

LA DIMENSIONE DELLE IMPRESE, LIMITE ALLO SVILUPPO DELL'AUDIOVISIVO ITALIANO

di RICCARDO TOZZI*

È bene partire dai dati statistici come ha fatto il professor Valentino. Nei dati ci sono elementi macro, comuni a tutto il settore. Io cercherò di evidenziare alcuni aspetti specifici a qualche comparto.

Fra gli elementi macro che mi sembra siano comuni, il primo è la scarsità degli stessi dati, poi il ritardo con cui vengono resi pubblici e la loro scarsa disaggregazione. Quindi c'è un problema di conoscenza che riguarda innanzi tutto l'ISTAT. Sono contento di aver sentito dell'iniziativa AEC presso l'ISTAT per avere dati migliori. Migliori vuole dire più tempestivi. Questo è un settore in cui la tendenza conta molto più dello storico: avere dati 2013, con tutto quello che è successo negli ultimi due anni è scarsamente significativo. Soffriamo questo ritardo da sempre. Ci sono poi aggregazioni che impediscono di fare valutazioni qualitative più precise. Quindi, c'è proprio un lavoro di cultura dei dati e dell'informazione su questo settore, che va fatto.

Sempre in tema di dati, un secondo elemento che mi sembra comune sono i volumi: il settore delle industrie culturali in Italia è limitato, piccolo. Secondo me (ma è, mi pare, una valutazione abbastanza comune) questo è un tema che investe l'educazione nazionale nel senso che nella scuola – a parte i livelli italiani di scolarizzazione che sono quelli che sono in rapporto agli altri paesi europei – abbiamo ancora una forte traccia di atteggiamento un po' sacrale nei confronti degli oggetti culturali, per cui questi oggetti non sono considerati tali: si può fare il liceo classico in Italia e non capire che il libro è un oggetto di consumo, a frequentazione normale. Questo elemento, che è cruciale, non può che essere affrontato al livello dell'istruzione. Anche perché i consumatori dei vari beni culturali appartengono tutti alla stessa area: i consumatori di cultura si sovrappongono in tutti i settori. C'è una zona di un paio di milioni di persone in Italia che va al cinema, legge i libri, va nei musei, ecc. Sono pochi.

* *Imprenditore audiovisivo. Ha fondato Cattleya, società che produce cinema, televisione, pubblicità, web series. Produttore di Gomorra, dal 2011 al 2016 è stato presidente dell'ANICA, Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive Multimediali italiane – P.le V. Massimo 7 – 00162 Roma, e-mail: Riccardo@cattleya.it*