

Nelle strategie la produzione esecutiva, una mostra e il potenziamento del sito Rilancio in tre mosse per Cinecittà

PAGINA A CURA DI

Marco Mele

■ Un anno difficile e di transizione, il 2011, per gli studi di Cinecittà. La crisi finanziaria ha colpito le produzioni internazionali. Continua la riduzione degli investimenti di Rai e Mediaset nella fiction, insieme al calo della pubblicità e della produzione di spot. Il gruppo Cinecittà Studios ha deciso di lanciare tre linee "strategiche" per stabilizzare il fatturato (stazionario sui 40 milioni). La prima è quella di trasformarsi in produttore esecutivo per le produzioni internazionali, come per il film di Woody Allen girato a Roma.

Un'altra è quella della Mostra permanente negli studi di via Tuscolana, senza incidere sullo spazio dedicato al core business della produzione cinematografica e televisiva. La terza l'implementazione del sito di Cinecittà: sono pronti i permessi per costruire un nuovo teatro, dedicato in particolare al cinema, nuovi uffici cablati, un albergo con centro benessere, struttura già esistente in gran parte degli studi concorrenti di Cinecittà all'estero.

Per il 2012, Cinecittà Studios crede in un rilancio della produzione nei propri studi, sia nazionale sia internazionale per la convergenza di diversi fattori. Uno è il tax credit, pari al 25% di quanto speso in Italia, che i produt-

tori internazionali possono ricevere direttamente dal produttore esecutivo mentre stanno "girando" il film. Da qui la decisione degli Studios di entrare nella produzione esecutiva, ma in collaborazione con professionisti del settore come David Nichols, già produttore esecutivo di *The Tourist*, nel caso del film di Woody Allen. Al quale si aggiunge, per chi gira a Roma o nel Lazio, il contributo automatico del Fondo della Regione Lazio, retroattivo dal primo gennaio 2011. Un terzo risultato, importante quanto poco discusso, è quello, ottenuto da poco, di evitare l'attesa di anni, da parte dei produttori internazionali, per recuperare l'Iva sulle fatture.

La Mostra rappresenta la volontà di non gestire i 40 ettari di Cinecittà secondo l'unica logica dei prezzi più bassi per i produttori, ma di attivare una forma di redditività secondaria migliorando l'estetica degli studi e incontrando il pubblico. Per queste attività è stata creata una società ad hoc, la Cde, che riorganizzerà l'offerta di convention aziendali negli studios. La trasformazione di Cinecittà-Luce, la società pubblica proprietaria di terreni e studi, in Luce-Cinecittà, infine, eviterà equivoci all'estero: Cinecittà sarà il marchio degli studi, Luce quello dell'agenzia nazionale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

