

## **Intervento di Stefano Rulli al convegno Anica “Cinema Futuro Prossimo” Venezia, 1 settembre 2011**

Nel *futuro prossimo* del nostro cinema si prospettano due sfide fondamentali, di tipo internazionale e di lunga durata:

- la prima è quella di un cambiamento radicale dei modelli distributivi. Lo sviluppo della fruizione attraverso la ‘rete’ se infatti da un lato sembra favorire la frammentazione del mercato, dall’altra comporta una nuova fluidità potenziale delle forme e dei formati. Quindi in prospettiva, anche dei modelli editoriali e produttivi. In questo scenario diventa vitale che una cinematografia sia in grado di offrire un *catalogo* capace di soddisfare necessità diverse e specifiche. E di farlo a un costo sostenibile. Dal momento che la rete favorisce perlopiù un’organizzazione selettiva e mirata dei mercati potenziali – la scarsa *varietà* dell’offerta e la scarsa capacità di innovare penalizzano fortemente le potenzialità di crescita.
- la seconda sfida è quella di un’emergenza politico-economica, a livello internazionale, che inevitabilmente influirà sulla disponibilità dei singoli governi a incrementare le risorse investite nel cinema. In un paese come l’Italia, dove da anni la cultura in generale è considerata un ‘vuoto a perdere’, dove è stata necessaria una prolungata lotta di tutto il mondo del cinema per imporre al governo la scelta di un tax credit che oggi si rivela decisiva per la sua sopravvivenza, questa crisi può avere effetti preoccupanti.

In questo contesto, le domande da porsi oggi sono:

- 1) come trovare nuove risorse stabili per il cinema italiano nel momento in cui la crisi economica che stravolge le economie di tutti i paesi occidentali rende improbabile un rilancio significativo del contributo finanziario statale;
- 2) come trasformare la crisi finanziaria in occasione per ripensare il modello produttivo-distributivo dominante, rendendolo più flessibile e diversificato;
- 3) come evitare che la rivoluzione della digitalizzazione finisca per accentuare la tendenza del circuito delle sale a specializzarsi in una forma di spettacolo “esclusivo”, come il 3D, ma al contrario come far sì che sprigioni anticorpi in grado di favorire la moltiplicazione delle proposte artistiche e una significativa diversificazione dell’offerta culturale;
- 4) come impedire che lo spostamento sempre più decisivo della fruizione di cinema (e del prodotto audiovisivo in generale) sulla rete WEB provochi una ulteriore emorragia delle sue già scarse risorse finanziarie e diventi invece una occasione per mettere a frutto - sia in termini economici che culturali- l’incredibile moltiplicazione del suo pubblico avvenuta grazie alla ‘rete’ stessa.

Come 100Autori abbiamo messo a punto alcune proposte che rappresentano altrettanti modi concreti di dare risposta a queste domande.

### **Proposte per trovare nuove risorse per il cinema italiano**

1. Ci sono interventi da mettere in campo immediatamente, perchè a costo zero, perchè esistono già gli strumenti per renderli possibili, ma soprattutto perchè giusti. Primo tra tutti la lotta all’evasione fiscale da parte dei teleutenti, perchè riguarda in qualche modo anche il mondo del cinema.

Collegare ad esempio il pagamento dell'abbonamento a quello della bolletta della energia elettrica potrebbe dare un contributo decisivo per debellare un fenomeno di illegalità dilagante. Vale la pena menzionare il fatto che un efficiente contrasto all'evasione del canone, ed il recupero dei circa 600 milioni di euro che spetterebbero ogni anno al servizio pubblico se l'evasione fosse ricondotta a percentuali fisiologiche, determinerebbe un più consistente afflusso di risorse alla produzione cinematografica, circa 20 milioni di euro, secondo la normativa attuale sulle quote di investimento. Si tratterebbe di un apporto economico decisivo che permetterebbe alla RAI di stare con ben altra autorità sul mercato, di coprire i vistosi tagli alla produzione imposti dalla crisi finanziaria in atto, di fornire un contributo strutturale assai significativo alla produzione cinematografica rispettando criteri di equità e senza imporre ulteriori tasse a chi già le paga.

2. Allo stesso modo sentiamo di far nostra la proposta della messa all'asta di quelle frequenze liberate nel passaggio dall'analogico al digitale. Invece il governo si appresta a regalarle ai 'soliti noti' secondo una logica del 'beauty contest', che come osservava giustamente ieri sulla Repubblica Giovanni Valentini, "è un meccanismo che rischia di privilegiare proprio i più belli che sono anche i più ricchi e i più forti rafforzando ulteriormente il duopolio a scapito dei nuovi entranti." Evitare la munifica elargizione significherebbe recuperare da 1 a 3 miliardi per le casse dello Stato, decisivi in un momento come questo. Di questa cifra una quota sia pur minima, potrebbe andare a finanziare il mondo dell'audiovisivo italiano. Anche su questa proposta, efficace e semplice, avanzata dal PD, è calato un silenzio imbarazzato da parte del governo. E invece anche su questo è giusto che il mondo del cinema faccia sentire la sua voce.

3. In un momento di gravissima crisi economica come l'attuale appare altresì necessario individuare nella rete l'attore oggi in grado di capitalizzare la maggiore attenzione e dietro di essa la maggiore ricchezza dell'intero sistema dei media.

Diverse sono le tipologie e funzioni di quelli che chiamiamo "operatori Internet", dai motori di ricerca come Google ai siti di video sharing come YouTube, dai social media come Facebook ai digital media store come iTunes Store di Apple, da Megavideo ai Vod provider.

Ad oggi, l'unica forma di contribuzione di questi soggetti al mercato delle opere cinematografiche e assimilate è rappresentata dall'accordo fra YouTube e Siae sull'equo compenso a favore degli autori. Il regolamento sulla tutela del diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica, in corso di gestazione da parte dell'Agcom, ha tra i suoi obiettivi il contrasto all'utilizzo illegale dei contenuti da parte dei siti localizzati in Italia e all'estero.

Ma ciò, ovviamente, non rappresenta un elemento di regolazione del mercato legale dei contenuti che comprenda gli operatori Internet quali elementi della filiera. Si tratta infatti di operatori che possono e devono contribuire – attraverso la determinazione di quote di investimento - al finanziamento della produzione cinematografica e audiovisiva, al pari di altri soggetti attivi sul mercato come i broadcaster televisivi.

4. Senza rinunciare all'obiettivo di ottenere un prelievo su tutta la filiera dell'audiovisivo e di finanziare con esso il Centro Nazionale dell'Audiovisivo, sarebbe nel frattempo auspicabile un miglioramento dell'attuale meccanismo delle cosiddette "quote" di investimento e programmazione. Si fa generalmente riferimento, nel rispetto delle quote, alle opere realizzate da "produttori indipendenti". Poiché nel caso del cinema, in particolare italiano, i film vengono prodotti da società indipendenti, con il ferreo controllo sui diritti da parte delle società collegate ai broadcaster, che ne curano anche la distribuzione, sarebbe forse opportuno riservare delle quote di investimento a quei film che siano non solo prodotti ma anche distribuiti da società indipendenti dai broadcaster: ciò garantirebbe maggiore apertura al mercato e scongiurerebbe quei casi in cui film, anche di alto valore come 'Il Divo', immessi sul mercato da distributori indipendenti non vengono acquisiti dalle emittenti televisive.

## **Proposte per favorire l'innovazione e la diversificazione nel mercato cinematografico italiano**

1. Gli ultimi anni sono stati caratterizzati da un approccio alla produzione audiovisiva che tende ad affermare la supremazia del progetto produttivo sull'idea narrativa.

Proponiamo perciò una inversione di tendenza che ridia centralità al progetto narrativo. E questo a partire dal processo di selezione delle opere finanziate dalla Direzione Generale Cinema, che andrebbe articolato in due fasi.

In un primo tempo le commissioni vengono chiamate a dare un giudizio sulle sceneggiature presentate in forma anonima e senza alcun riferimento a produzione, regia, cast ecc... in modo da concentrare l'attenzione unicamente sulla storia.

A conclusione di questa prima fase viene attribuito ad ogni opera un punteggio basato unicamente sul giudizio discrezionale della commissione.

Dalla data della pubblicazione dei risultati le produzioni possono avere un tempo stabilito (30 giorni o più) per presentare la domanda di finanziamento completa.

A questo punto, durante le successive audizioni, la commissione procederebbe alla valutazione delle altre componenti artistiche del progetto così come della solidità del suo impianto produttivo, attribuendo a ogni opera un ulteriore punteggio basato in parte sugli automatismi del reference system e in parte sulla congruità tra progetto artistico e impianto produttivo.

La somma dei punteggi ottenuti durante la prima e la seconda fase determina il punteggio finale di ogni opera. Questo da un lato stimolerebbe una maggiore attenzione da parte delle produzioni alla fase di scrittura in seno alla costruzione del progetto, dall'altra favorirebbe potenzialmente le produzioni indipendenti o di più recente formazione.

Un doppio grado di selezione consentirebbe al piccolo produttore indipendente di montare con maggiore facilità il progetto una volta che alla sua sceneggiatura fosse stato attribuito un punteggio alto dalla commissione. Favorirebbe inoltre lo sviluppo di coproduzioni tra piccoli produttori indipendenti e produttori nazionali più forti o produttori stranieri, ma soprattutto darebbe ai piccoli maggiore forza e credibilità nel presentarsi tanto ai finanziatori (RAI Cinema e Medusa) quanto alle distribuzioni.

2. Altrettanto importante per determinare un processo di selezione più efficace è ridefinire poteri e ruoli delle Commissioni. Come 100Autori riteniamo perciò particolarmente importante l'appuntamento di settembre in cui le Commissioni dovranno essere riformate, perchè sarà l'occasione per rivedere aspetti meno convincenti del loro attuale funzionamento.

Per esempio, la Commissione chiamata a decidere il finanziamento per le opere prime, dove appare assai ridotta la possibilità di un conflitto di interessi, potrebbe avere come membri decisivi, per competenza e affidabilità, proprio gli autori e i produttori.

Nell'altra commissione, quella delle opere di interesse culturale nazionale, sarebbe auspicabile prevedere tempi più brevi di durata, da 4 a 8 mesi, per consentire anche ad autori e produttori di poter dare il proprio contributo, evitando in quel periodo di presentare progetti personali per non incorrere in un conflitto di interessi. In entrambi i casi è all'ordine del giorno - anche se prevede un iter legislativo più complesso- il problema che il parere delle Commissioni debba essere non più consultivo ma vincolante. Si tratta di proposte avanzate mesi fa nel primo incontro che abbiamo avuto con il nuovo ministro delle Attività e dei Beni Culturali. Nell'occasione Galan promise una approfondita riflessione in merito e pronte risposte. Speriamo che, prima del rinnovo delle attuali commissioni, sia possibile avere indicazioni chiare sulle intenzioni del governo su questo problema.

3. Viste le sempre crescenti difficoltà dei film indipendenti nell'ottenere un'adeguata visibilità, sarebbe importate che il Ministero promuovesse una serie di accordi per assicurare quantomeno ai

film finanziati dal Fondo per le opere di interesse culturale nazionale e per le opere prime e seconde quello che chiameremo “*pacchetto visibilità*”.

Tale pacchetto, il cui obiettivo è di coprire il lancio del film nelle due settimane precedenti all'uscita e per le prime due settimane di permanenza nelle sale, dovrebbe comprendere un consistente numero di flani e un'adeguata copertura cartellonistica, così come passaggi di trailer televisivi e radiofonici e altri destinati alle sale cinematografiche.

Ad un singolo produttore indipendente assicurarsi tale copertura risulta estremamente costoso, dal momento che ogni flano, ogni passaggio televisivo, ogni cartellone pubblicitario arrivano a costargli da 5 a 15 volte quello che costano alle grandi distribuzioni - quasi sempre americane - che non contrattano per un singolo film, ma chiudono accordi forfettari per dei pacchetti di opere.

Chiediamo quindi che la Direzione Generale Cinema stabilisca degli accordi forfettari per il lancio di tutti i film finanziati dal fondo per le opere di interesse culturale nazionale e per le opere prime e seconde. Sul finanziamento accordato a ogni film, una parte (ovviamente uguale per tutti) verrà quindi trattenuta dalla Direzione Generale Cinema che la erogherà direttamente alle agenzie pubblicitarie per coprire le spese al momento del lancio.

Il “pacchetto visibilità” assicurerebbe a tutti i film finanziati il raggiungimento di una soglia minima di visibilità eguale per tutti, condizione necessaria per sancire l'esistenza dell'opera sul mercato. Quello che chiediamo è quindi semplicemente che il Ministero tuteli il proprio investimento assicurando un lancio adeguato ai film che ha contribuito a finanziare.

4. Per dare “profondità” alla diffusione di film di più difficile impatto con il pubblico, sarebbe auspicabile fare ricorso ai fondi regionali per accelerare la digitalizzazione delle sale e favorire lo sviluppo di strutture polifunzionali nei centri minori (cinema-teatro, cinema e sale convegni), spesso di proprietà municipale. Lo sviluppo del digitale può consentire la crescita dell'esercizio nei comuni medio-piccoli, favorendo quella necessaria flessibilità nella programmazione in grado di dare profondità al soddisfacimento della domanda.

E' però necessario sostenere i piccoli esercenti, sfavoriti dal mercato, nella riconversione degli impianti, anche stimolando accordi che ridimensionino temporaneamente il canone di noleggio a favore dei distributori. La Commissione Europea ha raccomandato (COM(2010)487) un approccio in cui i fondi strutturali, e più in generale i fondi pubblici, sostengano la digitalizzazione delle sale in cambio dell'impegno a programmare pellicole europee. A noi sembra un approccio ragionevole. La digitalizzazione, in altre parole, può rappresentare un meccanismo per accrescere la diversità – o almeno per contrastare l'omologazione – dell'offerta nell'ambito di un esercizio in via di crescente concentrazione.

Allo stesso modo, si possono immaginare forme di flessibilità negli intervalli temporali delle windows, anticipando le finestre home-video e video on demand in quelle zone a più bassa densità di schermi cinematografici e per quei film che dimostrano di avere una bassa tenuta in sala.

Infine riteniamo assolutamente opportuno continuare a sostenere, nonostante i tagli previsti per il 2011-2012, l'iniziativa “Schermi di “Qualità”, che ha dimostrato di accrescere la diffusione dei film “difficili” e “d'autore”, italiani ed europei.

5. L'introduzione del tax credit e del tax shelter ha sicuramente rappresentato un elemento dinamico e positivo nel finanziamento della produzione cinematografica italiana.

Allo stesso modo l'uso di strumenti di agevolazione fiscale può essere positivamente esteso anche alla promozione internazionale del prodotto italiano.

Si tratta in altre parole di attivare dei meccanismi di “premieria fiscale” a favore di quei progetti cinematografici capaci di essere pre-venduti all'estero, applicando delle maggiorazioni nella deducibilità degli investimenti per quei film il cui budget di produzione sia, in una percentuale

da stabilire, raccolto attraverso la prevendita all'estero dei diritti di sfruttamento, meccanismo che premierebbe in particolare il cinema di *qualità*, più capace di "viaggiare" oltreconfine.

La fiscalità di vantaggio può inoltre svolgere un ruolo fondamentale nel promuovere l'innovazione *formale* e di *formato* incentivando la progettualità "cross-mediale" e quindi promuovendo forme produttive complementari e integrative al progetto audiovisivo "principale" (il film destinato alla distribuzione in sala). Questo genere di progetto potrebbe godere di un credito d'imposta maggiorato rispetto alle percentuali accordate al progetto principale, stimolando in tal modo la produzione di contenuti digitali per la rete. Con un impegno finanziario veramente minimo, la mano pubblica potrebbe favorire in questo modo strategie di narrazione che arricchiscono l'offerta di contenuti digitali con le relative dinamiche di innovazione, condivisione, creatività e ritorni pubblicitari.

Come si può ben vedere, si tratta di proposte ragionevoli e concrete, adeguate al contesto politico-economico attuale. Niente voli pindarici, niente utopie astratte. Al massimo piccole utopie concrete. Eppure a ben vedere, come ci capita di fare quando scriviamo o realizziamo delle buone storie, narrare piccole esperienze concrete che abbiano in sé un senso più universale, è spesso il vero segreto di un cinema semplice e insieme grande.

Come 100 autori cerchiamo di fare la stessa cosa anche quando parliamo di politica. Aperti nelle analisi, concreti nelle proposte, sempre attenti a che siano però esemplificative o parte di un progetto culturale più grande. Quello di garantire al pubblico la più ampia scelta tra gli infiniti cinema possibili. E' questa la democrazia che i cittadini pretendono dal cinema. Ed è per questa che noi lavoriamo.