



FONDAZIONE FILM COMMISSION DI ROMA E DEL LAZIO

PROGETTO DI BILANCIO PREVISIONALE 2026

**PIANO DELLE ATTIVITA'
PROSPETTO COSTI PREVISIONALI 2026**

SOMMARIO

1. CONTESTO DI RIFERIMENTO.....	2
2. PROSPETTO COSTI PREVISIONALI 2026	3
3. PIANO ATTIVITÀ 2026	4
A. Segreteria organizzativa, attività di comunicazione istituzionale e marketing	5
A.1 Attività di segreteria, comunicazione e promozione istituzionale.....	5
B. Progetti di comunicazione e promozione della cultura cinematografica.....	5
B.1 Azioni di comunicazione e iniziative per la valorizzazione della cultura cinematografica:	5
C. Costi per Personale/Servizi	10
C.1 Personale, sede, amministrazione, gestione	10
C.2 Attività residue, spese generali, imposte	11
4. RAFFORZAMENTO ORGANIZZATIVO.....	11
5. PROSPETTO COSTI PREVISIONALI 2026	12

1. CONTESTO DI RIFERIMENTO

Nel corso del 2025 la Fondazione Film Commission di Roma e del Lazio (di seguito anche Fondazione) ha completato il percorso di riorganizzazione avviato nell'anno precedente, consolidando il nuovo assetto di governance definito dallo Statuto approvato con deliberazione della Giunta Regionale n. 1049 del 5 dicembre 2024. Tale processo è stato ulteriormente rafforzato con la nomina del nuovo organo amministrativo, deliberata dalla Regione Lazio (D.G.R. n. 219 del 15 aprile 2025) e dal Consiglio Generale della Fondazione il 27 marzo 2025.

Questi interventi hanno consentito di potenziare la capacità operativa e strategica della Fondazione, in un contesto caratterizzato da una crescente competitività del settore audiovisivo e da politiche regionali orientate all'attrazione di produzioni nazionali e internazionali. L'adeguamento organizzativo ha permesso di ottimizzare l'impiego delle risorse disponibili e di garantire un allineamento più coerente tra missione istituzionale, obiettivi programmatici e risultati attesi.

Il presente documento illustra il Piano di Attività per l'anno 2026, predisposto in coerenza con il Piano Triennale Regionale e con le linee guida del Piano Strategico, con l'obiettivo di consolidare il ruolo del Lazio come polo di riferimento per l'industria cinematografica e audiovisiva. Le previsioni economiche riportate nel "Prospetto costi previsionale 2026" tengono conto delle risorse assegnate alla Fondazione dalla legge di bilancio regionale e delle priorità di investimento individuate per sostenere lo sviluppo del comparto audiovisivo, favorendo la crescita delle produzioni e la valorizzazione del territorio.

2. PROSPETTO COSTI PREVISIONALI 2026

Si riporta di seguito il Prospetto dei costi previsionali relativi all'esercizio 2026 che, come indicato nel paragrafo precedente, è stato elaborato sulla base del Piano di Attività descritto nei successivi paragrafi del presente documento e delle risorse finanziarie assegnate alla Fondazione dalla Legge di Bilancio regionale 2024.

PROSPETTO COSTI PREVISIONALI 2026

ID	Descrizione Tipologia di costo	Valore
A	Segreteria organizzativa, attività di comunicazione istituzionale e marketing	250.000 €
B	Progetti di comunicazione e promozione della cultura cinematografica	10.079.800 €
C	Costi per Personale/Servizi	1.018.000 €

TOTALE COSTI	11.347.800 €
---------------------	---------------------

TOTALE RISORSE	11.347.800 €
Contributo Comune di Roma	47.800 €
Contributo Regione Lazio	11.300.000 €

3. PIANO ATTIVITÀ 2026

Il Piano delle Attività relativo all'esercizio 2026 è stato definito in linea con gli indirizzi strategici fissati dalla Regione Lazio e si compone delle seguenti macroaree che rappresentano attività cardine della Fondazione:

➔ A. Segreteria organizzativa, attività di comunicazione istituzionale e marketing

A.1 Attività di segreteria, comunicazione e promozione istituzionale:

- a. Partecipazione a network (AFCI, EuFCN, Cineregio, ACE, etc.) e segreteria organizzativa (sopralluoghi, ospitalità, servizi, assistenza produzioni e coproduzioni);
- b. Pubblicità e promozione, sito web, social, materiali promozionali, video, grafica, stampati;

➔ B. Progetti di comunicazione e promozione della cultura cinematografica

B.1 Azioni di comunicazione e iniziative per la valorizzazione della cultura cinematografica:

- a. MIA Market;
- b. Festa Cinema Roma;
- c. Progetti di internazionalizzazione (Venezia, Cannes, Berlino, ecc.);
- d. Emmy Roma e New York;
- e. Giornale (attività editoriali on e off line);
- f. Ricerca;
- g. Progetto TV;
- h. Progetti speciali;
- i. MOU in collaborazione con Treccani;
- l. Incontri formativi, masterclass e scambi formativi internazionali;
- m. Fam trip;
- n. Avvisi pubblici di supporto alla filiera dell'audiovisivo;
- o. Guida alla produzione;
- p. Sportelli territoriali;
- q. Frame House;
- r.1 Progetti formativi "Scuola d'Arte Cinematografica Gian Maria Volonté";
- r.2 Progetti formativi "Officina delle Arti Pier Paolo Pasolini".

➔ C. Costi per Personale/Servizi

C.1 Personale, sede, amministrazione, gestione:

- a. Costi del Personale;
- b. Costi relativi al Consiglio di Amministrazione;
- c. Costi collegati alla Sede;
- d. Costi Organo di Controllo;
- e. Amministrazione, servizi, spese di gestione;
- f. Assicurazioni, Trasparenza e Anticorruzione, Spese legali, Privacy;

g. Prestazioni professionali e specialistiche;

C.2 Attività residue, spese generali, imposte:

- a. Altre spese generali, imposte, varie, etc.;
- b. Formazione interna.

A. Segreteria organizzativa, attività di comunicazione istituzionale e marketing

► *A.1 Attività di segreteria, comunicazione e promozione istituzionale* ◄

L'area di intervento è finalizzata a garantire il coordinamento delle attività operative e la promozione dell'immagine istituzionale attraverso strumenti di comunicazione integrata e azioni di marketing strategico. In tale ambito, le attività comprendono:

- **Segreteria organizzativa e supporto alle produzioni:** gestione delle relazioni con i principali network internazionali e nazionali (AFCI, EuFCN, Cineregio, ACE, ecc.), organizzazione e presidio delle attività di accoglienza e assistenza alle produzioni e coproduzioni, pianificazione e coordinamento di sopralluoghi, servizi logistici e ospitalità, nonché attività di back-office e supporto amministrativo connesso ai progetti;
- **Comunicazione istituzionale e promozione:** ideazione e realizzazione di campagne di comunicazione volte alla valorizzazione della cultura cinematografica e audiovisiva, gestione e aggiornamento dei canali digitali (sito web, social media), produzione di contenuti multimediali e materiali promozionali (video, grafica, stampati), progettazione di strumenti informativi e di marketing, nonché attività di pubblicità e diffusione dell'immagine istituzionale in contesti nazionali e internazionali.

L'obiettivo è assicurare un presidio costante delle attività di networking e promozione, favorendo la visibilità dell'ente e il rafforzamento delle relazioni con stakeholder strategici, attraverso azioni integrate di comunicazione e marketing coerenti con le linee guida istituzionali.

B. Progetti di comunicazione e promozione della cultura cinematografica

► *B.1 Azioni di comunicazione e iniziative per la valorizzazione della cultura cinematografica:* ◄

L'area B è volta a valorizzare la cultura cinematografica e audiovisiva del Lazio, incrementarne la visibilità in contesti nazionali e internazionali, rafforzare il posizionamento del territorio quale hub creativo e produttivo, e favorire l'integrazione tra istituzioni, operatori della filiera e pubblico.

Le azioni previste, coerenti con le linee di indirizzo della Fondazione, si articolano in progetti strutturati che combinano comunicazione istituzionale, promozione, ricerca applicata, formazione e servizi di accompagnamento alla produzione.

La Fondazione, in coerenza con la propria missione di sostegno e sviluppo del comparto audiovisivo regionale, programma per l'anno 2026 un insieme articolato di progetti strategici di comunicazione e promozione volti a consolidare il ruolo del Lazio quale polo di eccellenza nel panorama nazionale e internazionale.

Le iniziative previste mirano a rafforzare la visibilità della cultura cinematografica, favorire la circolazione delle opere e dei talenti, promuovere partnership istituzionali e industriali, e sostenere la competitività della filiera audiovisiva attraverso strumenti innovativi e azioni integrate.

Il piano comprende interventi di comunicazione istituzionale, partecipazione a festival e mercati di rilievo globale, progetti editoriali e digitali, attività di ricerca e analisi di settore, programmi formativi e di scambio internazionale, nonché servizi di supporto alle produzioni e agli operatori.

Tali azioni si collocano in una strategia complessiva che coniuga promozione culturale, marketing territoriale e internazionalizzazione, con l'obiettivo di generare impatti concreti in termini di attrazione di investimenti, sviluppo professionale e valorizzazione del patrimonio creativo del Lazio.

a. MIA Market

Partecipazione al MIA MARKET, in particolare alla sezione BAF (book adaptation forum) dedicato ai Libri e allo sviluppo di contenuti editoriali e divulgativi.

Attività previste: curatela di panel e incontri professionali; produzione di materiali informativi (dossier, schede progetto, press kit); attivazione di campagne media integrate; supporto agli operatori del Lazio in attività di networking e scambio diritti, selezione di agenti letterari e società di produzione, e organizzazione di un pitching forum dove verranno presentati tutti i progetti.

b. Festa del Cinema di Roma

Presidio istituzionale con agenda di presentazioni, conferenze e incontri B2B.

Attività: allestimento di spazi di rappresentanza della Fondazione; programmazione di interventi tematici sulla filiera regionale; gestione di attività stampa e relazioni media; iniziative di audience development e engagement con il pubblico.

La Fondazione promuove il cinema della regione e le proprie attività durante tutta la durata della Festa del Cinema di Roma. La Fondazione Roma Lazio Film Commission organizza un calendario di incontri, eventi di presentazione, anteprime cinematografiche e panel dedicati ai maggiori trend del settore audiovisivo. Organizza eventi propri, interventi tematici sulla filiera regionale, gestisce internamente tutte le attività di stampa e relazioni con e sui media, promuove attivamente attraverso iniziative di audience development e engagement con il pubblico i titoli realizzati con Fondi Regionali o sviluppati da professionisti legati alle Scuole di Cinema della Regione.

c. Progetti di internazionalizzazione (Festival del cinema di Venezia, Cannes, Berlino e altri)

Partecipazione qualificata ai principali festival europei: organizzazione di eventi di promozione del "Sistema Lazio"; supporto alle produzioni regionali selezionate; incontri istituzionali con market, film commission e player internazionali; attivazione di campagne di comunicazione multilingual; coordinamento di attività di co-marketing con partner pubblici e privati.

La Fondazione partecipa ai principali Festival e Mercati di settore, dove organizza incontri di networking dedicati alla presentazione dei progetti e dei produttori del Lazio per sviluppare ulteriormente la capacità produttiva delle imprese laziali. In occasioni dei mercati di Berlino, EFM European Film Market, e Cannes, Marché du Film, e alla Biennale del Cinema di Venezia – Venice bridge, individua i rispettivi referenti sul territorio organizzando incontri dove presentare i fondi della Regione Lazio a sostegno del settore audiovisivo, incontri b2b con i produttori laziali ed i produttori esteri, promozione delle location del territorio del Lazio per il rafforzamento dell'attrattività cinematografica dei territori della Regione.

d. Emmy (Roma e New York)

Sviluppo di iniziative connesse al circuito Emmy, con focus su serialità e factual.

Attività: eventi di presentazione di progetti del Lazio; raccordo con emittenti e piattaforme; sessioni di networking e mentoring; azioni di comunicazione internazionale volte al posizionamento del territorio come hub di eccellenza.

La Fondazione partecipa a EMMY - The International Emmy Award nell'ottica di sviluppare ulteriormente la propria strategia di sostegno al racconto della serialità televisiva e alla Tv in generale. In questa occasione la Fondazione seleziona una delegazione di produttori che viene invitata alla cerimonia EMMY a New York. La Fondazione organizza la campagna di comunicazione e promozione in Italia dell'evento e promuove attivamente i candidati italiani al premio e organizza un evento, in collaborazione con EMMY AWARDS, con i rappresentanti e i giurati degli EMMY a Roma.

e. Giornale (attività editoriali on e off line)

Realizzazione di un giornale digitale e/o cartaceo della Fondazione sui canali social, con piano editoriale trimestrale, rubriche dedicate (produzioni, location, talenti, opportunità), format audiovisivi e speciali tematici.

Attività: redazione interna; linee guida di stile; analisi delle metriche e report periodici; campagne di boosting mirate.

La Fondazione attiva una linea editoriale propria, con la realizzazione di contenuti dedicati ai maggiori trend di settore del mondo dell'audiovisivo, interviste a talent e professionisti del settore, la promozione delle attività della Fondazione. La costruzione di uno strumento attraverso il quale la Fondazione può essere presente anche nei principali mercati di settore, realizzando edizioni cartacee speciali monotematiche a seconda del target che si vuole raggiungere o del settore che si vuole promuovere, entrando a far parte del settore media, accreditandosi come ufficio stampa e seguendo dal vivo gli eventi con la creazione di una propria redazione e testata giornalistica, con la possibilità di contrattualizzare giornalisti, grafici, ed altre figure professionali legate al settore editoria.

f. Ricerca

Programma di ricerca applicata su trend di mercato, impatto economico e culturale delle produzioni nel Lazio, mappatura delle competenze territoriali, analisi dei flussi di investimento e dell'attrazione di produzioni.

Output: rapporti annuali, infografiche, policy brief, dataset a supporto della pianificazione e della comunicazione istituzionale.

La Fondazione avvia percorsi di collaborazione con Università, Enti di Ricerca, Fondazioni e società private anche internazionali per l'affidamento di studi di settore e ricerche tematiche legate ai prodotti audiovisivi realizzati nel territorio del Lazio, studi di ricerca volti a valutare l'impatto sul pubblico e sul comparto audiovisivo in generale.

g. Progetto TV

Progetto di formazione e sviluppo legato al mondo audiovisivo con particolare riferimento alla televisione. Il progetto TV sarà realizzato in collaborazione con emittenti e piattaforme e con istituti formativi riconosciuti e altamente qualificati. Attività: sviluppo formativo, scouting location e storie, produzione di contenuti, piano di promozione e placement dei destinatari dell'intervento.

h. Progetti speciali

Realizzazione di iniziative trasversali (mostre, showcase, retrospettive, campagne tematiche, progetti cross-mediali), con coinvolgimento di scuole e associazioni. Attività: curatela, produzione e allestimento; partnership; percorsi di educazione all'immagine; format itineranti sul territorio regionale e progetti in collaborazione con le principali istituzioni del territorio.

i. MOU in collaborazione con Treccani

Formalizzazione e attuazione di MOU con Treccani finalizzati alla diffusione e alla didattica dei saperi dell'audiovisivo anche con accordi internazionali congiunti. Inoltre, saranno previsti contenuti editoriali, percorsi formativi congiunti, eventi di presentazione e produzione di materiali di riferimento (manuali, vademecum).

l. Incontri formativi, masterclass e scambi formativi internazionali

Programmazione di percorsi formativi su competenze creative, tecniche e manageriali; masterclass con professionisti di rilievo; scambi internazionali e study visit.

La Fondazione nell'ambito del sostegno al settore della formazione audiovisiva, prevede di realizzare accordi con le maggiori istituzioni di settore per la costruzione di corsi di formazione professionale sui nuovi mestieri del Cinema. I corsi saranno dedicati a studenti post-diploma, che potranno scegliere tra diverse linee formative.

Attività: call per partecipanti, selezione docenti, calendarizzazione moduli, certificazione delle competenze acquisite.

m. Fam trip

La Fondazione organizza in collaborazione con LMGI-Location Manager Guild International i FAM TOUR, viaggi che seguono itinerari regionali dove vengono invitati i maggiori location manager e i produttori esecutivi mondiali, per sensibilizzarli sulle location e le possibilità cinematografiche del territorio laziale, per illustrare tutte le opportunità in merito a Fondi e sovvenzioni dedicate al settore dalla Regione.

Organizzazione di fam trip tematici per produttori, location manager e broadcaster: itinerari tecnici e culturali, sopralluoghi guidati, presentazioni dei servizi e degli incentivi regionali, incontri con istituzioni locali e operatori della filiera.

n. Avvisi pubblici di supporto alla filiera dell'audiovisivo

Predisposizione di avvisi pubblici a sostegno di promozione, formazione, sviluppo e internazionalizzazione del settore Film-Tv-Media e di avvisi pubblici a sostegno alle sale cinematografiche e dei cosiddetti "terzi luoghi": definizione dei criteri di accesso, procedure trasparenti di selezione, creazione dell'albo dei partecipanti alle Commissioni, creazione sportello assistenza bandi e canali telematici dedicati all'assistenza ai beneficiari, monitoraggio e rendicontazione dei risultati.

o. Guida alla produzione

Aggiornamento e diffusione della Guida alla Produzione del Lazio: norme, permessi, servizi, incentivi, best practice, contatti utili.

Attività: revisione contenuti, digitalizzazione con mappe interattive, sezione FAQ, traduzione multilingue e distribuzione presso festival e sportelli.

La Fondazione ha realizzato la Guida alla Produzione del Lazio, uno strumento internazionale dove sono mappate tutte le società di produzione, post-produzione, effetti digitali, avente sede nella Regione, i professionisti del settore di Film – Media – Tv, una vetrina per le location cinematografiche del territorio.

Uno strumento professionale verso il quale le produzioni estere si interfacciano per avere una prima panoramica generale, dove effettuare una ricerca tra le categorie "Produzione", "Crew", "Location" e "Cast" quando hanno in programma di lavorare nel Lazio. La Fondazione con questo progetto dà anche inizio a un grande censimento di tutte le aziende del territorio, professionisti, attori, maestranze, giovani professionisti che stanno entrando o si stanno formando per lavorare nel mondo dell'audiovisivo.

p. Sportelli territoriali

Attivazione e coordinamento di sportelli di prossimità sul territorio regionale per l'assistenza a produzioni, professionisti ed enti locali: orientamento su procedure e permessi, mediazione con le amministrazioni, supporto logistico e informativo.

La Fondazione con l'apertura dei "Lazio Media Desk" avviata nel 2025 a partire da Latina e Viterbo, in collaborazione con Lazio Innova, vuole implementare l'attività cinematografica nelle province del Lazio e il potenziamento dell'attrattività cinematografica dei territori. Film Commission vuole costruire un sistema consolidato in grado di fornire assistenza e sostenere le produzioni che scelgono di girare a Roma e nelle province della Regione Lazio. Ogni sportello è un punto di riferimento per quanto riguarda scouting location, richieste permessi, ricerca servizi e forza lavoro del settore cinema residente sul luogo.

q. Frame House

Sviluppo del progetto Frame House quale hub di rappresentanza del sistema audiovisivo regionale in contesti nazionali e internazionali: spazio per presentazioni, conferenze, market meeting, attività di networking e promozione coordinata dei progetti del territorio.

Frame House è uno spazio dove dare continuità e profondità a tutte le iniziative che la Fondazione porta avanti e realizza, come i bandi ShorFilm e Film Friendly Location, il BAF, che favorirà la presentazione di titoli inediti, la costruzione di occasioni di networking e collaborazione tra i produttori del Lazio per la realizzazione di progetti con potenziale di coproduzione. Il progetto Frame House viene pensato con una visione proiettata verso i

Festival internazionali dove può essere replicato come format, in uno spazio fisico che la Fondazione allestisce e fa da hub/base della Fondazione nella sua presenza all'estero ed è lo spazio in cui presentare le proprie iniziative o ospitare conferenze stampa dei film in concorso sostenuti dalla Regione.

r. Fondi FSE+ 2021-2027

Un ulteriore settore di intervento riguarda i progetti formativi, in particolare: la Scuola d'Arte Cinematografica Gian Maria Volonté **(r.1)** e l'Officina delle Arti Pier Paolo Pasolini **(r.2)**. Per tali Scuole di alta formazione finalizzate alla valorizzazione e al potenziamento di specifiche figure professionali - legate a settori considerati rilevanti per l'economia regionale quali cultura, audiovisivo, cinema e spettacolo - sono destinate dall'autorità di gestione regionale risorse FSE+ con un risultato atteso di numerosi progetti, percorsi formativi, azioni di sistema e tirocini.

C. Costi per Personale/Servizi

La programmazione economico-gestionale per l'esercizio 2026 prevede una strutturazione puntuale delle voci di spesa necessarie a garantire la piena operatività della Fondazione, la continuità amministrativa e il presidio degli obblighi di conformità. In particolare, rientrano in tale perimetro:

► C.1 Personale, sede, amministrazione, gestione ◀

a. Costi del personale:

Retribuzioni, oneri contributivi e assicurativi, TFR, formazione obbligatoria e specialistica, indennità per progetti straordinari, benefit e misure di welfare.

b. Costi relativi al Consiglio di Amministrazione:

Costi AD, rimborsi spese consiglieri, supporto segretariale e costi di convocazione.

c. Costi collegati alla Sede:

Utenze, manutenzioni ordinarie e straordinarie, adeguamenti tecnologici e di sicurezza, arredi e servizi di facility management.

d. Costi Organo di Controllo:

Compensi, verifiche contabili e amministrative, audit esterni e adempimenti di vigilanza.

e. Amministrazione, servizi, spese di gestione:

Servizi generali, forniture, materiali di consumo, servizi postali, piattaforme digitali, licenze software, manutenzione dei sistemi informativi, spese bancarie e di tesoreria.

f. Assicurazioni, Trasparenza e Anticorruzione, Spese legali, Privacy:

Assicurazioni (R.C., infortuni, tutela patrimonio), presidi per trasparenza e anticorruzione, consulenza legale, privacy e protezione dati (DPO), aggiornamenti normativi.

g. Prestazioni professionali e specialistiche:

Consulenze strategiche, fiscali, del lavoro, traduzioni, progettazione grafica e audiovisiva, ricerche e studi, servizi tecnici per eventi e monitoraggio impatti.

► **C.2 Attività residue, spese generali, imposte** ◄

a. Altre spese generali, imposte, varie, etc.:

Tributi, oneri fiscali e contributivi, spese varie di funzionamento non ricomprese nelle voci precedenti.

b. Formazione interna:

Programmi di aggiornamento professionale per il personale e percorsi di sviluppo delle competenze, con focus su innovazione digitale, compliance normativa e best practice di settore.

Questa articolazione consente di presidiare le funzioni essenziali di governance, amministrazione e compliance, garantendo la sostenibilità operativa e il rispetto dei principi di trasparenza, legalità e accountability, in coerenza con gli obiettivi strategici della Fondazione per il 2026.

4. RAFFORZAMENTO ORGANIZZATIVO

Al fine di realizzare la struttura organizzativa necessaria per supportare il Piano di Attività sopra delineato la Fondazione si è concentrata nel corso del 2025 sui seguenti fattori ritenuti fondamentali:

- Nuovo Modello organizzativo
- Potenziamento risorse professionali
- Realizzazione sistema informatico
- Disegno ed attuazione sistema regolamentare e procedurale

I citati fattori hanno costituito degli elementi indispensabili per poter raggiungere gli obiettivi fissati. In tale ottica sono state avviate, con la presentazione alla Regione Lazio del nuovo Piano dei fabbisogni di Personale 2026-2028, specifiche azioni finalizzate da una parte al disegno della nuova struttura organizzativa sia amministrativa sia per la realizzazione dei “Progetti” della Fondazione.

5. PROSPETTO COSTI PREVISIONALI 2026

PROSPETTO COSTI PREVISIONALI 2026

Attività		Costi 2026	
A	Segreteria organizzativa, attività di comunicazione istituzionale e marketing	250.000 €	
A.1.	Attività di segreteria, comunicazione e promozione istituzionale		250.000 €
A.1.a	Partecipazione a network (AFCI, EuFCN, Cineregio, ACE, etc.) e segreteria organizzativa (sopralluoghi, ospitalità, servizi, assistenza produzioni e coproduzioni)	100.000 €	
A.1.b	Pubblicità e promozione, sito web, social, materiali promozionali, video, grafica, stampati	150.000 €	
B	Progetti di comunicazione e promozione della cultura cinematografica	10.079.800 €	
B.1	Azioni di comunicazione e iniziative per la valorizzazione della cultura cinematografica		10.079.800 €
B.1.a	MIA Market	120.000 €	
B.1.b	Festa Cinema Roma	189.800 €	
B.1.c	Progetti di internazionalizzazione (Festa Cinema Venezia, Cannes, Berlino, ecc.)	100.000 €	
B.1.d	Emmy Roma e New York	60.000 €	
B.1.e	Giornale (attività editoriali on e off line)	100.000 €	
B.1.f	Ricerca	100.000 €	
B.1.g	Progetto TV	100.000 €	
B.1.h	Progetti speciali	280.000 €	
B.1.i	MOU in collaborazione con Treccani	50.000 €	
B.1.l	Incontri formativi, masterclass e scambi formativi internazionali	200.000 €	
B.1.m	Fam trip	60.000 €	
B.1.n	Avvisi pubblici di supporto alla filiera dell'audiovisivo	4.500.000 €	
B.1.o	Guida alla produzione	20.000 €	
B.1.p	Sportelli territoriali	100.000 €	
B.1.q	Frame House	100.000 €	
B.1.r.1	Progetti formativi "Scuola d'Arte Cinematografica Gian Maria Volonté"	2.000.000 €	
B.1.r.2	Progetti formativi "Officina delle Arti Pier Paolo Pasolini"	2.000.000 €	
C	Costi per Personale/Servizi	1.018.000 €	
C.1	Personale, sede, amministrazione, gestione		955.000 €
C.1.a	Costi del Personale	550.000 €	
C.1.b	Costi relativi al Consiglio di Amministrazione	150.600 €	
C.1.c	Costi collegati alla Sede	50.000 €	
C.1.d	Costi Organo di Controllo	7.500 €	
C.1.e	Amministrazione, servizi, spese di gestione	16.900 €	
C.1.f	Assicurazioni, Trasparenza e Anticorruzione, Spese legali, Privacy	30.000 €	
C.1.g	Prestazioni professionali e specialistiche	150.000 €	
C.2	Attività residue, spese generali, imposte		63.000 €
C.2.a	Altre spese generali, imposte, varie, etc.	60.000 €	
C.2.b	Formazione interna	3.000 €	

TOTALE COSTI	11.347.800 €
---------------------	---------------------

TOTALE RISORSE	11.347.800 €
Contributo Comune di Roma	47.800 €
Contributo Regione Lazio	11.300.000 €