



Eva Bonitatibus

La sua è una simpatia che valica i confini virtuali. Autocritico, ironico, brioso, affettuoso, Angelo Florio, dall'inconfondibile stile "british" e da un insospettabile aspetto nordico, ci racconta della sua bellissima carriera in Mediaset. Parla di sé, del suo nuovo mondo, del suo lavoro, dei suoi progetti e della sua Basilicata, immagine e sostanza che porta sempre nel proprio cuore. Un lungo e stimolante percorso che parte da Potenza, la sua città natale, e giunge a Milano la capitale degli affari e della cultura. Oggi il "nostro" Angelo, quarantasette anni, ha messo su famiglia con Fedra, che si occupa di consulenza aziendale nell'ambito della formazione professionale, dalla quale ha avuto un figlio, il piccolo Lorenzo, che ha sei anni. Con loro condivide la passione, oltre che per il piccolo schermo, per lo sci di fondo, per la musica pop e per il cinema, sia di autori italiani che di blockbuster americani. Abbiamo curiosato nella sua vita professionale, chiedendogli quale fosse il suo ruolo all'interno del

Gruppo Mediaset e di cosa si occupasse praticamente. Lui ci ha risposto così:

Dal 2007 sono responsabile della direzione fiction RTI, la struttura editoriale che all'interno del gruppo Mediaset si occupa di ideare, sviluppare, produrre e confezionare le serie televisive italiane programmate da Canale5 ed altre reti del gruppo. Negli ultimi anni abbiamo realizzato prodotti oramai consolidati nella percezione del pubblico: "I Cesaroni", "Distretto di Polizia", "Ris", "Squadra Antimafia", "Onore e rispetto", "Cento Vettrine" ecc. Storie che hanno ereditato il testimone dei gloriosi sceneggiati, diventando un nuovo genere televisivo: finzione, certo, ma talmente reale da suscitare immedesimazione, fantasie, illusioni, batticuore. Come un romanzo da sfogliare puntata dopo puntata: solo nel 2010 sono state trasmesse 400 ore di autoprodotti italiani in prima tv. Le risorse economiche investite sono importanti e rappresentano una vera e propria industria.

Dietro il mondo della fiction

Angelo Florio

REGIA TELEVISIVA PER PROGRAMMI DI INTRATTENIMENTO, MARKETING TV, INNOVAZIONE DI PRODOTTO E, DAL 2007, LA RESPONSABILITÀ DELLA DIREZIONE FICTION RTI. ANGELO FLORIO, QUARANTASETTE ANNI, E IL PICCOLO SCHERMO. UNA STORIA LUNGA VENT'ANNI

Il mondo della televisione è affascinante, per chi ci lavora e per chi ne fruisce. L'era del digitale terrestre sta influenzando sulle abitudini di vita degli italiani e sulle politiche strategiche dell'industria televisiva. Quali prospettive si aprono per le reti Mediaset?

Il fenomeno che stiamo vivendo è epocale dal punto di vista sociale e tecnologico: con l'avvento del digitale il sistema televisivo si è complessivamente modificato, nel giro di soli 7 anni a Mediaset siamo passati da un'offerta ristretta di canali free analogici generalisti ad uno scenario più ricco, con un bouquet di canali tematici dedicati ad ogni tipo di pubblico ed una qualità della proposta televisiva superiore al passato. In questo momento è lo spettatore che può decidere in libertà i contenuti e costruirsi un proprio palinsesto personalizzato e noi siamo riusciti a governare questo complesso processo realizzando nuovi programmi, aggregando i contenuti disponibili e costruendo una tv

su misura per i desideri di ogni persona (canali digitali free, l'abbonamento pay, la tv on demand, la net tv).

I dati sullo share pongono i canali Mediaset ai vertici delle preferenze degli italiani. Tra fiction, programmi di intrattenimento, di informazione e di approfondimento, quali scelte opera il primo network di emittenti private in Italia affinché tutti gli spettatori trovino soddisfazione?

Il 2010 è stato un anno di passaggio per la televisione commerciale: la crisi economica non si è esaurita e non tutte le aziende sono ritornate ad investire nella comunicazione pubblicitaria. Le nostre reti hanno ridimensionato budget ed obiettivi di ascolto, ciononostante non ne hanno fatto le spese i palinsesti tv che continuano a programmare prodotti innovativi, format di successo e trasmissioni d'approfondimento. Il lavoro editoriale realizzato è stato quello di coordinare le reti ge- ➔



neraliste in modo da differenziare l'offerta televisiva: Canale 5 si consolida come rete ammiraglia rivolta alla nuova famiglia italiana e propone in primetime prodotti d'intrattenimento solido (Amici/Grande Fratello/Zelig/La Corrida), lunga serialità autoprodotta e una ricca programmazione cinema. In seconda serata hanno trovato la giusta collocazione prodotti di approfondimento giornalistico (Matrix/Terra), il talkshow sofisticato (Chiambratti Night), l'intrattenimento comico della Gialappa's

(Maidire GF/Maidire Amici). Italia1 è diventata la rete per un pubblico giovane e commercialmente appetibile con un palinsesto di serie americane, film

ed intrattenimento più graffiante, una divulgazione più dinamica, un'informazione con un linguaggio moderno.

Rete4 si identifica con un pubblico più adulto e alla ricerca di programmazione cinematografica di qualità, serie tv europee e programmi di divulgazione legati al territorio.

C'è un progetto, al quale hai lavorato, che va nella direzione dell'ottimizzazione delle risorse in cui siano state coniugate le esigenze di produzione con le disponibilità finanziarie?

La riduzione consistente dei budget di produzione, mi ha portato a ragionare su un progetto fictionale da realizzare *in-house*, nell'ottica anche di ottimizzare le strutture interne e le professionalità tecnico-realizzative cresciute nel gruppo: abbiamo ideato una serie di 8 puntate in cui si racconta il mondo della televisione attraverso gli occhi di una giovane ballerina che entra in un talent show e con impegno e passione trova il successo e l'amore. "Non smettere di sognare" è questa favola musicale che abbiamo realizzato in 5 mesi di riprese da settembre 2010 a gennaio scorso nei nostri studi di produzione a Cologno Monzese con la partecipazione di Katy Saunders, Roberto Famesi e Giuliana De Sio. Il debutto, avvenuto nella scorsa primavera, ha rappresentato per noi un punto d'orgoglio aziendale oltre che un esperimento di innovazione di prodotto.

Com'è l'azienda per la quale operi?

Mediaset è una grande "media company", la più sana e moderna tra le aziende del settore, anche se per me rimane una "grande famiglia". Le persone con cui collaboro quotidianamente sono tutti professionisti cresciuti all'interno del gruppo, ai quali mi lega una stima amicale oltre che professionale. I vertici dell'azienda sono manager competenti con una grande visione del sistema ed un'attenzione costante alle persone. La qualità del lavoro è alta, come alta è la qualità dei servizi dedicati ai dipendenti. Il nostro è un microcosmo dove è piacevole lavorare e lo dimostra il sorprendente tasso di affezione dei dipendenti e la media alta di anzianità di servizio.

Ti ricordi il tuo primo giorno di lavoro negli uffici di Mediaset? Ce lo racconti?

Sono ormai passati 20 anni ma il ricordo rimane vivo nel cuore: avevo terminato da poco un master in comunicazione d'impresa organizzato da Publitalia (la concessionaria pubblicitaria delle reti Mediaset) ed avendo manifestato velleità registiche mi era stato offerto un contratto di assunzione in VideoTime (la società di produzione audiovisiva) per affiancare la regia di un nuovo contenitore domenicale di Rete4 dal titolo "E' domenica" (condotto da Giorgio Mastrotta). Era il 4 novembre del 1991: sono entrato nello studio in allestimento (la riproduzione di una tipica piazza italiana) e mi sono sentito subito

a casa. Tutte le persone lavoravano per lo stesso obiettivo: ultimare i lavori per il debutto del giorno dopo. Abbiamo fatto notte fonda per provare tutta la scaletta, preoccupati che qualcosa non funzionasse, ma il giorno dopo, accese le luci, partiti con le riprese tutto è andato come doveva.

Quali e quanti passi hai compiuto prima di giungere alla posizione che occupi?

Dal 1991, anno del debutto, mi sono occupato di regia televisiva per programmi di intrattenimento. Dal 1996, ho intrapreso un percorso legato alla comunicazione e all'immagine della rete ammiraglia, occupandomi di marketing tv per Canale5: ho realizzato in quegli anni le campagne promozionali per i programmi della rete.

Dal 1999 al 2002 ho coordinato la struttura di ricerca e sviluppo del gruppo Mediaset: all'interno della direzione abbiamo sviluppato progetti di ricerca sull'innovazione di prodotto, fondato una rivista dedicata al linguaggio televisivo (Link, ancora oggi in distribuzione), sperimentando nella nightline di Canale5, "Laboratorio5", nuovi autori e nuovi registi per il piccolo schermo.

Dal 2003 sono diventato responsabile della produzione per la direzione di Rete4, guidata da Giancarlo Scheri: sono gli anni del riposizionamento della rete che, pur mantenendo la vocazione rosa, prova ad intercettare nuovi target di riferimento: ideiamo ed inseriamo nel palinsesto programmi legati alla divulgazione scientifica e del territorio, "TopSecret", "Saixchè", "Angeli", "Miracoli", "PianetaMare", "MelaVerde", "Donnavventura", ecc. Dal 2007 ad oggi sono responsabile della struttura editoriale all'interno della Direzione Fiction.

Qual è stato il tuo percorso formativo?

Terminati gli studi superiori presso il Liceo Classico di Potenza, maturo la vocazione di lavorare nello spettacolo e mi convinco che le passioni per il cinema e la televisione coltivate in maniera domestica ed artigianale possono essere studiate ed approfondite anche a livello accademico e diventare prospettive professionali. In quegli anni l'unica alternativa ai corsi tecnici esistenti nel polo produttivo romano è il corso di laurea dedicato alle Discipline delle Arti, della Musica e dello Spettacolo, attivo presso l'università di Bologna sotto l'egida della facoltà di Lettere e Filosofia. Ho la fortuna di entrare in contatto con docenti che nella maggior parte dei casi sono professionisti del settore (Umberto Eco, docente di semiotica, Ugo Volli, docente di Tecniche del Linguaggio RadioTelevisivo, Roberto Grandi, docente di Comunicazione di Massa). Esiste un clima da università, quella vera dove alle nozioni si accompagna un'importante palestra di vita. Dopo la laurea in Istituzioni di Regia con Luigi Squarzina ho delle collaborazioni saltuarie nel mondo dello spettacolo ma non avverto la possibilità di prospettive stabili. Allora decido di ➔

Since 2007 Angelo Florio, who was born in Potenza, has been put in charge of the fiction direction TI, the publishing company which, within Mediaset, deals with planning, developing and producing Italian series programmed by Canale5 and by other networks of the group.

His career began 20 years ago, after a Master's in business communication organized by Publitalia, the advertising concessionaire of Mediaset Group. Furthermore, since he was interested in film direction VideoTime (a company of audio-visual production) offered him the chance to join the film direction of a new programme on the air on Rete4 every Sunday, which was hosted by Giorgio Mastrotta. "On the 4th of November 1991 I entered the studio (the reproduction of a typical Italian square) and I felt at home at once." He has vivid memories of that night and those people working together to achieve the same goal - the debut of the following day. They worked all night long and tried the schedule again and again but, the next day, when lights were turned on, all went like clockwork. Since 1991, the year of his debut, he has dealt with film direction or entertainment programmes and, since 1996, he has worked to improve the image of the main network, thus dealing with tv marketing for Canale5 and launching promotional campaigns for the programmes of the network.

From 1999 to 2002 he led the field Research and Development of Mediaset - he worked on research projects so as to improve the innovation of products, he founded a journal about television language (Link), he tried out new authors and directors for a night programme on Canale5, "Laboratorio5".

In 2003 he took charge of the production for the direction of Rete4, led by Giancarlo Scheri. This network tried to meet new targets, so realizing programmes of scientific popularization such as "TopSecret", "Saixchè", "Angeli", "Miracoli", "PianetaMare", "MelaVerde", "Donnavventura", to name but a few. Moreover, since 2007 he has been put in charge of the editorial structure within Fiction Direction.

After his classical studies in Potenza, he attended DAMS (the school of music and performing arts) at the University of Bologna. He has always been in contact with the most important professionals of this field such as Umberto Eco, professor of semiotics, Ugo Volli, professor of broadcast language techniques, Roberto Grandi, professor of mass media communication. After his degree in Institutes of Film Direction with Luigi Squarzina and his Master's in business communication organized by Publitalia 80 in Milan, an unfriendly city with a great cultural and professional liveliness, he joined the biggest media company in Italy.

He cherishes sweet memories of Basilicata, his homeland. "Nowadays, it is better to talk about heart drain rather than brain drain, or emotional emigration rather than intellectual emigration. My heart is and will always be in South Italy, where the ones who go away are brave but the ones who stay are brave too."



dare una svolta alla mia vita: investo nella formazione professionale, frequentando un master dedicato alla comunicazione d'impresa istituito da Publitalia 80 a Milano. 18 mesi di intensi studi, alla scoperta di una nuova città apparentemente ostile, ma con una grande vivacità culturale e professionale. Grazie ai rapporti privilegiati che il master ha con le aziende partner riesco ad entrare nella più grande "media company" italiana in cui ho fatto il mio apprendistato ed un percorso di carriera diversamente realizzabile.

Cosa hai messo in valigia prima di partire da Potenza, la tua città natale?

La prima volta che sono partito era il 1983, carico di sogni ed aspettative: a 18 anni ho intrapreso un viaggio della speranza per trovare studi e lavoro in città diverse da quella d'origine, portatore sano di quel fenomeno noto con il nome di "emigrazione intellettuale", la storia di chi ha sostituito alla valigia di cartone il computer portatile. Oggi, a distanza di tempo sento che è più giusto parlare di fuga di cuori che di cervelli, di emigrazione emozionale più che intellettuale: perché il mio cuore è e rimane a sud. Nelle memorie dei sogni realizzati e nelle speranze coltivate si concentrano le storie della gente del



sud, dove *chi va via è coraggioso ma anche chi rimane è coraggioso*. Ho vissuto in passato il conflitto interiore di chi deve scegliere se rimanere o andarsene, ma senza retorica, né vittimismo, posso dire che le occasioni mancate le opportunità offerte altrove, i ritardi che hanno caratterizzato i primi anni della mia vita in Basilicata mi hanno portato a decidere di andare.

Continui a mantenere vivo il legame con la tua terra d'origine?

Le mie radici sono in questa terra e questa è per me una profonda condizione dell'anima. A mantenere vivi i rapporti con Potenza sono gli affetti che mi legano, i miei fratelli, la famiglia d'origine, le amicizie eccezionali coltivate dentro e fuori dalla scuola: con loro ho un sodalizio speciale, ogni volta che li incontro è come se non fosse passato un minuto dall'ultima volta.

Nei mesi scorsi Rete4 ha dedicato la prima puntata di "Donnavventura" alla Basilicata. Matera, le Dolomiti lucane e il volo dell'Angelo sono state le protagoniste indiscusse. Negli ultimi anni si stanno registrando sempre maggiori interessi da parte di registi e produttori verso la Basilicata. Tra tutti spicca il

recente capolavoro di Rocco Papaleo che esalta le bellezze ancora poco conosciute della lucanità. Quanto può ancora fare la TV per sostenere l'immagine di questa regione?

La Tv può fare ancora molto per promuovere il territorio: il piccolo schermo contatta quotidianamente circa metà della popolazione italiana, permette quindi di comunicare in tempo reale con persone diversamente raggiungibili. Il territorio italiano è diventato un contenuto pregiato per molte trasmissioni (Donnavventura è stata una mia creatura televisiva) per questo credo che ci siano buone opportunità di veicolare "le ragioni per apprezzare la nostra regione". Il punto è: cosa può offrire la Basilicata al mondo della televisione?

Quali, tra le caratteristiche tipicamente lucane, ti hanno aiutato nella vita professionale e quali ti hanno invece limitato?

Della gente lucana ho mantenuto lo spirito positivo di chi ha voglia di fare e non si scoraggia di fronte agli ostacoli, ma anche il senso di appartenenza ad una comunità piccola ma autentica. Per questo mi sento di dire che continuerò a partire che il futuro può essere migliore se si porta un pezzo di Basilicata fuori dalla Basilicata. ●

