

INTERVENTO GIANCARLO LEONE PRESIDENTE ASSOCIAZIONE PRODUTTORI TELEVISIVI

Lo schema di decreto legislativo in esame è uno strumento di reale ed efficace promozione delle opere europee ed italiane per il cinema e l'intero audiovisivo.

Il giudizio generale della Associazione Produttori Televisivi è dunque positivo in relazione ai maggiori investimenti previsti per la promozione delle produzioni così come per una più puntuale declinazione delle misure sanzionatorie.

Lo sviluppo della produzione audiovisiva è centrale rispetto alle priorità del sistema televisivo e multimediale, lineare e on demand, e in questo senso il governo ha certamente e meritoriamente indicato un percorso di reale impulso per la crescita ulteriore del settore.

Questo percorso risulta però in alcuni passaggi disallineato rispetto all'evoluzione del sistema ed alle sue prospettive.

Il futuro del sistema multimediale è infatti sempre più determinato dalla qualità dei contenuti a fronte di una moltiplicazione delle piattaforme distributive e delle diverse modalità di offerta e di consumo. La qualità dei contenuti è strettamente dipendente dalle risorse che il mercato mette a disposizione, sia in relazione alle dinamiche dei ricavi commerciali sia in relazione all'influenza che ogni singolo Paese, dal punto di vista della regolamentazione degli interventi, può esercitare.

E' proprio l'incontro tra le esigenze del mercato e la regolamentazione della mano pubblica ad esprimere ciò che siamo dal punto di vista dell'industria culturale e occorre evitare una interpretazione troppo dirigistica degli obblighi i quali, senza la dovuta flessibilità o possibilità di interpretare l'evoluzione ed il cambiamento, potrebbero inficiare la dovuta crescita dell'industria culturale e dell'audiovisivo.

I trend sono tutti univoci: crescita della domanda e dell'offerta di contenuti premium quali la serialità televisiva (i cui standard qualitativi sono ormai assimilabili a quelli del cinema), nuove opportunità per documentari e animazione, nuove formule produttive e di scrittura per l'intrattenimento, stabilità per le opere cinematografiche nate per il theatrical in un contesto generale di admissions in calo. Questi trend, certificati, producono l'immagine aggiornata del mondo dell'audiovisivo, con potenziale sviluppo per le industrie culturali in grado di interpretarli al meglio e con prospettive di internazionalizzazione elevate, sia in termini produttivi sia di broadcasting.

L'attenzione sullo schema di decreto non può che soffermarsi sul rapporto tra obblighi e opportunità, sulla necessaria interazione tra le esigenze del mercato ed il bene collettivo. E taluni obblighi risultano non coerenti con il futuro del sistema dell'audiovisivo.

Oggi il mercato, il settore dell'audiovisivo, è nazionale ma è soprattutto globale. E' nazionale per quanto riguarda il pubblico principale di riferimento ma è globale per quanto riguarda i contenuti e le piattaforme distributive che li veicolano. E' nazionale nella lingua ma non lo è, non dovrebbe essere, nel linguaggio. E' nazionale nelle società che vi operano ma è globale per quanto riguarda molti azionisti di controllo internazionali. E' nazionale nella identità delle proprie storie, è globale nel mercato di riferimento.

Oggi in Italia vi sono oltre 430 i canali televisivi complessivamente ricevibili a livello nazionale sulle principali piattaforme facenti capo a 114 editori (nazionali ed internazionali) di cui 69 hanno sede in Italia. Il perimetro di riferimento è quello dei canali distribuiti all'interno dei Mux nazionali DTT, sulle piattaforme Pay Tv satellitare e DTT e sulla piattaforma Free-To-View satellitare, includendo anche le versioni time-shifted, quelle in HD, 3D e Super HD, i servizi in Pay-Per-View.

Il nostro sistema, dicevo, è sempre più globale perché alla descrizione appena fatta ricordo che si aggiungono di recente, i servizi on demand di multinazionali quali Netflix, Amazon, Google fino alla recente annunciata joint venture tra la francese Canal+ e TIM ed altri ancora. Centinaia di migliaia di ore di prodotto su Tv, Pc, Smartphone, Tablet, Smart Tv, ecc. in modalità free, pay, VOD, con un accesso illimitato a contenuti premium di operatori internazionali che investono ogni anno circa 10 miliardi di dollari (se sommiamo Netflix ed Amazon) in contenuti originali.

Gli interpreti di questo cambiamento non sono soltanto gli operatori ma soprattutto i fruitori che hanno già metabolizzato la convivenza tra il consumo generalista e tematico free, quello pay digitale e satellitare e quello cosiddetto OverTheTop (OTT) che consente una qualificatissima fruizione anche non lineare di contenuti premium di cinema, serie, animazione, documentari ed ovviamente sport.

Tutto questo per dire che il pubblico italiano ha ormai opportunità di visione talmente ampie e variegata che il nostro sistema, il sistema nazionale, regge e può reggere soltanto se saprà rivolgersi a coloro che usufruiscono di questa offerta multiplatforma e multicanale con lo stesso approccio culturale, di prodotto e di marketing. Rivolgendosi al pubblico con i linguaggi della contemporaneità e con i tanti strumenti che la tecnologia consente.

In tutto il mondo si producono sempre di più opere originali per essere fruite direttamente e rapidamente su SmartTv, Tablet, Smartphone, PC. Il Cinema resta centrale ma la serialità cresce in quantità, qualità e rapporto con il pubblico. E lo stesso cinema nasce sempre più spesso per essere fruito direttamente sulle nuove piattaforme Netflix e Amazon con un cambio epocale di registro. Il film manterrà la sua identità ma la sua fruizione sarà strettamente connessa allo sviluppo delle nuove piattaforme. E la serialità è già il genere maggiormente interpretato dai nuovi soggetti e costituisce anche una offerta vincente per i broadcaster tradizionali. E' il genere centrale con il quale si raccontano le proprie identità e che si misura con una domanda sempre crescente sui quali convergono sempre maggiormente gli investimenti dei produttori e dei broadcaster.

Dunque credo sia importante riconoscere sì la necessità che i fornitori di servizi media audiovisivi investano maggiormente sulle produzioni nazionali e sui prodotti indipendenti di cinema, serialità, intrattenimento, documentari, animazione, producendo però un circuito virtuoso che non trovi in taluni obblighi un fattore di disallineamento con il presente e l'immediato futuro del sistema.

Sarà compito proprio del sistema, da una parte i broadcaster e dall'altra i produttori, individuare le più opportune modalità di investimento all'interno di un quadro chiaramente definito e certamente – come è stato opportunamente previsto- potenziato. Mi riferisco all'audiovisivo nella sua interezza e con il suo elevato bagaglio qualitativo e culturale e la sua declinazione in generi sempre più sofisticati.

Se dunque da una parte l'incremento delle quote per i privati dal 10% al 15% e per Rai dal 15% al 20% è certamente significativo per produrre crescita e investimenti congrui che saranno disposizione dell'intera filiera dell'audiovisivo, sarà necessario che l'eventuale adozione di sottoquote, laddove non differibile, non penalizzi alcuni a favore di altri come avviene ora.

Dalle stime di APT gli investimenti Rai nel triennio 2018-2020 cresceranno di oltre 40 milioni di euro nei confronti dei produttori indipendenti di contenuti ma il 90% quasi di questo incremento sarà accreditato al cinema, una piccola quota all'animazione senza alcuna crescita per la serialità televisiva, la fiction in generale, i documentari, l'intrattenimento. Il disallineamento è più che evidente. Direi stridente.

A questo proposito segnalo, nel dettaglio, che il testo dello Schema, all'art.44 ter comma 4, nel definire le sottoquote cinema per la Rai nel 2019 e 2020 inserisce nel corpo del testo anche la previsione attuale (ovvero 2017 e 2018) che è già maggiore di quella attuale passando già dal 3,6% al 4%: il risultato di ciò è che l'anno prossimo, in assenza di una crescita della quota di investimento totale (rinviata al 2018) Rai dovrà rivedere le proprie allocazioni e disinvestire una parte dalla serialità per attribuirle al cinema. Questo rappresenta un ulteriore passo indietro che mi auguro sia corretto: in questo senso propongo che la quota vigente resti quella attuale del 3,6% fino al 2019 dove quelle del cinema potrebbero essere più contenute rispetto ai livelli attuali.

La crescita delle sottoquote cinema potrebbe giungere al 4% nel 2019 ed al 4,5% nel 2020 producendo consistenti investimenti nel settore. Gli altri gruppi privati potrebbero a loro volta vedersi riconosciuti obblighi del 3% con una crescita al 3,5% nel 2019 ed al 4% nel 2020. Ritengo che questa diversa formulazione vada maggiormente incontro alle esigenze dell'intera filiera produttiva e creativa dell'audiovisivo, mantenendo comunque una via privilegiata, ma non per questo fuori dalle regole di mercato, per le opere cinematografiche.

Ma il tema delle quote e delle sottoquote di cui parlavo prima vale anche per gli obblighi di trasmissione previsti. Soprattutto nella fascia oraria tra le 18 e le 23. Provengo dalla televisione dove ho prestato servizio per oltre 30 anni ma parlo in nome dei produttori televisivi.

Queste quote non sono una nostra richiesta, non ci riconosciamo in un sistema che obblighi i fornitori di servizi media audiovisivi a modellare la propria offerta in maniera eccessiva a pochi anzi pochissimi generi, tra l'altro con la discriminazione di aver escluso completamente le produzioni di intrattenimento. Molti di voi sanno che l'intrattenimento non è solo quiz e giochi ma è anche piena di contenuti cosiddetti "scripted" dove appunto l'intrattenimento non è solo improvvisazione e canovaccio ma è scrittura, è produzione di contenuti di qualità e di forte legame con il pubblico.

Dunque proponiamo di non inserire l'obbligo di trasmissione per la fascia oraria 18-23, mantenendo invece intatte le altre previsioni dell'art.44 bis (ovvero 55% riservato ad opere europee per il 2019 e 60% per il 2020, ecc.).

Qualora si volesse mantenere un obbligo in quella fascia oraria consiglio di inserire anche il genere intrattenimento, esclusi naturalmente quiz e giochi, perché l'esclusione sarebbe innaturale. Per quanto riguarda inoltre l'applicazione delle quote di trasmissione ci sembra che il riferimento del comma 4 del 44 bis all'obbligo quotidiano sia difficilmente realizzabile ed anche controproducente e dunque potrebbe essere necessario individuare una base mensile o periodica di calcolo.

Infine una parola sui documentari. Loro sì andrebbero maggiormente considerati. Con una chiara e specifica previsione di sottoquota che al momento manca e di cui si segnala la necessità. Il documentario è un prodotto essenziale perché è in grado di essere al contempo informazione, spettacolo e cultura. E' un prodotto ad alto potenziale internazionale perché riesce a superare e raccontare spesso con le immagini ciò che altrimenti resterebbe confinato in una inconsapevole ignoranza.

Infine segnalo l'anacronismo del comma 5 dell'art.44 ter laddove si determina una sottoquota del 5% per opere di animazione appositamente prodotte per la formazione dell'infanzia. Siamo proprio sicuri che i per nostri bambini debbano essere obbligatoriamente previsti i generi da produrre piuttosto che concentrarsi sul pubblico di riferimento che oggi vede e apprezza, animazione ma anche documentari appositamente prodotti e produzioni culturali e di intrattenimento mirate al loro target?

Per essere più chiari, se la norma vuole essere a favore dell'offerta per bambini essa deve comprendere tutti i generi produttivi; se invece vuole essere a favore dell'animazione allora si chiarisca che si tratta di opere di animazione. Ma la relazione tra gli uni e gli altri mi sembra davvero anacronistica e non rappresentativa dei nuovi generi produttivi.

Per concludere permettetemi un claim, un appello. Che poi è anche quello dell'APT. "Il mondo ci guarda, guardiamo al mondo". Non perdiamo, se possibile, questa occasione con una visione a 360 gradi su tutti i generi che compongono l'audiovisivo, ognuno dei quali ha dignità culturale e di mercato per essere trattato paritariamente.

Proposte emendamenti

Art. 44 bis

Comma 3

- Eliminare riferimento a fascia oraria 18-23 e riferirlo all'intera giornata
- Qualora permanesse il riferimento 18-23, aggiungere tra i generi anche l'intrattenimento

Comma 4

- Eliminare riferimento al rispetto delle quote di programmazione nell'intera giornata di programmazione (riferito ai commi 1 e 2) e su base settimanale (riferimento a comma 3) ed indicare il periodo su base periodica (mensile, trimestrale o semestrale).

Art. 44 ter

Comma 2

- L'attuale percentuale di investimento anziché 3,5% passa a 3; quella del 2019 dal 4% al 3,5%; quella del 2020 passa dal 4,5% al 4%

Comma 4

- L'attuale sottoquota di investimento passa da 4% a 3,6%; nel 2019 da 4,5% a 4% e nel 2020 da 5% a 4,5%.

Comma 5

- Eliminare riferimento alla formazione dell'infanzia nella sottoquota per l'animazione oppure lasciare il riferimento all'infanzia eliminando il riferimento all'animazione.

Nuovo comma

- Inserire comma su obbligo investimento in documentari

Art 44 – sexies

Comma 1 lettera b

- Eliminare “comunque nella misura non inferiore alle percentuali ivi previste in modo tale da fornire (come previsto dal comma1) la possibilità ad uno o più decreti ministeriali dello Sviluppo Economico e dei Beni Culturali e del Turismo di regolamentare, sentita l'Autorità, le disposizioni applicative su base di principi di proporzionalità, adeguatezza, trasparenza ed efficacia.

Giancarlo Leone

14 novembre 2017