

Business mancati Rai, Mediaset, Sky investono sempre meno in programmi propri. Mentre Francia e Inghilterra...

Televisione Trama in rosso per le fiction

Importiamo produzioni straniere per 400 milioni. Il nostro export si ferma solo a quota 32

La soluzione? Autori più liberi dagli interessi delle tv committenti

DI ENRICO GRAZZINI

La televisione italiana importa fiction per 400 milioni e ne esporta solo per complessivi 32 milioni (stime 2010). Un grave deficit nell'industria strategica della fiction che costituisce il cuore della televisione, il segmento più capace di attirare il pubblico e di produrre ricchezza. E questo deficit cresce rapidamente a causa della moltiplicazione dei canali digitali e delle tecnologie.

Fabiano Fabiani, presidente dell'Associazione produttori televisivi, indica la sua soluzione: «I diritti di sfruttamento dei programmi devono essere riconosciuti anche ai produttori e non dovrebbero essere di proprietà esclusiva delle televisioni — reclama Fabiani —. Solo così potrebbe crescere la produzione indipendente e anche l'esportazione». Che la fiction italiana viva una crisi profonda lo dicono chiaramente i numeri. Non esistono (purtroppo) statistiche ufficiali, ma tra i più grandi paesi europei, Germania, Gran Bretagna, Francia, siamo certamente quello che investe di meno in fiction tv, quello che esporta molto di meno e che importa assai di più.

Secondo il recente rapporto uscito da «100 Auto-

ri», l'associazione creata dagli autori e dai registi italiani di televisione e di film, Rai importa fiction per circa 85 milioni, Mediaset è il maggiore importatore con circa 225 milioni stimati (poco meno di tre volte l'import Rai) e Sky per circa 45 milioni. Il problema è che i programmi importati dall'estero costano meno di quelli prodotti in Italia — che però danno identità alle reti e generalmente generano più audience — e che sia Rai che Mediaset in tempi di crisi della pubblicità tagliano i budget per la programmazione.

«Ormai i programmi di fiction italiana escono praticamente solo sulle reti ammiraglie Rai e Canale5», spiega Bruno Zambardino, che ha curato con Flavia Barca la ricerca dell'Istituto di Economia dei Media sulla fiction italiana. La debolezza della nostra industria è tanto più grave considerando che le decine di nuovi canali digitali e le nuove piattaforme tecnologiche come Internet Tv, smartphone, videogiochi, tablet, hanno sempre più fame di programmi.

Mediaset, consapevole della centralità della produzione di programmi tv, ha cercato di conquistarsi posizioni di forza con l'acquisizione di Endemol — la società olandese di cui però non è più azionista di riferimento — e dell'italiana T-adue guidata da Pietro Valsecchi. La Rai, come servizio pubblico, ha invece una politica opposta, ed esternalizza le produzioni di fic-

tion a fornitori indipendenti, come Lux Vide, Palomar, Paypermoon e altri. «Il servizio pubblico dovrebbe avere un ruolo trainante — afferma Andrea Purgatori, portavoce di 100 Autori —. La Rai però ha costi elevati di struttura e dedica poche risorse alla produzione di fiction».

Addio made in Italy

Nel 2010 Rai ha speso per la fiction 190 milioni (-32% rispetto al 2009): una cifra nettamente inferiore ai 260 milioni di France Télévisions e ai 275 milioni della BBC. Secondo le stime, Mediaset nel 2010 ha investito circa 180 milioni nella fiction nazionale e Sky Italia circa 20 milioni. Ma il vero problema è che i nostri programmi, a parte qualche rara eccezione, non sono acquistati dalle televisioni estere. L'export complessivo italiano è pari a 32 milioni (2010): 18 per la serie di animazione Winx, e poi il resto per il Commissario Montalbano e Romanzo Criminale. Ma l'export francese è pari a 200 milioni e quello della Gran Bretagna addirittura a 1,65 miliardi.

Il modello inglese

Come uscire dalla crisi? Fabiani indica la soluzione nel modello inglese. «In Gran Bretagna i diritti di sfruttamento dei programmi appartengono anche ai produttori indipendenti e non rimangono tutti e perpetuamente in mano alle televisioni committenti, che sono focalizzate sulla

pubblicità più che sui programmi. Anche in Italia i produttori dovrebbero emanciparsi dai broadcaster, costruirsi il loro patrimonio grazie ai diritti, autofinanziarsi almeno in parte e produrre anche per l'estero e per le altre piattaforme tecnologiche». Fabiani in particolare chiede che il governo ripristini il regolamento dell'Autorità delle comunicazioni deliberato nel 2009 — che garantiva diritti ai produttori e non solo alle tivù — e cancellato successivamente dal decreto legge del 2010 dell'allora ministro Paolo Romani.

L'associazione 100 Autori, ha già richiesto ufficialmente al vice ministro per le comunicazioni Massimo Vari di far rispettare gli obblighi di quota di produzione nazionale imposti ai broadcaster dalla legge e di definire nuove quote per le singole reti (e non solo riferite ai gruppi Rai e Mediaset). Zambardino suggerisce anche di introdurre diversi formati di fiction. «La nostra fiction è prodotta solo per le reti generaliste e per la prima serata, dura più di un'ora a puntata e va bene per le famiglie italiane — spiega —. Sul mercato internazionale valgono però altri formati, di 50-60 minuti, mirati soprattutto ai pubblici differenziati dei nuovi canali specializzati. Bisognerebbe che le televisioni italiane finanziassero questo tipo di programmi. Allora forse riusciremmo a esportare».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

