



**Commissione parlamentare
per l'indirizzo generale e la vigilanza
dei servizi radiotelevisivi**

Presidente **Roberto FICO**
Via del Seminario, 76 Roma

OSSERVAZIONI E PROPOSTE SUL NUOVO CONTRATTO DI SERVIZIO RAI

PREMESSA

Dobbiamo constatare che il rinnovo del contratto di servizio avverrà ad oltre un anno dalla scadenza naturale. Questo dimostra lo stato di “non governo” che l’azienda ha vissuto nell’ultimo periodo, e la rincorsa dell’emergenza invece della stabilizzazione di una normale gestione di quella che rimane la più grande impresa di produzione e diffusione culturale italiana. Vogliamo sperare che sia l’ultima volta che ciò accade, e che la scadenza del rinnovo della convenzione con lo Stato per la TV pubblica sappia prevedere tempi consoni ad un sereno e meditato confronto. A cui già ci diciamo pronti.

Non è retorica affermare e sottolineare come un nuovo contratto di servizio debba ripartire dalla centralità del servizio pubblico, inteso come offerta di qualità di prodotti e servizi alla comunità, che si svincoli da logiche prevalentemente di mercato, e sia un traino per le emittenti squisitamente commerciali, invece di inseguirle su terreni che non le sono propri.

Ma per ricollegare il servizio pubblico alle nuove realtà, vanno considerate alcune questioni preliminari.

UN CONTESTO NUOVO E COMPLESSO RICHIEDE NUOVE RISPOSTE

La crisi economica, il relativo calo degli ascolti, la minore raccolta pubblicitaria, unitamente all’avanzamento della digitalizzazione e alla crescita di un consumo di audiovisivo su molteplici piattaforme, e che quindi non necessita più della televisione così come l’abbiamo pensata in questi anni, hanno evidenziato nel periodo di vigenza di questo contratto di servizio la definitiva crisi di un modello produttivo, ideativo ed economico della RAI.

Strutture troppo pesanti e gerarchizzate, linee editoriali ingessate e modulate su di un unico modello di utente “medio” e sostanzialmente indirizzate alla massima valorizzazione del prime time, costi di gestione che sopravanzano di gran lunga i costi della produzione di contenuti, invadenza della politica nella governance: tutti fattori che generano una RAI che non riesce ad assolvere pienamente agli obblighi di essere servizio pubblico perché non dialoga con l’utenza, anzi con le diverse utenze, di conseguenza rinforzando l’idea generalizzata di un servizio caratterizzato da inefficienza e distanza dalle aspettative delle varie fasce di spettatori.



L'IDENTITÀ DEL SERVIZIO PUBBLICO

L'ormai consolidata affermazione che «non è più così facile distinguere il servizio pubblico dall'offerta commerciale» va ribaltata, aprendo ad innovazione tecnologica, di immagine ma soprattutto di nuovi contenuti.

E d'altra parte l'idea che circola, con qualche insistenza, di apporre un “bollino” sui programmi realizzati con l'uso esclusivo del canone, quindi tali da segnalare le “produzioni di servizio pubblico”, lungi dal fare chiarezza sull'uso delle risorse dei contribuenti, rischia di ghettizzare i prodotti così contrassegnati, diminuendo l'appeal degli stessi sul pubblico e sugli inserzionisti pubblicitari, conferendo, per il fatto stesso di connotare così una parte del palinsesto, un indubbio vantaggio ai concorrenti privati.

È l'intera produzione RAI che deve modularsi sulle caratteristiche proprie di un servizio pubblico intelligente e moderno, in grado di coniugare spettacolarità, cultura, attenzione per temi e generi che le private non producono, come del resto altri servizi pubblici riescono a fare, divenendo così immediatamente riconoscibile.

Va quindi pensato, progettato e realizzato, per quanto possibile in un contratto di servizio, un modello che renda la RAI moderna ed efficiente. E che liberi risorse, oggi immobilizzate per la remunerazione di pesanti costi fissi, per la produzione e l'acquisizione di contenuti. E che con questi prodotti finalmente concorrenziali vinca la sfida con le private. Una RAI che sappia rispettare appieno, attraverso i suoi numerosi canali, le differenze fra i vari segmenti di pubblico, ciascuno in cerca del prodotto ad esso più affine, e che quindi sia più competitiva. Va riproposto il modello, proprio delle maggiori TV pubbliche europee, di una RAI che sia soprattutto broadcaster, diffusore di contenuti, e non necessariamente produttore “in-house” di ciò che trasmette.

IL MODELLO DI PRODUZIONE DEI PROGRAMMI

La pratica degli appalti esterni, che non condividiamo quando privilegia gruppi e multinazionali che realizzano programmi “chiavi in mano” per lo più derivati da format stranieri che RAI deve pagare, non è di per se stessa da combattere.

Per l'ideazione e la produzione di film e fiction, come di altri spettacoli di intrattenimento, non regge il modello della RAI degli anni '50 che vedeva al proprio interno intellettuali ed artisti che provvedevano alla ideazione, alla creazione e alla realizzazione del palinsesto. Oggi si critica la permanenza da troppo tempo nella stessa posizione di decisori, di funzionari – sempre gli stessi, con i loro pur rispettabili gusti e le loro preferenze, inevitabilmente soggettive - che scelgono cosa produrre e, soprattutto, cosa non produrre. Questo tipo di organizzazione del lavoro non facilita l'innovazione di prodotto né tantomeno la diversificazione dell'offerta da destinare a pubblici e fruizioni differenti. L'ideazione e la produzione di film e fiction, per le quali occorrono competenze specialistiche ed esperienze variegata, non possono essere integralmente affidate ad un gruppo ristretto e immutabile, il cui operato viene valutato (se viene valutato) solo sulla base degli ascolti di alcune fasce di pubblico e non anche sulle capacità di innovare, di cercare nuovi segmenti di pubblico, anche all'estero, di sperimentare nuovi linguaggi. Nelle maggiori TV di servizio pubblico



queste competenze sono ricercate tra i professionisti del settore, secondo procedure trasparenti e tese a moltiplicare invece che a restringere le collaborazioni.

Quello che si chiede al contratto di servizio è di riaffermare, con vincoli reali e verificabili, il dovere di moltiplicare l'offerta di generi e di linguaggi, ruotando e svecchiando decisori che troppo spesso sono lì da decenni. Strutture agili, al passo con l'evoluzione del prodotto mondiale, che cerchino forze nuove e talenti freschi, che innovino senza paura, che non tralascino stili e modelli che le nuove tecnologie ci offrono.

La RAI deve porsi l'obiettivo di creare partnership europee, di sviluppare task-force tra autori e produttori per l'invenzione di nuovi format e di nuove serialità che siano competitive con quelle angloamericane. In generale dovrebbe privilegiare produzioni che non si esauriscano nel consumo (rectius: "nella funzione di riempitivo") di ore di palinsesto, ma guardino a prospettive di esportazione, replica e utilizzo extra-televisivo (scuole, cinema, web).

LA RAI COME HUB DELLA PRODUZIONE AUDIOVISIVA INDIPENDENTE

In questa ottica va, secondo noi, rivalutata la scelta di scorporare dalla RAI la rete di trasmissione, creando, sul modello della rete di distribuzione del gas, una società veramente terza che gestisca le infrastrutture di rete e apra, a parità di condizioni, le possibilità di diffusione del segnale anche ai privati, prevedendo possibilità di "accessi limitati" nel tempo a società indipendenti di produzioni di contenuti. Scelta che non rappresenta un espediente "finanziario" per far cassa, ma disegni il modello di un broadcaster che si concentra sul suo core business, la diffusione di contenuti, e trovi in un sistema nazionale delle telecomunicazioni ben regolamentato dallo Stato, i servizi di trasmissione a cui tutti gli operatori possono accedere, secondo regole di mercato chiare e trasparenti. In quel momento stesso si libererebbero risorse da investire nella creazione.

EVASIONE DEL CANONE E PIRATERIA AUDIOVISIVA

Non possiamo pensare che soprattutto in periodi di crisi economica si possa dare per scontato l'altissimo grado di evasione del canone. Questo deficit di risorse si riflette automaticamente nella cronica mancanza di fonti di finanziamento per la produzione audiovisiva. Come pure va ripresa con forza, intelligenza e lungimiranza, una lotta alla pirateria che deve essere fatta sì di repressione di reati, ma anche e soprattutto di creazione di offerta legale sul web dei prodotti audiovisivi, con l'obiettivo di creare un "One Stop Shop" dei diritti (sul modello olandese) che rendano chiare le utilizzazioni transnazionali delle opere italiane. RAI dovrebbe essere capofila di questa operazione, essendo uno dei maggiori detentori di diritti audiovisivi e dovendo svolgere servizio pubblico.



IL “PESO” DELL’INFORMAZIONE

Va rimodulata la “filosofia di fondo” che vede nella RAI principalmente un “fornitore di informazione”. Come si evince dalle tabelle che RAI è tenuta a fornire in base al vigente contratto di servizio, l’informazione ricopre circa il 23% del tempo di trasmissione. Ma il peso percepito dall’utenza è enormemente più alto, e questo ci sembra derivi dalla pressione che ancora la “politica” esercita sulla concessionaria, servendosi del controllo dell’informazione televisiva come strumento che genera consenso.

Bisogna far tornare la RAI alla sua naturale vocazione, che è peraltro sancita dai contratti di servizio e dalla convenzione con lo Stato: generazione e diffusione di contenuti: educativi, di intrattenimento e anche di informazione. Da qui, è possibile prevedere con opportune misure che non sta certo a noi indicare, la rinascita di un’informazione realmente libera, critica e sganciata dal controllo sia dell’esecutivo che dei partiti tutti.

LA QUALITÀ

Un’altra notazione va fatta sulla qualità. Parliamo di qualità dei programmi messi in onda, ma anche di qualità delle immagini, visto che è ciò di cui ci occupiamo.

Da tempo richiediamo l’introduzione di metri di giudizio che non siano soltanto espressione di numeri di ascoltatori, ma di “qualità” dell’ascolto. Le linee-guida erano inserite nell’attuale contratto di servizio, ma sono rimaste lettera morta. E non si è sviluppato quel necessario dibattito su cosa sia la “televisione di qualità” che RAI avrebbe dovuto lanciare per introdurre il nuovo strumento di valutazione dell’ascolto. Paura di confrontarsi con altri parametri ritenuti meno oggettivi? O timore di perdere ascolti perché la qualità non genera denaro? È proprio questa logica che va ribaltata. La televisione di qualità è/deve essere “buona televisione”, che non solo educa e informa, ma eleva il livello del gusto e diverte facendo pensare.

Chiediamo che il “Qualitel” sia di facile lettura e di impatto immediato, potendo così creare un vero e proprio “effetto domino” nei confronti di tutta l’emittenza. Chiediamo che il Qualitel diventi un sistema molto più diffuso e decisivo nelle scelte che riguardano i palinsesti: ad esempio, che vengano incoraggiati gli inserzionisti pubblicitari, con adeguate riduzioni tariffarie sui programmi che, a parità di numeri d’ascolto, riscontrano più alti punteggi di qualità.

Ma parliamo anche di qualità delle immagini. Notiamo da sempre più tempo che quello che era un vanto della RAI, di avere tecnici invidiati in tutte le TV del mondo, si sta pericolosamente perdendo. La qualità della messa in onda, la qualità stessa delle immagini, è nettamente peggiorata. Le nuove tecnologie di ripresa, diverse tra loro anche per qualità, si mescolano senza standard minimi accettabili, provocando fastidi nella visione. C’è, grazie alla sempre più diffusa utilizzazione di service esterni non sempre all’altezza, e ad una mancata riqualificazione professionale, una pericolosa omologazione al peggio delle “televisioni private”. Riportare in alto gli standard qualitativi dell’immagine e della messa in onda deve diventare priorità, prevedendo anche corsi di aggiornamento del personale tecnico da realizzare, perché no, in convenzione con i grandi centri di eccellenza della formazione dell’audiovisivo presenti in Italia.



Va accelerato il passaggio all'alta definizione come formato standard, soprattutto come strumento di internazionalizzazione della produzione RAI, che oggi è vittima di una sottoutilizzazione proprio per la bassa qualità dei formati scelti. Non è pensabile che si debba sperare che non ci siano partite di calcio da mandare in onda per poter utilizzare per prodotti audiovisivi di alto impatto spettacolare, i pochi trasmettitori HD in possesso della RAI.

GLI ARCHIVI

Stesso dicasi per l'organizzazione e la fruizione degli archivi. La catalogazione avviene oggi secondo "parole guida" non omogenee, che rendono molto difficile la ricerca, e la digitalizzazione non raggiunge ancora gli standard qualitativi e di facilità di accesso di altri archivi audiovisivi, quello di Cinecittà Luce in primo luogo. Va quindi previsto uno sforzo per la conservazione, catalogazione, valorizzazione e diffusione di quell'enorme e insostituibile magazzino della memoria storica di questo Paese, e di messa in rete con gli altri archivi audiovisivi italiani.

L'EQUO COMPENSO DEI DIRITTI D'AUTORE

Non possiamo tacere un altro grande problema che ha visto, fino alla recente sentenza dell'arbitraggio SIAE-RAI, autori e RAI contrapposti per la ridefinizione dell'equo compenso.

Questo è un grave vulnus per una tv pubblica, che vede come compiti prioritari il sostegno e lo sviluppo dell'industria audiovisiva nazionale. La ridefinizione degli importi dovuti dall'emittente pubblica quale equo compenso per gli autori, da anni fermo a cifre molto basse, pone nuove sfide ad un'azienda che continua a riconoscere alla fiction il ruolo trainante degli ascolti e quindi degli introiti pubblicitari.

La moltiplicazione dei canali, che peraltro ha contrastato il calo degli ascolti delle reti generaliste e abbassato la media di età degli utenti, prevede - soltanto dopo la sentenza - una remunerazione del diritto d'autore per i prodotti trasmessi.

Ma non è ancora chiara la politica RAI verso la produzione e diffusione di contenuti sulle piattaforme web e sui canali digitali. Ancora oggi notiamo come contemporaneamente RAI utilizzi la fiction e i film sui propri portali come "prodotto civetta" da fornire a titolo gratuito, contravvenendo appunto al pagamento dell'equo compenso e alla valorizzazione dei propri prodotti e "creando traffico", a suo esclusivo vantaggio, sui suoi siti internet.

Noi riteniamo che non possa esserci un contratto di servizio accettabile, secondo una visione coincidente con un sano modello di sviluppo televisivo, che non rispetti i diritti degli autori, ossia di chi pensa e realizza i programmi, i film, i documentari, le fiction che riempiono i palinsesti. Riteniamo al contrario che la valorizzazione dei diritti d'autore debba divenire il modello di business del futuro.

La RAI non può e non deve acquisire tutti i diritti, primari e secondari, per periodi di tempo troppo lunghi, e non può e non deve acquisire diritti su piattaforme che non sa o non può o non vuole gestire. Bisogna ritornare al rispetto delle norme europee sul diritto d'autore, spingere i



produttori a rientrare in possesso di quote di proprietà del prodotto che realizzano e contrattare di volta in volta i diritti secondari con il consenso degli autori. Questo modello può e deve portare alla ricostruzione della catena del valore dell'audiovisivo. Oggi i film e le serie tv, come anche i documentari e le docu-fiction, prodotti direttamente dalla RAI o acquisiti anche attraverso società controllate, vengono scambiati a valori irrisori, in base ad impegni finanziari (nella produzione, nella co-produzione e nell'acquisto) fortemente compressi (sia nel budget dedicato generale, sia nelle cifre per ogni singolo lavoro); inoltre, tali valori vengono ulteriormente mortificati dalla mancata programmazione dei vari passaggi, che porta ad abbassare il valore del diritto d'antenna ed anche a rendere impossibili le utilizzazioni successive, per esempio sulle piattaforme web, perché le opere azzerano il loro valore economico per gli eventuali terzi utilizzatori, a causa dei passaggi gratuiti sui portali RAI.

Questo vuol dire, per esempio, che l'offerta reale e legale di film e fiction sul web, deve essere concordata tra autori, produttori e RAI nell'ottica della loro migliore valorizzazione. Oppure deve essere tenuta fuori dall'acquisizione di quei diritti.

La regolamentazione dei diritti deve avere una sua preminente posizione nel contratto di servizio, e la sua effettiva applicazione deve essere monitorata prevedendo congrue sanzioni in caso di mancato rispetto degli accordi. Questo faciliterebbe la propensione all'internazionalizzazione del prodotto (il possesso dei diritti stimola il loro sfruttamento) e l'equiparazione dei produttori italiani alla qualifica di «produttori indipendenti» che oggi non possiedono, data la pratica imperante di mantenere la proprietà della totalità dei diritti delle opere audiovisive che si producono. Il contratto di servizio dovrebbe prevedere la definizione di prodotto e produttore «indipendente».

LA PROGRAMMAZIONE DELLE OPERE AUDIOVISIVE

Un altro problema che il contratto dovrebbe regolare è la programmazione delle opere audiovisive, ma soprattutto cinematografiche e documentarie, prodotte o preacquistate. Pochissimi sono i film e pochi i documentari prodotti da RAI Cinema che trovano posto nei palinsesti RAI, e quasi nessuno negli orari più favorevoli, comportando pesanti inefficienze nell'utilizzo degli asset dell'azienda e gravi danni alle finanze degli autori, che cedono i diritti sulle loro opere anche in previsione della remunerazione che i passaggi televisivi daranno all'opera che realizzano.

Questo vorrebbe dire “valorizzare il prodotto audiovisivo”, che fa parte peraltro delle missioni di servizio pubblico, che strutture interne all'azienda contribuiscono a produrre, e che quindi devono avere gli spazi appropriati nella programmazione.

Discorso a parte meritano i canali tematici, che oggi sono spesso “scatole da riempire” con quel che capita, senza tener conto di linee editoriali, offerte coerenti e accattivanti, e quindi valorizzazione dell'opera.

Il contratto di servizio dovrebbe sollecitare linee editoriali diverse per pubblici, reti e orari diversi, favorendo una catena decisionale rinnovata, agile, al passo con i gusti degli utenti tutti, e



che preveda rotazione e ricambio, unica garanzia contro la sclerotizzazione di scelte sempre uguali a se stesse.

Bisogna prevedere quote stringenti e ben più alte per prodotti di fiction documentari e animazione per i minori, segmento dell'audiovisivo italiano negletto, che invece va incentivato e fatto crescere.

LA MORTIFICAZIONE DEI DOCUMENTARI (E DEI LORO AUTORI)

Per quanto riguarda in particolare il documentario, ormai privo nei fatti di una sua autonoma programmazione, va invertita radicalmente la linea di pensiero. In tutte le TV del mondo il documentario (anche quello "di creazione" che ha la natura e l'appeal di un film del reale) è uno dei generi più valorizzati, e molta della più moderna cinematografia non è che rielaborazione degli stilemi e dei linguaggi mutuati dal documentario. Da noi, e RAI è purtroppo capofila di una cattiva pratica in questo senso, il documentario viene acquisito con clausole che di fatto spogliano l'autore della qualifica di "creatore di audiovisivo", declassandolo di frequente a produttore di "news", o di "filmati" senza nessuna qualifica autoriale riconosciuta, impedendogli così di accedere alla legittima remunerazione del diritto d'autore. Per di più si continua a tendere (ripetutamente) ad acquisire diritti di trasmissione a titolo gratuito, e a suddividere il documentario, opera unitaria come i film, in brandelli con cui infarcire "contenitori" di varia natura.

Questa pratica deve essere vietata, e il rispetto delle norme monitorato e opportunamente sanzionato. La rinascita del mercato del documentario, genere tra i più amati da un pubblico davvero trasversale, darà vantaggi all'azienda e toglierà dal precariato quegli autori, in buona parte giovani, che oggi non riescono a dare valore al proprio lavoro.

Va inoltre sottolineato che, nelle reti generaliste (Rai1 e Rai2), le ore di messa in onda sono sempre in decrescita, seppur già il documentario viaggi su livelli minimi, inaccettabili, e quelle poche ore di programmazione sono in fasce di palinsesto notturno, più come riempitivi che attraverso una filosofia e strategie di valorizzazione di quelli che sono lavori che riscuotono sempre più successo al cinema e premi nei festival.

IL CONTROLLO DEL RISPETTO DEGLI OBBLIGHI

Venendo più propriamente ai capitoli che riguardano l'audiovisivo, dobbiamo constatare che le quote imposte dall'attuale contratto di servizio sono state molto difficilmente verificabili, e hanno generato la diffusa sensazione di una elusione di fatto, quando non una vera e propria inosservanza della norma. Così come le sottoquote per il cinema sancite dal "decreto quote".

Va innanzi tutto ricreato un sistema sanzionatorio degno di questo nome, che scoraggi in partenza e punisca ogni possibile aggiramento degli obblighi.

Gli organi preposti al controllo sono oggi frammentati nelle competenze: Ministro, Autorità, Commissione paritetica.



Noi vorremmo che le competenze fossero conferite tutte all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, unitamente al potere di irrogare la sanzione.

Troppe volte ci si è dovuti chiedere se le spese di gestione delle società che producono e distribuiscono le opere oggetto degli obblighi di investimento siano da considerare all'interno del perimetro degli obblighi stessi, e troppe volte i controlli sono risultati generici.

Il contratto di servizio dovrebbe fare chiarezza sugli strumenti di cui l'azienda intende avvalersi per il rispetto degli obblighi stessi, tenendo presente che le quote di prodotto indipendente sono regolate anche da legislazioni sovranazionali. Dovrebbe indicare se il proprio impegno nella distribuzione cinematografica, che a volte tende a condizionare anche l'esercizio cinematografico, vada ancora nella direzione di valorizzazione del prodotto europeo che RAI realizza e dello sviluppo di veri soggetti indipendenti.

Tra gli organi di controllo andrebbero inseriti i membri designati dalle associazioni più rappresentative della ideazione, realizzazione e produzione di film e audiovisivi (associazioni di autori e produttori), da scegliersi tra quelle certificate dal Ministero del Lavoro.

Le quote di programmazione devono essere calcolate separatamente su tutte le fasce orarie, non consentendone la concentrazione soltanto in una delle fasce, di solito sono quelle di minore ascolto.

Allo stesso modo, la sperimentazione di linguaggi dovrebbe coinvolgere anche le fasce di maggiore ascolto, e non esaurirsi, così come il contratto prevede, con produzioni prevalentemente interne; la sperimentazione deve coinvolgere autori e produttori esterni.

TRASPARENZA SUGLI APPALTI

Per ultimo, non per importanza, il contratto dovrebbe fare chiarezza sulle modalità di concessione degli appalti per la produzione di contenuti. Non sta a noi indicarne gli aspetti tecnici, ma certamente rileviamo in quest'area forti criticità. Non possiamo paragonare l'appalto di un film o di una fiction ad un appalto per la costruzione di un'autostrada, né pensiamo che sia auspicabile sottomettere un'industria che – per sua natura - deve essere agile ed ancorata a criteri qualitativi agli stessi controlli degli appalti delle opere pubbliche. Ma non possiamo più considerare tollerabile assistere a pratiche spartitorie tra pochi e consueti soggetti, che beneficiano da anni della maggioranza delle risorse pubbliche, attraverso veri e propri accordi-quadro da cui, ovviamente, sono esclusi qualità e contenuti delle opere stesse. Non possiamo far finta che queste procedure sclerotizzate, nemiche dell'innovazione e della creazione di nuova imprenditorialità, non siano la principale patologia che un contratto di servizio con la RAI dovrebbe sanare, rendendole trasparenti, dinamiche e pluraliste.

Nota:

L'Associazione dell'Autorialità cinetelevisiva 100autori è la più grande in Italia fra le associazioni autoriali del settore audiovisivo. Rappresenta registi e sceneggiatori cinematografici e televisivi, autori di documentario e autori legati al mondo dei new media e film d'animazione.



Nata nel novembre del 2008, dopo una lunga esperienza di movimento, l'Associazione 100autori conta oggi 500 iscritti, ed è presente sul territorio nazionale con rappresentanze strutturate in Lombardia, Piemonte, Veneto, Emilia Romagna, Lazio e Sicilia.

Un'associazione nuova per numero di iscritti, varietà delle loro appartenenze professionali, prestigio culturale, contemporanea presenza di tutte le generazioni, distribuzione territoriale, che intende difendere le libertà artistiche, morali e professionali della creazione ma anche promuovere la formazione di nuovi talenti e l'alfabetizzazione ai linguaggi dell'audiovisivo.

Il Direttivo dell'Associazione è composto da autori eletti tra registi e sceneggiatori cinematografici e televisivi, autori di documentario e autori legati al mondo dei new media e film d'animazione. L'associazione si avvale, inoltre, della collaborazione di diversi consulenti (avvocati, analisti dei media, esperti di diritto d'autore) grazie al contributo dei quali mette a punto le proprie analisi e proposte.

100autori aderisce alla FERA (Federation Européenne des Realisateurs Audiovisuelle).