

Parla il presidente di Anica produttori. Con la legge Franceschini incentivati a contenuti di respiro europeo

Cinema, ora basta farsi la guerra

Cima: settore vitale. I broadcaster? Sono nostri partner

DI CLAUDIO PLAZZOTTA

Con la nuova legge sul cinema, e i suoi decreti attuativi, aumenta la capienza del fondo per lo sviluppo del comparto, da 400 milioni di euro a salire, e, a partire dal 2019, crescono gli obblighi, per i canali tv, di trasmettere film, serie tv o cartoon di produzione italiana ed europea.

Da un lato, quindi, ci sono i tutti broadcaster, Rai, Mediaset, Sky, Discovery, La7, Viacom, Fox, Disney, De Agostini, che ormai da un paio di mesi si lamentano per queste imposizioni dall'alto che vincolerebbero la loro libertà di scelta sui palinsesti, obbligandoli, a loro dire, a un incremento dei costi per produzioni indipendenti dai 750 milioni di euro del 2015 agli 1,3 miliardi del 2019.

In mezzo ci sono i cittadini italiani, combattuti tra il sospetto dell'ennesimo spreco di risorse pubbliche e il timore di venire però invasi solo da produzioni Usa, perdendo l'identità culturale che è il collante di una nazione.

Dall'altro lato del tavolo ci sono i produttori. Che sotto sotto si fregano le mani, ma che devono assolutamente ricucire lo strappo con i broadcaster, elementi imprescindibili della filiera dell'audiovisivo.

Francesca Cima è presidente di Anica produttori, ovvero rappresenta l'industria della produzione audiovisiva italiana. E' anche tra i fondatori di Indigo Film, la casa di produzione di tutte le opere di **Paolo Sorrentino**, **Ivan Cotroneo** e di altri successi al botteghino. E prova a spiegare.

Domanda. Ma il mercato audiovisivo è un settore in crisi che necessita di sostegno pubblico?

Risposta. I decreti attuativi della legge **Franceschini** completano un disegno in cui non si parla di un intervento pubblico a sostegno di investimenti in un settore in crisi. Sono investimenti su un settore vitale come mai lo è stato finora. Viviamo in una epoca in cui i giovani consumano film e serie tv come non hanno mai consumato prima neppure lontanamente.

D. E allora perché obbligare le tv a produrre e trasmettere più contenuti italiani ed europei?

R. Ricordo, per cominciare, che gli obblighi, comunque, c'erano anche prima. Ora cambia soprattutto il regime sanzionatorio, che diventa molto più severo per chi viola le regole. E peraltro i broadcaster tv, in Italia, già trasmettono molto contenuto nazionale, con soddisfazione del pubblico e grandi ascolti.

D. Quindi spieghi perché la legge Franceschini è giusta...

R. Con la nuova legge non ci sono fondi a sostegno, ma investimenti. L'Italia deve fare la sua parte nel grande gioco del mercato audiovisivo, non si può limitare a essere lo scaffale dei prodotti Usa. L'Italia è sempre stato un produttore importante, e anche nel 2017 i prodotti italiani vengono comprati all'estero, c'è un mercato, molto più di 20 anni fa quando i nostri film non li voleva nessuno. L'Italia sa produrre, sa essere creativa, ha una tradizione di artigiani e di professionalità nel cinema. Le nuove generazioni domandano contenuti italiani. Quindi, dati questi elementi, si tratta di accompagnare un processo che è già in atto. Da protagonisti, e non da semplici osservatori.

D. I broadcaster, tuttavia, temono di perdere ascolti a favore di altre offerte in streaming che potranno più liberamente proporre le grandi serie o i grandi film Usa, e non i titoli italiani, spesso di scarsa qualità.

R. Rispondo da cittadina italiana, e non da produttrice: non esiste dire che l'Italia non è in grado di produrre contenuti interessanti e con profilo internazionale. Significa negare il futuro al paese, alle nuove generazioni. Non si può dire, a prescindere: tanto tu non sei in grado. Non si può dare un giudizio a priori su progetti editoriali che devono ancora partire. Non è normale fare proiezioni negative sul futuro, è terribile.

D. Su ItaliaOggi abbiamo appena fatto una analisi dei risultati al botteghino dei film italiani in autunno: un

mezzo disastro. Sono uscite oltre 30 pellicole, ma solo otto hanno superato il milione di euro...

R. E' vero, c'è troppa roba al cinema, escono troppi titoli ogni settimana, sia italiani, sia stranieri. E il pubblico è confuso. Opere bellissime, che 20 anni fa sarebbero state memorabili, ora passano sotto silenzio. Ma vale per tutti, non solo per i film italiani. E' il sistema di presentazione e distribuzione dei singoli film che tende a svalutarli.

D. Se i produttori rompono con i broadcaster, dove vanno a finire?

R. Bisogna assolutamente sminuire il campo. Rai, Mediaset o Sky sono nostri partner e insieme dobbiamo costruire nuovi modelli industriali e produttivi. Spesso sono proprio i broadcaster ad attivare i processi per la nascita di prodotti audiovisivi, ma con la nuova legge anche i produttori, in autonomia, potranno permettersi investimenti. E i broadcaster, quindi, non saranno più attivatori esclusivi.

D. E sull'aumento dei costi per i broadcaster?

R. I broadcaster dicono da 750 milioni a 1,3 miliardi all'anno? Non lo so, ma non devono essere considerati costi, sono investimenti. E non sta in piedi il ragionamento: compro serie e film all'estero che costano meno. Perché oggi spendi poco, ma domani sarai completamente escluso dal mercato, non parteciperai più al processo, al banchetto, e l'Italia diventerà solo l'ultimo terminale del processo. Invece è molto diverso co-produrre, poter scegliere i progetti, indirizzarli, investire anche sul nostro star system ed esportarlo. Un po' come fanno le tv francesi o tedesche, che partecipano a quasi tutti i film europei, e a molti progetti internazionali. Poi si devono rafforzare le società che vendono i tuoi prodotti all'estero, perché ci sono ancora pochi operatori italiani.

D. Da un punto di vista della libertà di pensiero, non trova un po' paradossale l'imposizione di trasmettere prodotti italiani o europei?



R. Io credo che se nei programmi scolastici italiani avessero tolto Dante, Manzoni o Leopardi, qualcuno si sarebbe lamentato. Ci sarebbero state reazioni. Perché questo non avviene quando parliamo di contenuti dei quali le nuove generazioni si cibano?

D. Forse perché non si vedono Dante o Leopardi all'orizzonte nel cinema?

R. Ma no, le produzioni locali sono un fondamento della propria identità, e non è un discorso protezionistico. Molti ragazzi italiani devono poter pensare di essere, un giorno, sceneggiatori, narratori, scenografi, costruttori di storie, musicisti di una colonna sonora da Oscar. Non solo clienti o spettatori.

D. A proposito di rapporti con i broadcaster, cosa pensa del modello Vision distribution di Sky, che ha coinvolto, nella società, molte case di produzione indipendenti?

R. E' un nuovo operatore, ed è sempre una bella notizia. Vediamo, auguro loro di radicarsi sul mercato, perché vanno assolutamente trovati nuovi modelli. Di fatto, però, nuovi modelli sono anche le acquisizioni delle case di produzione indipendenti da parte di colossi stranieri, come accaduto a Cattleya o Wildside. Con modelli alla Vision distribution il produttore beneficia dei risultati anche sul fronte distributivo, partecipa ai risultati di quello che produce. L'imprenditore produttore deve essere incentivato a produrre bene, a sperimentare, a creare format originali. E la nuova legge fa proprio questo: non ragiona più solo con i finanziamenti a monte. Ragiona sui risultati. Se ci sono risultati, il sistema sta in piedi. Altrimenti, crolla tutto. I produttori, con la nuova legge, saranno incentivati a produrre contenuti di respiro europeo. Se invece prendiamo risorse e non le facciamo fruttare, il sistema muore. In passato sono nati imperi sui diritti di sfruttamento di pochi film prodotti. Ora non è più così. Inutile fare le guerre tra produttori e broadcaster. Dobbiamo restare uniti, perché la guerra è altrove.

—© Riproduzione riservata—■



Francesca
Cima