

Audiovisivo. Simona Ercolani: vogliamo portare oltreconfine la creatività italiana - Per la società +60% di fatturato nel 2015

Standbyme scommette sui mercati esteri

Marco Mele

«Siamo un factory che produce contenuti e format originali, puntando sulla creatività italiana. In cinque anni siamo cresciuti: nel 2015 il fatturato crescerà del 60% rispetto al 2014. Il nostro prossimo passo sarà verso l'internazionalizzazione: non vedo perché non si possano vendere la cultura e la creatività italiana sui mercati mondiali, anzi, ch'è importare format e idee dall'estero». Simona Ercolani, socia e fondatrice di Standbyme, fucina di programmi «per tutte le reti televisive nazionali», tiene subito a precisare: «Il mio unico socio è Francesco Nespega e vi è una piccola quota di Giuliano Tranquilli, entrato in società a settembre, che si occuperà dei rapporti internazionali. Non sono socia di Lucio Presta, in altre parole». Standbyme ha chiuso il 2014 con un incremento del 24% del fatturato, arrivato a 5,1 milioni. Francesco Nespega, che nel 2012 ha ceduto al gruppo Discovery Switchover Media, società che realizza canali tematici, è il nuovo presidente, dopo aver acquisito il 50% delle quote di Standbyme nel dicembre dello scorso anno.

Simona Ercolani è stata coinvolta, suo malgrado, nella vicenda delle nomine Rai: era la "carta segreta" del Governo per la presidenza, ma il no del centro-destra sul suo nome ha poi portato alla scelta di Monica Maggioni.

«La nostra società, e questa è la differenza con le altre case produttrici - sottolinea Simona Ercolani - è, allo stesso tempo, ideatrice e produttrice dei contenuti. Fa eccezione solo Sfide, ideato da me, ma realizzato dalla Rai. Abbiamo ideato e prodotto, in cinque anni, più di trenta format originali, alcuni di successo, altri meno e produciamo circa 200 ore di tv l'anno». Un altro aspetto che contraddistingue Standbyme è «quello di lavorare - continua Ercolani - con tutte le reti televisive, senza eccezioni, da Mtv a Fox, da Discovery alla Rai. Nel corso del tempo abbiamo creato un vero e proprio Format Department, nel quale lavorano insieme autori e produttori esecutivi». «I generi che vanno per la maggiore? Docu-reality e le docu-fiction. Noi raccontiamo storie, non facciamo quiz e show» risponde la fondatrice della factory romana. L'obiettivo di Standbyme è rea-

lizzare contenuti in quantità, «senza cedere sulla qualità, che si traduce in performance di ascolti, sfruttando la flessibilità produttiva permessa dalle nuove tecnologie, che rendono tutto più leggero».

Il vero "paletto" che ostacola la crescita dei produttori indipendenti in Italia ha un nome: i diritti. «All'estero c'è più propensione al rischio - continua Simona Ercolani: qui da noi c'è la tendenza a volerli come produttori esecutivi da parte dell'emittente televisiva, che poi si prende tutti i diritti. Se va bene, ti lasciano l'Africa». Nel caso di Sconosciuti, un format di successo di Standbyme, del quale sono state realizzate 270 puntate e settemila provini, «e che è diventata una comunità, la Rai ha preso tutti i diritti per vent'anni, anche per l'estero, senza venderli. Si lascia il mercato italiano a cinque multinazionali, che piazzano in Italia l'adattamento del loro format globale e non fanno battaglia sui diritti, perché già ce l'hanno. Questo, mentre c'è una forte domanda di contenuti locali, ma il nostro mercato è asfittico: devo poter vendere all'estero il format da me ideato».



Programmi tv. Simona Ercolani