

INTERVISTA Francesco Rutelli Presidente Anica

Cinema, riforma al rush finale

«Fiducioso che Franceschini rispetti la road map sui decreti attuativi»

Andrea Biondi

Un altro ex politico che trova sistemazione? Francesco Rutelli, da metà ottobre nuovo presidente Anica, Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive Multimediali, non si scompone. Se l'aspetta una domanda così uno come lui che politico al massimo livello lo è stato: leader nella Margherita; sindaco di Roma; vicepresidente del Consiglio con il governo Prodi fra 2006 e 2008 quando fu anche ministro per i Beni e le Attività culturali. Proprio alla guida di quel dicastero varò un sistema di tax credit e agevolazioni fiscali molto apprezzati dall'industria del cinema. «Ho fatto politica per trent'anni, ma non faccio politica attiva da tempo. Sono stato contattato dall'associazione, che voleva un presidente con esperienza del settore, ma non appartenente al settore. Ho preteso solo che ci fosse unanimità. Solo dopo ho accettato questo incarico che affianco alle altre esperienze nel campo della cultura e del volontariato. Emi sono dato dicembre 2017 per la verifica di questo mio lavoro». Francesco Rutelli, 62 anni, è così arrivato alla guida dell'Anica, salutato nel brindisi di fine anno dell'associazione dal ministro dei Beni culturali Dario Franceschini e dal presidente di Confindustria Vin-

cenzo Boccia, a testimonianza del collegamento sempre più stretto fra cultura e sviluppo economico. L'intento ora è di cogliere «l'occasione decisiva e irripetibile della riforma del cinema» per «permettere all'industria del cinema e dell'audiovisivo di affrontare i cambiamenti in atto sull'onda di una tecnologia che sta cambiando i modelli di fruizione». Tant'è che Rutelli indica fra gli obiettivi del mandato quello di «aprire una riflessione sulle finestre di distribuzione per i prodotti cinematografici» sulla tv e gli altri media su cui attualmente non c'è una norma quadro.

L'idea è quindi di rifare un accordo di sistema. Ma in che termini?

Ancora siamo in una fase iniziale. È però un tema sul quale occorre ragionare, per la valorizzazione del prodotto. Da una parte c'è il problema della pirateria che esige risposte velocissime. Dall'altro c'è uno sbocco sulla tv free forse troppo in là, e che incide negativamente sulla valorizzazione del prodotto. Aldilà di questo, ci troviamo in un momento da non lasciar cadere con l'occasione irripetibile della riforma di cui va dato ampio merito al ministro Franceschini. Una riforma che, in linea generale, ci vede soddisfatti per due motivi.

Quali?

È una legge di sistema che affronta

le problematiche di tutto il comparto. In secondo luogo è una legge che definisce principi e obiettivi affidando giustamente a decreti attuativi l'applicabilità. In questo modo, se ci si accorgesse che qualcosa non va, sarà possibile intervenire senza dover tornare in Parlamento.

Masei decreti attuativi, chesono 24, non vengono approvati in tempo diventa però una zavorra.

Non c'è dubbio. Il ministro Franceschini ci ha assicurato una road map. E sono fiducioso che sarà rispettata in pieno.

Che momento è questo per il cinema e l'audiovisivo in Italia?

Volendo riassumere ci sono due problematiche e un'emergenza da affrontare. Occorre misurarsi con grandi cambiamenti, penso ad esempio al takeover di At&T su Time Warner e all'entrata sulla scena delle nuove piattaforme tecnologiche, da Netflix ad Amazon. C'è una lotta globale per i contenuti. E in questo quadro occorre sapersi far valere anche con l'internazionalizzazione dei prodotti. Su questo versante abbiamo intenzione di fare tanto. Faccio presente due cose: quest'anno la settimana della lingua italiana sarà declinata attraverso il cinema italiano e saremo come Paese ospite al Festival di Pechino. In secondo luogo c'è senz'altro da intervenire sul discorso della sta-

gionalità. Occorre poter avere uscite di livello anche nei mesi estivi. Gli incentivi previsti nella nuova legge possono essere un utile strumento.

Qual è l'emergenza?

L'incertezza politica che vediamo incomberre sulla Rai rischia di riverberarsi su tutto il mercato dell'audiovisivo e del cinema, dove Rai è un importante produttore e distributore e anche un importante committente in base al sistema delle quote. Hostima per il dg Campo Dall'Orto. Se dovessero intervenire dei tagli sulle produzioni, questo andrebbe a nocumento di tutto il sistema.

Non pensa che le nuove modalità di fruizione possano allontanare i giovani dal cinema?

Io credo che non possa esistere il cinema senza il cinema. Per questo presenteremo a breve un pacchetto di proposte in cui un tema centrale sarà quello della ristrutturazione delle sale cittadine. Anche iniziative come il cinema a euro hanno dato risultati interessanti tra i giovani. Dopo febbraio avremo i dati definitivi, oltre a quelli di una ricerca sulle motivazioni che portano troppi italiani a non andare nelle sale.



Anica. Francesco Rutelli



Peso: 26%

Il Grande schermo in cifre

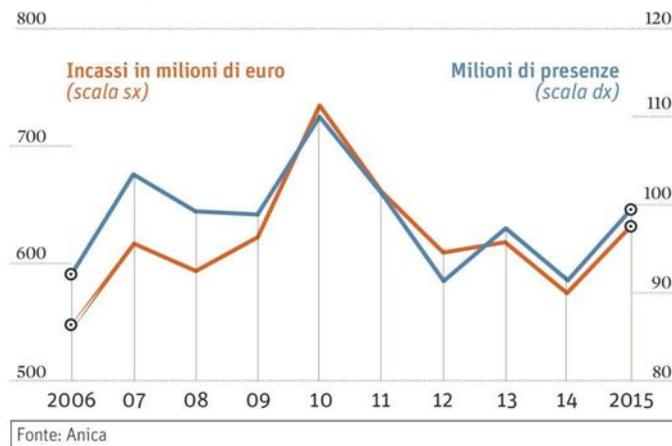
GLI SPETTATORI PER REGIONE

Box office per agenzie regionali 2015. Base dati: 1/1/2015 - 31/12/2015

	Incasso (in €)	Presenze (in mln)
Campania	50.294.422	8,35
E. Romagna	65.756.551	9,95
Lazio	103.651.346	15,88
Liguria	20.339.928	3,07
Lombardia	125.611.997	18,09
Marche	30.115.202	5,04
Piemonte	49.153.183	7,90
Puglia	33.563.809	5,85
Sardegna	10.649.675	1,76
Sicilia	29.050.786	5,12
Toscana	46.421.735	7,01
Veneto	72.754.321	11,35
TOTALE	637.362.955	99,38

IL TREND DEGLI INCASSI E DELLE PRESENZE

Base dati: 1/1/2015 - 31/12/2015. Valori in milioni di euro



Peso: 26%