

CLIENTE	<b>LUCISANO MEDIA GROUP</b>	TESTATA	<b>FORTUNE</b>	DATA	<b>FEBBRAIO 2019</b>
---------	---------------------------------	---------	----------------	------	----------------------

# FORTUNE

## Lo streaming nasce dalla sala

**L'ARRIVO DELLE GRANDI  
PIATTAFORME È  
UN'OPPORTUNITÀ E LA  
CONCORRENZA HA PORTATO PIÙ  
QUALITÀ. MA I CINEMA SERVONO  
ANCORA. FEDERICA E PAOLA  
LUCISANO PARLANO DI UN  
MERCATO IN EVOLUZIONE, OLTRE  
CHE DELLA STORIA E DELLE  
STRATEGIE DI CRESCITA DELLA  
LORO ETICHETTA DI FAMIGLIA  
DI DOMENICO LUSI**



L'AVVENTO DI NETFLIX e degli altri over the top (ott) metterà in crisi l'industria dell'audiovisivo italiano, assestando il colpo di grazia al nostro cinema. La previsione, rilanciata a più riprese da media ed esperti, è quasi diventata un luogo comune. Eppure basta parlare con chi in Italia i film li produce, li distribuisce e li proietta nelle sale per capire che la realtà è assai diversa. Per Federica e Paola Lucisano – dai primi anni Duemila alla guida di Lucisano media group (Lmg), società che controlla Italian international film (Iif), storica casa di produzione fondata nel 1958 dal padre Fulvio, che ancora oggi presiede il gruppo – l'avvento degli Ott rappresenta soprattutto una grande opportunità.

Le incontriamo a Roma, in uno dei loro uffici appena dietro piazza del Popolo. Un cartonato a grandezza naturale di Francesco Totti non lascia dubbi su quale sia la squadra del cuore della famiglia, mentre sulla grande scrivania spiccano il David di Donatello vinto nel 2015 per Noi e la Giulia di Edoardo Leo e il Telegatto per Notte prima degli esami di Fausto Brizzi, blockbuster del 2006 che ha segnato la svolta della nuova gestione iniziata nel 2003 con la nomina di Federica ad amministratore delegato del gruppo. Oggi la sfida è rappresentata da Netflix e Amazon. “Non

C L O S E 3 M E D I A

capisco l'attitudine catastrofista sul cinema italiano", osserva l'Ad, "né le crociate contro queste nuove piattaforme che investono tantissimo nel cinema. Le sale e le piattaforme non sono fronti contrapposti ma due ambiti che devono convivere, ampliando la catena del valore. Certo, servono regole, perché è facile dire ammazziamo la sala, evviva lo streaming. Anche il cosiddetto decreto anti-Netflix in realtà non è contro nessuno, perché la protezione delle sale è una cosa, lo sfruttamento in streaming un'altra. Da un punto di vista culturale tutto quello che poi va in streaming nasce dalla sala. Alfonso Cuarón che vince a Venezia con 'Roma' prodotto da Netflix o Paolo Sorrentino che fa 'The Young Pope' sono diventati famosi perché prima hanno fatto film per il cinema". "L'ingresso degli ott ha portato una grande fame di contenuti che sta creando un momento d'oro per il settore", concorda Paola, responsabile delle produzioni televisive di Iif e membro del cda di Lmg. "Da un lato è vero che spaventa l'idea di avere dei referenti oltreoceano che sembrano quasi mostri destinati ad accaparrarsi tutti i diritti ma dall'altro il loro avvento ha indotto i network italiani, che la facevano un po' da padroni, a essere più competitivi, freschi e



aperti. La concorrenza ha sollecitato sia la creatività che la tasca dei nostri broadcaster, la Rai, ma anche Mediaset'.

Nonostante per il settore l'anno appena concluso "sia stato lievemente inferiore rispetto al 2017, la domanda di contenuti continua a crescere in maniera esponenziale", conferma Federica. "Ogni giorno viene annunciata l'apertura di nuove piattaforme, lo hanno fatto Comcast, Warner, Hbo, Sony. Nell'arco dei prossimi due anni in Europa ce ne saranno almeno altre sei". Prospettive che Lmg guarda con grande interesse. "Ci sono tanti soldi all'estero", osserva Paola, "ci stiamo strutturando per cogliere queste possibilità, aumentando anche il personale con figure professionali sempre più specializzate". Queste opportunità di crescita, insieme a film campioni d'incassi come il recente Non ci resta che il crimine di Massimiliano Bruno e a una strategia - inaugurata con il passaggio generazionale del 2003 - capace di costruire una filiera che mette insieme produzioni per il cinema e la tv, distribuzione e un circuito di 50 sale nel centro e sud Italia, rendono oggi Lmg una delle realtà più promettenti dell'audiovisivo italiano. Secondo un recente studio di Banca Imi, nel 2018 il fatturato del gruppo - quotato dal 2014 sul listino Aim - dovrebbe attestarsi a oltre 38 milioni, confermando i buoni risultati dell'anno precedente, mentre nel 2019 dovrebbe salire a 47 milioni circa, con un margine del 39%. Per il futuro l'Ad Federica Lucisano punta a "un'espansione per crescita interna". Nessuna novità sul piano finanziario, quindi. "Il nostro è un titolo illiquido che ha molto sofferto", rileva la manager, "ma pensiamo che la strategia migliore sia quella di crescere ulteriormente per poi passare a un altro segmento, in quel caso con un aumento di capitale. Ma non avendo un'esigenza concreta valutiamo di volta in volta, senza scadenze". In linea con questi piani, potranno esserci "accordi per delle coproduzioni, anche locali, ma non acquisizioni. Lo stesso vale per i multiplex, non ci interessa comprare società ma singole sale. Stiamo valutando delle possibilità in realtà dove non siamo ancora presenti, come Milano". Per l'Ad la tutela del circuito cinematografico è cruciale. "La chiusura delle sale è un fenomeno che va arrestato. Il cinema dà un'identità precisa alla cultura del proprio Paese, i francesi l'hanno capito ai tempi di Mitterand, avviando una politica dell'identità culturale che poi nel tempo ha

portato ritorni notevoli". Lo stesso dovrebbe fare l'Italia, ma "è chiaro che non cambi le abitudini in 30 secondi, devi creare i presupposti. Bisogna ampliare i finanziamenti per ristrutturare e realizzare nuove sale, fare in modo che le multisale siano dotate di ogni comfort e che rimangano aperte anche d'estate per allungare la stagione". Un tema al quale il governo si è mostrato sensibile. "La piccola flessione registrata nel 2017 era legata proprio a questa carenza, e l'esecutivo, d'accordo con l'Anica e le associazioni degli esercenti, in pochissimo tempo ha messo a punto la strategia per l'allungamento. Con il sottosegretario ai Beni culturali Lucia Borgonzoni abbiamo gettato le basi per andare oltre le legge Franceschini, che è già ottima. Il governo ha capito che con la cultura si mangia, che questo settore crea occupazione, ogni euro investito ne frutta 1,8. Ma la cosa più importante è la consapevolezza, che mi pare finalmente stia arrivando - ho visto una dichiarazione del sottosegretario all'Editoria Vito Crimi rilevante perché arriva da una parte politica che in passato si è espressa per i contenuti liberi in rete - sulla pirateria che distrugge valore, danneggiando soprattutto le pmi italiane".

Sul piano industriale, le direttrici restano quelle tracciate dal fondatore del gruppo: un respiro sempre più internazionale dei progetti e dei film prodotti, con un occhio sia al cinema commerciale che a quello d'autore. "Abbiamo nel Dna questo spirito", ricorda Paola, "nasciamo da una collaborazione con la American International Pictures, da cui Iif ha preso il nome. Nostro padre comprava da loro film e coproduceva pellicole come Sepolta viva e altri B-Movie americani. Ma ha anche prodotto film d'autore come Il grande cocomero, Ricomincio da tre, Farinelli, candidato all'Oscar nel 1995". Un'attività che negli anni Duemila si è ampliata "con il circuito delle sale, la produzione di pellicole per la tv e le prime serie, trasformando Lmg in una mini major". Tra le iniziative recenti, la decisione due anni fa "di creare insieme a Sky e ad altri quattro produttori Vision Distribution, un polo di distribuzione che si è subito attestato come una realtà, grazie all'ottimo lavoro dell'ad Nicola Maccanico", e quella "di produrre anche documentari, con l'ingresso nel capitale di Lmg di Paola Ferrari De Benedetti nel 2017".

Numerosi i progetti a cui il gruppo sta lavorando, a conferma dell'effervescenza del settore. "Non ci resta che il crimine 2 è già in lavorazione e presto potrebbe diventare una serie tv", annuncia

# 1958

Data di fondazione della storica casa di produzione Italian International Film (Iif) di Fulvio Lucisano

◀ Da sinistra: Paola, Fulvio e Federica Lucisano

Federica Lucisano, "c'è poi l'ipotesi di fare un film con Edoardo Leo interprete e alla regia, un progetto con Marco Tullio Giordana e altri ancora. In uscita abbiamo 'Via dall'Aspromonte', il nuovo film di Mimmo Calopresti, e 'Gli uomini d'oro' di Vincenzo Alfieri". Per la tv, aggiunge Paola, "abbiamo chiuso a dicembre con Frecchero per una serie su Rai Due con gli autori di Boris, una commedia graffiante sul cohousing, mentre i racconti di Maurizio De Giovanni su Mina Settembre diventeranno una serie per Rai Uno. Stiamo anche sviluppando una fiction su una storia vera con Daniele Vicari, il regista di Diaz e Prima che la notte".

Gran parte dei progetti guarda all'estero, in linea con la spinta all'internazionalizzazione impressa dagli ott. "Quando parlo di internazionalizzazione", sottolinea la responsabile Tv, "mi riferisco sia al prodotto che agli accordi sui prodotti, che possono anche essere molto local ma con delle chance di avere un coproduttore straniero perché interessano anche a un altro mercato. È il caso di Sienna, un dramedy che ruota intorno a Siena e alle vicende finanziarie che hanno travolto la città. Stiamo per chiudere con un network e abbiamo già un coproduttore francese, Pascal Breton, con cui abbiamo già un accordo per 'Library of the Dead' e 'The Dragon Girl', dai romanzi fantasy di Licia Troisi. Per la tv svizzera Rts stiamo sviluppando 'Black Money', una serie poliziesca. Nel frattempo ci stiamo aprendo a player come Fox, Tim Vision e, chiaramente, Netflix". Tra le produzioni più attese, 'Les Italiens' di Nicolas Winding Refn, il regista di Drive. "La serie ha finalmente iniziato a marciare. Refn ci sta lavorando insieme ad Abdel Raouf Dafri, l'autore di Une Prophète e Braquo", ci dice con soddisfazione Paola.

Eppure, nonostante i successi, anche per due figlie d'arte come le sorelle Lucisano essere donna e manager ha significato dover scontare un prezzo in un settore da sempre a prevalenza maschile. "Essere presi sul serio è più complicato", ammette Federica, "trovo che ci siano degli atteggiamenti molto aggressivi. Da un punto di vista di sistema le donne in Italia non sono aiutate. Ben venga la legge di Lella Golfo sulle quote di genere nei cda, perché è un inizio, ma poi dovrebbe esserci tutto un insieme di servizi per le donne che hanno figli e famiglia che consentano loro di potersi confrontare con i concorrenti, sia maschi che femmine". ■