

# INDUSTRIA CREATIVA

05 Cinema

06 Fiction e animazione

07 Intrattenimento

08 Documentari

## “INDUSTRIA CREATIVA”

### Tavolo 5 - Cinema

*Coordinatore: Nicola Borrelli (Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo)*

#### PROPOSTE

- 1 L'intervento della Rai nel settore cinematografico deve essere orientato ad una *mission* che coniughi, come insito nel settore cinematografico, gli aspetti industriali e culturali. In particolare, la RAI deve favorire e incoraggiare la diversificazione della produzione fra i generi cinematografici, fra cui, ad esempio, l'animazione, i film per ragazzi, i film di ricerca e sperimentali e favorire un percorso di crescita delle coproduzioni internazionali.
- 2 La Rai deve valorizzare e potenziare il linguaggio, la fruizione e il racconto cinematografico e proporlo al pubblico nella sua diversità e nella sua originalità educando i diversi pubblici al gusto del cinema, e della visione in sala, anche attraverso attraverso un'adeguata politica di programmazione, con particolare riferimento ai canali generalisti, soprattutto per quanto riguarda la formazione del pubblico più giovane, in sostanziale discontinuità con le politiche di programmazione cinematografica degli ultimi anni.
- 3 L'intervento della Rai nel settore cinematografico, in funzione della sua trasformazione in media company, del suo ruolo di traino della produzione cinematografica e di potenziamento della produzione indipendente, deve trovare le proprie specificazioni in un sistema di negoziazioni ancorate ad accordi generali con le associazioni di categoria. Tali accordi devono essere basati su linee guida che definiscano principi generali e condivisi, che, nel rispetto della libertà negoziale tra le parti, e del principio della proporzionalità tra apporti creativi e finanziari, siano finalizzati ad un pieno utilizzo e sfruttamento dei diritti nei vari canali distributivi e sia nel mercato domestico che in quelli internazionali.

- 4 Per favorire la circolazione e la diversificazione dell'offerta in sala, la Rai deve anche impegnarsi ad esplorare prassi distributive innovative.
- 5 La trasformazione del servizio pubblico da broadcaster a media company non deve contraddire l'esigenza di una equa valorizzazione e distribuzione dei diritti tra Rai e produttore indipendente, nell'ottica della crescita complessiva del mercato e della capacità produttiva, finanziaria e competitiva del mercato.