. Nonostante il sistema produttivo del metapontino, con le sue attività agricole e turistiche, rappresenti una fetta importante del territorio della zona, ci sono ancora sacche di marginalità soprattutto nelle aree interne dove il processo di spopolamento sta progressivamente riducendo la densità di popolazione dell'area, come dimostrano tutti gli indicatori demografici. Tale condizione è aggravata da alcune carenze infra-strutturali: servizi e infrastrutture tecnologiche non sempre sufficienti, scarsa presenza di un contesto produttivo capace di offrire nuove opportunità di impiego in un'ottica di sostenibilità *tout court*. Tuttavia, a fronte di queste criticità, la zona potrebbe contare sulla potenzialità dell'esistenza di un artigianato (per la verità residuo) legato alle produzioni artistiche (non necessariamente espressione della cultura contadina), sulla istituzione di agenzie di sviluppo (il GAL) e, soprattutto, sulla presenza diffusa di un ricco patrimonio culturale e ambientale. L'area, quindi, presenta una situazione diversificata dal punto di vista dello sviluppo: in alcune zone interne esso è scarso, a causa della mancanza e dell'inadeguatezza delle infrastrutture di base, come anche di una mancata integrazione e coordinamento delle diverse azioni di tutela e promozione. Il turismo e l'agricoltura presenti, invece, sulla costa jonica, insieme ad un terziario non avanzato legato soprattutto alle attività commerciali, rappresentano l'asse trainante dell'economia (debole) della zona.

In questo contesto si inserisce il progetto LFF, che tra i suoi obiettivi si pone il pieno coinvolgimento del complesso economico e sociale del territorio, il quale già partecipa al progetto anche se in modo ancora non “sistemico”: esso comunque viene investito dai benefici economici che l'evento cinematografico porta con sé: Enti Pubblici, addetti del settore turistico (ristoratori, albergatori), fornitori di servizi, commercianti, artigiani; banche, associazioni socio-culturali, artistiche e di categoria, tutti, in misura diversa, contribuiscono alla realizzazione del LFF e, di contro, traggono vantaggi dall'indotto, diretto ed indiretto, generato dalla presenza degli ospiti e turisti che vi partecipano.

Uno degli obiettivi è di rafforzare questo processo e, negli anni, aumentare le presenze degli ospiti, non solo durante i giorni dell'evento, ma in tutto l'anno grazie anche alle numerose attività che si realizzano nel contenitore LFF (formazione cinematografica nelle scuole, negli ospedali, nelle carceri; corsi autofinanziati, ma anche progetti di promozione trans-disciplinare: cinema e letteratura, cinema e prodotti tipici, ecc) e che potrebbero realizzarsi, (per es. nel futuro Centro “TILT” Torna in Lucania Team; cfr. Visioni Urbane) e ottimizzare il collegamento tra il LFF e il sistema locale. In quest'ottica vanno strutturati i legami con l'idea *dell'art zone*.



Per una serie di ragioni, crediamo che il lavoro maggiore vada fatto verso la comunità che vede ancora importanti sacche impermeabili o comunque poco interessate al progetto. C'è bisogno che tutti gli attori sociali, a partire dagli abitanti, sentano il LFF come il loro evento, l'evento che rappresenta "il paese fuori dal paese". Va messa in campo una più efficace strategia d'azione che contempra un coinvolgimento quanto più possibile ampio e duraturo della comunità: abitanti, scuole, imprese possono contribuire in modo più significativo al progetto. Questa necessità fa luce su uno dei punti contraddittori e, in questo caso, "di debolezza" del LFF. L'utenza in maggioranza proviene da fuori regione e nazione forse per la insufficiente capacità del Festival di parlare un linguaggio comprensibile a tutti, soprattutto agli abitanti (è forse il LFF un discorso d'avanguardia?) e per la mancanza di forze e risorse che consentirebbero una migliore gestione della dimensione locale (un supporto importante in quest'ottica potrebbe venire dai sei volontari del Servizio Civile che darebbero man forte al gruppo di lavoro, liberando, risorse, tempo e strumenti per una maggiore "cura" della comunità).

In questa prospettiva, per esempio, andrebbe valutata l'efficacia di un Forum d'incontro, quale spazio di reale partecipazione e dialogo all'interno del quale elaborare idee, proposte, iniziative orientate alla condivisione del LFF da parte di tutti gli stakeholders della comunità. Per pubblicizzare i contenuti del progetto e, più in generale, per informare i cittadini sulle sue potenzialità, ancora largamente inesprese, durante l'anno si potrebbe pensare a degli Open Days. La Casa della Cultura, durante gli Open Days, si aprirebbe, ancor più di quanto già avviene, alla comunità; gli Open Days rappresenterebbero, così, momenti importanti del rapporto Comunità Locale/ LFF.

In paese, infatti, sono ancora molti coloro i quali per varie ragioni sono lontani dal LFF: sia durante l'anno che nei giorni dell'evento. Trovare soluzioni per superare questo gap diventa stimolante. Per es.: comitati di quartiere (che in qualche modo già esistono per via del Palio d'agosto) che gestiscano parti dell'organizzazione del LFF, dalla selezione dei corti di alcune sezioni specifiche del LFF, passando per il procacciamento economico capillare, la gestione degli ospiti nelle proprie case (*bed sharing*), fino alla cura delle *location* dell'evento finale.

Riteniamo indispensabile, quindi, transitare (non solo strumentalmente) dalla dimensione sociale per arrivare a quella economica, con un minuzioso coinvolgimento del sistema delle piccole e piccolissime imprese locali o attività commerciali, praticamente quasi tutte a conduzione familiare. Quindi "coinvolgere" le persone significa poter "catturare" le imprese e, più in generale, l'economia locale, proprio per il modo in cui essa è strutturato.

Il LFF, infatti, che nel contesto dei Film Festival e in quello degli eventi culturali regionali rappresenta una novità per linguaggio, filosofia di base e per le modalità di svolgimento, crediamo abbia un elevato potenziale strategico nel settore degli eventi (e indirettamente del turismo) culturali nella direzione dello sviluppo economico.

Da questo punto di vista, però, come già accennato prima, si pone la necessità di una ulteriore e più incisiva azione sulle realtà produttive locali che con interventi complementari e concertati col LFF rafforzerebbe l'economia locale garantendo al festival la possibilità di offrire una gamma di



beni e servizi maggiormente competitivi rispetto ad altre realtà simili. Così, da un lato aumenterebbero l'efficienza organizzativa e dall'altro potrebbe consentire un ulteriore aumento di utenti nazionali e internazionali a diretto vantaggio per tutti gli operatori dell'area. (Vanno implementate le esperienze già maturate in questi anni con realtà produttive locali: i tronchetti di peperone, il pecorino di Filiano, l'Aglianico del Vulture, produttori di olio dell'area. Così come va migliorata l'esperienza dell'info point del settore turistico a cui durante l'ultima edizione del LFF hanno partecipato decine di realtà da tutta Italia).

Gli impatti generati dal LFF potrebbero essere accresciuti nella misura in cui, in tal senso, siano rafforzate anche le azioni condivise con gli enti territoriali (regione, provincia, comune – attualmente rapporto problematico per via di differenze ideologico-culturali), para-pubblici (ad es. PIT), consorzi (ad es. GAL). A supporto della difficoltà di relazioni con i soggetti pubblici, rimarchiamo con rammarico il fatto che la denominazione “Città del Cortometraggio” che Pisticci si è data, è al momento poco più che uno slogan.

A testimonianza delle potenzialità del progetto, va sottolineato, infine, come dall'esperienza di Allelammie e del LFF si siano sviluppate alcune realtà di impresa che lavorano tutto l'anno in modo integrato alla Casa della Cultura di Pisticci, una sorta di piccolo parco culturale: a partire da questo dato il LFF potrebbe “covare” ulteriori realtà produttive, oltre a:

Namavista Film, uno studio cinematografico che si occupa di distribuzione, produzione e formazione cinematografica (www.namavista.com) nato nel 2003.

Spintadesign, una società di stampa, grafica e web (www.spintadesign.com), nata nel 2007

La coop Il Lanario che si occupa di sostenibilità energetico-ambientale (www.illanario.com), nata nel 2004

La coop Gaia che si occupa di logistica e facchinaggio nata nel 2004.

Logic Film, società di produzione cinematografica (con sede a Montalbano jonico), nata nel 2006

Ivolution Lab, società di comunicazione (www.ivololutionlab.com)

E' innovativo/nuovo/diverso perché

Il LFF, come da *brand*, è un Festival “delle persone” che favorisce il coinvolgimento di tutti i presenti. Le piazze, i terrazzi, i vicoli (i luoghi del festival) contribuiscono, in grande misura, a creare un'atmosfera “familiare”, che è considerata uno dei **principali elementi di distinzione rispetto ad altri Festival internazionali**. Questa atmosfera si compone di una serie di elementi molto evocati tra cui la facilità di “accesso”, la prossimità con registi e attori, il fatto che il Lucania Film Festival sia molto frequentato dai giovani e bambini. Ciò attribuisce al LFF una funzione divulgativa e didattica, che riesce ad avvicinare anche un pubblico di non addetti ai lavori (ad esempio: i laboratori cinematografici realizzati nel mondo della scuola e i workshop formativi internazionali; le vetrine per i prodotti dell'enogastronomia, ecc). L'effetto culturale sul pubblico considerato (soprattutto per quello locale che si riesce a coinvolgere) è legato al fatto che il LFF è un'occasione di allargamento degli orizzonti mentali, di contatto con mondi e culture lontane, sia attraverso i film, che direttamente, tramite gli incontri (**il LFF è un alibi per incontrarsi**) organizzati tra i registi ed i protagonisti del cinema di altri paesi che arrivano a Pisticci e i numerosi partecipanti.



3. Le persone (alleanze per lo sviluppo locale)

Chi siamo ora e da dove veniamo

Dal 1997, anno di nascita di Allelammie, sono passati 11 anni. Numeri che raccontano una storia. La traiettoria di Alleammie è quella di un'associazione che ha contribuito ad aprire una nuova stagione dell'associazionismo lucano (sono nate molte associazioni direttamente o indirettamente ispiratesi), in una regione troppo spesso ai margini delle dinamiche del mondo contemporaneo. Sogni, progetti, "battaglie", campagne, eventi, semplici testimonianze, tutto quanto fatto in questi anni ha un filo conduttore: l'amore impagabile per la propria terra.

Da quel lontano 1997 è iniziata una crescita graduale ma costante che ha fatto di Allelammie una delle associazioni più attive della Basilicata. Dalle piccole attività iniziali si è passati a veri e propri progetti di vita: questo il percorso battuto nel corso degli anni. I risultati sono tangibili, anche se, valutati severamente con parametri economici, ancora acerbi, soprattutto agli occhi di chi non è parte del gruppo di lavoro, che invece, riesce a sviluppare durante l'anno un discreto volume d'affari. La cultura è diventata occasione per progettare il futuro nella propria terra; possibilità occupazionale; impresa. La valorizzazione e la promozione delle risorse materiali ed immateriali esistenti, unite ad una concezione dinamica del territorio, che possiede ancora enormi potenzialità inespresse, fanno del progetto di Allelammie un esperimento originale, creativo, innovativo per il territorio regionale.

Tutto ciò è possibile grazie al fatto che molte delle persone impegnate all'interno dell'associazione, oramai quasi esclusivamente nelle attività del LFF, dopo le esperienze di studio e di lavoro fatte nelle grandi città del centro-nord Italia, hanno deciso di ritornare a "casa", in Basilicata, per costruirsi un futuro nella loro terra mettendo a disposizione della comunità: esperienze, capacità e impegno maturati nel corso degli anni, per valorizzare e promuovere al meglio le risorse e le opportunità del territorio lucano nel mondo. Le competenze presenti nel gruppo di lavoro sono maturate nei settori più disparati:

- antropologia culturale (Massimiliano Selvaggi, coordinatore generale)
- marketing economico (Rocco Calandriello, direttore artistico del LFF)
- ingegneria gestionale (Giuseppe Viggiani, gestione amministrativa e finanziaria)
- ingegneria elettronica (Giuseppe Florio, responsabile tecnico del LFF)
- ingegneria informatica (Luciano Caruso, web e grafica)
- accademia belle arti (Claudia D'anna, contaminazioni arti visive e cinema, co-direzione artistica)
- ingegneria ambientale (Laura Stabile, settore cinema e sostenibilità ambientale)
- geologia (Francesco Vitelli, settore cinema e sostenibilità ambientale)
- scienze internazionali e diplomatiche (Daniela Tuccino, pubbliche relazioni)

Nonostante l'associazione disponga di un assetto organizzativo definito nelle varie aree di attività, caratterizzato, da una stretta interrelazione con le realtà d'impresa (Namavista Film, Spinta Design, Coop Il Lanario) che lavorano nella Casa della Cultura di Pisticci, si dimostra necessario l'



outsourcing, soprattutto nel settore della produzione cinematografica (Logic Film di Montalbano Jonico – MT, nata dopo che il titolare ha partecipato al Campus Internazionale di Cinema della Basilicata organizzato da Allelammie con soldi regionali – Short list cultura) e della comunicazione (Ivolution Lab di Potenza, studio di comunicazione che da due anni cura l'ufficio stampa del LFF). Per concludere, crediamo che l'associazione abbia bisogno di una *fundraiser* che gestisca i contatti con i potenziali partner economici, specie di grossa taglia e esterni al territorio, garantendo una maggiore capacità finanziaria al LFF e, nello stesso tempo, una graduale minore dipendenza dai fondi pubblici (MBAC, Regione Basilicata, Provincia di Matera, Comune di Pisticci, PIT Metapontino). E ancora: manca una figura capace di armonizzare e ottimizzare i processi decisionali e produttivi all'interno dell'associazione (l'ing. gestionale presente nel gruppo si occupa da sempre degli aspetti amministrativi). Infine: figure esperte nei settori della sociologia e, più in generale, della sostenibilità urbana.

Mini-Atlante della creatività locale

Allelammie/LFF, insieme a Arteria e SouthHeritage, è tra gli enti promotori di un nuovo network, il cui draft name è "Basilicata Contemporanea", a cui aderiscono (per il momento) cinquanta realtà e artisti regionali che si occupano di arte contemporanea e in generale di creatività. Il network ha l'obiettivo di realizzare, in un'ottica d'impresa, progetti comuni nel campo della creatività.

Allelammie/LFF, inoltre, partecipa al succitato progetto Visioni Urbane, che mette in rete la scena creativa regionale (www.visioniurbane.net) che di per se E' un atlante della creatività locale. Allelammie/LFF, infine, che opera in una prospettiva di sinergia con le numerose organizzazioni del settore artistico e culturale del panorama regionale, da sempre realizza una serie di cooperazioni con diverse realtà creative che stabilmente o di volta in volta partecipano o hanno partecipato al progetto LFF.

Segue l'elenco delle realtà creative locali/regionali con cui intercorrono rapporti di collaborazione:

- Identità Lucana (Promozione territoriale) di Potenza (responsabile Antonio Bruno)
- La Luna al Guinzaglio (promozione culturale) di Potenza (responsabile Rossana Cafarelli)
- Onyx Jazz Club (musica e promozione territoriale) di Matera (responsabile Gigi Esposito)
- CinemArte (Promozione cinematografica) di Montalbano Jonico (responsabile Antonio Rosano)
- MP3 (Promozione multimediale) di Pisticci (Responsabile Roberto D'Alessandro)
- Accademia Musicale "A.Busoni" (promozione musicale) di Pisticci - Casa della Cultura - (Responsabile Alessandro Vena)
- Corpo Bandistico di Pisticci (promozione musicale) di Pisticci - Casa della Cultura - (Responsabile Mariano Pastore)
- Act in Circus (tradizioni carnascialesche – teatro di strada) di Pisticci (Responsabile Daniele Onorati)
- Movimento Culturale Giovanile (cabaret) di Marconia di Pisticci (Responsabile Vito Borraccia)
- Basilicata Film Commission (promozione cinematografica) di Marconia di Pisticci (Responsabile Stefano Di Berardino)



- Centro Studi Gymnasium (promozione culturale) di Pisticci (responsabile Grazia Blotti)
- Info (promozione culturale) di Marconia di Pisticci (Responsabile Leo Lotito)
- MassimoVolumeUnicaSoluzione (promozione musicale) di Pisticci (Responsabile Anna Melidoro)
- Rock&roll lollipops (promozione musicale) di Pisticci (Responsabile Luigi Vitelli)
- Lykeios (promozione territoriale) di Pisticci (Responsabile Rossana Radesca)
- Paesaggi Sonori (promozione musicale) di Pisticci (Responsabile Michele Rizzi)
- Amnesiac Arts (arte contemporanea) di Potenza (Responsabile Barbara Improta)
- Fondazione SouthHeritage (arte contemporanea) di Matera (Responsabile Roberto Martino)
- “Opera Prima” (promozione cinematografica) di Potenza (Responsabile Giampiero Francese)
- Cinefabbrica (promozione cinematografica) di Matera (Responsabile Enrico Ruggeri)
- Noeltan Film e Potenza Film Festival (promozione cinematografica) di Potenza (Responsabile Antonello Faretta)
- Adecom (comunicazione promozione territoriale) di Matera (Responsabile Pino Oliva)
- Altrimedia (editoria) di Matera (Responsabile Vito Epifania)
- Zer0971 (promozione cinematografica) di Potenza (Responsabile Beppe Verdegna)
- Women’s Fiction Festival (letteratura) di Matera (Responsabile Maria Teresa Cascino)
- Feedback (promozione musicale) di Potenza (Responsabile Luigi Catalani)
- Arteria (promozione artistica) di Matera (responsabile Dario Carmentano)
- Generazione Zero (promozione artistica) di Tito - PZ - (responsabile Giancarlo Riviezzi)
- Tiaso (promozione culturale) di Matera (Responsabile Nancy...)
- Horfeohotel (arti visive) di Potenza (Responsabile Elisa Laraia)

Alleati che abbiamo e che vorremmo avere

Rocco Papaleo, attore/regista, testimonial del progetto nel mondo del cinema italiano;

Antonio Bruno, (Identità Lucana) operatore culturale, porta rapporti e conoscenze soprattutto nel settore *produttivo regionale* (attività legate all’enogastronomia, ai prodotti tipici) e servizi e prodotti culturali.

Daniilo Selvaggi, (Responsabile nazionale Lipu e consulente del Ministero dell’Ambiente, scrive i testi per il gruppo romano ACUSTIMANTICO), esperto della complessità e delle politiche della sostenibilità, artista, porta esperienze, saperi e conoscenze nei settori della sostenibilità, della complessità e della creatività capitolina

Antonino Imbesi (Europ direct, Antenna Europea provincia di PZ), esperto di finanziamenti europei; *Giovanni Fanelli* (Ivolution Lab), esperto di comunicazione dei prodotti culturali, capo ufficio stampa del LFF, porta esperienza, conoscenze e competenza nel settore della comunicazioni degli eventi culturali.

Rita Orlando, architetto, porta esperienza nel settore del design applicato alla creatività.

Antonio Rosano (Logic Film), responsabile tecnico del LFF, porta competenza e servizi nel settore dell’audio-visivo.

Domenico Martocchia, (Openet/Administra TV) porta esperienza e competenze nel settore della comunicazione e dell’audio-visivo.

Pino Contini, esperto di informatica e sviluppo soft-ware applicati alla creatività, porta esperienze e competenze nel settore delle nuove tecnologie applicate ai processi di comunicazione.



Alberto Cottica, (Kublai, Visioni Urbane, Fiamma Fiumana) musicista ed economista, potrebbe portare conoscenze, competenze ed esperienze nel settore della creatività intesa come leva dello sviluppo locale.

Ida Leone, consulente regione Basilicata, porterebbe esperienza e competenza nell'ambito del FSE.

Dario Carmentano (Responsabile ufficio cultura provincia di Matera, artista contemporaneo) potrebbe portare esperienza nelle policy culturali e nel settore della creatività.

Studio di bio-architettura "Biosis" di Lioni (AV) potrebbe portare esperienza e *know how* nel settore della sostenibilità urbana (uno dei responsabili è nei quadri dirigenti nazionali dell'A.n.a.b.)

Francesco Cabras, attore, regista, produttore cinematografico, garantirebbe consulenze nel settore cinema.

Timeline

La tempistica del progetto LFF si muove attorno all'evento LFF e alla diverse fasi del processo organizzativo. Il lavoro annuale inizia a settembre e termina ad agosto, periodo in cui il LFF si svolge. Durante tutto l'anno si "consumano" le attività collaterali: formazione, produzione, promozione, micro-eventi, ecc.

Budget

Il budget previsto per l'edizione del 2009, la decima, si aggira intorno ai 150 mila euro, sulla base del vecchio assetto organizzativo. Se dovessero concretizzarsi le ipotesi di sviluppo succitate, il budget, inevitabilmente, è destinato a lievitare.