

WINDOW INTERVISTA AL PRESIDENTE DEGLI ESERCENTI USA, JOHN FITHIAN

“Per gli Studios la window fa business”

Guadagnata una settimana rispetto al 2006

di ELISABETTA BRUNELLA

Day-and-date: dal significato di “uscita simultanea sui grandi schermi di tutto il mondo” (o quasi) - l'arma utilizzata da Hollywood per reagire alla pirateria - questa espressione è passata a indicare “l'uscita simultanea su più canali di distribuzione dei film”. E così la formula magica contro i pirati si è tramutata in una minaccia del tradizionale modello economico di sfruttamento commerciale dei film. Il sasso nello stagno era stato lanciato negli Stati Uniti circa due anni fa: quando Bob Iger di Disney disse di essere tentato dall'idea di far uscire i film contemporaneamente in sala e in Dvd e poi quando la 2929 Entertainment decise di lanciare *Bubble* di Steven Soderbergh simultaneamente sul grande schermo, sulla tv via cavo e in Dvd.

Si scatenò un acceso dibattito che coinvolse majors ed esercenti, ma anche grandi registi e perfino la prestigiosa Academy. Unanimità nella difesa delle windows.

Da allora non c'è incontro professionale o convegno a cui partecipino esponenti delle majors o della loro associazione - la Mpa - in cui non si ponga la domanda sul destino della cronologia dei media e si passino poi le risposte al setaccio fine.

Risposte che di solito si tengono in equilibrio sul crinale che vede da una parte il crescente interesse commerciale dei canali di consumo individuali - domestici e portatili - e dall'altra l'importanza cruciale della sala nel decretare il successo di un film.

Ne sono un esempio le parole di Dan Glickman, presidente della

**Glickman (Mpa):
le sale rimangono il
canale principale per
la distribuzione.
Non vogliamo
attriti**

Mpa, pronunciate al seminario organizzato dalla Fondazione Henri Langlois all'ultimo Festival di Cannes: “Così come la televisione ha cambiato il modo di fruire del cinema, aprendo nuove possibilità, il Vod può essere uno strumento per raggiungere le milioni di persone che non vanno al cinema. Le sale non cesseranno di essere il canale principale per costruire la notorietà del film e il punto di partenza del processo distributivo. E avranno sempre dalla loro il vantaggio esclusivo di proporre un'esperienza collettiva, di socializzazione. E questo è e continuerà ad essere il cuore dell'industria cinematografica. Credo che nei prossimi 5 anni ci saranno esperimenti in questo senso. Le aziende che aderiscono alla Mpa non vogliono peraltro creare situazioni di attrito con gli esercenti, che sono molto sensibili su tutto ciò che può modificare la situazione delle windows”.

Su questo punto abbiamo raccolto le opinioni di John Fithian, presidente di Nato, l'associazione statunitense degli esercenti.

Presidente Fithian, negli Stati Uniti vengono osservati regola-

menti particolari per le window?

“Nel nostro mercato, a differenza di quanto avviene in realtà europee, non ci sono leggi che fissino la sequenza delle uscite in sala e negli altri canali di sfruttamento. Non potrebbero nemmeno esserci, perché sarebbero incompatibili con le normative che tutelano la libera concorrenza. Non si firmano neppure accordi tra categorie professionali, tra distributori ed esercenti, per esempio. Detto ciò, la questione delle windows è cruciale e per questo viene costantemente monitorata da Nato, che raccoglie dati molto precisi - praticamente su ogni film distribuito dagli studios - e che su questo tema ha un costante confronto con gli studios stessi, nell'obiettivo di orientare quella che è nient'altro che una prassi nella direzione il più possibile favorevole alle sale. Aldilà di questa azione continua e sistematica, la trattativa tra ogni distributore e ogni catena di esercizio viene condotta caso per caso, a livello privato. Se per un certo film viene adottato uno schema di distribuzione che per le sue tempistiche è considerato non rispettoso degli interessi della sala, le società di esercizio reagiranno con strumenti di natura commerciale, per esempio agendo sul tipo di risalto e sull'esposizione da dare al trailer”.

Ma, quando uno studio lancia un film in sala, rende contemporaneamente note tutte le fasi del processo distributivo e il calendario dello sfruttamento?

“Attualmente questo purtroppo non avviene. I nostri membri hanno chiesto più volte di conoscere

l'insieme della strategia di distribuzione”.

Né leggi, né accordi intercategoriale: qual è la situazione di fatto per quanto riguarda il distacco tra l'uscita in sala e l'home video?

“Dalla nostra analisi più recente - aggiornata al 26 settembre - emerge che il periodo di esclusività della sala è stato in media, nel 2007, di 4 mesi e 18 giorni. Se si guarda a dieci anni fa - quando tra l'uscita sul grande schermo e quella sul piccolo passavano 5 mesi e 22 giorni - non si può non parlare di una tendenza netta all'accorciarsi delle windows. Ma, rispetto al 2006, abbiamo guadagnato una settimana. Se poi consideriamo che, dopo l'esperimento di *Bubble*, peraltro di scarsa fortuna commerciale, i tentativi di uscita contemporanea sono stati molto pochi e hanno riguardato piccoli film, ritengo si possa parlare di stabilità delle windows. E credo proprio che nessuno degli studios le voglia eliminare. Per una ragione molto semplice: rappresentano un modello di business che ha funzionato e che funziona bene, nell'interesse di tutta la filiera, compresi gli autori. A chi crea importa sapere quale sarà la destinazione principale della propria opera: il grande schermo e il piccolo schermo chiedono prodotti differenti, a cui corrispondono budget diversi e tempi di lavoro diversi”.

E' di questi giorni la notizia della distribuzione di "Purple Violets" direttamente su iTunes, saltando la sala. Nel confronto regolare che avviene tra studios ed esercenti, sono coinvolte anche società di servizi come iTunes?



John Fithian, presidente di Nato, l'associazione statunitense degli esercenti.

La pirateria è combattuta dall'esercizio con la formazione e con un servizio telefonico

“Il loro ruolo riguarda di più la window tra l'uscita in Dvd e quella in Vod. Qui la competizione mi sembra più forte che quella tra grande schermo e piccolo. Le ricerche sugli spettatori - come quella condotta di recente da Nielsen Entertainment - mostrano infatti che coloro che sono maggiormente attrezzati per il consumo cinematografico domestico frequentano più intensamente le sale di chi lo è meno. E soprattutto riconoscono la qualità superiore della visione in sala. Questo spiega perché l'enfasi maggiore sia oggi sulla competizione tra le varie modalità di consumo domestico”.

Tuttavia, nel suo discorso a Showest 2007, lei rilevava una certa sfasatura tra l'interesse primario degli esercenti, cioè mante-

nere l'esclusività della sala, e quello delle majors, ovvero combattere la pirateria, e di conseguenza proponeva una sorta di patto di solidarietà reciproca. E' così?

“Sì, proprio per questo, oltre a chiedere il rispetto delle windows, lavoriamo per contrastare la pirateria per quanto ci compete: prepariamo delle situazioni settimanali in cui rileviamo i casi di quello che noi chiamiamo un vero e proprio furto, incentiviamo la denuncia di questi episodi, abbiamo istituito un servizio di assistenza telefonica 24 ore su 24, produciamo materiale per la formazione del personale e le attività educative”.

Per finire, che cosa direbbe a suoi colleghi europei sulle windows? Di adottare il modello statunitense?

“Ammetto che avere delle windows fissate per legge può essere una bella cosa. Se in Europa ci sono esempi che funzionano a livello nazionale, ritengo che le istituzioni sovranazionali dovrebbero considerare di estenderli all'intero continente. Il modello americano va bene funziona in un certo contesto, ma mercati con strutture e dinamiche diverse possono richiedere sistemi differenti”.