

L'industria del libro incontra lo spettacolo

Cinema e musica, l'altro Salone

Agenti e scout, produttori e major discografiche
Al Lingotto non soltanto parole scritte
ma linguaggi contaminati che diventano business

da uno dei nostri inviati **Cristina Taglietti**

TORINO Tra le nuove strade che il Salone del Libro sta cercando di percorrere in questa edizione ci sono il cinema e la musica con due piccole fiere dentro la grande fiera. Matrimoni che sempre di più si cercano di fare, invitando possibili partner da altri mondi. Così quest'anno un grande stand di 500 metri quadrati è occupato dalla Fem (Fiera Europea della Musica) che ha convocato le grandi major e offre classici e rarità tra dischi, spartiti, vinili in cui tutti i generi sono rappresentati. La chicca è l'auditorium insonorizzato Music'n'Books in cui si parla e si suona, ma il vero valore aggiunto è la contaminazione di linguaggi per cui, a volte, dal libro può nascere la musica o viceversa. Padrone di casa è Gegè Telesforo che ospita nomi come la cantautrice L'Aura che oggi alternerà brani del nuovo disco e letture o come Paolo Conte (sempre oggi) con il fisarmonicista Massimo Pitzianti.

L'Ibf (International Book forum), luogo di incontri in cui si scambiano i diritti, ha invece traslocato dai padiglioni del Lingotto al più ristretto Museo Carpano di Eataly e più che puntare su una reale (e perdente) concorrenza con appuntamenti affermati come Londra o Francoforte, cerca la specializzazione. «Book to Screen» è il nome del format che vuole mettere in contatto editori, agenti, scout e produttori cinematografici e televisivi. Mattia Carratello, consulente del direttore Nicola Lagioia, premette che «questa è un'edizione pilota e ci vorranno probabilmente anni perché decolli. Ma l'idea è quella di accorciare la filiera. Abbiamo ragionato sul fatto che forse è arrivato il momento che l'industria del libro impari a dialogare direttamente con l'industria televisiva e cinematografica. E poi vediamo tutti i giorni che cinema e tv stanno diventando sempre più letterari». Lo hanno raccontato i grandi produttori nel convegno che si è tenuto il giorno dell'apertura: la quantità è diventata enorme. «Book to Screen» è certamente da rodare, ma un interesse l'ha suscitato, anche tra gli stranieri. «È la prima volta che ho l'opportunità di incontrare produttori italiani e mi piace molto l'idea di poter vendere i diritti di adattamento di libri dei miei autori in un contesto così esperto», dice Nicky Lund della britannica David Higham Agency che aggiunge di apprezzare «l'energia positiva e amichevole» dell'Ibf.

Aria che respira anche Carlo Micciché, responsabile per Mediaset dell'Osservatorio letterario contenuti. «Finalmente anche noi siamo

riusciti a varare questa struttura che in Rai esiste già da tempo e che va proprio nella direzione di una ricerca ad hoc, soprattutto in un momento in cui trovare un soggetto di serie tv è diventato estremamente difficile». Micciché sintetizza la sua idea con un esempio: «Una cosa è leggere un soggetto in cui ci sono un artigiano e una contadina che vogliono sposarsi, un altro è leggere i *Promessi Sposi*. E d'altronde quello che è successo in Rai, non solo con Montalbano di Camilleri, ma anche con *I bastardi di Pizzofalcone* di Maurizio De Giovanni, *I fantasmi di Portopalo* di Giovanni Maria Bellu o con *L'allieva* di Alessia Gazzola, lo dimostra. Insomma con un buon libro ho in mano una struttura drammaturgica, vedo la storia, il mio lavoro è facilitato».

A «Book to Screen» Micciché cerca di fare una «mappatura» di che cosa offre la nostra narrativa anche se, spiega, «la mia linea di ricerca deve guardare a un pubblico generalista, da prima serata, dove ci sia una tensione amorosa ma anche un elemento di novità. Dentro ci deve essere una storia». Anche se poi gli elementi del racconto sono sempre gli stessi. «Come in quella straordinaria intervista di Truffaut ad Hitchcock in cui il regista racconta di sognare, a volte, bellissime storie, alzarsi, appuntarle e poi quando la mattina si alza e va a leggere quello che ha scritto trova: un ragazzo ama una ragazza».

L'intuizione del Salone, dice Maria Paola Romeo dell'agenzia letteraria Grandi e Associati è di «aver intercettato una tendenza in atto». L'Ibf già in passato aveva aperto ai produttori, poi il fenomeno era un po' scemato. «Adesso sta riprendendo in generale l'interesse verso il libro, anche grazie a soggetti come Netflix, Sky, Amazon. Il mercato è di nuovo dinamico». Romeo ha avuto un fitto calendario di incontri: «Qualche straniero, ma soprattutto italiani. Le richieste sono varie, a seconda delle produzioni. Io ho avuto molto interesse per il genere teen, un po' sulla scia di *13 Reasons Why* di Netflix, chi invece lavora più con le generaliste è interessato a storie più classiche. Ma ho avuto an-

Ricerche
Micciché, Mediaset:
«Difficile ora trovare
un soggetto di serie tv»

che contatti per libri più letterari o dal respiro

più internazionale».

Daniele Di Gennaro di **minimum fax** da tempo sostiene «un'editoria di contenuto che pensi al libro ma anche all'adattamento teatrale, al cinema o alla tv. Noi abbiamo gli scrittori addosso, possiamo sviluppare il loro lavoro in vari modi, anche perché i soldi che prende uno scrittore per un film sono a da 5 a 15 volte superiori a quelli che prende per un libro. Si possono vagliare anche romanzi impubblicabili che magari hanno un'idea strepitosa». **Minimum fax** ha appena prodotto *La guerra dei cafoni*, film tratto dal romanzo di Carlo D'Amicis, proprio in questi giorni in sala anche a Torino, ma a «Book to Screen» Tiziana Bello, che si occupa dei diritti per la casa editrice romana, ha in questi giorni un calendario con 34 appuntamenti. «Per i tre quarti sono produttori. In generale, noi lavoriamo su tutto il catalogo, da Carlo D'Amicis a Paolo Cognetti. Con alcuni di loro ero già entrata in contatto, ma non in modo così massiccio. Molti mi dicono che per loro è fondamentale la scrittura: a volte un libro scritto bene è troppo difficile, mentre spesso anche fare leggere le bozze grezze può essere utile perché ci si può lavorare».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.