

INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA



## Le sfide del cinema

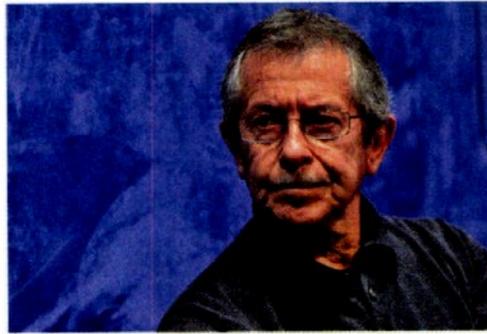
La produzione cinematografica italiana, che nel 2011 mostrava segnali incoraggianti, deve fare i conti nel 2012 con un mercato in difficoltà e in trasformazione. Pirateria, distribuzione, ammodernamento delle sale tra i fattori da risolvere

Leonardo Testi

**S**ono stati 155 i film italiani prodotti nel 2011, 13 in più rispetto al 2010, e anche l'investimento da capitali italiani è stato abbastanza stabile rispetto al 2010, toccando quota 333 milioni di euro. Sono le principali tendenze registrate dal mercato cinematografico nostrano nel 2011, in base ai dati presentati da Anica (Associazione nazionale industrie cinematografiche audiovisive e multimediali) e dalla direzione generale per il cinema. Il 2011 sarà ricordato come l'anno del cinema italiano: 38, dei poco più di 100 milioni di biglietti venduti, secondo i dati Cinetel, sono stati staccati per film italiani, pari a una quota del 37,5 per cento. Un risultato impensabile fino a qualche anno fa, quando ci si avvicinava a quote del 10 per cento circa. Nonostante questa performance, garantita soprattutto dalle commedie, non vanno dimenticati i punti di debolezza del mercato italiano. Mercato che, purtroppo, mostra risultati negativi in termini di presenze e di incassi nei primi mesi del 2012, vuoi per l'oggettiva flessione del cinema americano,

vuoi per il maltempo e il terremoto in Emilia e, nel complesso, per la crisi economica che attanaglia il Paese. Per questo motivo, il presidente di Anica, Riccardo Tozzi, in occasione dell'ultima edizione del Festival di Cannes, lo scorso maggio, pronosticava scenari foschi per il prossimo futuro. Sempre sulla Croisette, il presidente dell'Anica ha lanciato l'allarme sui tagli alle produzioni cinematografiche operati da Medusa - smentiti categoricamente da Mediaset e ridimensionati dall'amministratore delegato di Medusa Giampaolo Letta - e dalla Rai.

Restano sul tavolo i nodi chiave da sciogliere per il settore: innanzitutto il dilagare della pirateria on line - sempre Tozzi ha lanciato l'allarme sul rischio di "far crescere una generazione che pensa che internet sia il luogo naturale su cui vedere i film gratuitamente" - e poi il rinnovamento e il processo di digitalizzazione del parco sale, in particolar modo quelle dei centri urbani. Perché, se è vero che aumenta il numero di film italiani che aspira a essere visto e magari apprezzato dal pubblico, è altrettanto vero che non vi è un numero adeguato di schermi nel nostro Paese. Inoltre, la stagione cinematografica dura di fatto sette mesi anziché dodici. Da qui, l'eccessiva concentrazione delle uscite di film italiani da ottobre a marzo. Il fatto che da aprile a settembre la quota nazionale si abbatta vertiginosamente è un elemento che va corretto, anche perché allo stato attuale le pellicole nazionali tendono a cannibalizzarsi l'un l'altra, con uscite troppo ravvicinate. A farne le spese è la visibilità delle piccole e medie opere. Un quadro che, inevitabilmente, incide anche sulle scelte di produzione. Studiare e adottare forme intelligenti per incentivare uscite più diffuse nell'arco dell'anno, e magari anche per trovare sistemi alternativi di sfruttamento per alcuni titoli, costituiscono le priorità per il cinema italiano e, in generale, per il mercato cinematografico. L'allungamento della stagione nei mesi estivi è una questione che il settore si porta dietro da anni; sono stati fatti molti tentativi in questo senso. La situazione,



Riccardo Tozzi, presidente dell'Associazione nazionale industrie cinematografiche audiovisive e multimediali; a sinistra, un'immagine del film "Reality" di Matteo Garrone

rispetto a un decennio fa, è in parte migliorata, ma non può assolutamente essere paragonata a quella delle altre stagioni e le uscite importanti si contano sulle dita di una mano. Ciò comporta delle storture non indifferenti a livello distributivo: accade, infatti, che un blockbuster d'autore come "Prometheus" di Ridley Scott sia uscito in pressoché tutto il mondo tra la fine di maggio e la metà di giugno, mentre in Italia sarà nelle sale solo a ottobre inoltrato. Facile capire come anche la pirateria, in questi casi, vada a nozze. Un altro elemento problematico è identificato dalla programmazione del cinema italiano nelle televisioni, sia generaliste che satellitari e digitali: le sole 34 prime visioni di cinema nazionale in tv nel 2011, e una quota intorno al 20 per cento di programmazione di pellicole italiane su Sky, contro il circa 40 per cento di quota nazionale in sala, sono gli aspetti critici su cui lavorare.

A Cannes, in occasione della presentazione di "Italia in Luce", la nuova struttura per la promozione del cinema, del territorio e del prodotto italiano all'estero per un valore di 5 milioni di euro a cui partecipano Istituto Luce Cinecittà, Anica e quattro ministeri (Beni culturali, Sviluppo economico, Esteri e Turismo), il ministro Ornaghi ha promesso di accelerare l'iter sulla normativa anti-pirateria e ha annunciato la stabilizzazione del tax credit con cicli di quattro anni. Da queste iniziative e dal successo del film "Reality" di Matteo Garrone all'ultimo Festival di Cannes, dove ha vinto il Gran Premio della Giuria, si può e si deve ripartire per sfruttare appieno le potenzialità del cinema italiano.