

ALLA CONQUISTA DEGLI INGLESI

La situazione attuale e le possibili strade per incrementare la presenza del cinema italiano in Gran Bretagna secondo alcuni operatori del settore di Malaika Bova

Linternazionale. «Ma il mercato inglese potrebbe arrivare ad assorbire anche sei o sette film». Grazie al suo ruolo Wootton mantiene ottimi contatti con Cinecittà e i massimi rappresentanti del cinema italiano. Ogni anno a luglio viene invitato a visionare i film italiani della stagione per poi scegliere quelli da presentare al Festival di Londra. Nell'edizione del 2009, il Festival ha presentato ben otto film italiani tra cui *Lo spazio bianco* di Francesca Comencini, *La doppia ora* di Giuseppe Capotondi, *L'uomo che verrà* di Giorgio Diritti, *Giulia non esce la sera* di Giuseppe Piccioni e *Vincere* di Marco Bellocchio. Ma malgrado la massiccia presenza di film italiani a questo importante festival, gli acquisti della distribuzione inglese sono solitamente piuttosto magri. Nel 2007 sono stati acquistati tre film: *Il carinano* di Nanni Moretti, *L'amico di famiglia* di Paolo Sorrentino e *In memoria di me* di Saverio Costanzo; nel 2008 *Nocturno* di Davide Ferrario e *Mio fratello è figlio unico* di Daniele Lucchetti; nel 2009 Caos Carmo di Antonello Grimaldi, *Il Divo* di Paolo Sorrentino, *Gomorra* di Matteo Garrone e *Pranzo di Ferragosto* di Gianni Di Gregorio. Il 2010 ha registrato un incremento: gli inglesi hanno infatti comprato cinque titoli italiani: *Io sono amore* di Luca Guadagnino, *Vincere* di Marco Bellocchio, *Lo spazio bianco* di Francesca Comencini, *Cosmonauta* di

Susanna Nicchiarilli e *Un giorno perfetto* di Ferzan Ozpetek. Il segreto del miglioramento di quest'anno è dovuto soprattutto a Vita, una casa di distribuzione appena fondata da Chris Johnson che si dedica esclusivamente al cinema italiano. «Nel Regno Unito vige il concetto erroneo che i film italiani siano film di nicchia, per intellettuali. Non è vero. I film italiani sono accessibili a tutti» afferma Johnson secondo il quale i canali digitali e la giusta promozione possono aiutare a sviluppare il mercato dei film italiani.

PROMUOVERE DI PIÙ

Resta il fatto che molti film anche apprezzati dalla critica inglese come *La dop-*



ADRIAN WOOTTON, DIRETTORE DI FILM LONDON. L'ISTITUTO STA PROMUOVENDO LA CAPITALE INGLESE COME POLO DI ATTIVAZIONE PER LA CINEMATOGRAFIA INTERNAZIONALE

pia ora non vengono acquistati. Secondo Wootton i motivi sono molteplici e accomunano molti Paesi con una cinematografia di grande valore artistico, ma pochi mezzi per promuoverla in una Gran Bretagna dominata da Hollywood. Secondo i dati del UK Film Council, nel 2009 l'81,4% del mercato inglese è stato infatti appannaggio delle major americane: il piccolo spazio che rimane alle altre cinematografie è suddiviso tra film provenienti da ogni parte del mondo. Prima fra tutti la progressiva contrazione del fondamentale sostegno delle tv britanniche, che fino a qualche tempo fa erano fra i maggiori acquirenti di film stranieri di qualità e avevano contribuito a creare un pubblico abituato a questo tipo di prodotti. Steve Jenkins, programmatore di BBC 4 (il canale della BBC dedicato ai film) spiega che «il canale può selezionare solo venticinque film in lingua straniera all'anno, fra quelli che hanno già avuto una distribuzione nelle sale. Senza un pubblico abituato a vedere film stranieri, i distributori rischiano il meno possibile, acquistando film con storie e personaggi di sicuro interesse per un'audience

neclub: tra le altre, persino una matinée in un villaggio nel mezzo della campagna inglese e sono venute centottanta persone». Secondo Shira MacLoad, direttrice di Riverside Studios, un cinema molto favorevole ai film in lingua straniera, il problema sono invece i distributori che non comprano i film, spesso nemmeno li vedono o ne sono a conoscenza. «Noi abbiamo bisogno che il distributore promuova il film, non possiamo permetterci di proporlo direttamente agli spettatori. Il pubblico per i film italiani va creato: noi ci abbiamo messo quasi vent'anni attraverso il Festival del cinema italiano ad abituare i nostri spettatori ad amarli. E adesso vengono più facilmente».

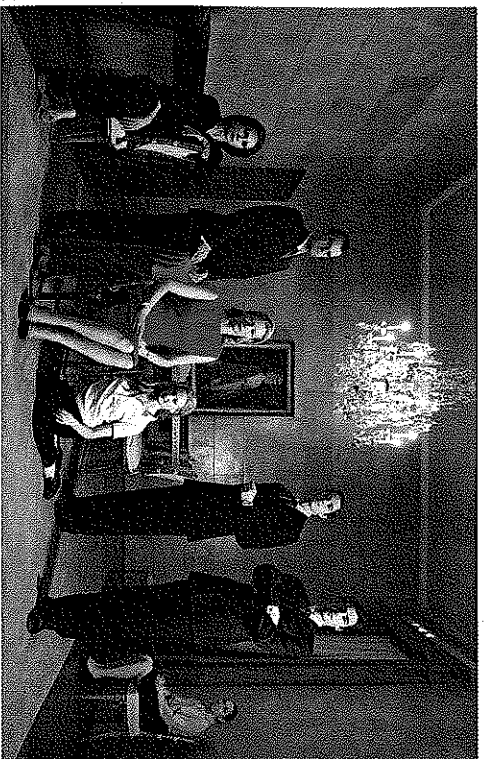
ALCUNI MODELLI: FRANCIA E SPAGNA

Di fronte ad un situazione così ostica, Paesi diversi approciano il mercato con diverse strategie. Per quanto riguarda i film europei, i francesi la fanno da padroni con il sostegno governativo più ingente, con uno star system riconosciuto anche in Gran Bretagna e con un'agenzia promozionale, come Unifrance, che invita i distributori inglesi ogni anno a Parigi. L'Istituto Francese di Cultura, inoltre, organizza anche proiezioni ad hoc delle novità cinematografiche in un evento di quattro giorni dedicato ai distributori - Rendez Vous with French Cinema - che quest'anno si è tenuto dall'8 all'11 giugno in collaborazione con prestigiose sale londinesi di cinema indipendente. Grazie a questa politica di corteggiamento dei compratori britannici e a un sostegno della promozione dei loro film «i francesi - secondo Wootton - riescono a vendere anche dieci o dodici film l'anno, coprendo un'ampia parte del mercato del cinema in lingua straniera». Altro caso interessante è quello dei film spagnoli. Dal 2007 al 2009 gli spagnoli hanno venduto solo tre film. Per questo, dopo alcuni anni di presenza a Londra, lo scorso ottobre, il Festival del Cinema Spagnolo, con il sostegno dell'Istituto del Commercio Estero, ha deciso di organizzare anche un mercato dei propri film e ha invitato i produttori inglesi a incontrare i loro colleghi spagnoli per promuovere le coproduzioni. Gli esempi francese e spagnolo a Londra indicano una strada da seguire al cinema italiano per conquistare il potenziale margine di crescita della nostra presenza in Gran Bretagna. ■

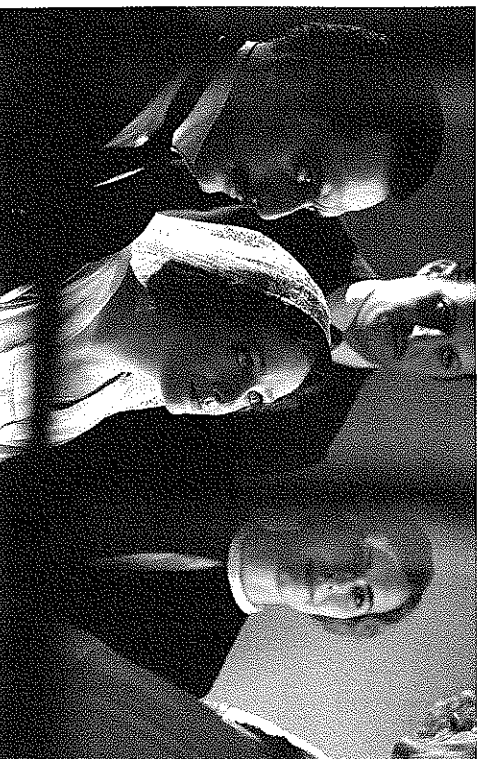
PICCOLI ACQUISTI

«Attualmente un buon anno di vendita per il cinema italiano in Gran Bretagna comprende tre, massimo quattro film» sostiene Adrian Wootton, Direttore di Film London, l'istituzione che promuove Londra come polo di attrazione per la cinematografia

Lo sono *L'AMORE* DI LUCA GUADAGNINO E *VINCERE* DI MARCO BELLOCCHIO



© Pier Paolo Ferrari



ITALIANI AL LONDON FILM FESTIVAL 2010

Sono 10 i film italiani che parteciperanno alla 54ª edizione del BFI London Film Festival. La manifestazione si tiene dal 13 al 28 ottobre nella capitale inglese, in partnership con American Express. Alla manifestazione viene presentata una selezione internazionale di 197 lungometraggi e 112 corti provenienti da oltre 67 Paesi. Le pellicole che rappresenteranno l'Italia sono *L'amore buio* di Antonio Capuano, *Malanoglia* di Pasquale Scimeca, *La nostra vita* di Daniele Luchetti e le coproduzioni *Il richiamo* di Stefano Pasetto, *Le quattro volte* di Michele Frammartino, *Hai paura del buio* di Massimo Coppola, *Draguila* di Sabina Cuzzanti, *Mine vaganti* di Ferzan Ozpetek, *Miral* di Julian Schnabel e *Neds* di Peter Mullan.