



Nel 2009, alla vigilia del 40° anno di vita, Giffoni è diventato Giffoni Experience, forte della sua storia e delle iniziative intraprese in Italia e all'estero ma già proiettato nel futuro.

Nel dicembre 2001 si inaugurava la Cittadella del Cinema con un investimento di oltre 6 milioni di euro. Con tali strutture il Festival è cresciuto. Tuttavia la cittadella è già incapace di contenere le energie delle nuove iniziative che diventano sempre più forti e determinanti.

Nel 2005 nasce il progetto Giffoni Multimedia Valley che consentirà a giffoni l'ingresso nel mondo della formazione e della produzione. Allo stesso tempo il GFF sostiene una serie di progetti culturali quali: l'istituzione, a Giffoni, della prima cineteca al mondo destinata al

cinema per ragazzi; un museo del cinema; un'arena con 6000 posti destinata agli eventi legati al festival ma anche ad altre produzioni culturali; due sale, per complessivi 1000 posti, attrezzate con le tecnologie più avanzate.

Il progetto Giffoni Multimedia Valley nasce quindi come attrattore di flussi turistici e scolastici durante l'anno, ingresso nel mondo della produzione children, family ed edu-entertainment (fiction, script, colonne sonore, animazioni ed altro).

È GIÀ FUTURO

Il progetto esecutivo, di 31 milioni di euro, è stato approvato dalla Regione Campania che ha stanziato i primi 20 milioni di euro di Fondi Europei, assegnati al Comune di Giffoni Valle Piana. L'insediamento completerà la Cittadella del Cinema su una superficie di circa 200.000 mq. L'opera prenderà il via nel 2010 e sarà completata nel 2014. L'impatto e l'indotto economico su tutto il territorio sarà notevolissimo e Giffoni sarà ancora di più il luogo ideale per la creatività. Un naturale incubatore di intelligenze, di forze lavoro giovanili, pronte ad investire la propria vita e a esprimere le proprie capacità. Ed è in quest'ottica che si apriranno ulteriori collaborazioni con università italiane e straniere, istituzioni pubbliche e private. L'iniziativa privata farà la sua parte finanziando un Campus con 400 posti letto, aree espositive che permetteranno anche il varo di mercati tematici del mondo dell'editoria, della produzione televisiva e cinematografica, dei new media.



La tua **Campania**
cresce in **Europa**

Iniziativa cofinanziata dalla Regione Campania POR FESR 2007-2013 - Obiettivo Operativo 2.6



Provincia di Salerno



Giffoni
experience

GIFFONI EXPERIENCE

Giffoni è diventata un'esperienza globale che intercetta tutti i campi della creatività, dell'arte e della cultura, dal cinema al teatro, dalla musica alla fotografia, dalla web-art ai new media. Un complesso di iniziative ed eventi per 250 giorni all'anno che coinvolge giovani di tutte le età, operatori della cultura e famiglie in Italia e all'estero. Giffoni distribuisce e promuove film, realizza workshop e scambi culturali internazionali con altri festival nel mondo, lancia concorsi, crea attività sociali e progetti speciali con le scuole: queste sono solo alcune delle iniziative che realizza oltre il Festival di luglio.

NUMERI E STRATEGIE

- 30 dipendenti
 - 26 collaboratori annuali
 - 4 consulenti esterni per la Direzione Artistica
 - 4 consulenti esterni funzioni legale, fiscale, tributaria
 - 12 collaboratori progetti internazionali sedi estere
 - 400 contratti di collaborazione a luglio
 - 65 Aziende fornitrici di beni e servizi
 - 4.200 camere d'albergo utilizzate per il solo evento estivo sull'intero territorio delle coste campane, oltre che nei Comuni delle zone interne
 - 2.800 giurati
 - 6 sezioni competitive
 - 42 i paesi con i quali si realizzano progetti di cooperazione
 - 7 regioni italiane nelle quali si realizza Giffoni on Tour
 - 7.000 Istituti Scolastici Italiani contattati per vari progetti
 - 140.000 spettatori e partecipanti al GFF 2009
 - 50 Bed & Breakfast occupati a pieno regime
 - 350.000 studenti coinvolti nel progetto formativo "Movie Days" (dal 1996 al 2009)
 - 30.000 studenti di 5 regioni per i "Movie Days 2009" che hanno coinvolto 1.200 docenti e 600 pullman
 - 1.200 famiglie coinvolte nella "adozione" dei giurati
 - 250 giornate di attività all'anno, in Italia e all'estero
 - 100 giovani formati ogni anno nel settore cultura e spettacolo
 - 5 corsi di formazione e di educazione all'immagine
 - 11 campagne di impegno sociale con partner pubblici e privati
 - 100 tesi di laurea e 30 in lavorazione sul Giffoni Experience
 - 100 stage annuali con università italiane e straniere
 - 35 lezioni e seminari in Università pubbliche e private
 - 5 collaborazioni a lavori di ricerca sul cinema per ragazzi
 - Promozione di ricerche specifiche sul mondo dei giovani
 - Migliaia di utenti attivi ogni giorno sulla web community
- www.giffoniff.it/community



L'AZIENDA GIFFONI HA 40 ANNI

COS'È OGGI GIFFONI?

1. Il leader mondiale indiscusso del suo settore, da 40 anni
2. Il più importante evento italiano dedicato ai giovani
3. Il più rilevante evento, non solo cinematografico, del Sud Italia
4. L'evento estivo più amato e seguito dal pubblico, secondo solo al Palio di Siena (IPSOS 2008). Il 74,2% di Italiani, secondo indagine IPSOS 2009, conosce il Festival
5. Uno dei festival cinematografici italiani più seguiti dai media
6. Il modello di progettualità ed organizzazione più imitato in assoluto
7. Uno dei pochi casi al mondo di festival cinematografico che diventa: industria culturale; volano di sviluppo imprenditoriale; motore trainante dell'economia locale
8. Il progetto culturale più complesso in Europa e, per questo, il più analizzato sotto gli aspetti: economici; sociali; antropologici; psicologici; linguistici; organizzativi
9. Uno dei pochissimi eventi capace di costruire e valorizzare, nel tempo, la propria immagine, creando un Brand che è oggi: unico; noto; riconoscibile; autorevole; amato.

