

PELLICOLE & AFFARI

La sfida di Wildside:
giù le barriere
tra cinema e tv

SACCHI E ULIVI A PAGINA 14



Pellicole & finanza L'azienda che ha portato a Venezia «The Young Pope» e che ha come socio di maggioranza il colosso inglese FremantleMedia

Wildside Così cadono le barriere tra cinema e tv

La società guidata da Gianani e Mieli: non conta se il prodotto è pensato per la sala o il piccolo schermo, ma la qualità

DI MARIA SILVIA SACCHI
E STEFANIA ULIVI

È stato uno dei titoli che al festival di Venezia (edizione numero 73 che ha chiuso i battenti sabato 10 settembre) ha messo d'accordo tutti, pubblico e critica, stampa italiana e internazionale: *The Young Pope* di Paolo Sorrentino. Un film nato dalla collaborazione di Wildside, che ha prodotto la pellicola, con Hbo, Sky e Canal+ e Paolo Sorrentino e che ha fatto fare alla stessa Wildside un ulteriore passo avanti nella direzione che è la base della sua fondazione: basta con le barriere nazionali e basta con le barriere tra generi.

«Wildside è nata per unire l'esperienza cinematografica e televisiva di Mario Gianani e Lorenzo Mieli con la creatività artistica di Fausto Brizzi, Marco Martani e Saverio Costanzo», spiegano Gianani e Mieli, amministratori delegati della società. «Il fatto — proseguono — che i grandi festival di cinema abbiano accolto nella loro selezione il meglio della serialità televisiva dimostra che il confine non è tra prodotti pensati per la sala o per la televisione ma, piuttosto, tra i prodotti di qualità artistica e non».

Confini

Cinema di finzione, seriali-

tà televisiva, documentari («il prodotto documentario ha subito una felice trasformazione ed è oggi molto appetito da diverse piattaforme, sia quelle Tv che cinematografiche e digitali. Si pensi ai recenti investimenti di Netflix in doc series») in un continuo rinnovarsi di idee e progetti. «Un percorso — proseguono i due amministratori delegati — che, abbinato a un modello specifico di produzione e sviluppo, ci ha consentito di accedere a mercati sinora irraggiungibili per qualsiasi società di produzione indipendente italiana».

Naturalmente tutto questo rende centrale la ricerca dell'idea o del progetto «giusto» ed è proprio «nell'abbinamento tra modelli produttivi originali (vedere box su accordo per nuova società di-

stribuzione) e l'attenzione ai processi creativi che Wildside punta a diventare una forza attrattiva per produttori e talenti, in modo da finanziare e mantenere gran parte dei diritti all'interno della società. Per la prima volta al mondo grazie a un progetto (*The Young Pope* di Paolo Sorrentino) e al suo nuovo modello di investimento, la Wildside è

riuscita a rompere gli schemi che nel passato hanno impedito alle produzioni italiane indipendenti una coproduzione internazionale su grande scala includendo gli Stati Uniti. Noi lo abbiamo fatto — concludono Gianani e Mieli — riunendo intorno a questo progetto non solo partner europei ma un broadcaster come Hbo, fungendo da rompi ghiaccio anche per altre potenziali proposte provenienti dal mercato italiano». In cantiere ci sono progetti ambiziosi come «la serie basata sulla quadrilogia di Elena Ferrante *L'Amica Geniale* e *The Miracle* e *Anna*, entrambi da un soggetto di Niccolò Ammaniti».

Nell'immediato l'uscita il 27 ottobre del nuovo film di Pif, *In guerra per amore*, il 15 dicembre del film di Natale diretto da Fausto Brizzi, *Poveri ma Ricchi*.

Numeri

Un'esperienza che si è tradotta anche in una crescita dei numeri: il valore della produzione si è raddoppiato negli ultimi due anni attestandosi a circa 65 milioni di euro nel 2016 e per il 2017 la società attende di superare i 75 milioni. Nel bilancio 2015 si sottolinea la differenza tra valore di produzione e ricavi (vedere grafico). «Wildside non vende (e

quindi ricava) il 100% dei diritti e, di conseguenza, il valore della produzione è il numero rappresentativo dell'impegno e della reale «produzione» di film e serie tv. Inoltre le società di produzione normalmente hanno dei cicli produttivi che travalicano l'esercizio solare e, di conseguenza, i ricavi di un anno non rappresentano altro che la quota parte dei diritti di film e serie Tv venduti ai broadcaster e mandati in onda nell'anno e non il valore complessivo della produzione».

Azionisti

Società nata nel 2009 dalla fusione di Wilder e OffSide, Wildside ha già fatto più di un passo da grande. In particolare quello di fare spazio a un socio del peso di Fremantlemedia group, il produttore televisivo inglese, parte di Rtl Group (secondo più grande d'Europa dopo Endemol), che dall'anno scorso possiede il 62,5% del capitale dell'azienda



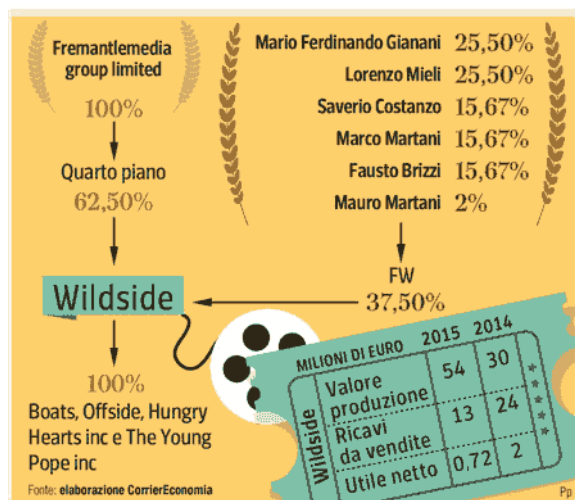
Peso: 1-2%,14-51%

italiana attraverso un veicolo societario costituito ad hoc, la Quarto piano (amministratore delegato Paolo Zampieri). Il resto del capitale è nelle mani di Fw, la holding che riunisce i fondatori di Wildside e di cui è amministratore delegato Mauro Martani. «Fremantle — dicono i due Ceo — è un partner eccezionale, ideale per quel che cercavamo, ci la-

scia liberi nella gestione editoriale e ci supporta dal punto di vista finanziario e relazionale». Però esiste una Freemantle Italia, di cui è amministratore delegato lo stesso Mieli. Ipotesi di fusione? «Ci sono rapporti ottimi e tante sinergie, ma è giusto che siano due brand riconoscibili e molto

identificabili». Insomma, separati.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Peso: 1-2%,14-51%