

EVENTI Labmedia svela a Milano la ricerca "TvJob" e analizza il mercato dell'audiovisivo in Lombardia



Nelle fotografie, da sinistra Giorgio Gori, Antonio Marano e Antonio Campo Dall'Orto

E' stata presentata ieri alla Triennale di Milano "Tv Job", la ricerca sul mercato dell'audiovisivo in Lombardia realizzata da **Labmedia**. All'evento hanno partecipato, tra l'altro, **Alessandra Alessandri**, titolare di Labmedia e direttore della ricerca, **Antonio Campo Dall'Orto**, direttore generale **Televisión Telecom Italia Media**, **Giorgio Gori**, presidente e amministratore delegato di **Magnolia**, **Matteo Scortegagna**, responsabile Contenuti e Produzione **Neonetwork**, **Bruno Cerrri**, segretario **Sic Cgil Lombardia**, e **Antonio Marano**, direttore di **RaiDue**. Durante l'incontro, Alessandra Alessandri ha illustrato i risultati della ricerca da cui è emerso che in Lombardia il comparto degli audiovisivi è caratterizzato soprattutto da generi come spot pubblicitari, sitcom, entertainment, produzioni sportive, cross media e new media. Durante gli ultimi anni, il numero delle case di produzione e delle aziende audiovisive è cresciuto del 298% (in particolare nel periodo che va dal 1991 al 2005). Non solo: i nove produttori principali sul 27 dislocati sul territorio italiani hanno sede proprio in Lombardia (tra questi sventa la Magnolia di Giorgio Gori). Dal punto di vista operativo, le grandi aziende si focalizzano su una produzione specializzata, mentre quelle piccole tendono alla diversificazione. Ma i dati che hanno parzialmente adombrato gli umori dei partecipanti si riferiscono alla sfera occupazionale del settore, da cui emerge una certa insoddisfazione registrata tra i professionisti che si considerano

precaro (solo il 29% possiede un contratto a tempo indeterminato), e sottopagati, lamentano una certa discrezionalità nel percorso di carriera e sottolineano una scarsa attenzione da parte delle aziende alla qualità dei prodotti realizzati. «Emerge un quadro poco esaltante - ha commentato Antonio Campo Dall'Orto - nonostante il settore degli audiovisivi sia trainante anche in altri paesi europei. Il sistema, dando un'occhiata a questi risultati, non appare in buona salute». A proposito dell'**Auditel**, considerato da alcuni come una sorta di "demone", Campo Dall'Orto ha obiettato: «Di certo non mi si può definire uno schiavo di questo sistema di rilevazione e credo fermamente che l'**Auditel** non rappresenti un problema. La vera svolta consiste nel capire quali sono i meccanismi che ci consentono di affrancarci da questo sistema per aderire ai parametri europei». Il direttore di **RaiDue**, dal canto suo, ha spiegato che il «centro di produzione di Milano sta lavorando al massimo visto che la percentuale di produzioni mensili è giunta al 67%. Il problema è che non esisto-

no spazi fisici per realizzare i programmi. Per questa ragione stiamo già toccando il massimo della produttività». Per quanto riguarda invece l'annosa polemica sulla realizzazione dei format e sulla loro relativa qualità, Marano ha detto: «Oggi le proposte sono globali. I format vengono testati all'estero per poi avere la certezza che funzionino anche in Italia, ma non è vero che la Rai, e in particolare RaiDue, abbracci esclusivamente la politica dei format prodotti dalle cdp. Molte trasmissioni come "Matinee", "Piazza Grande", "La Grande Notte", "Quelli che il calcio" e tanti altri sono prodotti internamente all'azienda». Il presidente di Magnolia gli ha fatto eco asserendo che «ogni volta che sento parlare di qualità, metterei la mano alla pistola. A parte questo, credo di poter parlare della storia della televisione degli ultimi anni, avendo maturato parte della mia avventura professionale anche in **Mediaset**. Credo che quando si lavora in regime d'oligopolio e si sa per questo di vincere facilmente, si fa meno ricerca e si punta meno all'eccellenza e all'innovazione. Queste mancanze si riflettono facilmente sul clima di un'azienda, anche se quest'ultima continua a portare utili. La passione oggi la si trova nelle piccole case di produzione dove i giovani sono più motivati e stimolati». Sempre a proposito dei format, Gori ha dichiarato: «I format sono buone idee e di certo non potrei parlarne male, ma la mia volontà è d'inventare programmi in Italia ed esportarli all'estero per competere con gli altri paesi»

Viviana Musumeci

STAMPA

Con Donna Moderna pocket esce oggi un cd rom

Sono oltre 1000 le donne che hanno partecipato a **Impres@Donna** e **Mamma@web**, i corsi gratuiti di **futuro@femminile** realizzati da **Microsoft** e **Donna Moderna**, che si sono tenuti da marzo a giugno ogni venerdì e sabato in 10 città italiane. Per dare continuità all'esperienza dei seminari e per non dimenticare quanto appreso in aula, **futuro@femminile** ha realizzato un cd rom che approfondisce i contenuti dei corsi e che sarà allegato in omaggio al numero di **Donna Moderna pocket** in edicola da oggi.