

# Giù le mani dalla produzione INDIPENDENTE

NONOSTANTE L'INTRODUZIONE DELLE QUOTE, IN MOLTI PAESI - COME L'ITALIA - I BROADCASTER CONTINUANO A DETTARE LE REGOLE DI SCAMBIO, IN PARTICOLARE SULL'ACQUISIZIONE DELLA TITOLARITÀ DEI DIRITTI. INTERVISTA A BRUNO ALVES, SEGRETARIO GENERALE DEL CEPI, IL COORDINAMENTO EUROPEO DEI PRODUTTORI INDIPENDENTI **di Barbara Melamed**



«I Paesi europei che hanno imposto leggi più ferree per promuovere la produzione indipendente e per assicurare termini equi di scambio fra produttori ed emittenti, ne raccolgono i benefici». «Abbiamo seguito le discussioni intorno alla Gasparri e abbiamo espresso il nostro stupore e disappunto sulla posizione presa dai legislatori italiani di non includere la produzione indipendente in questa legge». «Non possiamo accettare che nel XXI° secolo certi broadcaster tentino ancora di accaparrarsi "tutti i diritti esistenti e non ancora inventati delle produzioni indipendenti e in modo perpetuo" includendoli nei diritti primari dei programmi». Non usa mezzi termini Bruno Alves, segretario generale del Coordinamento europeo dei produttori indipendenti con sede a Bruxelles,

conta oggi 17 associazioni nazionali - fra cui l'italiana Apt, rappresentata in direttivo da Roberto Sessa - pari al 95% dell'intera produzione audiovisiva del Vecchio Continente.

**In cosa coincidono gli interessi e gli obiettivi dei produttori televisivi rispetto a quelli cinematografici?**

«In molti Paesi europei fra cui l'Italia, i produttori televisivi e cinematografici appartengono ad associazioni diverse. In altri Paesi l'associazione nazionale dei produttori include invece televisione, cinema, documentario, animazione e new media. I produttori televisivi e cinematografici condividono parecchi interessi e ambizioni, tanto che molte associazioni dei produttori tv mantengono stretti rapporti con i produttori di cinema soprattutto quando sono in discussione tematiche o iniziative che ri-

guardano tutto il settore della produzione. Anche se i modelli economici applicati alla tv sono molto differenti da quelli del cinema. I produttori televisivi sono ancora soggetti a un mercato particolarmente difficile dove il broadcaster è allo stesso tempo competitor e cliente. Questa situazione ha ostacolato lo sviluppo di una televisione più creativa e più competitiva a livello europeo. Risolvere questo rapporto sbilanciato e le sue conseguenze è una priorità fondamentale per i produttori europei».

**L'avvento delle tecnologie digitali impone un controllo molto più serrato affinché le reti televisive rispettino la norma secondo cui almeno il 50% della programmazione trasmessa abbia origine europea. E in particolare che il 10% sia realizzata da produttori indipendenti. Le quote sono rispettate nei vari Paesi europei?**

«La quota per i produttori indipendenti è stato un mezzo per portare più player in una tv fino ad allora nelle mani di uno o due broadcaster nazionali che producevano internamente. Le quote erano il modello che l'Europa doveva seguire per affrontare questi sbilanciamenti. Gli Usa, per esempio, seguivano un modello diverso: i Financial Interest and Syndication Rules (Fin/Syn) furono creati per affrontare l'eccessiva forza sul mercato dei tre broadcaster americani negli anni '70 (Abc, Nbc e Cbs). Adottando le leggi Fin/Syn, i legislatori americani forzarono la separazione fra "trasmissione di contenuti televisivi" e "produzione tv". Determinando che le emittenti trasmettono e i produttori producono. In termini comparativi equivaleva a una quota di produttori indipendenti pari quasi al 100%. In ogni caso questa politica portò a un'importante esplosione del settore produttivo. In Europa, invece, si è dovuto aspettare sino agli anni '80 per legiferare su questa materia. La quota del 50% di programmazione europea è facilmente rispettata dalla maggioranza delle tv semplicemente perché include anche la programmazione nazionale. Gli spettatori europei hanno dimostrato che in tv, diversamente dal cinema, preferiscono contenuti nazionali nel prime time. Questo trend, sviluppatosi a partire dagli anni '80 in molti Paesi dell'Europa occidentale, non è dissociato dalla crescita di settori televisivi indipendenti creativi e competitivi. Anche in Italia la quota del 50% è raggiunta dai soli programmi nazionali».

**E per quanto riguarda la produzione indipendente?**

«In merito al 10% prescritto dalla direttiva europea da riservare alla produzione indipendente, la questione è leggermente diversa. La maggioranza degli Stati membri rispetta la direttiva, con qualche eccezione per Italia, Portogallo e Lussemburgo. Bisogna però ricordare che, secondo la diretti-

va, il 10% è da intendersi come minimo. In molti Paesi la legge prevede quote molto più alte del 10% per la produzione indipendente (15%, 25%, 50% e oltre). Questi Stati membri (Spagna, Francia, Regno Unito, Danimarca e altri) sono naturalmente in regola rispetto alla quota minima. In altri Paesi è a volte difficile dire con precisione se le emittenti rispettano la quota o meno. Infatti spesso non c'è una definizione precisa di produttore o produzione indipendente e poi è problematico monitorare l'esatta quantità di produzione indipendente in ogni network, e spesso ci si affida a un report volontario da parte del network, non verificato da alcun organo indipendente. Infine, i broadcaster non sono particolarmente preoccupati perché sanno che nella maggior parte dei casi non avranno sanzioni. In Italia sono previste sanzioni? Sono mai state impugnate dalle autorità competenti? Al momento c'è solo una conclusione che possiamo trarre: i Paesi europei che hanno imposto leggi più ferree per promuovere la produzione indipendente e per assicurare termini equi di scambio fra produttori ed emittenti, ne raccolgono i benefici con successi nazionali e internazionali del loro settore audiovisivo. L'avvento del Dtt è sicuramente un aspetto essenziale da tenere in considerazione quando si parla di quote. Le leggi in questo settore devono essere "tecnologicamente neutrali". Altrimenti con il rapido sviluppo tecnologico in corso, avere leggi mirate alle singole piattaforme le renderebbe obsolete molto velocemente. Inoltre il consumatore accederà a nuove forme di offerta di contenuto e in quanto spettatore, dovrebbe beneficiare di un'offerta diversificata di contenuti di qualità. Quest'ultima può essere garantita assicurando che i contenuti di produzione indipendente siano inclusi in queste piattaforme. Mentre è chiaro che le quote sono necessarie, non sono sufficienti. Oggi la questione capitale per il produttore indipendente è se è in grado o meno di detenere i diritti sulle sue produzioni su queste nuove piattaforme. La risposta in molti Paesi è no perché è il broadcaster a detenere questo diritto».

## Cos'è il Cepi

Il Coordinamento Europeo dei produttori indipendenti (Cepi) è stato fondato nel 1989, per organizzare e rappresentare gli interessi dei produttori televisivi e cinematografici in Europa. Oggi rappresenta 17 associazioni nazionali, circa 4000 case di produzione pari al 95% di tutta l'industria della produzione audiovisiva. I suoi membri forniscono 16mila ore di programmazione inedita ogni anno ai broadcaster europei, dai documentari alla programmazione di eventi speciali ai giochi a quiz, light entertainment e fiction.

**Roberto Sessa rappresenta l'italiana Apt in Cepi. Il Coordinamento ha espresso disappunto per le disposizioni della legge Gasparri.**



l'innovazione dell'entertainment. Ignorare i produttori indipendenti come fornitori di contenuti significa negare l'evidenza che alcuni dei format e delle serie di maggior successo in Europa e nel mon-

do negli ultimi anni sono prodotti da società indipendenti. La creazione e l'offerta di contenuti sono concetti sempre meno esclusivi. Escludere la produzione indipendente non è in linea con la realtà digitale dei media».

**La circolazione dei prodotti audiovisivi all'interno dell'Europa è frenata non solo da barriere linguistiche e dall'inesistenza di uno star system europeo, ma anche da un genere di creatività fortemente localizzata sui gusti del Paese di appartenenza del produttore o del broadcaster. Secondo Cepi esistono delle vie d'uscita?**

«Da un punto di vista economico e culturale sarebbe estremamente positivo per il settore audiovisivo europeo se le opere circolassero maggiormente in Europa. La realtà è che i telespettatori vogliono vedere programmi che si avvicinano ai loro riferimenti culturali e alle loro realtà nazionali, regionali e locali, e questo è un ostacolo alla circolazione di programmi non nazionali, più che la lingua in sé. Magari in futuro ci- ▶

sarà un'identità europea più forte che spronerà la circolazione delle opere. Fino ad allora sono due i fattori su cui possiamo giocare: primo, dobbiamo creare un più forte e competitivo settore produttivo nazionale. Secondo la dottrina Porters, se non sei competitivo sul mercato nazionale non puoi andare su altri mercati. La storia del settore in Europa ha già mostrato che un settore audiovisivo competitivo non è certamente quello che concentra produzione e distribuzione nelle mani di due broadcaster o gruppi media. E, secondariamente, una stimolazione efficace delle coproduzione e distribuzione internazionale degli audiovisivi funziona a livello dell'Europa intera. Per esempio, i programmi Media dell'Unione Europea sostengono le coproduzioni e distribuzioni internazionali. Ciononostante, gli sforzi investiti dai governi degli Stati membri in queste iniziative sembrano diminuire di anno in anno. Il settore audiovisivo al completo dovrebbe farsi sentire con i governi nazionali chiedendo loro di supportare adeguatamente queste iniziative».

Secondo Cepi, i broadcaster europei - soprattutto i servizi pubblici - denotano poco interesse a commercializzare sui mercati stranieri i loro programmi (anche quelli dei produttori indipendenti), perché i loro investimenti vengono coperti già dalla prima messa in onda.

«In alcuni Paesi i produttori televisivi, fino a qualche tempo fa, erano costretti a cedere i diritti di distribuzione internazionale al braccio distributivo del broadcaster che commissionava la produzione, senza avere in cambio alcun compenso aggiuntivo. L'incitativo a commercializzare questi diritti era così discutibile da parte del broadcaster visto che venivano acquistati a un costo virtualmente pari a zero. Ancora peggio, il broadcaster in molti casi non utilizzava questi diritti di distribuzione internazionale e acquisendoli non consentiva al produttore indipendente (che avrebbero avuto interesse a sfruttare questi diritti) di cercare una distribuzione internazionale. Noi non vogliamo che ai broadcaster venga proibito di acquistare questi diritti dai produttori, vogliamo solo che questi diritti siano separati da altre categorie di diritti degli audiovisivi e soggetti a un'equa e competitiva negoziazione con i potenziali distributori, incluse le divisioni di distribuzione internazionale dei broadcaster e qualunque altro distributore interessato. Questo stimolerebbe la concorrenza nel mercato della distribuzione portando auspicabilmente a una maggiore circolazione e valorizzazione dell'industria audiovisiva nel suo complesso».

Cepi ha proposto di elevare al 25% la quota del budget programmi che i network devono investire in nuove produzioni indipendenti. Ha anche individuato dei criteri chiave per qualificare e rendere più flessibile il settore (come il trasferimento della proprietà intellettuale dei diritti al produttore al massimo dopo tre anni, la possibilità per i produttori di scegliere liberamente il proprio distributore internazionale, la quota massima del 25% della partecipazione societaria di un broadcaster a una società di produzione per essere ancora considerata indipendente). Pensate che siano obiettivi raggiungibili e in che modo?

«Prima ci terrei a spiegare perché abbiamo chiesto una quota più alta e meglio defini-

non sul tempo di programmazione) e sulle nuove produzioni (e non sulle repliche programmate fuori dai periodi di maggior valore nel palinsesto). Mentre far crescere il volume della produzione è stato ed è tuttora necessario, non è sufficiente. La quantità di produzione indipendente mostrata in tv è cresciuta dall'introduzione delle quote nel 1989, ma la salute finanziaria della produzione indipendente è stata sempre più fragile negli ultimi 6-10 anni. Chi sta beneficiando della crescita della produzione indipendente nei palinsesti? La realtà è che nonostante le quote, i produttori indipendenti rimangono "dipendenti" da un gruppo di broadcaster nazionali molto più forti e concentrati che impongono i termini di scambio, in particolare sull'acquisizione dei di-

**Lo sviluppo della produzione indipendente deriva tanto da un volume adeguato di produzione, quanto dalla capacità del produttore di sfruttarne i diritti**

ta. La quota del 10% fissata nel 1989 dalla direttiva europea è stato un buon punto di partenza per spronare la crescita della produzione indipendente in un mercato sbilanciato, che non consentiva ai produttori indipendenti di svilupparsi. Ciononostante, alcuni dei Paesi che si battevano in prima linea per l'imposizione di una quota nazionale per la produzione indipendente - anche prima che questa fosse stabilita - hanno portato avanti ricerche per definire con esattezza quale dovesse essere questa quota. Il 50% pareva essere il minimo per assicurare alla produzione indipendente un campo d'azione nei confronti dei broadcaster. Questa è una delle conclusioni a cui è giunta la Peacock Committee nel 1986 nel Regno Unito. Questi valori furono poi portati al 20% e più tardi al 25% a causa della forte opposizione dei broadcaster. Tenendo conto che il modello produttivo e distributivo della tv si è evoluto dal 1986, crediamo che la quota del 25% per i produttori indipendenti europei - consentendo agli Stati membri di aumentare questa cifra, se credono - sia appropriata, raccomandabile e raggiungibile. L'altro elemento da tenere in considerazione è la qualità di questa quota: Cepi è molto chiaro nel sottolineare che dovrebbe essere basata sull'investimento (e

riti. L'Italia con i suoi due principali broadcaster, Rai e Mediaset, è un buon esempio. Quando ci sono essenzialmente due broadcaster a commissionare i contenuti e quando questi stessi due broadcaster possono optare per produzioni interne, le conseguenze per i produttori indipendenti possono rivelarsi disastrose. È quindi consigliabile definire precisamente la natura dell'indipendenza, e capire che senza i diritti, la casa di produzione non è indipendente, e quindi non dovrebbe figurare nella quota. Non solo penso che questi obiettivi siano raggiungibili, ma penso siano inevitabili. Se si guardano i sistemi audiovisivi più evoluti in Europa, questi hanno introdotto quote superiori al 10% e meccanismi che consentono ai produttori di sfruttare i diritti di proprietà intellettuale. Posso solo auspicare che l'Italia costruisca sul fantastico potenziale della sua produzione indipendente e che adotti politiche similari».

**Nella fiction italiana, Rai e Mediaset forniscono almeno il 90% del budget necessario a ogni singola produzione. Eppure i produttori indipendenti rivendicano la titolarità dei diritti delle produzioni realizzate anche alla luce di un regolamento di attuazione emanato dall'Agcom nel 2003,**

**in base al quale la proprietà dei diritti delle fiction da parte delle emittenti non può durare più di sette anni. Quella italiana è un'anomalia, oppure anche in altri Paesi esiste una situazione simile?**

«La "legge dei sette anni" era una limitazione genericamente introdotta nelle leggi nazionali ed europee per garantire che i diritti esclusivi primari del programma non fossero chiusi a chiave nel cassetto del broadcaster commissionante per sempre. Per esempio, per beneficiare del finanziamento del Tv Distribution Scheme del Media Support Programme del Ue, i diritti devono tornare al produttore dopo sette anni. In questo senso il provvedimento italiano non è eccezionale. In Francia sono 18 mesi, in altri Paesi sono 3 o 5 anni. Inoltre, dopo sette anni si può dire che il valore della maggior parte delle produzioni audiovisive sarà limitato - se non addirittura nullo - per essere rivenduto ad altri broadcaster, e quindi i reali effetti della legge dei sette anni sono ancora più esigui. Infine, i produttori europei credono che i diritti secondari abbiano un notevole valore oggettivo, in parte anche per via delle nuove forme di offerta di contenuto. La legge dei sette anni non contempla questo aspetto per cui i broadcaster trattengono i diritti secondari, dove c'è presumibilmente un potenziale valore. Anche se Mediaset e Rai finanziassero il 100% della produzione, questo non darebbe loro il diritto di acquistare i diritti senza separarli, definirli e dargli un valore equo. Non possiamo accettare che nel XXI° secolo certi broadcaster tentino ancora di accaparrarsi "tutti i diritti già e non ancora inventati delle produzioni indipendenti e in modo perpetuo" includendoli nei diritti primari dei programmi. Quando la casa di produzione non trattiene i diritti non otterrà profitti dalle sue opere in futuro. Così il produttore indipendente diventa "subappaltatore" del broadcaster: produce un programma, lo consegna al broadcaster e fine. La casa di produzione indipendente non tratterrà alcun asset, e quindi è virtualmente impossibile attrarre investimenti. Investireste in un guscio vuoto? Se i produttori non trattengono i diritti saranno sempre dipendenti al 90% o al 100% dai broadcaster. È la storia dell'uovo e la gallina. Paesi come il Regno Unito e la Francia hanno visto l'impatto negativo di queste pratiche sulle loro industrie audiovisive e hanno implementato le misure necessarie per garantire che i diritti delle case di produzione indipendenti fossero separati e valorizzati. Il risultato è che i produttori indipendenti sfruttano certi diritti, creando

asset e attraendo più investimenti di capitali nelle loro aziende e nel settore audiovisivo in genere. Oggi, 18 marzo 2005, un'altra casa di produzione televisiva indipendente è stata quotata in Borsa a Londra e molte altre seguiranno. Perché? Perché nel Regno Unito le autorità competenti hanno introdotto nel 2004 i "termini di scambio" fra produttori e broadcaster che consentono ai produttori di trattenere i diritti sulle produzioni. In certi casi poi sono in grado di investire i loro soldi per finanziare la produzione tv e a volte anche i film. Si stima che questa politica da sola attrarrà più investimenti di capitali nell'industria audiovisiva del Regno Unito che molti fondi pubblici o sussidi alla produzione. Tutti beneficiano di questo progresso: il governo, i produttori, i broadcaster, e più importante, gli spettatori. La Francia invece ha optato per una definizione di produzione indipendente che tiene conto del trattenimento



**Secondo Cepi il product placement della legge Urbani dovrebbe essere esteso alla tv. Imperi media come quello di Murdoch contribuiscono anche allo sviluppo del business tv.**

dei diritti: ovvero se il produttore non trattiene i diritti la produzione non è considerata indipendente e quindi non va contata nella quota. Che sia definendo l'"indipendenza" in relazione al trattenimento dei diritti o garantendo il rispetto per "termini di scambio" equi, la realtà è che lo sviluppo della produzione indipendente è tanto dipendente da un adeguato "volume di produzione" quanto lo è dalla "capacità di sfruttare i diritti di proprietà intellettuale"».

**In Italia, la recente legge Urbani permette il product placement all'interno delle produzioni cinematografiche. Cosa pensate dell'eventuale inserimento di product placement nei programmi tv?**

«Crediamo che il product placement sia una tecnica pubblicitaria legittima che non deve essere confusa con la pubblicità sub-

dola, che è proibita dall'attuale direttiva europea. È una pratica che porta notevoli profitti alternativi e aggiuntivi al settore della produzione audiovisiva. Anche se al momento rappresenta una fetta relativamente piccola del mercato pubblicitario europeo, è stata considerata dalla Federazione Mondiale dei Pubblicitari una delle tecniche a più rapida crescita (in virtù dei nuovi tipi di offerte di contenuti e grazie ai nuovi tipi di servizi che consentono di eliminare gli spot tradizionali). All'inizio dell'anno si è tenuta una discussione a livello europeo sul product placement alla luce della revisione della direttiva europea. Al momento quest'ultima non si esprime rispetto a questa tecnica e noi crediamo che, garantendo certi standard di trasparenza e tutela del consumatore (per esempio verso i minori ecc.), dovrebbe essere e sarà largamente accettata legalmente a livello europeo. Da un punto di vista artistico, i produttori dovranno essere molto cauti e non lasciare che questa pratica leda la qualità dei contenuti. Su questo punto il mercato potrebbe rivelarsi il miglior regolatore. E lo spettatore guarderà quello che offre la migliore qualità».

La crescente globalizzazione dell'offerta televisiva (vedi l'impero di Rupert Murdoch) impensierisce gli addetti ai lavori del mondo della tv perché porterebbe a un peso crescente della produzione e quindi della cultura made in Usa, con la conseguente perdita dell'identità culturale di ogni singolo Paese. Almeno sullo schermo.

«In un certo senso siamo estremamente preoccupati per quello che potrebbe portare in Europa questa realtà, ma questo vale per diverse organizzazioni indipendentemente dalla loro origine geografica. Il panorama europeo si è evoluto da una situazione di monopolio nel broadcasting che ostacolava innovazione, creatività e qualità del contenuto. A differenza dei monopoli, la diversità di offerta nei contenuti promuoverà la concorrenza nell'industria. Da un punto di vista economico e culturale questo andrà a beneficio soprattutto dei telespettatori. Mentre dobbiamo preservare la promozione delle identità culturali nazionali ed europee, è necessario garantire che non si creino barriere non necessarie agli investimenti nelle singole industrie nazionali. Con i giusti meccanismi in atto, qualunque impero mediatico sia esso europeo, nordamericano o australiano può operare in Europa e contribuire alla crescita del business tv europeo e nazionale senza distruggere il settore produttivo locale» ■