

DELIBERAZIONE N. 2009 DEL 23 DICEMBRE 2008

AREA GENERALE DI COORDINAMENTO ASSISTENZA SOCIALE, ATTIVITÀ SOCIALI, SPORT, TEMPO LIBERO, SPETTACOLO – L.R. 35/1984. Piano artistico XXXIX edizione del Festival Internazionale del Cinema per ragazzi di Giffoni Valle Piana(SA). 18/25 luglio 2009. Provvedimenti.

PREMESSO

- che, ai sensi della L.R. n. 35 del 27.08.1984, la Regione Campania, per favorire l'attività istituzionale dell' Ente Autonomo Festival Internazionale del Cinema per Ragazzi di Giffoni Valle Piana (SA), eroga un contributo annuale per la realizzazione del Festival nonché delle Rassegne minori a sostegno e collegate alla iniziativa principale;
- che il contributo viene determinato, per gli anni successivi al 1984, dall' apposito stanziamento del bilancio regionale;
- che con nota prot. n. 1009670 del 02.12.2008 il Presidente dell'Ente Autonomo ha trasmesso il piano artistico della XXXIX Edizione del Festival Internazionale del Cinema per Ragazzi di Giffoni Valle Piana (all. A), che si terrà dal 18 al 25 luglio 2009, recante il programma dettagliato di tutte le manifestazioni, che, allegato alla presente, forma parte integrante e sostanziale del provvedimento;

CONSIDERATO

- che sulla scorta della documentazione prodotta con la citata nota del 02.12.2008, il piano artistico per la XXXIX Edizione del Festival Internazionale del Cinema per Ragazzi di Giffoni Valle Piana è rispondente alle finalità della L.R. 35/1984;

RITENUTO

- di prendere atto del citato piano artistico, demandando a successivi decreti dirigenziali l' erogazione del contributo per l' anno 2009;

ATTESA

- l' istruttoria compiuta dal Dirigente del Servizio Cultura e Spettacolo, responsabile del procedimento e l' espressa dichiarazione di regolarità della stessa;

VISTA

- la L.R. 35 del 27.08.1984

PROPONE e la Giunta, in conformità, a voto unanime

DELIBERA

-per i motivi esposti in narrativa, che si intendono qui di seguito integralmente riportati e trascritti:

- di prendere atto del Piano artistico della XXXIX Edizione del Festival Internazionale del Cinema per Ragazzi di Giffoni Valle Piana(SA), che si svolgerà dal 18 al 25 luglio 2009, che allegato alla presente forma parte integrante e sostanziale del provvedimento;
- di inviare la presente deliberazione all' A.G.C. Assistenza Sociale, Attività Sociali, Sport, Tempo Libero e Spettacolo per il seguito di competenza, al Settore Assistenza sociale, programmazione e vigilanza sui servizi sociali ed al Settore Stampa, documentazione, informazione e Bollettino Ufficiale per la sua pubblicazione sul B.U.R.C.

Il Segretario
D'Elia

Il Presidente
Bassolino

2008

ciao giffonii!!sn federica da missanello..oggi
 sn arrivata a casa e già mi manca tutto ciò k
 il gff..gli amici..i "vip"..i film..lo staff
 soprattutto i grandi manlio e jerry..e cesare il
 mitico uomo della security...) km tutti gli anni
 l'ultimo gg del gff è una vera e propria bomba
 di emozioni..infinite lacrime ricoprono il mio
 volto..il cuore mi batte fortissimo..nn voglio
 abbandonare tutto qll k c'è a giffoni..a par-
 tire dalle mitiche amicizie k si sn formate!!e
 piango..xè nello stesso tempo sn felice xk
 molte xsn avrebbero voluto vivere qll k ho
 vissuto io!!vorrei ringraziare tutte le xsn
 k hanno reso la mia settimana al gff indi-
 menticabile..siete e rimarrete sempre nel
 mio cuore...!V'adoro...spero di rivedervi
 l'anno prox..kisses!!
 Federica 29/07/2008

**ciao Giffoni!!!, non vedo l'ora che inizi il festival!!!
Ho partecipato anche l'anno scorso ed è stata un'esperienza
za a dir poco fantastica, un'esperienza per divertirsi e al
tempo stesso formativa. E' stato molto bello vedere i film,
conoscere attori, ragazzi da tutto il mondo e assistere ai
concerti ogni sera!!!! Faccio i complimenti a tutto lo staff
del Giffoni Film Festival...**

...e ci vediamo fra 5 giorni giffoni!!!!!!!

Frarockin 12/07/2008

ciao giffoni film festival, ma credo che sia stato sono Alberto e vengo comunque un film molto da scalea in provincia di to significativo. Per il cosenza. Due giorni fa resto mi è piaciuto tantissimo il momento in cui avete fatto andare sul palco i professori a ballare e mi sono divertito molto. INSOMMA E' STATA UNA BELLISSIMA ESPERIENZA CHE NON DIMENTICHERO' MAI!!! (anche perchè la mia professoressa ci ha proposto che ci riporterà l'anno prossimo: non vedo l'ora di rivedervi) a presto
Alberto 29/02/2008



GFF 2009 programma

Caro Giffoni...

Non c'è miglior introduzione alla 39esima edizione - quella che ci porterà alle soglie dei 40 anni del festival - che dare spazio alle voci dei suoi veri protagonisti: i ragazzi.

Migliaia le mail arrivate prima, durante e dopo l'edizione 2008 e indirizzate semplicemente "a Giffoni". Queste mail ci sembra chiariscano il senso profondo del nostro progetto e aprono nel modo più giusto e semplice il nuovo programma.

Sono certo che se chiedessi ai miei colleghi direttori, in giro per il mondo, nessuno di loro potrebbe dire di aver ricevuto delle richieste o dei messaggi indirizzati direttamente al festival, come se si trattasse di una persona. Giffoni è unico proprio per questo. Non è un semplice marchio ma un nome dietro il quale c'è un'entità fisica, umana, una persona - o meglio un gruppo di persone - alle quali ci si rivolge per esprimere le proprie opinioni o raccontare le proprie emozioni.

Non credo che possa esserci per gli organizzatori di "Giffoni" una gratificazione maggiore dell'essere riconosciuti come un'unica, attenta e sensibile individualità.

Il successo del 2008 è stato superiore a qualsiasi attesa. Tutto ha funzionato e non c'è bisogno di fare grandi giri di parole per dire che il programma è piaciuto. Allora perché non con-



programma 2009 GFF

tinuare su un percorso già consolidato senza correre troppi rischi? E invece - ostinati più che mai - abbiamo letteralmente sconvolto il concetto di festival, concetto che - confesso - ho sempre avvertito come un limite e un tormento.

Oggi esistono tantissimi festival - alcuni più utili, altri meno - e tantissime rassegne denominate festival. In questo panorama si può continuare a parlare di Giffoni come di un "semplice" festival se di fatto produce 250 giornate di attività l'anno? Non c'è al mondo un altro progetto come il nostro.

E allora si comprende meglio come il programma 2009 - che qui in sintesi esponiamo - proponga l'evoluzione di un'idea che non vuole porsi limiti, soprattutto se si tiene conto delle prospettive future, assicurate dal programma progettuale della Giffoni Multimedia Valley e dalla significativa presenza di Giffoni all'interno di eventi come il Forum Mondiale delle Culture che si terrà nel 2013.

Claudio Gubitosi
fondatore & managing director



L'Italia degli eventi, tutti pazzi per il Gff

Il «Giffoni delle meraviglie»: il festival del cinema per ragazzi si classifica al secondo posto tra le manifestazioni estive

ERMINIA PELLECHIA

«GIFTONI DELLE MERAVIGLIE». No, non è quello di un film, visto che ci troviamo in tema, giacché parliamo del festival del cinema per ragazzi. Inventato 38 anni fa da Claudio Gubitosi, è piuttosto la fase conosciuta dal suo patron per commentare l'entusiasmo suscitato dallo studio effettuato da Ipsos e Stage Up (aziende specializzate in ricerche di mercato per pubblicità) che pone il Gff al secondo posto, tra gli eventi spettacolari del Belpaese in estate, e al felicissimo nono posto rispetto a quell'anno. Bada bene, non si tratta di «quintile, barzellette e pinzelle», citando il buon Totò, bensì delle manifestazioni più in Italia, quelle apprezzatissime e seguite dal mondo intero. Scorrere la classifica delle rassegne estive troviamo, infatti, al primo posto il Palio di Siena, forte del plauso di ben 26.777.000 persone (la fascia è tra i 14 ed i 64 anni, il numero di contatti è di 14.860 individui di diverso sesso e professione, intervistati nel 2007). Secondo, a breve distanza, il Giffoni Film Festival con ben 20 milioni e 121 mila preferenze, seguito dal Festival dei due mondi di Spoleto (15.875.000) e dalla festa del Redentore di Venezia (13.153.000).

Stigliamo, ora, la top ten relative agli eventi nazionali in corso lungo tutto l'anno. E qui c'è effettivamente da meravigliarsi, tant'è che le agenzie Ansa e Adn Kronos hanno dramato la notizia sottolineando quasi con stupore: «Si rivela un po' a sorpresa molto conosciuto e popolare il Giffoni Film Festival, nato nel 1971, per promuovere il cinema per ragazzi». Già. Se il Festival artistico Salvetti to che il direttore artistico Salvetti abbia annunciato lo stop per un anno) si conferma l'evento più conosciuto dagli italiani (98,7%) il Gff si piazza al nono posto (74,2%): in mezzo: il Festival di Sanremo, Miss Italia, il Carnevale di Venezia, la Mostra del cinema di Venezia, il Carnevale di Viareggio ed il discorso del Presidente della Repubblica di fine anno.

E' commosso per l'affetto del pubblico («grazie per l'Italia ne avevo il sentore, oggi ne ho la certezza») il direttore artistico del Gff. «La popolarità, l'importanza, l'appel del festival hanno sempre di più una certificazione scientifica - dice con orgoglio - E un risultato incredibile e prezioso questo odierno dello studio di Ipsos e Stage Up che sancisce, ancora una volta, la capacità di calamitare l'attenzione dell'opinione pubblica che non solo lo conosce, ma ne è anche interessata». Non c'è alcun dubbio. Il festival di Giffoni, secondo, per quel

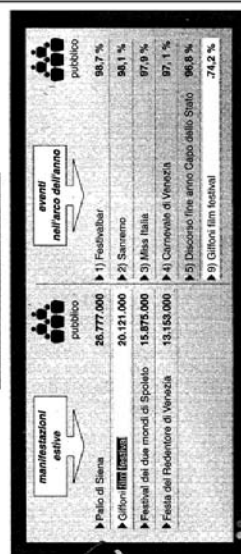
che riguarda il cinema, solo al festival di Venezia, è in assoluto la manifestazione culturale - sulle ventotto incluse nella ricerca - più nota ed affascinante del Meridione. «Ben venti milioni e passa di italiani che ci conoscono e che ci votano - gongola Gubitosi - Non sono freddi numeri, ma il riconoscimento di un valore. E l'orgoglio di una terra, la Campania, troppo spesso calpeciata ed umiliata. E il trionfo di un'idea portata avanti con sacrificio e dedizione. E un premio per il lavoro che quotidianamente porta il Gff a sfornare attività durante tutto l'anno».

Il patron del festival gioisce, ringrazia quanti hanno creduto nella formula fin dall'inizio, contribuendo al successo del Gff. Resta comunque con i piedi per terra, non nascondendo i problemi, in particolare quelli finanziari. «Siamo l'eccellenza del Sud Italia - ribadisce Gubitosi - capaci di competere con la storia, gli altissimi budget, l'organizzazione ferrea del Settentennio, l'aggressività di nuovi eventi, o apparentemente tali, sostenuti dalla politica e dai soldi. Noi non riposeremo su questi allori, ma il territorio, il nostro, deve prendere atto che non si può disperdere un patrimonio simile. Bisogna tenere fede al risultato raggiunto investendo ancora di più. Tutti. Nessuno ora può, né deve contrapporsi o rendere difficile la crescita del Gff».

LA CULTURA IL PUBBLICO

Secondo lo studio Ipsos è la rassegna più popolare dopo il Palio di Siena Gubitosi: trionfa un'idea

L'INDICE DI GRADIMENTO



2008-06-28 12:21

LUGLIO MESE DI EVENTI, TUTTI PAZZI PER IL PALIO E PER GIFFONI

ROMA - Estate e cultura vanno a braccetto e luglio è un mese fitto di eventi con appuntamenti di tradizione per la musica, il teatro, il cinema, le manifestazioni popolari. Dalle note sofisticate di Umbria Jazz ai fuochi artificiali e alla regata della Festa del Redentore di Venezia, ce n'è per tutti i gusti e con un pubblico sempre di grandi numeri.

Ma è il celeberrimo Palio di Siena, secondo una indagine di mercato condotta da Ipsos Stage Up, a calamitare in assoluto di più l'attenzione in questo mese estivo. Tanto che sono quasi 27 milioni (26.777.000) gli italiani che si dichiarano interessati all'evento. E se la storica gara tra le contrade senesi si conferma l'appuntamento più atteso di queste torride settimane, si rivela un po' a sorpresa molto conosciuto e popolare anche il Giffoni Film Festival, nato nel 1971 per promuovere il cinema per ragazzi. Secondo l'indagine (che è stata fatta sulla base di una rilevazione dell'ottobre 2007) gli italiani interessati a questo Festival per ragazzi e non solo, ospitato dal 18 al 26 luglio nella cittadina di Giffoni Valle Piana (Sa), sono addirittura 20 milioni 121 mila.

Segue il Festival dei Due Mondi di Spoleto, in corso proprio in questi giorni, che raccoglie l'interesse di oltre 16 milioni di italiani. Quasi a ruota si piazza Umbria Jazz, a Perugia dall'11 al 20 luglio, che interessa quasi 16 milioni (15.875.000). Ma riceve un consenso incredibile, interessando oltre 13 milioni di persone (13.153.000) anche la Festa del Redentore, quella che ogni anno a Venezia, il 19 e 20 luglio, ricorda con una serie di grandi e piccole manifestazioni in campi e campielli il flagello della peste che colpì l'Europa alla fine del 1500. Amatissimo ed estremamente popolare, il Palio di Siena (al via il 2 luglio) è in realtà ottavo nella classifica più generale degli eventi più conosciuti dal pubblico italiano.

Al top c'è il Festivalbar (98,7%), seguito da Sanremo (98,1%), Miss Italia (97,9%), il Carnevale di Venezia (97,1%) e dal Discorso di Fine anno del Presidente della Repubblica (96,8%). In questa scala della notorietà, segnalano i ricercatori, il Festival di Giffoni occupa un onorevole 17mo posto (con un indice del 74,2%), seguito al 18mo da Umbria Jazz, al 22mo dal Festival dei Due Mondi di Spoleto e al 27mo posto dalla Festa del Redentore.

Notorietà a parte, l'evento che in assoluto in Italia calamita di più l'interesse del pubblico, secondo i ricercatori, resta il Carnevale di Venezia, che vanta una penetrazione del 77,7% con 30 milioni 677 mila italiani interessati. Seguono il Festivalbar (30 milioni 217 mila), la Mostra del Cinema di Venezia (28 milioni 177 mila), il Carnevale di Viareggio (25 milioni 594 mila) e il Palio di Siena.

http://www.ansa.it/opencms/export/site/notizie/rubriche/Inbreve/visualizza_new.html_103991015.html

GFF 2009 programma

programma 2009 GFF

MUSICA: INDAGINE IPSOS, FESTIVALBAR E' L'EVENTO PIU' CONOSCIUTO

Roma, 28 giu. - (Adnkronos) - Il Festivalbar si conferma l'evento più conosciuto dagli italiani. E' quanto emerge da un'indagine di mercato Ipsos Stage Up, resa nota oggi, e fatta sulla base di una rilevazione dell'ottobre 2007. Il Festivalbar di Andrea Salvetti, che ieri ha annunciato lo stop per un anno, guida la classifica degli eventi più conosciuti in Italia con il 98,7% di preferenze davanti al Festival di Sanremo (98,1%), Miss Italia (97,1%) e al discorso di fine anno del presidente della Repubblica (96,8%).

Il Festivalbar, sempre secondo la rilevazione Ipsos, è al secondo posto per gli eventi che calamitano l'interesse del pubblico con 30 milioni 217 mila italiani che si dichiarano interessati all'evento e che, dunque, dovranno aspettare l'estate 2009 per vedere il ritorno della rassegna canora estiva.

Al primo posto degli eventi che calamitano l'interesse del pubblico italiano c'è il Carnevale di Venezia (30 milioni 677 mila italiani si dichiarano interessati), in una top ten che vede al terzo posto la Mostra del cinema di Venezia (28 milioni 177 mila), al quarto il Carnevale di Viareggio (25 milioni 594 mila spettatori) e alcune sorprese come il nono posto del Festival per ragazzi di Giffoni (20 milioni 121 mila spettatori) che batte nettamente il Festival di Spoleto (poco più di 16 milioni) e Umbria Jazz (15 milioni 875 mila spettatori).



Comunicato Stampa 6/12/07

IL CARNEVALE DI VENEZIA E' L'EVENTO PREFERITO DAGLI ITALIANI

Con 30,7 milioni di interessati precede il Festivalbar e la Mostra Internazionale del Cinema. La prima classifica in Italia sugli eventi culturali e di spettacolo è contenuta nella ricerca Sponsor Value® Cultura e Spettacolo di StageUp e Ipsos presentata oggi a Roma. Il Festival di Sanremo è settimo.

Divertimento, musica e cinema si alternano in testa alla prima classifica degli eventi culturali e di spettacolo più seguiti in Italia contenuta nella prima edizione della ricerca Sponsor Value® Cultura e Spettacolo di StageUp e Ipsos.

Nella graduatoria svelata oggi a Roma, il Carnevale di Venezia è primo con 30,7 milioni di italiani interessati (77,7% della popolazione fra i 14 ed i 64 anni). L'evento che affonda le sue radici nella tradizione e nella cultura della città lagunare precede il Festivalbar: la kermesse musicale estiva, nata nel 1964 per volere di Vittorio Salvetti interessa 30,2 milioni di italiani (76,6%). Al terzo posto si piazza la Mostra Internazionale del Cinema con 28,2 milioni (71,4%), l'evento organizzato dalla Biennale di Venezia giunto quest'anno alla 64a edizione.

Ai piedi del podio si trovano altre due manifestazioni simbolo del nostro Paese e conosciute ben oltre i confini nazionali: il Carnevale di Viareggio che conta 27,6 milioni di italiani interessati (69,9%) ed il Palio di Siena con 26,8 milioni (67,9%). Fra i 28 eventi in graduatoria si segnala anche il 7° posto del Festival della canzone italiana di Sanremo.

I commenti

La classifica è stata illustrata durante il workshop "Le Sponsorizzazioni nella cultura sono efficaci?", svoltosi oggi a Roma presso Spazio Cremonini al Trevi organizzato da StageUp e Ipsos in partnership con FederCultura. L'incontro ha fatto luce sullo stato dell'arte ed il futuro di cultura e spettacolo come strumenti di comunicazione, utilizzando come stimolo i primi risultati della ricerca Sponsor Value® Cultura e Spettacolo.

"La cultura negli ultimi anni si è ritagliata uno spazio sempre crescente nella vita degli italiani, - ha dichiarato Nando Pagnoncelli, Amministratore Delegato di Ipsos - ma restava da capire quale fosse il reale potenziale di mercato in termini di eventi culturali e di spettacolo. Oggi lo sappiamo e siamo in grado di analizzarne il pubblico in tutte le sue caratteristiche".

"Gli interessati alla cultura e allo spettacolo in Italia stanno progressivamente raggiungendo quelli dello sport, - ha affermato Giovanni Palazzi, Amministratore Delegato di StageUp - Siamo assistendo all'inizio di una accesa concorrenza tra i possibili mezzi sponsorizzabili, derivante, oltre che dall'aumento di interesse, anche da un'ottima efficacia degli abbinamenti nel settore cultural/spettacolistico".

Evento	N° di italiani interessati (in milioni di persone)
Carnevale di Venezia Festivalbar	30,7 30,2
Mostra internazionale del cinema di Venezia	28,2
Carnevale di Viareggio	27,6
Palio di Siena	26,8

Fonte: Sponsor Value® Cultura e Spettacolo di StageUp e Ipsos

Un estratto delle relazioni del workshop possono essere scaricate dal sito:
www.stageup.com/sponsorvaluecultura

StageUp Srl

Bologna - Via Cairoli 9 • Milano - Via Macchi 97
Tel. +39 051 58 71 554 - Fax. +39 051 58 71 504
Web Site: www.stageup.com - Email: info@stageup.com

GFF 2009 programma

Sponsor Value® Cultura e Spettacolo

E' la prima indagine che analizza i consumi culturali e spettacolistici degli italiani, l'interesse ed il ritorno per gli sponsor di principali eventi nazionali e parchi tematici presenti sul territorio.

L'analisi del potenziale di mercato include la misurazione degli italiani che: i) partecipano a eventi popolari come sagre e feste di paese; ii) frequentano il cinema; iii) partecipano a fiere dei sapori, enogastronomia; iv) visitano musei; v) visitano mostre d'arte, di oggetti o di design; vi) partecipano a concerti di musica pop/rock; vii) partecipano a eventi come le "Notte bianche"; viii) frequentano il teatro.

La prima edizione della ricerca analizza, nello specifico, la notorietà, il livello di interesse suscitato tra il pubblico, il profilo del pubblico, le modalità di funzione, la notorietà di tutti gli sponsor presenti negli eventi, il posizionamento valoriale dei seguenti eventi:

Cinema: Mostra Internazionale del Cinema di Venezia; Festa Internazionale del Cinema di Roma; Festival del Cinema dei ragazzi "Giffoni Film Festival".

Mostre ed esposizioni: Motorshow di Bologna; Salone Nautico di Genova; Festival della scienza a Genova.

Letteratura: Festival della letteratura di Mantova.

Politica/Economia/Sociale: Meeting per l'amicizia fra i popoli di Rimini; Feste de l'Unità; il discorso di fine anno del Presidente della Repubblica.

Cultura tradizionale: Carnevale di Venezia; Carnevale di Viareggio; Palio di Siena; Festa del Redentore.

Eventi tv: Festival della Canzone Italiana di Sanremo; Concorso di bellezza Miss Italia; Festivalbar.

Attività concertistica: Concerto di Capodanno a Vienna; Concerto del 1° maggio a Roma; il Concerto di Capodanno dalla Fenice di Venezia; Umbria Jazz; Jammin Festival.

Eno-gastronomia: Cantine Aperte; Vintaly; Salone del Gusto / Cheese; L'OmbraLunga.

Attività con pluralità di genere: Festival dei Due Mondi di Spoleto.

Sport: Gran Premio di Monza di Formula 1.

Parchi tematici: Aquafan di Riccione; Gardaland; Mirabilandia; Acquario di Genova; Eurodisney.

StageUp (www.stageup.com) opera nel mercato del leisure business (sport, eventi speciali, testimonial, fiere, manifestazioni, e sponsorizzazioni di tipo sportivo, spettacolistico, culturale e sociale) ed è leader italiano nell'ambito del business dello sport con particolare riferimento al marketing ed alla comunicazione. Sono clienti di StageUp: organizzatori di eventi, aziende e sponsor, istituzioni ed enti pubblici, media.

Attraverso la sua gamma di servizi, StageUp interviene su tutta la catena del valore dei clienti, occupandosi di strategia, progettazione, pianificazione e controllo, negoziazione e buying nonché della supervisione e realizzazione di progetti operativi.

StageUp ha sviluppato avanzati modelli di pianificazione e controllo che permettono di definire, ex ante, le strategie di comunicazione ottimali e di misurarne, ex post, i ritorni.

Questi sono alcuni dei clienti suddivisi per tipologia:

Organizzatori di eventi: FIGC, Lega Basket, Lega Volley Maschile, Lega Volley Femminile, RCS Pubblicità.

Aziende e Sponsor: Assicurazioni Generali, Barilla, Ferrari, Mazda Motor, Peroni, Publitalia '80, Samsung, Telecom Italia.

Istituzioni ed enti pubblici: Parlamento Italiano - Commissione Cultura, Provincia di Milano.

Media: Il Sole 24 Ore, Bloomberg LP.

StageUp Srl

Bologna - Via Cairoli 9 • Milano - Via Macchi 97
Tel. +39 051 58 71 554 - Fax. +39 051 58 71 504
Web Site: www.stageup.com - Email: info@stageup.com

Sono partner di StageUp: Ipsos e Osservatorio di Pavia.

StageUp fa parte della più grande associazione europea di aziende legate al mondo della sponsorizzazione, European Sponsorship Association (Esa).

Ipsos (www.ipsos.it), società dell'omonimo gruppo multinazionale francese, è una delle aziende leader in Italia nei servizi di ricerca di marketing, prevalentemente di tipo survey based. La strategia del gruppo Ipsos è perseguire una politica di eccellenza metodologica e intellettuale in 5 aree di specializzazione: le ricerche sulla Comunicazione Pubblicitaria, le ricerche sul Marketing Mix, le ricerche sui Media (tradizionali e new), le ricerche di Public Affairs, le ricerche sulla Qualità, Customer Satisfaction e CRM. Ipsos effettua sia ricerche quantitative sia indagini qualitative. Nel 2006 ha effettuato oltre 1500 indagini, per un fatturato totale di 33 milioni di euro. Opera con procedure garantite dalla Certificazione di Qualità ISO 9001.

Per ulteriori informazioni e approfondimenti:

Daniele Cencioni

StageUp

Via Cairoli, 9 - 40121 Bologna

Tel. 051.64.95.132 / 051.58.71.554

Fax. 051.58.71.504

Email: dcencioni@stageup.com

StageUp Srl

Bologna - Via Cairoli 9 • **Milano** - Via Macchi 97

Tel. +39 051 58 71 554 - Fax +39 051 58 71 504

Web Site: www.stageup.com - Email: info@stageup.com

NOTA INFORMATIVA

da pubblicare insieme ai dati del sondaggio Sponsor Value Cultura e Spettacolo®

(in ottemperanza al regolamento dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa: delibera 153/02/CSP, allegato A, art. 3, pubblicato su G.U. 185 del 8/8/2002)

Autore: IPSOS Public Affair e StageUp S.r.l.

Committente e Acquirente: dati di proprietà di IPSOS Public Affair e StageUp

Tipo e metodo di rilevazione: sondaggio di opinione tramite interviste telefoniche (CATI)

Oggetto del sondaggio: analisi dei consumi culturali e spettacolistici degli italiani, dell'interesse per i principali eventi nazionali e misurazione della notorietà degli sponsor. La ricerca indaga inoltre il mercato dei parchi tematici presenti sul territorio.

Universo di riferimento: popolazione italiana di età compresa fra i 14 ed i 64 anni

Tipo di campione: campione rappresentativo dell'universo di riferimento secondo quote di sesso, età, regione, titolo di studio, ampiezza comune di residenza

Estensione territoriale: nazionale

Date di realizzazione del sondaggio:
dal 10 Ottobre al 17 ottobre 2007

Numero persone contattate:

- interviste complete: 1.500 (10,1%)

- rifiuti/sostituzioni: 13.360 (89,9%)

- totale contatti effettuati: 14.860 (100,0%)

Testo integrale delle domande rivolte agli intervistati:

DOM. 2 "Le leggerò ora alcuni eventi. Potrebbe dirmi se li conosce e quanto le interessano.... Mi dica se non li ha mai sentiti prima d'ora, se non le interessano per nulla, se le interessano poco, se le interessano abbastanza o se le interessano molto (non leggere così-così)?"
(leggere, randomizzare l'ordine degli item - scegliere random 14 eventi)

	Molto	Abbastanza	Così così	Poco	Per niente	NON CONOSCE
1. Festival della Canzone Italiana di Sanremo	1	2	3	4	5	9
2. Mostra Internazionale del cinema di Venezia	1	2	3	4	5	9
3. Festival del cinema dei ragazzi "Giffoni film festival"	1	2	3	4	5	9
4. Motorshow di Bologna	1	2	3	4	5	9
5. Gran Premio di Monza di Formula 1	1	2	3	4	5	9
6. Concorso di bellezza Miss Italia	1	2	3	4	5	9
7. Carnevale di Venezia	1	2	3	4	5	9
8. Carnevale di Viareggio	1	2	3	4	5	9
9. Palio di Siena	1	2	3	4	5	9
10. Jammmin Festival	1	2	3	4	5	9

StageUp S.r.l. - sede di **Bologna**: Via Cairoli, 9 - 40121 (Bo) - **Milano**: Via M. Macchi 97 - 20144 (Mi)

Tel.: (+39) 051.58.71.554 - (+39) 051.649.51.32 - Fax: (+39) 051.58.71.504

Web site: www.stageup.com - E mail: info@stageup.com - Partita Iva: 00884771205

11. Festival della scienza a Genova	1	2	3	4	5	9
12. Umbria Jazz	1	2	3	4	5	9
13. Festival dei Due Mondi di Spoleto	1	2	3	4	5	9
14. Festivalbar	1	2	3	4	5	9
15. Festival della letteratura di Mantova	1	2	3	4	5	9
16. Festa de l'Unità	1	2	3	4	5	9
17. Concerto del 1° maggio a Roma	1	2	3	4	5	9
18. Meeting per l'amicizia fra i popoli di Rimini	1	2	3	4	5	9
19. Festa Internazionale del cinema di Roma	1	2	3	4	5	9
20. Cantine Aperte	1	2	3	4	5	9
21. Salone del Gusto / Cheese	1	2	3	4	5	9
22. Festa del Redentore	1	2	3	4	5	9
23. L'OmbraLonga	1	2	3	4	5	9
24. Vinitaly	1	2	3	4	5	9
25. Salone Nautico di Genova	1	2	3	4	5	9
26. Il discorso di fine anno del presidente della Repubblica	1	2	3	4	5	9
27. Il Concerto di Capodanno dalla Fenice di Venezia	1	2	3	4	5	9
28. Il Concerto di Capodanno di Vienna	1	2	3	4	5	9

Il documento informativo completo riguardante il sondaggio è presente alla pagina web: <http://www.agcom.it/sondaggi/sondaggi.htm>

Istruzioni per l'usore sintagff

Il programma che proponiamo è il piano di tutte le attività 2009.

Il GFF, infatti, ha scelto di sviluppare le proprie attività e ampliare i propri ambiti di interesse per rimanere attivo e muovere energie culturali, economiche e sociali tutto l'anno.

In apertura vi proponiamo un capitolo sulle novità formali e sostanziali che metteremo in campo nel 2009. In estrema sintesi possiamo dire che il festival durerà più giorni ed avrà una diversa articolazione che ci consentirà di aumentare le proiezioni e le attività collaterali e di accogliere così un maggior numero di ragazzi. In realtà questo significherà un'ulteriore specializzazione e qualità delle attività programmate.

Subito dopo vi introduciamo il tema del 2009: TABOO/TABU' spiegando le motivazioni e i possibili sviluppi della nostra scelta.

Passiamo quindi in rassegna gli eventi del programma 2009.

Il festival, cuore pulsante delle molteplici azioni culturali, è organizzato come segue:

sezioni cinematografiche competitive;
 sezioni cinematografiche non competitive;
 altre attività musica, teatro, mostre, ospiti, rassegne, anteprime.

Al festival di luglio si affiancano oltre tutto l'anno altre attività che si muovono fondamentalmente nei seguenti ambiti:
 eventi culturali che possiamo definire format per la promozione del cinema di qualità presso il pubblico giovane

- Movie Days
- Movie Days on Tour
- Generator
- Sguardi Inquieti – Speciale Confini

promozione culturale sul piano locale attraverso gestione delle sale Truffaut e Valle

- Gestione Cinema Valle e Truffaut

del programma gff 2009

progetti di formazione e produzione indirizzati al mondo della formazione (per docenti e studenti)

- corsi per docenti della scuola dell'obbligo
- corsi per studenti
- produzioni video
- seminari universitari e corsi post laurea
- partecipazione a convegni
- consulenza per realizzazione tesi
- stage

progetti internazionali per la diffusione del cinema di qualità, la promozione della cultura e del cinema italiano ed europeo, per la promozione delle ricchezze locali
Giffoni-Australia

Fondamentale un'instancabile attività di comunicazione compiuta attraverso:

- collaborazione con media partners
- continuo aggiornamento del sito internet
- pubblicazioni specifiche per ogni evento e per la promozione di tutte le attività
- pubblicazione di testi specialistici
- Infine per immaginare i vari volti della manifestazione basterà esaminare il capitolo relativo alle locations nel quale foto e descrizioni aiuteranno a valutare la mole di impegno e di energie economiche necessarie a muovere la complessa e sempre attiva macchina del mondo GFF.

Il Nuovo GFF

Giffoni cambia, cresce, si rinnova profondamente. L'obiettivo è quello di offrire

maggior qualità migliori servizi più attività

1) Innanzitutto cambia la durata del festival: non più 9 giorni ma 14 giorni di attività.

2) I primi 5 giorni saranno interamente dedicati al pubblico dei più piccoli e alle famiglie.

A partire dal 12 e fino al 16 luglio avremo le proiezioni delle sezioni dei ragazzi dai 3 ai 13 anni, i laboratori creativi per bambini e le attività dedicate ai docenti e alle famiglie. Non mancheranno proiezioni di anteprime per tutti e spettacoli serali. I più piccoli, inoltre, incontreranno alcuni ospiti nazionali, soprattutto i protagonisti delle più interessanti produzioni televisive destinate a tutta la famiglia.

3) Dal 17 in poi entrano in scena i ragazzi dai 13 ai 18 anni e aumentano le attività serali: sarà infatti questa la settimana dedicata al teatro, alle monografie sugli ospiti, a Reload e all'animazione. Gli ospiti di questa seconda parte saranno quelli internazionali e gli autori nazionali ed internazionali destinati ad incontrare il pubblico dei ragazzi più grandi.

4) Cambiano inoltre le età dei giurati e di conseguenza il tipo di prodotti proposti, nonché il nome delle sezioni FIRST SCREENS e Y GEN che diventano XM – EXTRA MEDIUM e FEVER TEEN. Per i dettagli si veda capitolo dedicato alle giurie.

5) Cambiano anche le serate: che in gran parte saranno interamente dedicate al cinema.

6) Maggiore il numero e la durata delle mostre d'arte proposte.

Il Tema del GFF 2009: Tabù

In attesa della realizzazione della Multimedia Valley tutte queste modifiche ci consentiranno:

una maggiore attenzione nei confronti di tutte le opere presentate

una maggiore attenzione verso tutti gli autori e i professionali presenti

un aumento delle iniziative cinematografiche

un aumento delle attività laboratoriali e formative

“Tabù, forma francesizzata - di uso comune del termine originale polinesiano tabu, che indica la particolare condizione di persone, di luoghi, di tempi, di oggetti, verso i quali è necessario compiere o evitare determinati atti, che in tutti gli altri casi sarebbero vietati oppure permessi. La nozione è stata introdotta in Europa nel 1777 dal capitano J. Cook, che aveva notato il termine in diverse isole del Pacifico. L'identificazione di base fra «tabù» e «sacro» (questo, però, individuato soltanto come mana) è dovuta a W. Ellis, il quale afferma (Ricerche polinesiane, 1829) che «tabù» esprime sostanzialmente una connessione con gli dei”.

Questa la definizione di Wikipedia. Inoltre letteralmente tabù significa “marchiato con un segno”. Qualsiasi oggetto o fenomeno “tabù” è evitato per evitare il biasimo sociale o la condanna divina o gestito secondo procedure sociali condivise e accettate. Ad esempio, tra gli autori di psicologia e sociologia, viene riconosciuto come tabù universale l'incesto, in quanto presente in tutte le culture conosciute. Il tabù ha dunque una funzione culturale di categorizzazione della realtà e una sociale in quanto utile alla sopravvivenza e all'adattamento della collettività nella quale è presente.

Nell'uso comune, al di là delle motivazioni di carattere religioso, è tabù tutto ciò che non va fatto.

E secondo i giovani? I ragazzi riconoscono una serie di divieti imposti dalla famiglia, dalla religione o dalla società ma anche piccoli e grandi tabù dettati dal gruppo sociale al quale appartengono. Se è vero che le costrizioni e le proibizioni sono il segno distintivo dell'azione diretta della società è anche vero che i ragazzi sono pronti ad accettare limiti, regole e costrizioni per poter appartenere ad uno specifico gruppo sociale che - esattamente come nella “società adulta” - si riconosce proprio nella comunanza delle leggi, di quello che è accettato e di quello che non è accettato, di quello che è tabù e di quello che non lo è.

E, ancora, se la tabuizzazione tendeva ad isolare elementi del gruppo so-



Competizione



ciali considerati in qualche modo sacri e quindi separati e quindi intoccabili, allo stesso tempo i giovani sembrano "voler essere" degli individui separati dal resto della società, con un loro linguaggio e un loro codice che vorrebbero sempre più inviolabile ed esclusivo. E allora non è questa una ricerca di separatezza che potrebbe essere ricerca di una propria sacralità? D'altro canto quale essere più magico, sacro e separato dal resto del mondo di un essere in continua trasformazione, di un individuo che sta sperimentando sulla propria pelle una serie di fondamentali riti di iniziazione personale e sociale?

Allora quali sono i tabù degli under 18 oggi? Ed è proprio vero che certi tabù sono stati spazzati via dalla rivoluzione dei costumi che ha chiuso il secolo scorso? O al contrario esistono tabù il cui valore è dimostrato proprio dal significato che ancora viene attribuito alla loro effrazione? E cosa accade se consideriamo i giovani che vivono in diverse parti del mondo? Il tabù è ancora legato nel loro immaginario alla sacralità? E quanta sacralità rimane nel quotidiano degli adolescenti? I tabù sono il contrario della libertà o è proprio nella capacità di imporsi tali limiti che si afferma la ricchezza e l'unicità dell'uomo? Un mondo senza tabù è davvero quello che chiedono i ragazzi o, al contrario, sono proprio i più giovani a chiedere il rispetto di tabù che sono di fatto alla base della convivenza civile e della "normalità" della famiglia? Sono dunque questi e molti altri i quesiti che ci poniamo e ai quali risponderanno i giovani presenti al GFF 2009.

La Ricerca

Per poter realizzare un programma di qualità e coerente con la mission del GFF occorre un lungo processo di ricerca che parte a settembre per concludersi con l'edizione di luglio. La selezione dei film, degli ospiti, degli spettacoli proposti non può essere infatti portata a termine se non prestando la massima attenzione a tutto quanto viene prodotto per il nostro target specifico. Negli ultimi anni siamo arrivati ad avere in preselezione oltre 1500 opere tra lungometraggi e cortometraggi. Questo significa mantenere i contatti con centinaia di società e frequentare festival e mercati cinematografici nei quali è possibile visionare in pochi giorni moltissime opere. Non solo. La presenza ai mercati internazionali (Los Angeles, Berlino, Clermont, Cannes) garantisce una buona promozione del festival presso i professionisti del settore e il mantenimento di relazioni fondamentali con le case di produzione e distribuzione che forniscono al festival i titoli più interessanti.

Per questo motivo prevediamo di organizzare presso il mercato di Berlino un party destinato ai professionisti ai quali intendiamo proporre il nostro programma. Per la realizzazione dell'evento intendiamo di chiedere la collaborazione dell'Istituto Italiano di Cultura di Berlino.

Allo stesso tempo i mercati costituiscono un momento di studio per i selezionatori del festival: non conta soltanto ciò che è interessante per il nostro pubblico ma anche, più in generale, cosa viene prodotto.

La ricerca non si conclude durante i mercati. Moltissimi sono i film che vengono inviati da autori e produzioni per poter essere valutate dai nostri selezionatori, questo a riprova nella notorietà del festival presso i filmmakers. Molti altri titoli vengono invece da noi espressamente richiesti in visione agli autori per valutarne l'effettiva compatibilità con il nostro progetto creativo. Stesso discorso vale per tutte le parti del programma del festival. Il lavoro di ricerca compiuto sulle riviste e i siti specializzati ci garantisce la presenza di ospiti capaci di incuriosire e affascinare il nostro pubblico. Allo stesso modo la presenza di nostri selezionatori presso vetrine teatrali ci fornisce i dati necessari alla realizzazione di un'ottima rassegna teatrale. Questa enorme mole di lavoro conduce alla creazione di database contenenti migliaia di dati su opere, società e autori che costituisce la vera ricchezza del festival ed è alla base della sua unicità.

Free to Fly

Ancora liberi di volare. Sempre.

Una sezione che non ha perso negli anni il suo smalto e la sua forza bellezza. Quest'anno però ci sarà un re-styling di quella che è considerata la "sezione storica" del Giffoni Film Festival.

Nata infatti nelle prime edizioni del GFF (pur con un titolo diverso), Free to Fly ha portato a Giffoni i "giurati pionieri" dalle nazioni estere e ha visto sperimentare, nel corso delle varie edizioni, le tendenze e le opere più significative del cinema per ragazzi.

Una sorta di laboratorio sempre aperto al nuovo, ma in grado di caricarsi sulle spalle il peso glorioso della tradizione.

Il re-styling di quest'anno riguarda principalmente il cambio del "range" di età dei suoi iscritti. Lo spostamento può sembrare a prima vista insignificante, ma passare alla fascia 13-15 anni (fino all'anno scorso era 12-14) nasconde una lunga sequenza di incontri e di ragionamenti dello staff della direzione artistica.

Spostare di un passo più in là i limiti anagrafici significa prendere atto delle trasformazioni sociali e antropologico-culturali a cui il mondo giovanile va incontro. Logicamente questa scelta ha un riverbero sulla selezione dei film da presentare, sempre più articolati narrativamente e intensi nelle storie presentate. Al contempo la scelta è anche conseguenza di un dato di fatto: i film per ragazzi sono sempre "più adulti", sempre

più profondi cognitivamente e raffinati per stile e tecniche.

Un upgrade degli scalini d'età andava rigorosamente effettuato.



XM – Extra Medium

Nella riorganizzazione delle sezioni che vedremo al GFF 2009 cambia nome e, in parte, fascia d'età la sezione FIRST SCREENS dopo circa dieci anni dalla sua nascita.

La sezione che chiamammo Primi Schermi era allora l'unica dedicata alle ultime classi elementari e alle prime medie. Nel 2009 sarà dedicata ad una fascia assolutamente centrale, quella dei ragazzi dai 10 ai 12 anni, quindi quinta elementare e prima e seconda media. Ci sembra che in questo modo il gruppo di lavoro abbia una maggiore coerenza e soprattutto maggiori

interessi comuni: vengono esclusi i bambini di quarta elementare e compresi quelli di seconda media.

Si spiega così il nome: Medium perché sono in una fascia media rispetto all'architettura del festival, Extra perché è così che voglia-

mo si considerino: extra, speciali etc. Ma per rendere tutto più semplice abbrevieremo tutto come se si trattasse di una taglia inventata XM.

Il cambio di età porterà naturalmente ad una leggera trasformazione della sezione che proporrà sicuramente titoli leggermente più impegnativi, senza per questo dimenticare l'avventura e il fantastico che appartengono ancora naturalmente a questa età.



Kidz

Anche per la sezione KIDZ ci sarà un cambiamento di età dei giurati: saranno coinvolti i bambini che frequentano le prime quattro classi delle elementari, mentre fino al 2008 chi aveva frequentato la quarta poteva già iscriversi a FIRST SCREENS.

Grande spazio, come sempre, all'animazione in tutte le sue declinazioni (2D, 3D, pupazzi animati etc) che costituisce in genere oltre l'80% del cinema consumato da questa fascia d'età. Non mancherà però la fiction che è appunto l'aspetto più nuovo per il nostro pubblico di riferimento: dal momento che in genere vedono film/cartoni, i più piccoli trova-



no molto stimolante l'esperienza del festival proprio in quanto sono chiamati a confrontarsi con film fiction.

Pensate che solo negli ultimi anni Mediaset e RaiSat dedicano particolare attenzione ai lungometraggi fiction per i più piccoli e questo proprio grazie a Giffoni e ai pro-

dotti che segnaliamo alle televisioni interessate ad acquistare i diritti di tali programmi.

I temi saranno certamente molto legati al quotidiano dei bambini ma non mancheranno opere che saranno esplicitamente destinate a discutere temi come l'ecologia e il rapporto genitori-figli.

Feverteen

Fever = febbre.

Ma non solo.

Wiktionary ci dice che Fever è anche uno "stato di eccitazione". Questa è la definizione che ci interessa. Feverteen è un neologismo che abbiamo inventato per parlare di una generazione in grande fermento, capace di cambiare pelle e mood con la facilità con cui Arturo Brachetti si cambia d'abito!

Feverteen è la sezione della giuria del GFF che interessa i ragazzi di 16 e 17 anni. Gli adolescenti veri, quelli che ormai subodorano la maggiore età e tutti i sconvolgimenti di un corpo e di una mente che evolvono vertiginosamente. Feverteen sostituisce la sezione "Y Gen". Non ha più senso oggi di affibbiare un'incognita (la Y appunto) alla generazione dei giovani d'oggi. Ce ne vorrebbero 1000 di incognite, ce ne vorrebbe una per ogni ragazzo che arriva al festival e porta con sé il suo mondo interiore, le sue paure, i suoi desideri, le sue passioni (passion è un altro sinonimo di "fever" in lingua inglese). Feverteen vuole parlare di un microcosmo giovanile in fibrillazione, che vuole ubriacarsi di esperienze e di vita. Quali film presenteremo allora a questa giuria internazionale ormai vasta e di grande rilevanza per la comunicazione del GFF? Sicuramente film che non hanno paura di affrontare i temi più scottanti e delicati del mondo adolescenziale. Anche argomenti considerati tabù, per rifarci al tema dell'edizione del Festival di quest'anno. Sesso, scoperta del proprio corpo, primi amori, ma anche razzismo, diversità, rapporto più o meno contrastato con la famiglia. Presenteremo opere ad alto tasso cinematografico, pellicole importanti talvolta firmate da autori di calibro mondiale. Se si va a scorrere, infatti, il catalogo degli ultimi anni si troveranno film firmati da registi come Ken Loach e Walter Salles.



GFF 2009 programma

Le Nuove Giurie 2009



Le giurie del GFF troveranno alcune sorprese e molti cambiamenti al prossimo festival. Le nostre osservazioni sulle reazioni dei ragazzi ai film - e alle altre iniziative in programma - e la ricerca compiuta sulla produzione cinematografica internazionale ci hanno condotto, come già anticipato, ad alcuni cambiamenti. I ragazzi rimangono il centro vitale dei GFF ma:

- vengono divisi diversamente all'interno delle sezioni;
- parteciperanno a diverse attività;
- la loro presenza sarà contemporanea solo per alcune giornate, per il resto ci saranno giornate in cui ci dedicheremo ai più piccoli e giornate in cui ci concentreremo sui più grandi.

La nuova organizzazione renderà possibile lo svolgimento di più attività e una maggiore concentrazione delle energie dello staff sui due grandi gruppi: -13 e +13 anni. Rimane un punto fermo la presenza di ragazzi stranieri e provenienti da altre città italiane per la fascia +13.



L'ospitalità sarà come sempre a cura delle famiglie dei giurati dell'area dei Picentini e di Salerno. Discorso a parte per le sezioni Sguardi Inquieti (maggiori di 18) e Giffoni Music Concept che vengono estrapolate dal festival e destinate a dare vita ad un nuovo evento da programmare in un diverso periodo dell'anno. Di seguito la sintesi delle giurie e delle età come erano nel 2008 e come diventeranno nel 2009:



programma 2009 GFF

Community

2008	2009
Little Rascals (3-5 anni) sezione non competitiva	Nessun cambiamento
Kids (I-III primaria)	Kids (I - IV primaria)
First Screens (IV primaria - I secondaria 1° grado)	XM - Extra Medium (V primaria - II Secondaria 1° grado)
Free to Fly (II secondaria 1° grado - I secondaria 2° grado)	Free to Fly (III secondaria 1° grado II secondaria 2° grado)
Y Gen (I - V secondaria 2° grado)	Fever Teen (III - V secondaria 2° grado)
Il Posto delle Favole (Prima-quarta primaria)	Nessun cambiamento

Il mondo del web e quello più vasto in cui noi tutti viviamo è stato invaso e conquistato dai social network. Siti internet che hanno rivoluzionato il modo di relazionarsi tra esseri umani.

Prima messenger live space, poi Myspace e infine Habbo e Facebook hanno riscritto le mappe della conoscenza e dei modelli interattivi tra le persone, capaci di creare comunità su scala mondiale in cui ognuno diventasse reperibile e avesse la possibilità di trasferire e ricevere informazioni: sulla propria sfera privata, sul proprio lavoro, sulle proprie passioni e così via.

In epoca di social networking il GFF, che ha nel suo corredo genetico l'inclinazione ha tessere relazioni e incontri tra i giovani, non poteva



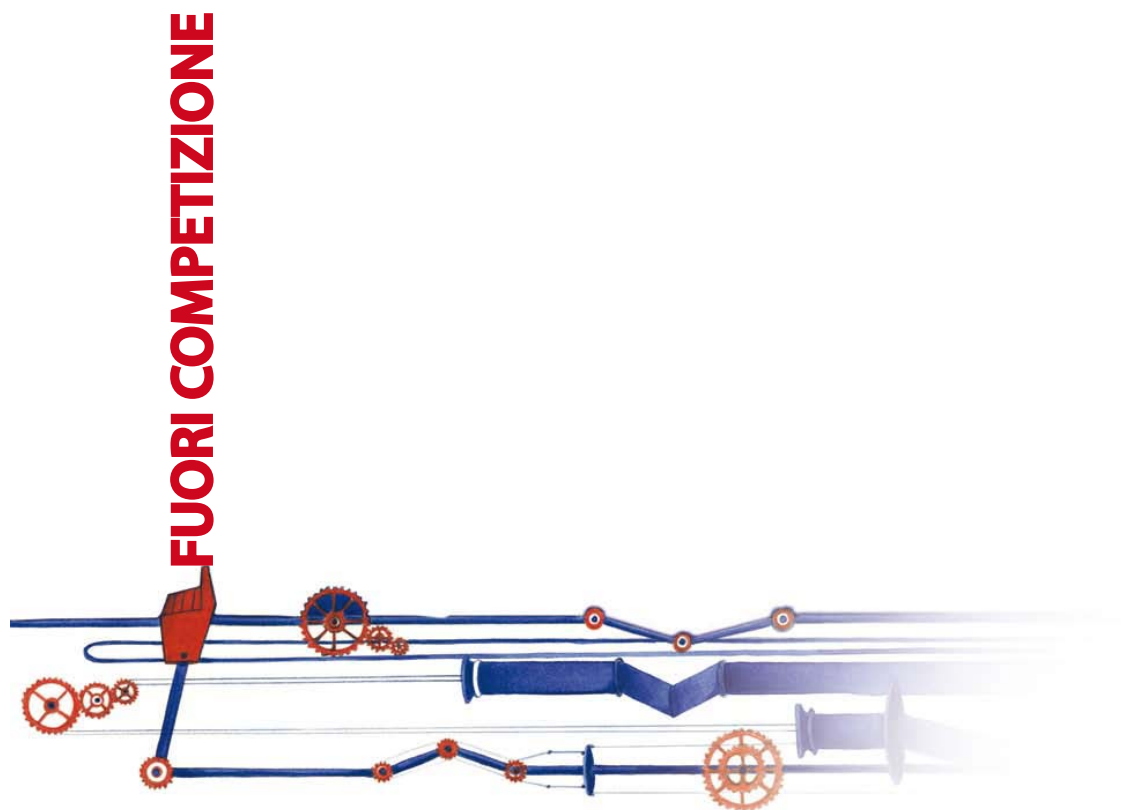
guardare tutto standose in disparte passivamente.

È nata, in seno alla direzione artistica del Festival, già da un paio d'anni l'esigenza di mettere in rete il vastissimo patrimonio umano che sostanzia la sua ricchezza. L'idea è quella di costruire una community web che si fonda sul cinema dedicato ai giovani e che sia intrecciata alle vicende del GFF stesso.

Un luogo virtuale dove scambiarsi idee, dove partecipare a giochi tematici e forum di discussione, a concorsi di video, fotografia, letteratura, design, grafica... tutto di impronta teenager. Un grande spazio della

creatività in cui più sei attivo più hai la possibilità di diventare fisicamente parte del GFF, come giurato o chissà in futuro, come membro dell'organizzazione dell'evento.

La community del GFF sarà la porta aperta su una nuova fase di questo storico festival che sulla soglia dei quarant'anni è più giovane che mai.



Anteprime

Nel corso della sua storia il GFF ha sempre riservato lo spazio delle serate a film in anteprima, acquisiti già da distribuzioni italiane e quindi pronti per l'uscita nelle sale per la stagione autunnale.

Dal 2002, con l'apertura della Cittadella del Cinema, si intensificata la presenza al festival delle principali produzioni internazionali che ormai non mancano mai di essere presenti a Giffoni con uno o più titoli. Tra le presenze più assidue certamente quella della Buena Vista Italia - che nel 2008 ha presentato a Giffoni LE CRONACHE DI NARNIA: IL PRINCIPE CASPIAN (Walt Disney) - e della Fox che ha proposto all'ultimo festival MEET DAVE (20th Century Fox) interpretato da uno strepitoso Eddie Murphy.

Dal 2008 il GFF è tornato ad una antica tradizione, quella di proporre le anteprime all'aperto in modo da permettere a oltre 3000 spettatori di assistervi.

L'Arena Sordis ospiterà ancora più anteprime nel 2009. Particolare attenzione verrà dedicata ai prodotti family e per adolescenti. La platea del GFF è il luogo ideale per testare la capacità attrattiva di proposte dedicate ad un pubblico di genitori e ragazzi o di adolescenti.

Insomma se lo spazio delle sezioni competitive del

festival è riservato in genere ad opere più complesse, che affrontano temi da approfondire necessariamente attraverso un attento dibattito e che usano a volte un linguaggio visivo nuovo che va decodificato attraverso il confronto con gli autori e gli animatori, le anteprime serali rappresentano lo spazio dedicato al grande show biz, all'intrattenimento di qualità dall'impatto immediato e travolgente.



Reload

La sezione competitiva costituisce un degli appuntamenti fissi del pubblico serale del GFF. Al centro del paese, nella piccola e storica Arena "Giardino degli Aranci" una serie di film adatti a diverse fasce di età - rigorosamente indicate sul programma e sulla segnaletica all'ingresso - vengono proposti ogni sera a partire dalle 22:00.

Un piccolo assaggio di festival attraverso opere che sono "reloaded" cioè riproposte nella versione italiana dopo essere stata in concorso o in preselezione a Giffoni. Un'occasione per scoprire cosa c'è di effettivamente disponibile in 35mm per cineforum e rassegna da dedicare agli studenti.

Il pubblico è decisamente eterogeneo: si va dal semplice curioso fino al professionista del settore curioso di sapere cosa bolle in pentola e cosa si può adattare alle proprie esigenze didattiche. All'interno della scuola il film rimane spesso, purtroppo, mero strumento didattico per parlare d'altro. Non è la visione migliore ma è pur sempre un modo per app



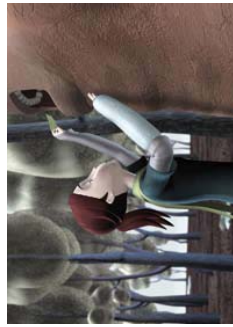
prociare un cinema di riflessione piuttosto che un mero prodotto d'intrattenimento. Ci sembra dunque doveroso sostenere docenti e operatori culturali nell'acquisizione non semplice dei dati: spesso i film anche se presentano aspetti interessanti per un pubblico di studenti vengono liquidati dalle riviste specializzate in poche righe che non ne vedono le potenzialità. Spesso - anche grazie alla lingua - genitori e figli condividono l'esperienza della visione e questo è un altro aspetto positivo che ci piace sottolineare: proprio tali "visioni comuni" possono generare un interessante incontro generazionale, culturale e umano, a un confronto di idee, a uno scambio di sensazioni e di reazioni.

Nella sezione, qualora sia possibile, presenteremo soprattutto film italiani ed europei che hanno ottenuto poco spazio in sala o, peggio, sono stati proposti al pubblico in maniera forviante e non corretta nella fase di promozione del prodotto.

Taboos in Shorts

La sezione proporrà cortometraggi d'animazione di alta qualità, realizzati da giovani maestri o giovanissimi. Il tema sarà quello dei tabù infranti, rispettati, sbeffeggiati.

In ogni caso non perderemo di vista talenti in via di definizione, alla ricerca di una consacrazione, sempre privilegiando l'umorismo, meglio se graffiante, alta tradizione grafica e narrativa. Un'ultima nota è relativa al target: la sezione è dedicata questa volta al pubblico dei teen e degli adulti.



Little Rascals



Terzo anno per la sezione non competitiva che propone cortometraggi, possibilmente privi di dialogo, ai bambini dai 3 ai 5 anni che vengono invitati a partecipare al festival con mamma e papà. La maggior parte delle opere saranno come sempre di provenienza europea e soprattutto d'animazione. Tuttavia per il 2009 intendiamo aumentare il raggio d'azione introducendo, qualora fosse possibile, anche dei corti fiction. Certamente le storie brevi avranno come protagonisti principali sia bambini che animali in quanto questi ultimi continuano ad avere un fascino imprescindibile sui più piccoli.

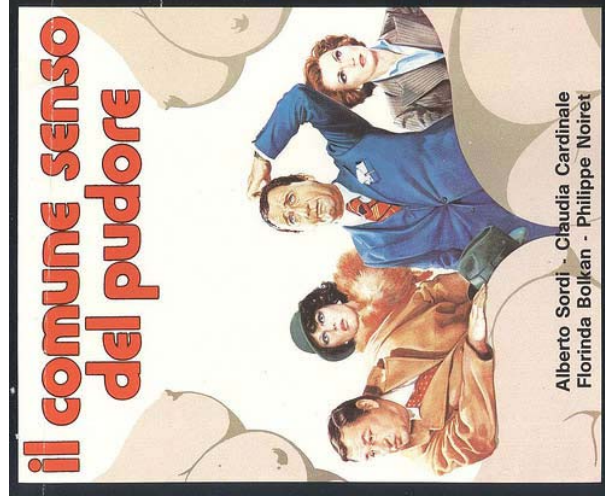
I bambini della scuola dell'infanzia hanno molto gradito la possibilità di partecipare all'evento soprattutto perché molti di loro conoscono già il festival attraverso i fratelli maggiori. La presenza in sala di bambini e genitori è risultata particolarmente interessante soprattutto quando i genitori in questione conoscono il festival per avervi partecipato in qualità di giurati. La sezione sembra completare un discorso, creare fidelizzazione, dare continuità assoluta ad un'esperienza preziosa, quella del festival, che si tramanda di padre in figlio e di fratello in fratello come ogni buona tradizione.



Italian Taboo Nites

Quanti tabù ha infranto il cinema italiano negli ultimi 50 anni? Quante barriere sono state faticosamente superate? E quanto tormentato è stato il rapporto tra cinema e censura?

Nel 1998 Tatti Sanguineti propose i tagli nel cinema italiano dagli anni Cinquanta in poi in un film di montaggio L'ITALIA TAGLIA. Il film svela, o conferma, come i tabù del cinema italiano non fossero dettati solo dal senso del pudore ma anche dall'esigenza di difendere il mondo politico, il clero, i simboli dello stato da qualsiasi tipo di critica o di ironia. Un caso per tutti: in un film di Totò quando un pesce in un acquario s'interpone fra il vostro sguardo e Isa Barzizza che fa il bagno, la battuta doveva essere: "Deve essere democristiano, questo pesce". Tra le rassegne competitive del 2009 una sarà destinata al pubblico dei giovani adulti e dedicata proprio al cinema italiano che ha infranto i tabù o li ha raccontati a volte con il sorriso, altre con drammatica serietà.



Rassegne Monografiche

Saranno dedicate a due degli ospiti del festival le rassegne monografiche presenti nel programma del GFF 2009.

Attraverso le immagini presenteremo ai ragazzi gli autori e gli interpreti che incontreranno durante le giornate del festival.

La visione sarà in qualche modo propedeutica agli incontri e fornirà



gli strumenti essenziali – laddove ve ne fosse bisogno – per procedere ad un dibattito che partendo dall'analisi di immagini specifiche potrà assumere il tono della lezione d'autore. Attraverso i film si racconterà dunque la carriera e il lavoro di un personaggio al quale i ragazzi potranno successivamente porre tutte le domande che riterranno opportune sugli aspetti formali e tecnici del fare cinema. In questo modo l'esperienza del GFF potrà divenire sempre più profonda e completa.

Giffoni Master Class

GIFFONI MASTERCLASS è un nuovo percorso formativo che il festival inaugura quest'anno e che sarà indirizzato a 100 ragazzi che si sono distinti nelle giurie delle passate edizioni del GFF. Un corso strutturato in lezioni, incontri, spazi di approfondimento e visione di lungometraggi e tenuto da docenti qualificati, nonché professionisti rinomati del settore cinematografico italiano.

Già nel corso dell'ultima edizione del GFF con il regista Stefano Reali e l'attore Giulio Scarpato si è "sperimentata" la formula del workshop: uno sul mestiere del narratore di storie cinematografiche e l'altro sull'interpretazione della scena. Proprio il successo clamoroso ottenuto presso i giurati di Ygen e Free to Fly di queste "lezioni di cinema" ha indotto il GFF ad allargare il discorso e creare uno spazio autonomo su cui delineare le basi di un progetto formativo su più ampia scala.

GIFFONI MASTERCLASS si terrà durante i giorni della trentanovesima edizione del GFF dal 16 al 23 luglio 2009 e avrà come scopo quello di formare una "classe" di giovani dai 19 ai 23 anni alle dinamiche di scrittura e di regia cinematografica.

Visioni di Famiglia - MEDUSA

Da qualche anno ormai la Medusa acquisisce, per il mercato Homevideo, dei titoli presentati al GFF o comunque consigliati da Giffoni. Inoltre, in collaborazione con la Mondadori, è stato realizzato un interessante progetto ALI PER LEGGERE che consiglia ai docenti una serie di letture e film abbinati dal punto di vista tematico.

I film delle Medusa rappresentano dunque film sui quali sarebbe interessante impiantare una discussione che veda per protagonisti i ragazzi ma anche gli adulti, genitori insomma e figli. Durante il GFF 2009 intendiamo creare proprio questo corto circuito invitando una serie di famiglie dei giurati della sezione EXTRA MEDIUM a partecipare alla proiezione di alcuni titoli Medusa per parlarne tutti insieme al termine della proiezione.

E tu che lettore sei?

Per immaginare... servono ali

Per vedere, servono immagini.

Grazie alla collaborazione con Giffoni Film Festival e Mondadori Education, è stato realizzato un interessante progetto ALI PER LEGGERE che consiglia ai docenti una serie di letture e film abbinati dal punto di vista tematico.

I film delle Medusa rappresentano dunque film sui quali sarebbe interessante impiantare una discussione che veda per protagonisti i ragazzi ma anche gli adulti, genitori insomma e figli. Durante il GFF 2009 intendiamo creare proprio questo corto circuito invitando una serie di famiglie dei giurati della sezione EXTRA MEDIUM a partecipare alla proiezione di alcuni titoli Medusa per parlarne tutti insieme al termine della proiezione.

ALI PER LEGGERE

Per informazioni e richieste di materiali, visitate il sito www.giffonifilmfestival.it

GIFFONI

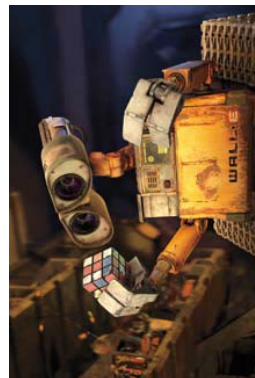
MONDADORI EDUCATION

Soirée

Lo spazio delle serate del GFF è per tradizione dedicato non solo alle anteprime di film per tutti ma anche alla musica e allo spettacolo. Negli ultimi anni, con la presenza della sezione MUSIC CONCEPT si è puntato soprattutto alla musica pop con la presenza di artisti nazionali molto amati dai più giovani.

Per il 2009 si cambia direzione. Lo spazio dello spettacolo si fa anch'esso internazionale, multietnico e multiculturale. Il GFF che propone il cinema di tutto il mondo intende completare il suo processo di internazionalizzazione offrendo la possibilità al pubblico dei ragazzi, ma non solo, di conoscere e apprezzare forme di cultura che ci porteranno in luoghi lontani e affascinanti, attraverso sonorità e giochi coreografici tutti da scoprire.

Sarà attraverso questi spettacoli che si potranno scoprire aspetti insospettati di culture differenti dalla nostra. Crediamo infatti che se la globalizzazione ci rende tutti un po' più simili, dall'altra parte è bene anche conoscere e prestare maggior attenzione alle differenze, ricchezza culturale dei singoli popoli.



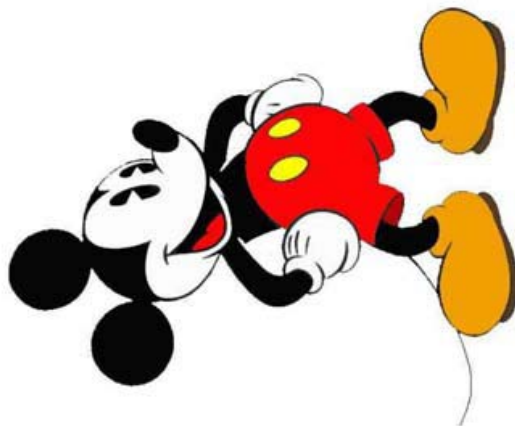
Happy Birthday Cartoons!

Sempre nell'ambito dei festeggiamenti per i 100 anni del cinema d'animazione proporremo al nostro pubblico una serie di cortometraggi e lungometraggi d'animazione che hanno segnato la storia del cinema e della televisione per ragazzi.

Prodotti che abbiamo visto centinaia di volte e che pure mantengono intatto il loro fascino, piccole storie che si tramandano di padre in figlio e che mettono d'accordo proprio tutti. Chi non conosce Topolino? E chi non sa chi sia la fidanzata di Braccio di Ferro? E quando Willy Coyote riuscirà a prendere quel maledetto uccellaccio?

Un viaggio nella memoria ma non solo. I cartoni ci hanno fatti crescere e ancora riescono a deliziarci nonostante alcuni la conosciamo a memoria.

Alla rassegna si aggiungerà anche un incontro con alcuni personaggi del mondo dello spettacolo e della cultura che hanno lavorato all'animazione (registi, disegnatori, critici specializzati).



Italia Animata

Ai nuovi autori dell'animazione italiana sarà dedicata una rassegna di cortometraggi, spot, pilot animati. Nuove produzioni, nuove storie per il cinema italiano animato sempre più richiesto dai canali tematici dedicati ai ragazzi di tutto il mondo.

Lab Animazione Kidz

Nel 1908, in Francia, Emile Cohl ideò la prima serie di film a disegni animati, inaugurata da Fantasmagorie.

Il rapporto dei bambini con l'animazione è oggi quotidiano. I primi prodotti con i quali si avvicinano sono d'animazione. I loro film preferiti sono d'animazione anche se non disdegnano buoni prodotti fiction. Non possiamo quindi trascurare i festeggiamenti per i 100 anni del cinema d'animazione. Prevediamo quindi una serie di eventi speciali. Tra questi un laboratorio dedicato ai bambini della sezione KIDZ. L'idea è quella di insegnare ai più piccoli come nasce un personaggio animato in 3D partendo dall'idea fino alle prime fasi dell'animazione.

I bambini saranno chiamati a disegnare un personaggio da loro inventato. Tra tutti i personaggi creati, alcuni saranno scelti per essere animati e proposti nelle ultime giornate del festival.

OLTRE LO SCHERMO



Talenti e Star

Insomma a Giffoni i ragazzi si disabitua-
no rapidamente al ruolo di spettatori
passivi e partono spediti alla ricerca del
vero volto delle stelle. Gli incontri dei ra-
gazzi con gli ospiti sono un punto fermo
del GFF, momenti di verità che offrono
a centinaia di adolescenti coinvolti la
possibilità di incontrare i loro beniamini
e confrontarsi con loro. Avere rispo-
ste alle domande che si affollano nella
loro mente. Al momento stiamo procedendo ad effettuare i primi inviti
agli ospiti stranieri. Costruire il programma delle
presenze è un compito complesso e quanto mai
laborioso. Il primo passo è la continua opera di
promozione del festival e del suo territorio: tan-
tissimi ci conoscono ma è bene sempre insistere
sulle caratteristiche uniche di Giffoni e sulla par-
ticolare travolgente bellezza della regione che lo
ospita. Il secondo step è certamente quello del
mantenimento costante della nostra rete di rela-
zioni e contatti con i principali agenti internazio-
nali. Proponendo loro il programma, discutendo
il ruolo e il peso dell'ospite all'interno delle gior-
nate, si giungerà gradualmente al completamen-
to della struttura definitiva dell'evento Giffoni. Tra le star straniere sarà
certo presente, come è ormai tradizione,
un giovane interprete
al quale si affianche-
ranno i talenti adulti e
le star di casa nostra.
Grande spazio anche
per l'Italia agli attori
più giovani e cari al
pubblico degli adole-
scenti.



GFF 2009 programma

Teatro Ragazzi

Il teatro ragazzi è oggi una delle forme spettacolari dal
vivo maggiormente innovativa e sperimentale. A par-
tire dagli anni '70 abbiamo assistito ad una vera rivolu-
zione del "come raccontare" che ancora oggi dà i suoi
frutti. Gli artisti impegnati nel teatro per ragazzi hanno
capito presto che lavorare sui nuovi linguaggi compor-
tava la messa in discussione dei rigidi e vecchi pregiu-
dizi sui bambini, sul teatro e sull'arte in genere. Hanno
quindi puntato direttamente a forzare gli imperanti si-
stemi comunicativi del teatro tradizionale.

Inoltre come il cinema per ragazzi, il teatro ragazzi è
l'unico a designare non un tipo di teatro bensì la cate-
goria di pubblico a cui è destinato il che significa che
c'è grande libertà di espressione e delle forme del rac-
contare. Il segreto della libertà di cui il teatro-ragazzi
ha potuto approfittare - ai suoi esordi come, in parte,
ancora oggi - risiede proprio in questo suo essere un
non genere teatrale.

L'elemento più interessante è certamente la messa in
discussione del tradizionale rapporto adulto-bambino:
gli spettacoli non solamente parlano al bambino ma an-
che del bambino, lo esprimono, danno voce all'infante.
I più piccoli non rappresentano più soltanto gli interlo-
cutori privilegiati degli spettacoli, ma ne costituiscono
la principale fonte d'ispirazione. E gli spettacoli sono carat-
terizzati da un linguaggio che intende sinceramente comunica-
re, nonostante i riferimenti colti e formalmente raffinati.

A questo teatro libero, aperto, stimolante e affascinante è
dedicata la sezione IL POSTO DELLE FAVOLE che accende di
magie al Giardino degli Aranci, prova evidente del potenziale
dei nuovi linguaggi utilizzati ma anche dalle inaspettate capa-
cità d'ascolto del giovane pubblico. In scena attori, burattini,
pupazzi, ombre, e tutto ciò che la fantasia dei nostri teatranti
saprà creare. La giuria è formata da bambini dai 6 ai 10 anni. A
loro il compito di scegliere lo spettacolo "più bello".



programma 2009 GFF

Pic Nic della Creatività

A dispetto di quanti pensano che la creatività sia un vizio adolescenziale da estirpare in fretta, per far posto a una sana concretezza da adulti, la creatività è una forza in grado di sollevare il mondo, di rivoluzionare gli stili di vita, di modificare i rapporti tra le persone, di inventare tanti possibili futuri nuovi.

I due fondatori e progettisti della Apple accumularono i primi capitali vendendo migliaia di macchinette elettroniche che permettevano di telefonare gratuitamente. Lo sviluppo in senso sociale della tecnologia, e quindi della sua diffusione di massa, nascono sempre al di fuori del mercato ufficiale, dalle idee di autentici outsider dotati di abbondante genialità. Cultura e tecnologia, per le giovani generazioni, smettono di essere pianeti lontani ma diventano strumenti fondanti del quotidiano, aumentando le possibilità di contaminazione tra elementi in apparenza distanti tra loro. Basta una cantina, un magazzino abbandonato, insomma un luogo off limits per genitori, educatori, insegnanti, ed ecco che vengono fuori gruppi rock, geni delle nuove tecnologie, danzatori e sperimentatori. La creatività ha bisogno di un laboratorio dove arte, tecnologia, musica, che nella vita reale hanno funzioni definite, possono diventare fornitrici di parti della "Cosa nuova". La creatività giovanile è una straordinaria forza di rinnovamento sociale, che in una società sana è valorizzata e sostenuta. Tra i compiti di una società civile, e di rimbalzo delle sue espressioni istituzionali, c'è quello di utilizzare la forza creativa delle giovani generazioni come elemento propulsore per l'innovazione. I giovani sono per una comunità la principale risorsa, perché ne rappresentano il futuro generazionale, progettuale e culturale. Per il GFF tutto ciò ha un valore particolare, impegnata com'è da sempre a lavorare con e per i giovani.

Ecco dunque i PIC NIC della creatività, un pomeriggio da passare tutti insieme con la possibilità di esprimere liberamente la propria creatività ballando, suonando, cantando. Siamo convinti che nuovi stimoli creino nuove idee, nuova comunicazione in un eterno costruttivo movimento circolare. "Un giovane che ha la possibilità di esprimersi sarà un cittadino felice, una società fatta di cittadini felici sarà una società felice". Non è così?

Happy Professional Hour

Ai professionisti presenti al festival saranno dedicati gli happy hour presso il Lounge del GFF.

Ogni sera autori, attori, produttori potranno incontrarsi tra di loro e con lo staff artistico del GFF per discutere, per confrontare progetti, per bere insieme un buon bicchiere di vino campano.

L'occasione informale e rilassata consentirà tuttavia proficui scambi di idee che sono uno dei principali obiettivi del festival. Potersi incontrare e discutere di ciò che si fa, di progetti futuri, di prospettive, nonché valutare in diretta le reazioni del pubblico costituiscono uno degli elementi base di ogni evento cinematografico internazionale.

Allo stesso tempo attraverso degustazioni e piccoli assaggi l'happy hour sarà anche il momento ideale per promuovere le cose buona della nostra Regione.

Giffoni per il Sociale - AURA

L'associazione AURA - GIFFONI FESTIVAL TEAM, costituitasi nel 2004, è nata con un obiettivo molto chiaro: fare in modo che il Giffoni Film Festival sia sempre più presente e attivo nel mondo del sociale e del nonprofit, schierandosi ancora di più a favore dei più deboli e dei meno fortunati. Un'importante azione di intervento che coinvolge nomi di spicco del sociale, della comunicazione, dell'arte, della medicina ma anche del campo umanistico-letterario e dello spettacolo come Luca Zingaretti,

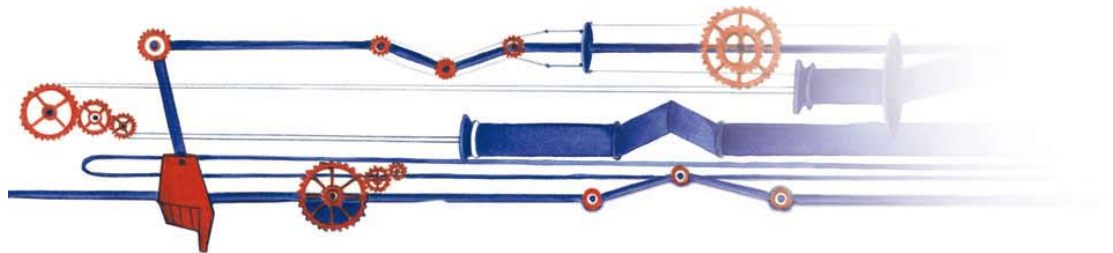
Gelsomino D'Ambrosio, Paolo Apolito, Massimo Bignardi, Andrea Muccioli e Gianpaolo Brusini tra gli altri, oltre a 32 soci fondatori.

Grazie al costante impegno del Presidente Alfonsina Novellino, AURA ha fino ad oggi realizzato numerosi progetti: dalle giornate di cinema interamente dedicate ai ragazzi di Scampia alle visite presso diverse case di riposo, dall'organizzazione di convegni medici in collaborazione con le ASL locali alle giornate di animazione presso i reparti pediatrici degli ospedali della provincia di Salerno.

Nel 2008 Aura ha realizzato un reportage sul Centro Residenziale per le cure palliative: Hospice "Il Giardino dei Girasoli" con 10 p.l., gestito dall'U.O. che accoglie i malati al limite della vita, che non possono essere curati a casa.

Nel 2009 Aura continuerà la collaborazione con l'ASL soprattutto per quanto riguarda le attività di prevenzione e di sostegno a bambini e ragazzi.

SOCIAL PARTNERSHIP



Un Angelo alla mia Tavola

programma di comunicazione ed educazione alimentare

Cucinare, guardare, girare tre modi di conoscere il mondo, di scoprirlo, di immergersi in maniera deliziosa e insuperabile le culture che sempre più spesso si incontrano nel nostro quotidiano.

Il GFF per la sua vocazione internazionale non può rinchiudersi in politiche autarchiche e protezionistiche ma può e deve offrire infinite possibilità di dialogo, aperto e sincero, tra lingue, razze, culture diverse.

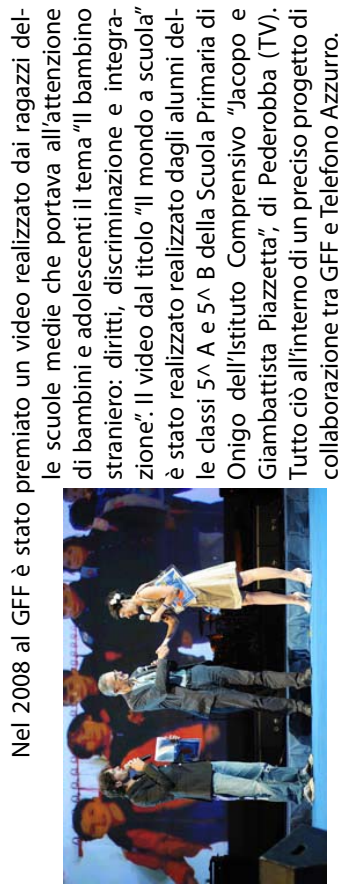
Se è vero che a Giffoni ragazzi di 33 nazioni si incontrano ogni anno è anche vero che la nostra cucina accarezza i loro palati con la sua inestimabile varietà di sapori, di gusti, di ingredienti unici e inimitabili.

Ma questo incontro potrebbe farsi scambio e momento di gioco-apprendimento nel quale la cucina e il cinema si mescolano piacevolmente. La nostra regione ha degli chef che tutto il mondo ci imita. Perché non invitarli a cucinare con i nostri ragazzi per insegnare loro piatti semplici che impieghino sapientemente gli ingredienti della nostra tradizione e della nostra terra?

Allo stesso tempo la cucina del festival diverrebbe spazio aperto nel quale i ragazzi delle altre nazioni potranno, a turno, offrire i loro piatti ai coetanei. Tutto questo verrà filmato e documentato e diverrà una serie di brevi documentari che potrà essere destinato a canali tematici sempre più apprezzati e seguiti.



Telefono Azzurro



Nel 2008 al GFF è stato premiato un video realizzato dai ragazzi delle scuole medie che portava all'attenzione di bambini e adolescenti il tema "Il bambino straniero: diritti, discriminazione e integrazione". Il video dal titolo "Il mondo a scuola" è stato realizzato realizzato dagli alunni delle classi 5^A A e 5^A B della Scuola Primaria di Onigo dell'Istituto Comprensivo "Jacopo e Giambattista Piazzetta", di Pederobba (TV). Tutto ciò all'interno di un preciso progetto di collaborazione tra GFF e Telefono Azzurro.

Da più di 15 anni Telefono Azzurro collabora con il Giffoni Film Festival. Ogni anno, seguendo il tema scelto dal Festival nell'edizione precedente, Telefono Azzurro promuove un concorso, aperto a tutte le scuole italiane primarie e secondarie, per produrre un filmato che rappresenti il risultato finale di un percorso didattico compiuto durante l'anno scolastico e teso ad informare e stimolare una riflessione sulle problematiche più diffuse nell'infanzia e nell'adolescenza: bullismo, disagio del bambino e dell'adolescente straniero, comunicazione in famiglia e nella scuola, rischi della navigazione in internet.

Telefono Azzurro, da 21 anni all'ascolto dei bisogni, delle necessità e dei problemi dei bambini e degli adolescenti, è da sempre impegnato nelle istituzioni educative attraverso laboratori didattici per gli studenti e corsi per insegnanti e genitori. L'attenzione che l'Associazione riserva al mondo della scuola nasce dalla consapevolezza che essa rappresenta un osservatorio privilegiato delle situazioni di disagio e dalla necessità di valorizzare il ruolo dei professionisti che la compongono coinvolti tanto nella prevenzione, quanto nella rilevazione e nella gestione quotidiana di situazioni di disagio.

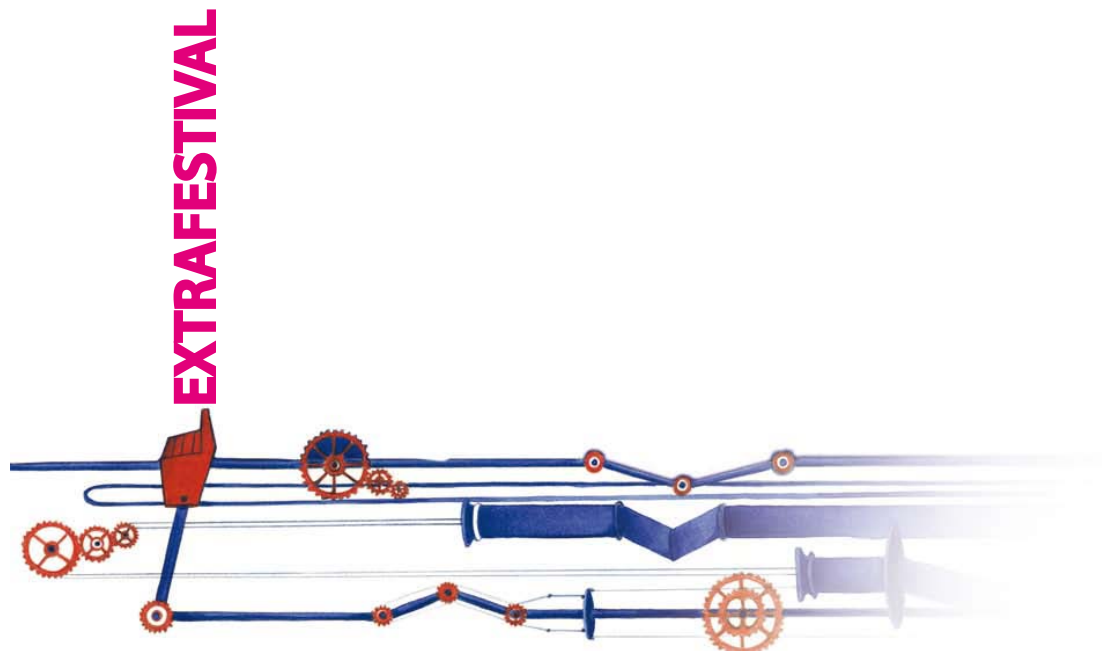
Per l'edizione 2009 il tema sarà MITI E MAESTRI. Il video sarà scelto da una giuria di esperti di psicologia e psichiatria infantile, educatori, comunicatori di Telefono Azzurro e GFF e sarà presentato durante il festival alla presenza della classe vincitrice.

Exhibition Space

La Chiesa del Complesso Monumentale di S. Francesco ospiterà come sempre le mostre d'arte dedicate al tema del festival o ad altri argomenti "sensibili" per il GFF.

Lo spazio della Chiesa, carico di antiche memorie, si reinventa grazie al rapporto con l'arte contemporanea. Come già avviene da qualche anno la messa in relazione di tempi e modi diversi di fare arte contribuisce a costruire un'atmosfera che non appartiene né al passato, né al presente, ma crea quasi un fuori tempo nel quale l'arte assume un valore assoluto e intenso.

E a ben pensarci la collocazione stessa delle esibizioni costituisce l'effrazione di un tabù: quello dell'occupazione di uno spazio sacro con opere di carattere profano. Tuttavia proprio la visita delle mostre rivela come la sacralità sia in qualche modo eternamente legata al luogo: giunti al termine della lunga gradinata che permette l'accesso alla chiesa diventa naturale, un gesto istintivo e trasmesso in maniera silenziosa attraverso le generazioni, parlare sottovoce, rallentare il passo, scivolare lungo la navata e guardarsi intorno alla ricerca di immagini antiche e future.



Movie Days

Tredicesimo anno per MOVIE DAYS.

Da novembre a dicembre e da febbraio a maggio, alla Sala Truffaut della Cittadella del Cinema e al Cinema Valle di Giffoni si susseguiranno una serie di interessanti appuntamenti destinati agli studenti.

La manifestazione è organizzata in diversi moduli per rispondere alle esigenze differenti di studenti e docenti: didattica e intrattenimento si fondono perfettamente nel corso delle giornate per gettare le basi di una fruizione più consapevole e matura delle immagini.

Nel corso di circa 50 giornate saranno presenti 25.000 studenti e insegnanti provenienti da 6 regioni italiane. Saranno presenti infatti ragazzi provenienti dalla Campania e dalle sue "vicine": Lazio, Molise, Basilicata, Calabria, Puglia.

Questi i moduli progettati per il 2009:

MODULO A Movie Days Classic

Scuola Primaria

MODULO B Spazio alla scena - BULLISMO

Il programma prevede la visione dello spettacolo teatrale NELLA CENERE che è ispirato alla favola di Cenerentola e tratta il tema del bullismo. Allo spettacolo teatrale sono abbinati la proiezione di uno dei film GFF e i MOVIE GAMES.

MODULO C ECOLOGIA

La struttura della giornata è quella del modulo A e prevede la proiezione dei film: IMPY E IL MISTERO DELL'ISOLA MAGICA e LA VOLPE E LA BAMBINA che affrontano il tema dell'ecologia, del contatto con la natura, del rapporto con gli animali e delle differenze.

MODULO D CAMPIONI DI DOMANI

La struttura della giornata è quella del modulo A e prevede la proiezione del film PICCOLO GRANDE EROE che tratta i temi dell'amicizia, dello sport e della differenza. Nella stessa giornata i ragazzi assisteranno anche alla proiezione di un altro film GFF e parteciperanno ai MOVIE GAMES.

Scuola Secondaria di I grado

MODULO E Spazio alla scena GENITORI - FIGLI

I ragazzi assisteranno allo spettacolo teatrale "Per la strada" incentrato sul tema genitori-figli e ne potranno discutere con gli interpreti, acquisendo informazioni sulla messa in scena e i suoi trucchi. Nella stessa giornata i ragazzi assisteranno anche alla proiezione di un film GFF e parteciperanno ai MOVIE GAMES.

MODULO F GENERATION CONFINI

La struttura della giornata è quella del modulo A e prevede la proiezione dei film L'ANNO IN CUI I MIEI GENITORI ANDARONO IN VACANZA e IL CACCIATORE DI AQUILONI che trattano i temi della formazione, della storia, dell'interculturalità e dell'amicizia. Saranno presenti esperti per approfondire il tema con i ragazzi.

MODULO G CAMPIONI DI DOMANI

La struttura della giornata è quella del modulo A e prevede la proiezione dei film IL MIO SOGNO PIÙ GRANDE (temi della formazione, dello sport, della differenza e della famiglia) e MIMZY - IL SEGRETO DELL'UNIVERSO (tema della famiglia e della fede nei sogni). Saranno presenti esperti per approfondire il tema con i ragazzi.

MODULO H INCONTRI CON LE STELLE

La struttura della giornata è quella del modulo A e prevede la proiezione di due film e l'intervento di un protagonista dello spettacolo per discutere con i ragazzi (programma da definire).

MODULO I IN DIFESA DEI DIRITTI UMANI

La struttura della giornata è quella del modulo A e prevede la proiezione di due film. Alla giornata parteciperanno esponenti di Amnesty International Italia per approfondire il tema dei diritti umani con i ragazzi (programma da definire).

MODULO L LA DIFFICILE ARTE DI INFORMARE

La struttura della giornata è quella del modulo A e prevede la proiezione

Movie Days on Tour

ne di un film e la realizzazione di un laboratorio interattivo. Alla giornata parteciperanno esperti del mondo della comunicazione per approfondire il tema con i ragazzi (programma da definire).

Scuola Secondaria di I grado

MODULO M GENERATION CONFINI

La struttura della giornata è quella del modello A e prevede la proiezione del film d'animazione PERSEPOLIS (temi del disagio giovanile e delle diversità) e LA CLASSE (temi del percorso scolastico, dell'apprendimento e dell'interculturalità).

MODULO N GENERATION VIVERE AI LIMITI DELLA LEGALITÀ (3°- 4°- 5° superiore)

La struttura della giornata prevede la proiezione dei film CHARLIE BARTLETT (temi dell'adolescenza, dell'educazione, della scuola e del bullismo) e QUALCUNO CON CUI CORRERE (temi della formazione, della legalità e della tossicodipendenza). Saranno presenti esperti in grado di approfondire il tema con i ragazzi.

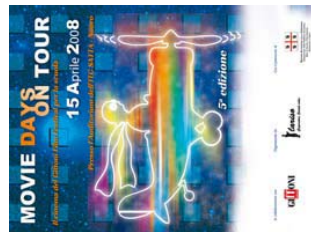
MODULO O INCONTRI CON LE STELLE

La struttura della giornata è quella del modulo A e prevede la proiezione di due film e l'intervento di un protagonista dello spettacolo per discutere con i ragazzi (programma da definire).

MODULO P

LA DIFFICILE ARTE DI INFORMARE

La struttura della giornata è quella del modulo A e prevede la proiezione di un film e la partecipazione ad un laboratorio interattivo sui mezzi e le tecniche di informazione. Alla giornata parteciperanno esperti del mondo della comunicazione per approfondire il tema con i ragazzi (programma da definire).



Il progetto MOVIE DAYS è come si è visto modulare. Facile dunque adeguarlo a esigenze differenti e a locations differenti. Il programma è facilmente esportabile in altri centri italiani grazie anche alle attrezzature e allo staff tecnico del GFF, capace di ricreare una piccola sala cinematografica anche laddove di sale non vi è traccia. Cinema di frontiera insomma in molti casi, ma anche cinema che apre nuovi orizzonti per ragazzi troppo spesso rinchiusi in una provincia che sta stretta e che fa fatica ad aprirsi alla cultura con la cui maiuscola. Lo staff di Giffoni arriva dunque con tutta la sua carica di energia per creare un evento adeguato alle risorse economiche disponibili, capace di coinvolgere un ampio numero di studenti, docenti e genitori nel gioco della scoperta del cinema GFF.

Per il 2009 verranno confermati gli ormai tradizionali Movie Days di Nuoro, Carate Brianza, Avola. A queste tappe si aggiungeranno nuovi appuntamenti a Bari, Caserta e Grosseto.

In tutti i casi i progetti Movie Days vengono portati avanti in collaborazioni con associazioni culturali locali che operano sul territorio. La sinergia è dunque tra vari enti tutti con il comune obiettivo di fare della cultura uno strumento formativo per le nuove generazioni e allo stesso tempo un motore di sviluppo economico e sociale. Non è un caso che la maggior parte dei MD vengono organizzati in regioni ad obiettivo 1: la ricerca di uno sviluppo reale non può non passare attraverso la promozione culturale e la formazione.

Inoltre tali attività coinvolgono necessariamente un discreto numero di giovani nell'organizzazione dell'evento: dalle maschere alla produzione del materiale informativo e pubblicitario molti compiti vengono affidati spesso a giovani alle prime prove professionali. In questo modo il vantaggio formativo raddoppia: se da un lato si tratta di supportare l'educazione di uno spettatore consapevole, dall'altra si trasferisce un preciso know how a giovani interessati ai meccanismi che sottostanno alla creazione e all'organizzazione di un evento.

Scuola e Formazione

GIFFONI SCHOOL IN CINEMA

Formazione, stage e produzioni per le scuole

Gli studiosi continuano a ribadire come i ragazzi vivano in un mondo "costruito attraverso i media". Rimane dunque prioritario insistere sullo studio e la comprensione dei linguaggi usati dai media, piuttosto che sulle misure restrittive e i divieti nei confronti di questi ultimi. Insomma più che puntare al televisore spento sarebbe meglio insegnare ai ragazzi a saper valutare e scegliere ciò che vedono. Vecchio discorso ma più che mai attuale dal momento che sul piano istituzionale non ci sono soluzioni soddisfacenti in vista.

I ragazzi vanno formati: ai media, con i media e per i media.

E cioè di fondamentale importanza: che i ragazzi conoscano il funzionamento, il linguaggio, le regole che governano i media; che i ragazzi possano usare i media come strumenti di formazione ampia; che i ragazzi vengano formati per divenire a loro volta produttori di media in futuro.

A queste esigenze rispondono perfettamente i programmi del GFF destinati alle scuole, uno degli elementi più importanti del mosaico festival.

Per il 2009 confermiamo dunque la nostra disponibilità a realizzare:

CORSI DI ANALISI DEL LINGUAGGIO CINEMATOGRAFICO

Fondamentale comprendere il linguaggio cinematografico che rende più chiari anche i meccanismi della televisione e della pubblicità (segmento televisivo che vede maggiormente coinvolti i ragazzi sia come soggetti che come target)

CORSI DI STORIA DEL CINEMA

Attraverso la storia del cinema si costruisce una storia che è storia di trasformazioni tecniche e scientifiche ma anche di uomini immersi in una storia più ampia: si pensi ai film del neorealismo o alla caccia alle streghe che in America ha visto coinvolti molti protagonisti di Hollywood.

CORSI DI AGGIORNAMENTO DOCENTI

È in indubbio che il primo passo è la formazione dei formatori: l'Uni-

versità italiana che molti docenti hanno frequentato non era ancora attrezzata o interessata ai media. Va quindi necessariamente incrementata la loro formazione attraverso corsi di aggiornamento realizzati da specialisti del settore più che da altri docenti.

PRODUZIONE VIDEO

Le produzioni video possono rispondere in realtà a diverse esigenze formative. Se possono rappresentare un momento importante di formazione per i media, possono anche divenire un elemento di un più ampio progetto che abbia un obiettivo "interdisciplinare". Ad esempio il video può essere il momento conclusivo di un progetto sulla legalità o la sicurezza stradale. L'obiettivo principale del progetto non sarà quindi l'apprendimento di nuove competenze medianiche ma l'apprendimento di tale competenza ne sarà una naturale conseguenza.

Già nel 1978 troviamo in uno dei primi cataloghi GFF una sezione denominata **Film realizzati da ragazzi, da giovani e da istituti scolastici italiani ed esteri** nonché un concorso per soggetti cinematografici. Allora si girava in Super 8 e non molte scuole potevano permetterselo tuttavia esisteva un'attenzione entusiasta per tutto quanto si riusciva a costruire insieme, studenti e docenti. Trenta anni dopo il GFF crede ancora che la scuola e i ragazzi possano fare molto ed è per questo che propone il concorso destinato alla scuola in una nuova veste con nome diverso, differente collocazione e maggiore apertura verso la creatività dei ragazzi.

Dalla rassegna del '78, passando per LA PICCOLA BOTTEGA DEI FILM-MAKERS (il concorso realizzato negli ultimi anni) arriveremo nel 2009 a GENERATOR, un festival organizzato in due parti:

GENERATOR 1 proporrà opere realizzate da ragazzi all'interno della scuola o di associazioni culturali di vario genere.
GENERATOR 2, invece presenterà cortometraggi diretti e girati da ragazzi ma fuori da ogni tipo di istituzione.

Il festival, inoltre, proporrà anche:

sezione internazionale
concorso di fotografia digitale
concorso di soggetti
incontri con tecnici e autori italiani

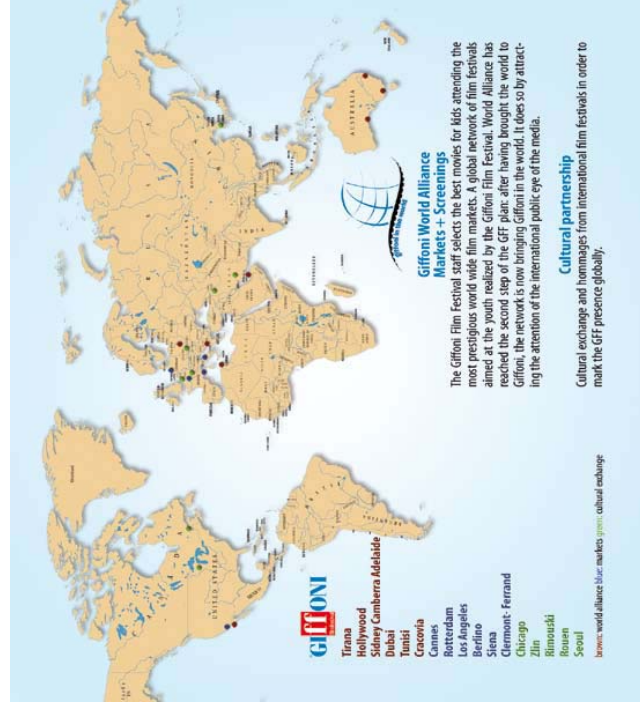
Insomma il festival rimane fedele alle sue origini e propone in un contesto tecnologicamente avanzato tutto il meglio della fantasia e della capacità di esprimersi per immagini che è propria dei ragazzi.

Nella selezione particolare attenzione viene prestata alle opere che raccontano storie legate al quotidiano dei ragazzi, alla loro vita affettiva, alle situazioni difficili che si trovano ad affrontare soprattutto a scuola. Attraverso le opere proposte intendiamo svelare la grande passione con la quale i ragazzi lavorano ai prodotti audiovisivi anche avendo a disposizione mezzi tecnici limitati.

Il riconoscimento internazionale del GFF come evento fondamentale del panorama festivaliero e, soprattutto, come passaggio irrinunciabile per produzioni destinate ai bambini e ai ragazzi ha condotto alla moltiplicazione di Giffoni e la creazione di una alleanza internazionale tra Giffoni e altri partner pubblici e privati in tutto il mondo.

Detto in maniera più semplice se Giffoni sa come fare, se Giffoni ha un forte e preciso know how, può divenire il partner principale nella creazione di eventi cinematografici che abbiano il comune obiettivo di promuovere un cinema di grande qualità per gli under 18.

Il primo evento a Berlino nel 2000, il secondo a Miami nel 2003 e quindi il succedersi di appuntamenti internazionali tra il 2005 e il 2008 (Giffoni Miami, Giffoni Hollywood, Giffoni Australia, Giffoni Polonia, Giffoni Albania) ci consentono di prevedere un quadro di azioni preciso per il 2009:



Università e Ricerca

Giffoni-Australia che sarà alla terza edizione a Sydney.

Giffoni-Albania alla quinta edizione.

In entrambi i casi parliamo di iniziative organizzate sul modello Giffoni con film presentati in diverse sezioni per ragazzi di diverse fasce d'età.

Sia in Australia che in Albania i film proposti sono soprattutto europei. Inoltre in entrambe le nazioni l'obiettivo dell'iniziativa è duplice: se da un lato il festival promuove il cinema per ragazzi di qualità, dall'altro promuove anche se stesso in quanto organizzazione culturale tutta italiana ma capace di interpretare al meglio le esigenze di un pubblico internazionale sia in eventi in-door che in eventi out-door. E, ancora, la presenza internazionale del GFF contribuisce alla promozione del territorio nel quale il festival è nato e si è sviluppato. Giffoni è oggi uno degli eventi più conosciuti d'Italia e nel mondo è sicuramente uno degli eventi principali del settore. E l'evento è indissolubilmente legato al territorio di conseguenza ogni tipo di promozione che riguarda Giffoni inevitabilmente si riverbera positivamente sulla provincia e la regione.

I rapporti del GFF con le Università sono sempre più intensi e diversificati. L'Università ci fornisce in alcuni casi spunti di riflessione mentre, allo stesso tempo, ci chiede informazioni, dati e materiali per ricerche che ruotino intorno all'universo dei ragazzi, sia come oggetto di ricerca sia come soggetto in formazione.

Giffoni sarà quindi molto impegnato anche nel 2009 in una serie di azioni di collaborazione con l'accademia che possiamo riassumere in alcuni punti fondamentali:

Trasferimento di dati e di materiali all'Università per la realizzazione di ricerche.

Consulenza e trasferimento di dati e materiali per la realizzazione di tesi universitarie che abbiano come oggetto il festival o, più in generale, il cinema

Partecipazioni a convegni che abbiano per oggetto il mondo dell'infanzia e dell'adolescenza in qualità di relatori.

Partecipazioni a convegni che abbiano per oggetto i media e la loro evoluzione.

Partecipazione a seminari e corsi universitari sul cinema, l'organizzazione di eventi, il marketing e la promozione di un evento etc.

Partecipazione a corsi di specializzazione post-laurea o alta formazione sul cinema, l'organizzazione di eventi, il marketing e la promozione di un evento etc.

Presenza di stagisti al GFF durante tutto l'anno.

Le Sale del GFF

Il GFF ha tra le sue responsabilità anche la gestione delle due sale cinematografiche del paese: la Sala Truffaut e il Cinema Valle. La prima sala è stata dedicata al cinema, la seconda al teatro. In questo modo l'Ente fornisce all'area dei Picientini un servizio culturale fondamentale.

Il nostro pubblico che è composto da diverse tipologie di utenti. La programmazione è infatti organizzata in modo tale da rispondere a differenti esigenze e richieste.

Si comincia il giovedì con il cinema d'essai, film d'autore per i più esigenti che vedono oggi numerosi affezionati cinefili incontrarsi con puntualità nel foyer del cinema.

Il venerdì, il sabato e la domenica sera sono destinati ai blockbuster, mentre nei pomeriggi del weekend vengono proiettati film d'animazione e fiction per bambini.

A queste proiezioni si aggiungono a volte proiezioni speciali, come matinée destinate alle scuole.

La sala è accogliente, tecnicamente all'avanguardia, il parcheggio, la programmazione che propone con lo scarto di qualche giorno le uscite del capoluogo, accolgono l'utente e lo mettono a suo agio.

Lo staff del GFF cura con particolare attenzione la programmazione e non manca mai alle anteprime delle Giornate Professionali del Cinema.

Il Cinema Valle è invece a disposizione di quanti ne facciano richiesta per organizzarvi manifestazioni teatrali o musicali.



GFF 2009 programma



programma 2009 GFF

Legato al progetto Community è quello di ridefinizione del sito internet del Giffoni Film Festival. Un website che negli ultimi anni ha attirato milioni di persone (**24 milioni di accessi in 10 mesi**) grazie a contenuti sempre rinnovati e un continuo cambiamento della grafica per incrementarne l'appeal.

L'idea del sito 2009 è quella di integrare nella home page tutti i contenuti di un festival che è sicuramente più di un semplice evento per presentare film. La sua attività diffusa nell'arco dei 12 mesi trasforma anche la piattaforma internet che diventa una sorta di portale con tanto di area webtv in HD, alta definizione.

Anche la zona delle news è completamente rimodellata secondo un sistema di data base che permetterà di archiviare e ricercare notizie e film che hanno caratterizzato e caratterizzeranno la storia del GFF.

Queste sono solo un paio delle novità che, chi navigherà sul nostro sito dalla fine del 2008, troverà quotidianamente.

Anche il reparto grafico subirà un totale restyling, preferendo per questa edizione toni morbidi e largo spazio dedicato alle fotografie del festival.

Un HYPERLINK www.giffoniff.it in nome del dinamismo continuo, della semplicità di accesso, dell'impatto visivo, della piacevolezza della navigazione. Un sito da visitare ogni giorno con la consapevolezza di non trovarsi mai di fronte a ciò che si è visto la volta precedente.

Sezioni, eventi e attività della 39a edizione del GFF saranno distribuiti in diversi luoghi del paese, partendo dalla Cittadella del Cinema. Quattro gli schermi a disposizione, in attesa della realizzazione delle nuove sale della Multimedia Valley: la Sala Truffaut, la Sala Valle, il Giardino degli Aranci, l'Arena Alberto Sordi. Spettacoli e musica saranno destinati ai palcoscenici dell'Arena Sordi, del Giardino degli Aranci e del palcoscenico realizzato per la manifestazione in Piazza Umberto I e generalmente destinato ad iniziative organizzate in collaborazione con i principali sponsor. Per la stampa sarà realizzato un apposito spazio nel cortile della Cittadella. I party serali troveranno la loro location nello splendido convento di San Francesco.

SALA TRUFFAUT

710 posti a sedere e audio digitale per la sala Grande del festival di Giffoni, quella destinata alle giurie più numerose come Free to Fly e First Screens, ma anche alle anteprime che catalizzano l'attenzione di un numerosissimo pubblico.

CINEMA VALLE

Il Cinema Valle, con i suoi 385 posti a sedere, sarà la sede delle sezioni KIDZ e Y GEN. Si tratta della sala che ha ospitato per tanti anni le principali proiezioni del Festival. Interventi di ammodernamento apportati negli ultimi anni consentono oggi una proiezione di alta qualità, al passo con i più alti standard internazionali.

ARENA "ALBERTO SORDI"

L'Arena Alberto Sordi è il luogo deputato ad accogliere il pubblico serale costituito per il 60% da adulti. In quello che durante l'anno è uno spoglio parcheggio viene montato un podio prefabbricato, ricoperto con una struttura semicircolare in layer. Una passerella consente agli ospiti di arrivare in mezzo ai giurati e di avvicinarsi al pubblico. Tre i sistemi di proiezione previsti

che consentono di proiettare sugli schermi del palcoscenico sia i filmati inviati dalla regia, sia il live di quanto



La Comunicazione

avviene sul palco. Due gradinate, collocate ai lati della passerella consentono la sistemazione dei giurati che partecipano così attivamente alla serata.

GIARDINO

DEGLI ARANCI

L'antica arena all'aperto mantiene intatto il suo fascino. La ristrutturazione recente consente l'utilizzo del palcoscenico, provvisto di camerini, per gli spettacoli teatrali ma anche le proiezioni serali della sezione Reload. Naturalmente per il periodo della manifestazione alla sala viene fornito un adeguato impianto audio.

COMPLESSO MONUMENTALE DI SAN FRANCESCO

Tutto il complesso di San Francesco viene impegnato durante il festival. Il piano terra e il chiostro è stato trasformato in elegante location per le cene serali alle quali partecipano oltre 300 ospiti. La chiesa, il cui restauro è stato recentemente completato, ha ospitato quest'anno le mostre e speciali incontri come quello della direzione artistica con gli accompagnatori delle giurie.

AULE MULTIMEDIALI

Le aule della cittadella ospitano durante la manifestazione alcuni uffici chiave del festival, come ad esempio l'ospitalità e la regia delle serate. La contiguità con il palcoscenico e con le sale rende strategica la posizione di questi grandi spazi che vengono riorganizzati con pareti mobili.

LOUNGE BAR - SALA STAMPA

Una struttura verrà realizzata appositamente nel cortile della cittadella per ospitare la sala stampa e il lounge bar che ospiterà anche gli incontri stampa oltre che costituire il luogo ideale per un attimo di relax o incontri di lavoro per i professionisti presenti.

La comunicazione è certamente uno degli aspetti fondamentali del Giffoni Film Festival, attività che permette al festival di avere un'eccezionale riscontro sul piano mediatico, sia in quanto manifestazione estiva ricca di film, eventi e prestigiosi ospiti, sia in quanto realtà organizzatrice di svariate iniziative che, si espandono sull'intero arco dell'anno. Il racconto del GFF è narrato e diffuso dalle risonanti voci dei media, e quindi dalla carta stampata (quotidiani e riviste, specializzate e non), dalle televisioni (locali, nazionali-generaliste, satellitari, internazionali), dalle radio, dal WEB. La "Mission" dell'Ufficio Comunicazione del GFF consiste nel riuscire a organizzare e gestire un sistema informativo in grado di coprire e far conoscere le molteplici attività che il GFF realizza.

L'UFFICIO STAMPA DELLA 39ESIMA EDIZIONE

Per supportare e rafforzare il lavoro svolto dall'Ufficio Comunicazione sul piano della produzione di notizie, di comunicati stampa e di gestione delle strategie di informazione, è confermata la presenza di una delle maggiori agenzie di comunicazione nazionali: la MN Italia (www.mnitalia.com). Durante la 39a edizione del GFF, l'Ufficio Comunicazione garantirà una copertura informativa completa, fornendo sostegno sia ai giornalisti presenti sia a quanti contatteranno il festival per ottenere info e notizie.

Di seguito segnaliamo le principali iniziative dell'ufficio comunicazione 2009:

Giffoni Social Network – Osservando il diffondersi sempre più capillare del New-Media, il Giffoni Film Festival, sempre attento a questi fenomeni in continua evoluzione, ha destinato molte risorse per la creazione di nuove piattaforme internet. Recentemente è stato realizzato il Giffoni Megablog, ideato in collaborazione con Studenti Media Group, società detentrici delle web-community più popolate d'Italia. Con questa operazione il GFF ha voluto mettere a disposizione dei ragazzi la possibilità di interagire tutto l'anno con la vita del festival, grazie a forum, sondaggi, approfondimenti, chat, eventi on-line... tutto in stile GFF. Confermata per il 2009 la web tv, il Giffoni Channel (www.giffonifilmfestival.it).

Produzioni Editoriali

channel.com) che ha permesso il definitivo salto di qualità all'immagine e alle strategie di comunicazione del festival. Il GFF con questo ultimo passo ha consacrato il suo profilo internazionale, con un palinsesto ben strutturato e con la possibilità di scegliere cosa vedere con l'opzione on demand. Durante la 39ª edizione tutti i contenuti video (servizi, interviste, dibattiti, trailer dei film in concorso, ecc.) saranno trasmessi in diretta 24 ore su 24.

Confermata anche per il 2009 la **collaborazione con la principale Agenzia di Informazione in Italia (ANSA)**. Il portale www.ansa.it realizzerà uno speciale dedicato al Festival con servizi video e redazionali.

Sul piano televisivo prevediamo che tutte le televisioni nazionali generali seguiranno l'evento con servizi giornalistici, news, interviste, speciali e molto altro. La rete ammiraglia del gruppo Mediaset, Canale 5, dedicherà ampi spazi. Anche la Rai ci seguirà assiduamente.

Speciale E-Polis - Grande risalto sarà dato al Festival dal quotidiano Free press "E-Polis" che dedicherà degli speciali alla manifestazione, con approfondimenti sui film in concorso, gli ospiti e i temi affrontati durante il festival. Inoltre, sia sul sito del quotidiano, che sulla Homepage del GFF sarà disponibile anche la versione in PDF degli inserti E-Polis Giffoni Film Festival.

Speciale Cinetribù - Dalla collaborazione con la società Studenti Media Group, che gestisce l'altro la più grande web-community dedicata ai ragazzi italiani, nascerà per il secondo anno uno speciale completamente dedicato al GFF sul mensile Free Press Tribù.

La storica collaborazione del GFF con le **Edizioni Piscopo-Cioè**, l'editore che è riconosciuto tra i preferiti dei teenager italiani, grazie all'impegno nella pubblicazione di piacevoli riviste per ragazzi come "Cioè" e "Pop's". In occasione della 39ª edizione del GFF, questi rotocalchi giovanili ospiteranno inserti, inchieste, interviste e curiosità sul Festival e sul mondo dei ragazzi.

Queste le produzioni editoriali previste per il 2009:

Il catalogo cartaceo, contenente tutte le informazioni relative ai film della manifestazione, contenente le pagine destinate ai film e alle altre proposte del programma, ma anche spazi destinati agli appunti. La pubblicazione sarà realizzata soprattutto per i ragazzi della giuria che ne faranno il loro diario di viaggio contenente, al termine della manifestazione, impressioni, pensieri, disegni e autografi.

Numerose e ampie pagine informative, con biografie e schede tecniche più dettagliate rispetto alla versione cartacea e tutte le dichiarazioni dei registi a nostra disposizione sono tuttora disponibili sul sito ufficiale del GFF (www.giffoniff.it). Il sito dà la possibilità di scaricare sul proprio PC testi e foto.

Il programma in versione tascabile in formato spillato sarà in 15.000 copie. Sul sito, inoltre, era possibile accedere ad un programma che rispetto alla versione cartacea offriva maggiori dettagli e ulteriori aggiornamenti (ospiti a sorpresa etc.).

Sul sito web del festival, troviamo anche le news e gli aggiornamenti, con dettagli su conferenze stampa, interviste, curiosità e foto in versione digitale pronte ad essere scaricate.

Per chi intenda partecipare al festival in qualità di concorrente l'entry-kit sarà disponibile sul sito. Gli aspiranti candidati possono consultare (o anche stampare) il regolamento, leggere il modulo d'iscrizione (o entry form), compilarlo e spedirlo immediatamente al festival.

Un catalogo cartaceo sarà realizzato appositamente per Movie Days. Il catalogo conterrà informazioni sui film, gli autori, ma anche spunti didattici utili agli insegnanti per proseguire il lavoro in classe ed è stato consegnato a tutti i ragazzi e i docenti partecipanti.

Altre pubblicazioni saranno realizzate per gli appuntamenti di Giffoni World Alliance.



GFF Web TV

Il festival si è dotato di una propria televisione.

O meglio di una web tv. Accedendo al sito del GFF è, già dallo scorso anno, possibile ammirare i contenuti audiovisivo riguardanti le attività del festival. Una web tv dinamica e zeppa di contenuti, che ha impressionato i "naviganti" per la sua qualità tecnica raffinatissima.

Una web tv di ultima generazione che ha visto circa 1.2 milioni di contatti durante il periodo della edizione numero 38 del festival.

Ora l'idea è quella di renderla permanente. Una web tv attiva 24 ore su 24 per tutto l'anno. Una sfida che porterà a incrementare a dismisura la copertura "video" dei tantissimi eventi del GFF e che si arricchirà della piattaforma HD (alta definizione) per rendere la visione un piacere per occhi mai provato prima nel web.