

Il box office e l'identità del cinema italiano

Gli sconcertanti risultati del cinema italiano per il 2017, con un calo del 46,35% degli incassi per la produzione nazionale e una riduzione costante di spettatori nelle sale, ci inducono tutti a una riflessione, soprattutto su quanto è stato detto e fatto negli ultimi anni da chi ha tenuto in mano il timone dell' industria del cinema e ha fortemente indirizzato la riforma dell'audiovisivo.

In particolare chi doveva difendere la specificità del cinema, come la principale associazione dei produttori cinematografici, ha perseguito l'idea che il futuro fosse nella serialità televisiva: è stata questa la linea dell' Anica quando era presidente Riccardo Tozzi, espressa lucidamente e con la coerenza di chi era stato il primo italiano a lavorare con Netflix, in un intervento alle Giornate professionali del cinema di Sorrento nel novembre 2015. Sul presupposto che il cinema in sala è morto ed è meglio che le imprese s'indirizzino verso la produzione seriale più libera e con sbocchi commerciali più estesi, svincolati dalle dinamiche dell'esercizio, si è spinto l'acceleratore, arrivando all'assoluta equiparazione normativa di cinema e audiovisivo della nuova legge. Si compie così la definitiva metamorfosi del produttore, da cinematografico a meramente televisivo.

Potendo attingere alle stesse risorse per produrre sia film sia serie tv anche il produttore di cinema più coraggioso abbandona a poco a poco l'impervio e rischioso sentiero della distribuzione in sala per la più comoda e protetta autostrada della diffusione sui broadcast e internet. Questo, se è sicuramente un vantaggio per l'abbassamento del rischio d'impresa, non lo è affatto per l'innalzamento della qualità artistica dei film. Ma l'aspetto più grave, rispetto ai risultati negativi del 2017, è il fatto che progressivamente il pubblico perda la fiducia in ciò che gli viene proposto sul grande schermo. I film offerti sono infatti sempre di più degli ibridi tra cinema e *fiction*, quando non diventano veri e propri pretesti per il lancio di nuove serie. L'indeterminatezza si riverbera sul livello qualitativo della produzione che, perdendo il carattere di straordinarietà, allontana inesorabilmente il pubblico dalla sala.

La nuova legge non è ancora operativa ed è evidente che non possiamo fare alcun collegamento tra la norma e risultati del 2017, ma c'è da supporre che se, a partire dal 2018, parte delle risorse, attraverso il tax credit e i sostegni automatici, andranno, come previsto, direttamente a quelle imprese che per la maggior parte hanno prodotto il cinema annacquato dell'annata trascorsa, ci sono molte probabilità che la riduzione degli spettatori continuerà anche nei prossimi anni. Senza considerare che

nel 2018 non ci sarà l'auspicato incremento del fondo di sostegno, congegnato dalla legge sulla base dell'incremento fiscale prodotto da un maggior fatturato delle aziende del settore.

La questione della disaffezione del pubblico per la visione in sala non si risolve indirizzando le imprese di produzione cinematografica verso mete più facilmente raggiungibili, ma come ha scritto Alberto Barbera su *La stampa*, si contrasta migliorando la qualità dei film, aumentando la diversità dell'offerta, puntando sull'innovazione continua, oltre che, aggiungiamo noi, con un'attività capillare di educazione all'immagine e ai linguaggi del cinema rivolta alle nuove generazioni.

E se, per fortuna, da una parte la nuova legge ha previsto risorse per portare in maniera più sistematica il cinema nelle scuole, dall'altra, malauguratamente, ha assegnato scarse risorse ai contributi selettivi, quello strumento di sostegno pubblico pensato per favorire la realizzazione di storie originali, audaci, spiazzanti, in una parola sola appunto: innovative. La scarsità di risorse penalizza le imprese più piccole che hanno una maggior propensione alla ricerca e all'innovazione, a vantaggio di quelle più strutturate che realizzano film *mainstream* il cui livello di finanziamento è invece decisamente più elevato.

Deleteria è stata anche la frattura che si è aperta negli ultimi anni tra il settore della produzione e quello dell'esercizio. Una frattura profonda, che ha impedito una strategia comune per sostenere la visione del cinema in sala, per migliorare la qualità della fruizione e per favorire una vera collaborazione tra i due comparti, l'opposto di quanto avviene in Francia e per la verità anche laddove – come nella Corea del sud – è stato adottato in pieno il modello francese. Con una popolazione pari a quella italiana, entrambi questi paesi, hanno superato i 200 milioni di spettatori nel 2017, a fronte dei nostri 92 milioni. Mentre la percentuale di cinema nazionale laggiù supera il 35%, da noi solo il 17,64% degli spettatori ha scelto i film nostrani.

Proprio nella prospettiva di indirizzare la loro attività d'impresa verso il target Netflix, Amazon, Sky etc., i produttori hanno trascurato il rapporto con gli esercenti. Per i gestori e proprietari di cinema non c'è stata ancora la metamorfosi e finché manterranno la loro identità di imprenditori cinematografici continueranno a battersi a favore della visione sul grande schermo. Sono proprio gli esercenti a mantenere il contatto con il pubblico e lo conoscono forse meglio dei produttori, ne conoscono i gusti e le abitudini e hanno più volte lamentato una carenza di prodotto italiano valido da programmare nelle sale. Lo ha fatto soprattutto il circuito della Fice più attento alla

sensibilità del pubblico. È innegabile che anche il comparto dell'esercizio deve avviare un processo di innovazione e cambiamento, come in parte già stanno attuando alcuni esercenti – tra cui Lionello Cerri, titolare dell'Anteo Palazzo del cinema di Milano – tuttavia vanno sicuramente studiati processi di sviluppo e di promozione condivisi con i produttori.

Anche gli autori da parte loro non sono indenni da responsabilità e sono esposti alle metamorfosi: lavorare per la serialità garantisce maggiori compensi e minori rischi rispetto alla scrittura di storie più coraggiose destinate al grande schermo, spesso mal remunerate e esposte all'insuccesso. In molti si sono indirizzati verso la serialità, il che comporta cambiamenti importanti soprattutto nella scrittura, rispetto ai ritmi e alla forma della narrazione, e talvolta anche rispetto alla sostanza.

Per risalire la china dei numeri negativi non può esserci panacea, non lo sarà la nuova legge che va ancora roduta, non lo saranno i prossimi film di Zalone, Ficarra & Picone o un altro titolo del tipo di *Perfetti sconosciuti*. Un'opzione possibile sarà forse il confronto vero tra le diverse componenti del settore, quella creativa, produttiva, distributiva e dell'esercizio, per comprendere se esiste la volontà comune di affrontare e risolvere la questione della visione in sala. Si trovino tre punti comuni su cui lavorare per invertire la tendenza ed evitare che fra un anno ci si ritrovi di nuovo al capezzale del cinema italiano, con le tante prefiche che hanno tanto pregato per evitare il decesso, ma nella sostanza non hanno fatto nulla. Possiamo contare, in quanto non-produttore professionale, sulle doti politiche e di mediazione di Francesco Rutelli che si accinge a iniziare il suo secondo anno da presidente dell'Anica? Staremo a vedere. L'Associazione Nazionale Autori Cinematografici, che ci tiene a non cambiare pelle, è disponibile a discutere, progettare e proporre.

Francesco Ranieri Martinotti

Presidente dell'Associazione Nazionale Autori Cinematografici