

**PLANO ESTRATÉGICO  
DE  
VALORIZAÇÃO DE PORTUGAL  
COMO  
DESTINO DE PRODUÇÃO AUDIOVISUAL**

**CRIAÇÃO E MANUTENÇÃO  
DE  
REDE DE FILM COMMISSIONS**

Versão de 16 de Abril de 2012

**Plano Subscrito por :**

Algarve Film Commission (Director - Paulo Pereira)

Porto Film Commission (Directora - Maria João Nunes)

Portugal Film Commission (Director - Sérgio Monteiro Carlos)

## I - OBJECTIVOS DO PLANO ESTRATÉGICO

Através deste plano, os seus autores pretendem demonstrar que Portugal possui um elevado poder sedutor no que à atracção de projectos cinematográficos ou audiovisuais diz respeito.

Tencionam ainda evidenciar que a captação internacional deste tipo de projectos pode induzir benefícios relevantes e significativos para as suas regiões e para o País.

Desejam mostrar a carência (e o atraso de muitos anos) de que o País padece na sua promoção especializada e direccionada, fundamental para se posicionar como anfitrião destas produções.

Aspiram também a apresentar soluções que visem colmatar tal lacuna e que permitam ao País ganhar um espaço próprio de afirmação no universo da produção audiovisual mundial, em prol da economia nacional e do desenvolvimento do sector audiovisual português.

## II - INTRODUÇÃO

O sector da produção de cinema/audiovisual tem beneficiado de um largo incremento a nível mundial. Dois factores contribuíram decisivamente para tal desenvolvimento, a montante com a entrada em força do digital facultando uma significativa redução de custos e facilitando todo o processo produtivo, e a jusante pelo aumento crescente da procura por parte do público impulsionada com a diversidade de meios de difusão (salas de cinema, televisão, videoclube por cabo, DVD, Blu-Ray, jogos, Internet e novos meios em geral).

Por trás de cada filme, de cada obra audiovisual, de cada minuto de imagem, está o local onde o mesmo foi rodado. Cada vez se filma mais (essencialmente em exteriores) pressionando os produtores a procurar maior diversificação de locais para as suas produções, sempre em permanente busca de novas localizações.

São especialmente atractivas aquelas que:

- Desfrutam de maior número de horas de luz solar por dia, aumentando assim a produtividade;
- Beneficiam de clima ameno que permita filmar quase todo o ano;
- Possuam grande diversidade e multiplicidade de cenários;
- Disponha de boas acessibilidades (auto-estradas, caminhos de ferro e aeroportos);
- Possibilitem serviços de apoio logístico de qualidade (hotelaria, restauração, serviços técnicos);
- Detenham meios humanos e técnicos capacitados para acompanhar as várias fases da produção;
- A sua localização seja relativamente próxima das principais capitais europeias;

Portugal enquadra-se de forma muito positiva em todos os pressupostos descritos, ao possuir atractivos naturais, culturais, patrimoniais e históricos de forma abundante e diversificada, um dos climas mais amenos da Europa, um alto índice de horas solares, excelentes profissionais, actualizados meios técnicos e modernas infra-estruturas logísticas, enriquecendo as suas hipóteses como país alvo para o exercício desta actividade.

Do enorme fluxo financeiro movimentado mundialmente pelo sector apenas uma ínfima parte é distribuída em Portugal, bastante abaixo do que os seus predicados naturais permitiriam alcançar.

Os atributos que o País apresenta, criam todas as condições para desenvolver e fomentar estratégias a nível nacional, regional ou local que induzam a captação de produções de cinema/audiovisual.

### III - BENEFÍCIOS

A realização de produções de cinema/audiovisual em determinado território (Região ou Município), poderá assumir-se como importante indutor para a economia local (e nacional) com benefícios a diversos níveis:

- RECEITAS DIRECTAS – Entre 30% a 40% do orçamento de um filme é gasto nos locais de rodagem, (salários, prestações de serviços, alugueres, despesas logísticas, taxas e impostos, etc.). O investimento em cada região é proporcional aos meios que detenha e disponibilize;
- FOMENTO DE EMPREGO – Essencialmente a Técnicos e Artistas, mas envolvendo também trabalhadores externos ao sector (condutores, construtores, tradutores, figurantes, etc.);
- DIVERSIFICAÇÃO ECONÓMICA - Introduzindo novos empregos e novas oportunidades de negócio;
- DESENVOLVIMENTO DO TURISMO - Vários exemplos provam que um filme com impacto público potencia um crescimento turístico posterior nas regiões onde decorreu a rodagem; (*ver Anexo I*)
- PROMOÇÃO E NOTORIEDADE - A visibilidade mediática associada a este sector garante às regiões envolvidas uma promoção activa junto de novos públicos, atraindo novos segmentos turísticos, e contribuindo para o reforço da sua notoriedade;
- BALANÇA DE PAGAMENTOS – A captação de receitas externas, contribui para o aumento das exportações nacionais (serviços e bens não tangíveis);

Um estudo intitulado “Impacto Económico da Indústria de Cinema no Reino Unido”, demonstrou o efeito multiplicador da actividade, a nível do emprego, do volume de negócios e da receita fiscal. (*ver Anexo II*)

Por cá, um estudo sobre o Sector Cultural e Criativo realizado por Augusto Mateus & Associados divulgado pelo Ministério da Cultura em Outubro de 2009, revelou que o contributo do sector para a produção de riqueza em Portugal foi de **2,8 %** (3.690,679 milhares de euros) no ano de 2006, e de **2,6 %** no total de emprego nacional.

Mais recentemente, na apresentação do programa “Creative Europe” a União Europeia apresentou estudos revelando que as indústrias culturais e criativas são responsáveis por cerca de 4,5 % do Produto Interno Bruto da UE e 3,8 % do emprego, adiantando ainda que a taxa de crescimento do emprego no sector cresceu 3,5 % por ano (de 2000 a 2007) em claro contraste com a taxa de 1 % da economia da UE em geral. Foi ainda sublinhado que a Europa é de longe o líder mundial na exportação de produtos das indústrias criativas.

### IV - CONCEITO FILM COMMISSION

Uma Film Commission tem como objectivo central divulgar o respectivo território junto de produtores e realizadores, nacionais ou estrangeiros, promovendo-o como local de rodagem de produções audiovisuais. Este tipo de estruturas resulta da constatação, pelas autoridades dos respectivos territórios, que o sector do cinema e do audiovisual tem um impacto transversal nas respectivas economias.

Para além dos protagonistas da acção e dos recursos humanos especializados que configuram a equipa de produção, a execução de uma obra audiovisual recorre frequentemente a diversos tipos de actividades a nível local, como sejam o alojamento, alimentação, transportes, comércio local, serviços pessoais e de proximidade (p.ex: cabeleireiros, carpinteiros, serralheiros, artistas locais e figurantes, etc).

Mais informações em <http://www.afci.org/about-afci/history>

Independentemente da sua forma jurídica ou tutela(s), todas possuem em comum a não prossecução de fins lucrativos, a autonomia em relação a entidades privadas lucrativas e a prestação de serviços tendencialmente gratuitos em apoio a profissionais e empresas do sector.

## V - FILM COMMISSIONS NO MUNDO E EM PORTUGAL

O conceito de Film Commission foi criado no final da década de 40 nos Estados Unidos da América, tendo sido assimilado e replicado progressivamente pelo mundo inteiro.

A dinâmica internacional das Film Commissions, levou à criação em 1975 da AFCI – Association of Film Commissioners Internacional, que congrega actualmente **317** entidades em **40** países de todo o Mundo. O gráfico (*ver Anexo III*) reflecte a repartição das Film Commissions a nível mundial, sendo possível verificar a presença significativa deste tipo de estruturas nos Estados Unidos da América e Canadá (66,9% - 212 FC).

A nível europeu, o movimento das Film Commissions, encontra-se organizado desde 2007 em torno da EUFCN – European Film Commission Network, constituindo uma rede com **71** membros em **20** países. (*Ver Anexo IV*).

Quanto a Portugal, apesar de até ter usufruído de um período de intensa actividade cinematográfica de origens externas (1980-2000), nunca conseguiu erguer uma Film Commission de cobertura nacional que promovesse eficazmente o País e as suas aptidões. A breve excepção representada pela *Portugal Film Commission* criada no ICAM (1999-2003) apenas confirma a regra.

Tal como noutros sectores, Portugal apresenta um cenário muito débil nesta área, caracterizado por estruturas locais descoordenadas e desconcentradas territorialmente:

- ALGARVE FILM COMMISSION (desde 2006)
- AZORES FILM COMMISSION
- MADEIRA FILM COMMISSION
- PORTO FILM COMMISSION (desde 2006)

A estas junta-se agora o projecto (em fase final de implementação) da nova PORTUGAL FILM COMMISSION, que pretende abranger todo o País, articulando funções com as demais estruturas existentes.

Existem ainda alguns projectos embrionários que poderão conduzir à criação de novas entidades. (Lisboa Film Commission, Oeste Film Commission)

Numa primeira análise, surgem três constatações que por si só justificam uma intervenção de natureza mais estruturada:

- As Film Commissions existentes até aqui, representam uma fracção reduzida do território nacional;
- As estruturas existentes não têm ainda nenhuma articulação entre si;
- Não existe uma estratégia de concertação e promoção de economias de escala, nomeadamente nas actividades de promoção no exterior.

O resultado, para já, é a completa ausência de Portugal da rota das grandes produções internacionais de Cinema, e um enorme desconhecimento manifestado pela comunidade audiovisual global sobre as potencialidades nacionais.

## VI - FOMENTAR FILM COMMISSIONS NO PAÍS

Impulsionar a consolidação e a actividade das Films Commissions existentes e criar conjunturas que favoreçam a criação de outras, é um desígnio imperativo que possibilitará ao País ocupar o lugar a que tem direito no mapa audiovisual mundial.

É de salientar que o eventual sucesso destas estruturas não origina benefícios directos a seu favor, sendo antes distribuídos por inúmeras entidades, designadamente:

Entidades Públicas nacionais, regionais e locais, Empresas do Sector, Profissionais e Artistas, Empresas de outros sectores (hotelaria, serviços, bens de consumo, etc).

## VII - BENEFICIÁRIOS

Antevendo uma rede de Film Commissions em plena actividade, vejamos que áreas poderiam beneficiar do seu labor e quais os principais destinatários das mais-valias induzidas com a sua acção.

- **PORTUGAL** - Entrada de capitais externos, tributações fiscais sobre as operações realizadas, maior desenvolvimento do sector audiovisual, promoção massiva (e positiva) do País com reflexos colaterais (turismo, exportações, afirmação da marca Portugal);
- **REGIÕES/MUNICÍPIOS** - Receitas próprias (taxas e alugueres), incremento da economia local (empresas e pessoas locais), novas soluções de rentabilização de património, descentralização da actividade, reforço na divulgação da imagem da região;
- **PME DO SECTOR** - parcerias, prestação de serviços e fornecimentos de bens nas produções, aumento das oportunidades de negócio, internacionalização das empresas ligadas ao sector audiovisual;
- **EMPREGO** - aumento na taxa de empregabilidade de técnicos e artistas (quase todos free-lancers), criação de empregos temporários para pessoas externas ao sector, criação de novos postos de trabalho, (directamente nas Film Commissions ou indirectamente, induzidos por processos de dinamização empresarial),
- **OUTRAS PME** - prestação de serviços de suporte e fornecimentos de bens nas produções, novas oportunidades de negócio;
- **SECTOR AUDIOVISUAL** - actualização permanente das capacidades técnicas, intercâmbio constante com profissionais de outras origens elevando assim o seu *know-how*;
- **CULTURA** - aperfeiçoamento técnico de pessoas e equipamentos, colocados posteriormente ao serviço das produções nacionais elevando a sua qualidade;
- **TURISMO** - aumento da capacidade de atracção de novos visitantes (nacionais e estrangeiros) graças à promoção com grande impacto e alcance afecta aos locais utilizados para rodagens;
- **ESTABELECIMENTOS DE ENSINO** – Integração progressiva dos seus formandos nas equipas de trabalho, facilitando a transição da teoria à prática;
- **FESTIVAIS DE CINEMA** – Sinergias que aumentem a visibilidade dos mesmos;

## VIII - TRANSVERSALIDADE

Pelo tipo de actividade, pelas sinergias requeridas, pelas exigências multidisciplinares, a criação manutenção e estímulo das Film Commissions existentes (ou a existir) implicam necessariamente uma congregação de vontades e apoios interministeriais.

O seu raio de acção intersecta Cultura, Turismo, Economia, Comércio Externo, Finanças, Administração Interna, Agricultura e o Ambiente, apenas para mencionar algumas das principais entidades.

A união de esforços por parte de algumas destas entidades poderia conduzir o País a patamares mais elevados na sua afirmação como território *film-friendly*, e a maior notoriedade num sector com elevado potencial que movimenta internacionalmente gigantescos recursos financeiros.

Em termos práticos, significa uma nova aposta na rentabilização de recursos nacionais que apesar de abundantes e perenes, nunca foram devidamente explorados.

## IX - FINALIDADE DAS FILM COMMISSIONS

A aplicação deste plano estratégico mantendo e incentivando as Films Commissions existentes e impelindo o surgimento de outras, permitiria a médio prazo suprir as carências identificadas, recuperar o atraso nacional já referido, contribuir para a economia nacional e cumprir entre outros com os seguintes fins:

- Promover e divulgar todo o território nacional.
- Diligenciar em permanência tentativas de captação de produções.
- Concorrer para o alargamento de notoriedade da marca Portugal
- Criar bases de dados com recursos disponíveis nas suas regiões.
- Apoiar todas as solicitações recebidas.
- Facultar as suas sinergias às produções nacionais.
- Articular-se entre si, melhorando os processos de trabalho.
- Sensibilizar entidades locais e regionais para as potencialidades das Film Commissions.
- Produzir relatórios estatísticos sobre a actividade.
- Definir um modelo de avaliação de impacto económico da produção de cinema/audiovisual num determinado território.
- Participar na criação e implementação de normas de certificação de Film Commissions.
- Colaborar em estudos de sistemas de incentivo à produção.
- Promover debates que agilizem protocolos e facilitem as operações de filmagens em todo o País.
- Estudar e sugerir protocolos de apoio e representação com o governo nacional.
- Contribuir para a criação e dinamização de uma rede nacional de Film Commissions.
- Produzir websites e outros materiais promocionais (guias de produção ou de localizações).
- Criar modelos de regulamentos sobre apoios locais a filmagens.
- Representar Portugal em eventos internacionais com interesse estratégico. (*ver anexo V*)
- Criar entre elas parcerias de escala visando a promoção internacional.
- Sugerir às entidades oficiais, novas ideias que a sua actividade induza.

## X - CONCLUSÃO

Pelo exposto verifica-se que Portugal dispõe de um enorme potencial por explorar, enquanto receptor de produções cinematográficas/audiovisuais, e respectivas mais-valias anexas.

Está provado (internacionalmente) que a fórmula mais eficaz para obter os melhores resultados passa pela actividade de estruturas especializadas e orientadas para esses objectivos (Film Commissions).

Demonstrou-se que num meio extremamente competitivo o País continua ainda hoje carente na sua plenitude e que se deixou atrasar face a inúmeros concorrentes (desde logo para a nossa vizinha Espanha, bastante agressiva nesta área).

Expuseram-se os motivos pelos quais poderiam as entidades governamentais ou regionais associar-se a estas estruturas colaborando de forma construtiva, partilhando objectivos comuns em benefício do todo nacional.

## XI - SUGESTÕES

Enunciadas as premissas sobre o tema, exposta a nossa tese, resta-nos afirmar com plena convicção que a aplicação das medidas sugeridas seria extremamente positiva para Portugal e para o seu sector audiovisual.

Cientes das dificuldades económicas actuais, não poderíamos admitir a sua interferência na apresentação deste plano essencialmente por três razões:

- O objectivo prioritário consistir justamente em captar receitas para o País (e assim contribuir para melhorar a sua economia) com valores expectáveis bastante acima dos gastos necessários;
- Não requerer financiamentos elevados, sendo viável com recursos moderados.
- Existir o risco de o País se deixar atrasar ainda mais face à concorrência.

Almejando sensibilizar e mobilizar entidades públicas que se identifiquem com os objectivos e benefícios preconizados, apresentamos cinco sugestões que contribuirão significativamente para alterar o posicionamento de Portugal numa área económica e artística com grande impacto em termos mundiais. Disponibilizamo-nos desde já, para colaborar na construção e implementação das mesmas.

1. **APOIO** - O nosso esforço e aplicação será sempre altruísta, nunca perseguindo fins lucrativos. Os resultados revertem a favor do País, directa ou indirectamente (via entidades estatais, PME's ou profissionais). Daqui se infere justiça à possibilidade de o Estado comparticipar financeiramente no suprimento dos custos operacionais das Film Commissions, estimulando o seu desempenho.

Este apoio, poderia resultar de um fundo alimentado pelas diversas entidades governamentais associadas aos benefícios induzidos, e deveria ser regulamentado estabelecendo condições e obrigações que seriam objecto de protocolos ou contratos-programa.

Incluimos um quadro estimativo (*ver Anexo VI*) demonstrando serem os custos operacionais consideravelmente baixos, em especial face ao potencial de rendimentos a obter. Uma única longa-metragem captada (produção mediana) equivale sensivelmente aos custos de cinco anos de uma Film Commission em versão Máxima ou de dez anos na sua versão Mínima, ilustrando de forma exemplar a superioridade dos benefícios face aos custos.

2. **MECENATO** - É muito importante que a Lei do Mecenato continue a enquadrar a actividade das Film Commissions, facultando a obtenção de doações complementares fundamentais.
3. **INCENTIVOS** - Muitas das nações que apostaram nesta área criaram incentivos fiscais facultando deduções a produtores que optem pelos seus territórios de acordo com critérios pré-estabelecidos. Portugal para ser competitivo necessita de adoptar medidas equivalentes, criando legislação que estabeleça as condições de habilitação e valores de incentivos a atribuir.
4. **CERTIFICAÇÃO** - Uma Film Commission deverá obedecer a particularidades específicas de acordo com regras universalmente estipuladas. Como entidades que representam o seu País (ou região) é importante que existam normas de certificação para as mesmas.
5. **SINERGIA** - Como mencionado no ponto VIII, o facto de a acção de cada Film Commission se cruzar com múltiplas entidades públicas (nacionais e locais) impõe uma necessidade de convergência de interesses, e de partilha de conhecimentos e competências. É importante que gradualmente o conteúdo deste plano estratégico seja apreendido pelo máximo de entidades envolvidas, agilizando protocolos de comunicação e de trabalho entre elas. Só um esforço de união e uma concentração alargada de esforços permitirá galgar etapas que potenciem o dom *film-friendly* do País, e ganhar o seu espaço de afirmação.

## XII - PLANO DE ACÇÃO

O resultado final deste Plano Estratégico conduz a uma questão prioritária e fundamental,

- Deverá Portugal apostar neste sector como forma de rentabilizar os seus recursos?

Sendo convicção plena dos seus subscritores de que o País possui todas as condições para sair vencedor de tal aposta, permitem-se sugerir o seguinte plano de acção,

- Promoção de um debate alargado sobre o tema com entidades que possuam mais afinidade com os pressupostos desta actividade ( ICA, AICEP, Turismo de Portugal, etc.).
- Criação de plataformas legais que certifiquem e credibilizem as Film Commissions (Lei do Cinema).
- Realização de um trabalho de base com as Film Commissions existentes que conduza ao estabelecimento de uma rede nacional de Film Commissions, devidamente articuladas entre si.
- Identificação (e modificação ou remoção) de obstáculos burocráticos limitadores das potencialidades film-friendly do País (tempos de espera para autorizações e tarifários por exemplo).
- Criação de mecanismos de apoio às Film Commissions existentes através de contratos-programa, e de incentivos ao estabelecimento de novas estruturas que progressivamente cubram todo o território nacional (de acordo com distribuições geográficas pré-definidas).
- Introdução de sistemas de incentivos fiscais (ou financeiros) que permitam conferir competitividade na captação de projectos.

## Alguns exemplos de impacto turístico gerado por filmagens

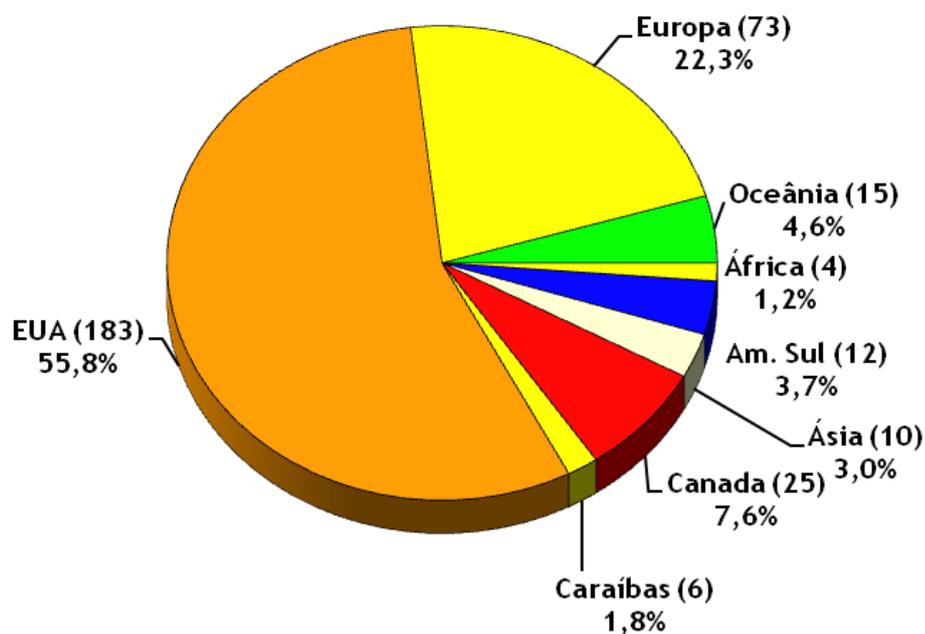
Film or TV Series	Location	Impact on Visitor Numbers or Tourist Revenue
Braveheart	Wallace Monument, Scotland	300% increase in visitors year after release
Heartbeat	Goathland, North Yorkshire, England	Three times the number of normal visitors in 1991
Deliverance	Rayburn County, Georgia	20,000 film tourists a year Gross revenues \$2 to 3m
Dances with Wolves	Fort Hayes, Kansas	25% increase compared with 7% for previous 4 years
Close Encounters of the Third Kind	Devils Tower, Wyoming	75% increase in 1975 20% visit now because of the film
Thelma and Louise	Arches National Monument in Moab, Utah	19.1% increase in 1991
Field of Dreams	Iowa	35,000 visits in 1991 Steady increase every year
Dallas	Southfork Ranch, Dallas	500,000 visitors per year
The Lord of the Rings	New Zealand	10% increase every year 1998 to 2003 from UK
Steel Magnolias	Louisiana	48% increase year after release
Last of the Mohicans	Chimney Rock Park, North Carolina	25% increase year after release
The Fugitive	Dillsboro, North Carolina	11% increase year after release
Little Women	Orchard House, Concord, Massachusetts	65% increase year after release
Bull Durham	Durham, North Carolina	25% increase in attendance year after release
Harry Potter	Various locations in U.K.	All locations saw an increase of 50% or more
Mission: Impossible 2	National parks in Sydney	200% increase in 2000
Gorillas in the Mist	Rwanda	20% increase in 1998
Crocodile Dundee	Australia	20.5% increase in U.S. visitors 1981 to 1988
The Beach	Thailand	22% increase in youth market in 2000
All Creatures Great and Small	Yorkshire Dales	Generated £5m for Yorkshire Dales
To the Manor Born	Cricket St Thomas, Leisure Park, England	37% increase between 1978 to 1980
Middlemarch	Stamford, Lincolnshire, England	27% increase in 1994
Four Weddings and a Funeral	The Crown Hotel, Amersham, England	Fully booked for at least 3 years
Mrs. Brown	Osborne House, Isle of Wight, U.K.	25% increase
Notting Hill	Kenwood House, England	10% increase in 1 month
Saving Private Ryan	Normandy, France	40% increase in American tourists
Sense and Sensibility	Saltram House, England	39% increase
Pride and Prejudice	Lyme Park in Cheshire, UK	150% increase in visitors
Cheers	Location in Boston	\$7m in unpaid promotional advertising each year
Miami Vice	Miami	150% increase in German visitors 1985 to 1988
Forrest Gump	Savannah, Georgia	7% increase in tourism
Troy	Canakkale, Turkey	73% increase in tourism
Captain Corelli's Mandolin	Cephalonia, Greece	50% increase over 3 years

Sources: Riley and van Doren (1992); Tooke and Baker (1996); Grihault (2003); Croy and Walker (2003); Cousins and Anderek (1993); Busby, Brunt and Lund (2003); Riley, Baker, and van Doren (1998).

## ANEXO II

Emprego	1:2 - Cada emprego da área do Cinema gera dois outros empregos: um numa actividade criativa e outro nas actividades técnicas a montante e jusante.
Volume de negócios	1:2.8 - Cada £ de receita dum filme gera 2,8 £ em actividades complementares (Direitos TV, edição DVD, merchandising, etc).
Receita Fiscal	27% - Cada £ de facturação TOTAL gera 0,27 £ em impostos directos e indirectos.

In: The Economic Impact of the UK Film Industry, Oxford Economics, Julho 2007



Fonte: AFICI – Association of Film Commissioners International. <http://www.afci.org/browse/find.php>

#### ANEXO IV

##### Lista de Film Commissions na Europa

Albania (1)	Finlândia (2)	Portugal (1)
Alemanha (10)	França (9)	Reino Unido (3)
Áustria (4)	Grécia (1)	República Checa (1)
Bélgica (3)	Holanda (1)	Roménia (1)
Bulgária (1)	Hungria (2)	Rússia (1)
Dinamarca (1)	Itália (9)	Suécia (3)
Espanha (16)	Luxemburgo (1)	

Fonte: EUFCN – European Film Commissions Network  
<http://www.eufcn.net/index.php>