

Barbera: «Inseguiamo un nuovo pubblico»

Progetti e tendenze: «Sarà un festival espanso, fuori dalla forma classica: penso alla sperimentazione con il web. Ci sono troppi americani? Sono orgoglioso. Il cinema non è solo arte, ma anche mercato»

**Biennale College
È un'esperienza riuscita,
in quattro edizioni abbiamo
prodotto 13 film firmati
da giovani autori**

«**Q**uesta edizione raccoglie i frutti di quattro anni di esperimenti e anticipa la Mostra del futuro prossimo». Alberto Barbera, classe 1950, piemontese, ha diretto il festival del Lido una prima volta dal 1999 al 2001 e ci è tornato nel 2012. Ha altri quattro anni in sella a una Mostra che ha raccolto in uno stato di crisi e che ora sta provando a ridisegnare, in tandem con il presidente della Biennale, Paolo Baratta.

Partiamo dalla novità più visibile, la sistemazione del famoso «buco» di fronte al Palazzo del Casinò.

«In realtà abbiamo rinnovato tutta la Mostra nei contenuti e nelle strutture. Finalmente chiudiamo la vicenda del "buco" con un progetto utile per il festival e per la città. Sarà una sala nuova e una vera piazza, con proiezioni gratis e a prezzi bassi, ci aspettiamo un pubblico di curiosi, di residenti, dei tanti che magari si fermano solo davanti al red-carpet».

E il Palazzo del Casinò quando verrà restaurato?

«È il prossimo. Nel giro di due anni avremo un palazzo nuovo, con una sala al terzo piano e una dedicata al mercato. Il problema delle strutture era davvero urgente. Certo, rimangono aperte le questioni relative alla ri-

cezione, alle infrastrutture, dunque questioni più complesse del festival. Ma se oggi il grande cinema ritorna al Lido è anche grazie alle nuove strutture della Mostra».

Si riferisce agli americani che per un lungo periodo snobbavano il Lido?

«Certo, prima di tutto loro. Quest'anno abbiamo ben sette pellicole Usa, con un gran parterre di star e operatori. Beh, ora mi criticheranno perché è un festival troppo americano, ma ne siamo orgogliosi. Significa avere riconquistato credibilità come evento e come logistica. Il cinema è una miscela di arte, industria e mercato, non dimentichiamolo».

Lei dice di scommettere su un «mercato leggero». Cosa intende?

«Invece di offrire solo un'arena generica, proviamo un meccanismo mirato che abbiamo chiamato Venice Production Bridge. Sono stati scelti 45 progetti di qualità che necessitano una co-produzione. Non solo lungometraggi, ma anche corti, serie tv e web, film d'arte e virtuali. La Biennale offre una specie di garanzia, con il suo brand e la sua reputazione».

Questa della produzione sembra un altro punto-chiave. La Biennale College è un'esperienza riuscita?

«Assolutamente sì. In quattro edizioni abbiamo prodotto 13 film firmati da giovani team di autori, produttori e registi da tutto il mondo. Molti hanno avuto successi clamorosi. *The Fits*, realizzato nel 2015 da Anna Rose Holmer, è stato definito il

miglior film indipendente dell'anno».

Lei dice di voler conquistare un nuovo pubblico. Come fare?

«Penso alla sperimentazione con il web, che permette a chiunque nel mondo di vedersi le anteprime del Lido. È un'idea di festival espanso, fuori dalla classica forma legata al luogo e capace di arrivare a un pubblico internazionale e giovane».

E che cambiamenti ha portato nella programmazione?

«Tra i film d'essai che spesso non arriveranno mai nelle sale e quelli commerciali che imperversano, c'è uno spettro che potremmo definire "cinema medio" che è fatto di qualità, di autori e registi talentuosi. Sono spesso film "di genere", dalla commedia al dramma all'horror che hanno un grande pubblico e che meritano uno spazio. Da qui l'idea di inserirli in concorso».

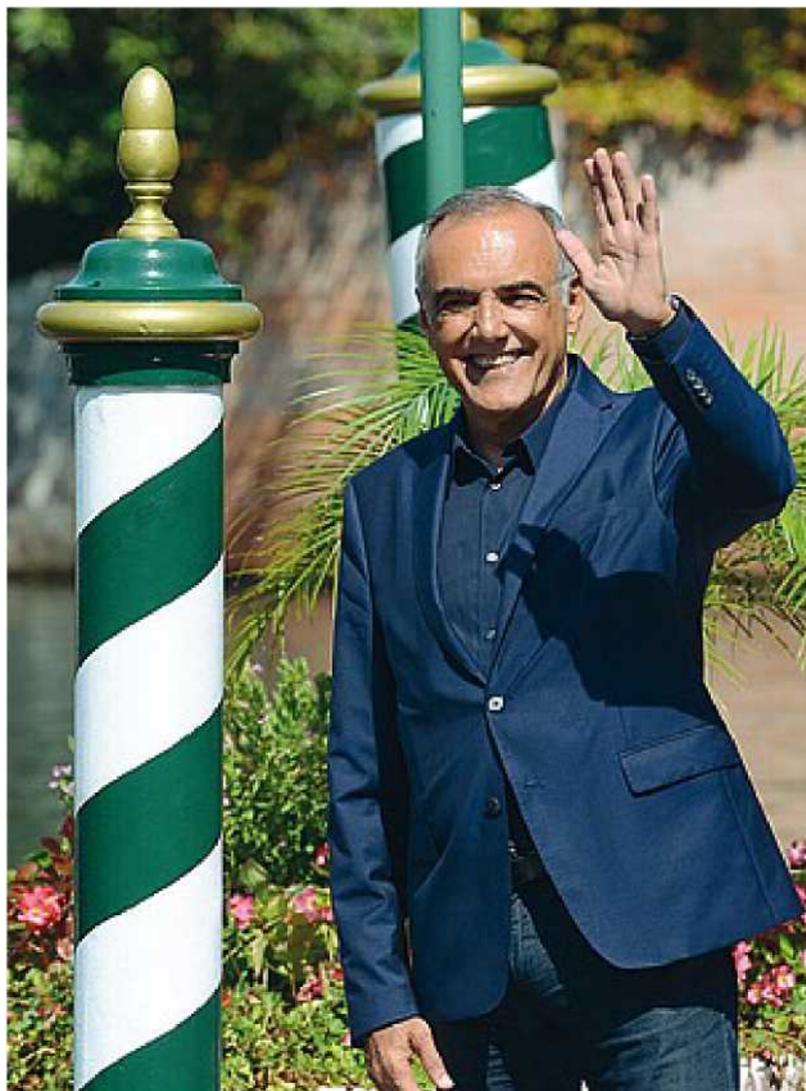
Tutte queste sono le novità, ma c'è un fenomeno in cambiamento, che è quello del glamour.

«Sì, è così. E credo sia una stagione irripetibile: una volta i divi si fermavano una settimana, giravano tra le calli, in una città non intasata di folla e smartphone. Chiunque poteva incontrarli. Oggi è impossibile: stanno 48 o 72 ore e circondati da guardie del corpo. Quel rapporto tra divo e popolo è irripetibile. Dunque, la questione è: cos'è oggi il glamour?».

Fabio Bozzato

© RIPRODUZIONE RISERVATA





«Abbiamo riconquistato credibilità» Alberto Barbera, direttore della Mostra del Cinema