

Cultura



UN GARRONE

NON FA PRIMAVERA

**Produttori incapaci.
Risorse scarse.
Mancanza di
organizzazione.
Poca visibilità.
Nonostante il
premio a Cannes a
"Reality" il nostro
cinema è in crisi**

DI ALESSANDRA MAMMI

Habemus Nanni. E teniamocelo stretto. Non solo perché ha evidentemente lottato per premiare "Reality" di Matteo Garrone a Cannes. Ma perché senza di lui, senza il sostegno della Sacher, senza il suo indiscutibile prestigio internazionale, i fratelli Taviani con il loro meraviglioso e difficile "Cesare" forse non sarebbero arrivati al concorso di Berlino. «Dieci Nanni Moretti ci vorrebbero per risolvere la crisi del cinema italiano», commenta sul-

l'onda dell'entusiasmo il produttore Pietro Valsecchi. Ma sa anche lui che un Orso d'oro e una quasi Palma non bastano a rischiare la preoccupazione, e i volti cupi che giravano sulla Croisette nei giorni del Festival. Dove c'è stato un film premiato, un altro ("Io e te" di Bertolucci) omaggiato da 12 minuti di applausi e standing ovation e poi... "tutto il resto è noia". Non un documentario, un corto, un'opera prima, non una presenza strampalata in qualsiasi altra sezione del Festi-



REGINE
HATCHONDO.
NELLA FOTO
GRANDE:
MATTEO
GARRONE
SUL SET DI
"REALITY"



A scuola dai francesi COLLOQUIO CON RÉGINE HATCHONDO DI ALESSANDRA MAMMI

Sorride Régine Hatchondo, direttrice di Unifrance, nella foto e nella vita, perché anche se la Francia non ha trionfato a Cannes, è stata solo persa una battaglia ma non la guerra. Sul fronte cinema la guerra la Francia l'ha vinta da tempo, da quando nel dopoguerra è scesa in campo armandosi di strumenti intelligenti ed efficienti: il Cnc (Centre National du Cinema), che concentra, gestisce e ridistribuisce tutti i fondi dell'audiovisivo, e Unifrance, fondata nel 1949 che è l'agenzia di promozione del cinema francese in patria e nel mondo. Sono il braccio armato di una politica che si fonda, come dice Mme Hatchondo, su due pilastri: «Diffusion et production», quelli che hanno permesso alla Francia di diventare la prima cinematografia d'Europa e di avere un'espansione globale seconda solo a quella anglofona.

Un tempo anche l'Italia aveva una produzione internazionale fatta di grandi autori e cinema di genere. Noi ci siamo perduti, voi siete cresciuti. Qual è il segreto? Vorremmo copiare.

«La prima cosa è che in Francia il cinema è stato sempre difeso da qualunque governo, di qualunque

colore. Per noi è un bene comune, un patrimonio nazionale. Quindi è normale la presenza di una tassa di scopo che parte dalla tassazione dei biglietti su qualunque film di qualsiasi nazionalità siano. Ma che viene ridistribuita solo sul cinema francese. E analoghi prelievi vengono fatti sulla televisione e, da poco, anche sugli accessi Internet e su qualsiasi piattaforma sfrutti il cinema. Ma, per quanto fondamentale, un'azione puramente economica, non può bastare».

Non a spiegare successi, dall'Oscar al blockbuster, come "The Artist" o "Quasi Amici". Su quali altri fronti agite?

«Unifrance ha il compito di seguire il cinema francese nel mondo, organizzare rassegne ed eventi in Paesi emergenti, dal Brasile alla Corea, agevolare coproduzioni, accompagnare il mercato, lavorare sul Web dove ad esempio abbiamo promosso festival del cortometraggio digitale con un parallelo mercato digitale. Le televisioni poi devono mettere in palinsesto nelle prime serate film francesi, cosa che aiuta a creare uno star system nazionale. È necessario sostenere le sale, soprattutto quelle indipendenti che qui svolgono anche un lavoro culturale con proiezioni da cineteca. Perché sebbene s'imponga sempre di più il bisogno di trovare altri sbocchi e altre piattaforme, la sala resta centrale nel sistema cinema. Ma l'altro fronte importante è quello dell'educazione. Non solo il cinema è materia d'obbligo nelle scuole fin dalle elementari, ma abbiamo il dovere di preparare anche gli insegnanti con corsi e proiezioni presentate da critici, registi perché imparino a studiare e dunque insegnare come si guarda un film».

Non siete un po' protezionisti?

«No. Sa che tra i film più studiati nelle scuole francesi c'è "Ladri di biciclette"? E da voi?».

**NON SI FA SISTEMA.
SI LITIGA SULLE DATE DEI
FESTIVAL. E I FILM PRODOTTI
DALLA RAI NON VANNO IN TV**

val. Le nostre major (le solite due: RaiCinema e Medusa) si sono distinte per l'assenza al marché dove hanno comprato poco o niente. Le nostre pubblicazioni di settore mancavano dalle rastrelliere del Palais che grondavano di testate francesi, americane, inglesi ma anche ucraine, coreane, messicane più una trionfale versione di "Variety" in russo. E correvano allarmate notizie di film fermati da "Medusa" ai blocchi di partenza: la commedia stile "Full Monty" di Francesco Marti-

notti "3 uomini in buca 9" stoppata a 20 giorni dal ciak e il nuovo film di Paolo Virzì scivolato a data di destinarsi.

Tutti a casa. Aiuto, Medusa sta chiudendo, la sede è già stata spostata a Milano, non compra e non produce. L'allarme scuote il mondo del cinema, più del default della Grecia. Medusa società del gruppo Mediaset è il più forte pilastro del nostro sistema. Produzione, distribuzione, home video, sale, una macchina che da anni domina il box office. Ma la crisi non

perdona. «Medusa non chiude. E non si sposta da Roma»: con voce rassicurante Giampaolo Letta, l'amministratore delegato, accusa l'accelerazione della crisi, il calo della pubblicità in Mediaset per poi ammettere che «è vero, si son dovuti rivedere i listini e il numero di film, sospendere gli acquisti esteri, ridurre i costi e i compensi più alti. Perché c'è una forbice troppo ampia fra il guadagno di alcuni attori e registi e i compensi delle maestranze. Ma soprattutto dobbiamo diminuire i ▶

Cultura

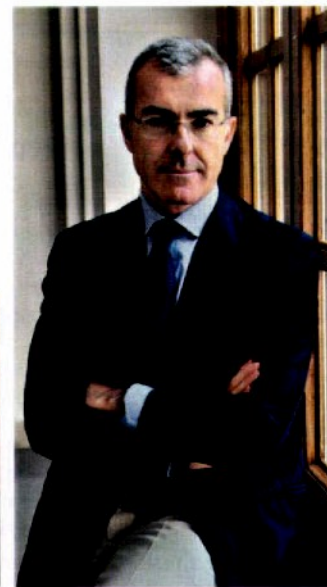
film». Sette - otto, non di più se ne potrà permettere nel 2012 il primo produttore d'Italia. E molti temono che a farne le spese sarà il cinema d'autore, mentre Medusa farà cassa con commedie sull'onda dei successi di "Soliti Idioti" o Checco Zalone coprodotti con la Taodue di Valsecchi il quale con sua solita energia ribatte: «Stupidaggini. Se si fanno solo commedie si inflaziona il mercato e si perdono soldi. Il pubblico non è stupido, vuole commedie e noir, film d'autore e di genere. Vuole cinema. Anzi: buon cinema».

Tra Zalone e Garrone. E poi continua Valsecchi: «Sette, otto film l'anno vi sembrano pochi? Sono circa 2.400 cartelle di sceneggiatura da leggere, correggere, perfezionare. Tre settimane di distribuzione a film. Cinque milioni per titolo minimi, più 15 solo per copie e lancio. Se vogliamo ricominciare bisogna ripartire dal mestiere. Quello di un buon produttore significa saper far di conto, avere l'umiltà dell'artigiano, curare il prodotto nei minimi det-

tagli e accompagnarlo su tutte le piattaforme. Quel che manca non sono i film, né i talenti. In Italia, mancano i veri produttori».

Tra privato e pubblico. E manca una forte presenza centrale. Il Cnc in Francia immette nel settore 750 milioni di euro che raggiungono tutte le ramificazioni del sistema cinema. Da noi, invece, è un sovrapporsi di competenze e finanziamenti tra regioni, ministeri, film commission. Poteri locali e settoriali si incontrano e scontrano con scarso coordinamento, e dispersione di risorse economiche e umane. «Non si fa sistema. Si litiga persino sulle date dei festival, vedi Roma-Torino», spiega Alberto Barbera, parte in causa in quanto torinese e per la seconda volta direttore della Mostra di Venezia. «Da quando è stato abolito il ministero dello Spettacolo non si è istituito nessun organismo cen-

ALBERTO BARBERA.
A FIANCO: GIAMPAOLO
LETTA. NELLA FOTO
GRANDE: BERNARDO
BERTOLUCCI SUL SET
DI "IO E TE"



trale di coordinamento, né sulle risorse né sulla pianificazione culturale. Quindi ognuno fa per sé, cerca i fondi dove può, le produzioni si affidano alla fortuna e non alla strategia, una pianificazione didattica non esiste, mentre altri Paesi come l'Argentina o il Brasile investono moltissimo sulla formazione, noi



Foto: Webphoto, D. Scuderi - Invalore
nemica, Cerroni - Invalore.com

non riusciamo a finanziare più neanche il Centro Sperimentale». In compenso trasformiamo lo storico Istituto Luce - che con la gestione di Luciano Sovenà ha prodotto film di tutto rispetto (da Saverio Costanzo a Alice Rohrwacher o «Le quattro volte» di Michelangelo Frammartino) in una non meglio identi-

ficata Italia in Luce, agenzia di promozione non più produzione, che con enfatico nome da ventennio è sostenuta da ben tre ministeri più Istituto Commercio Estero. Mission: esportare attraverso il cinema altri prodotti del made in Italy come moda-cibo-tecnologia. Ed ecco che tanta creatura viene presentata a Cannes con ministro (Ornaghi) e ambasciatori, tra il forzato ottimismo dei relatori e la perplessità degli astanti che vedevano sfumare ogni speranza per film con capre alla Frammartino e migranti di «Terraferma» che piacciono a Crialese.

Ci vorrebbe uno Stato. E una tassa ad hoc. «Di scopo», come si dice in gergo. Un prelievo dal biglietto che rientri al

cinema. O una lotta all'evasione del canone Rai dedicata a finanziare i film (e son tra i 600 e i 700 milioni, mica scherzi). E allora il pubblico produttore ovvero RaiCinema, secondo il suo amministratore delegato Paolo del Brocco, dormirebbe sonni tranquilli, potrebbe confermare la produzione che ancora con fatica mantiene per il 2012 e che tra corti e lunghi, operone e operine raggiunge i 40 titoli e fa girare un'immensa mole di lavoro. Ma non chiedetegli perché allora tanta fatica non venga imposta nei pubblici palinsesti in orari accessibili. Non chiedetegli perché la nostra tv non è tenuta a promuovere il cinema che pure produce. Non chiedetegli perché può solo rispondere che non dipende da loro. Ma dal giudizio insindacabile e autonomo dei direttori di rete.

Proprio vero ci vorrebbe uno Stato, un ministero e anche un po' di buon senso. ■