

Premium (r)evolution.
**L'ascesa della serialità pay italiana,
tra tentativi di innovazione e ritorno all'ordine**

Nicola Crippa*

ABSTRACT

A quasi vent'anni dalle prime serie pay italiane, il contributo mira a ricostruire le principali riflessioni critiche e storiografiche sulla serialità premium in Italia e a presentare, in un'ottica comparativa rispetto all'intera produzione scripted nazionale, le evidenze emerse da un lavoro di monitoraggio della sua offerta. Alla luce di alcune esistenti linee di ricerca e della presenza di nuove basi informative, il tentativo è di isolare specificità e sviluppi di questi contenuti, in particolar modo dal 2020 al 2023, anni nei quali si è assistito a una crescita considerevole dello scripted premium, tale forse da metterne in crisi identità dominanti e richiederne nuove tassonomie.

Parole-chiave. Serialità premium; Sky Italia; Netflix; Fiction italiana; Scripted, Ventesimo anniversario; Produzione originale

Almost two decades after the debut of the first Italian pay series, the paper aims both to reconstruct the main critical and historiographical reflections on Italian pay seriality and to present, in comparison with the entire national scripted landscape, the main findings emerging from a monitoring activity of its offering. Considering existing research lines and the presence of new sources, the goal is to isolate features and developments of these contents, especially from 2020 to 2023, years in which Italian premium scripted production has experienced a significant growth, perhaps to the point of challenging its own identity and thus requiring new taxonomies.

Keywords. Premium seriality; Sky Italia; Netflix; Italian fiction; Scripted; 20th anniversary; Original Production

* Nicola Crippa, Università Cattolica del Sacro Cuore, nicola.crippa@unicatt.it.

Verso i vent'anni della serialità pay

Superati i settant'anni di storia della televisione, un altro anniversario ricco di implicazioni si profila all'orizzonte: quello dei vent'anni della serialità italiana degli editori a pagamento. Si tratta di una storia che risulta a tratti paradossale. Anzitutto poiché segna l'avvenuta 'maturazione' di un modello all'inizio considerato alternativo alla televisione stessa, se non perfino dichiaratamente 'anti-televisivo'¹. In secondo luogo, perché questo filone, se da un lato ha modificato molti dei lineamenti della serialità italiana, dall'altro ha finito per uniformarsi ad alcune delle logiche dell'ecosistema dal quale si muoveva in opposizione.

A partire dalla fine degli anni Duemila, lo *scripted* domestico è andato incontro a vari mutamenti in termini di scrittura, stile visivo, prassi produttive e pubblici di riferimento. Una trasformazione di cui si è fatto promotore Sky Italia, distintosi dal 2008, sulla scia del canale *cable* americano HBO², per una produzione incentrata sulla *quality television*, tanto problematica sul piano della concettualizzazione teorica³ quanto efficace in termini di brand marketing. Una base più volte replicata, tradita e variata sia dal gruppo satellitare sia dai 'nuovi' operatori a pagamento (Netflix, Prime Video e Disney+), i cui contenuti seriali, pur viaggiando attraverso lo *streaming*, rientrano a pieno titolo nella cosiddetta *premium seriality*⁴.

¹ Si vedano, a tal proposito, il motto informale delle prime fiction Sky: «*If it works for Mediaset and Rai, it ain't good for Sky*», L. BARRA, M. SCAGLIONI, *La macchina seriale. Produzione e promozione delle fiction Sky*, in *Tutta un'altra fiction. La serialità pay in Italia e nel mondo: il modello Sky*, a cura di M. Scaglioni, L. Barra, Carocci, Roma 2013, p. 19. Si vedano anche le parole pronunciate nel 2014 dal CEO di Netflix, Reed Hastings, secondo cui la televisione broadcast si sarebbe estinta entro il 2030, J. HECHT, *Netflix Chief Downplays Nielsen Plans to Measure Streaming Service Viewership*, in *The Hollywood Reporter*, 24 novembre 2014, <<https://www.hollywoodreporter.com/tv/tv-news/netflix-chief-downplays-nielsen-plans-751931/>> (ultima consultazione: 11 aprile 2024).

² M. LEVERETTE, B.L. OTT, C.L. BUCKLEY, *It's Not TV: Watching HBO in the Post-Television Era*, Routledge, New York-Londra 2008.

³ Come testimoniato dal dibattito statunitense e da quello italiano. Cfr. R.J. THOMPSON, *Television's Second Golden Age: from Hill Street Blues to ER*, Syracuse University Press, Syracuse 1997; J. MCCABE, K. AKASS, *Quality TV: Contemporary American Television and Beyond*, Tauris, Londra 2010; J. MITTELL, *Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling*, New York University Press, New York 2015; D. CARDINI, *Long tv. Le serie televisive viste da vicino*, Unicopoli, Milano 2017.

⁴ Il termine 'premium' è qui inteso senza alcuna connotazione di carattere culturale o estetico, ma designa unicamente l'offerta di servizi di media audiovisivi che richiedono la sottoscrizione di un abbonamento, rivolgendosi quindi a un segmento più ristretto di pubblico (differentemente dal-

La ricerca di contenuti *high-brow* e di pregio, per quanto rimanga la più studiata, non è però stata l'unica tra le vie intraprese dagli editori pay. Come è stato più volte messo in luce⁵, la serialità premium assorbe e riverbera sin dagli albori meccanismi e logiche tipici dei racconti delle reti in chiaro, entrando con essi in un rapporto di contaminazione e reciproca influenza: si pensi a serie dai toni più generalisti commissionate da Sky, come *Cops - Una banda di poliziotti* (Luca Miniero, Sky Cinema, 2020-2021) o da Netflix, come *La legge di Lidia Poët* (Guido Iuculano, Davide Orsini, Netflix, 2023-) oppure, sul versante opposto, a due titoli della Rai tra loro molto diversi come *L'amica geniale* (Saverio Costanzo, Rai1-HBO, 2018-) – co-produzione internazionale che si rifà al modello *high-end* inaugurato da Sky – e *Mare Fuori* (Cristiana Farina, Rai2-RaiPlay, 2020-), che replica alcune delle caratteristiche di genere e linguaggi tipiche della serialità delle piattaforme.

A quasi vent'anni dall'esordio di questo eterogeneo filone premium, risulta interessante rileggerne le principali caratteristiche, anche in rapporto all'offerta in chiaro, con la consapevolezza che, in una 'storia delle televisioni', possano convivere con pari dignità sia chi della fiction ne ha definito la grammatica sia chi ha dichiarato di rivoluzionarla.

Tra casi studio e analisi di scenario

Il primo contributo a occuparsi in maniera sistematica della produzione originale del neonato modello televisivo è il volume curato da Scaglioni e Barra⁶ che unisce indagini estetiche, formali e narrative delle prime serie Sky e Fox a quelle produttive, distributive e di consumo, senza tralasciarne una comparazione internazionale. Un lavoro portato avanti nel 2021⁷, nel quale la trattazione delle

l'offerta free o in chiaro, che non presenta alcuna barriera all'accesso per il consumo). Sebbene l'espressione nasca nell'alveo dell'offerta della televisione via cavo statunitense, dove esiste una netta distinzione tra i titoli premium e *basic* (riguardante, ancora una volta, primariamente le modalità di accesso al contenuto), si ritiene che l'espressione 'serialità premium', almeno nel contesto italiano, possa essere utilizzata – come fatto nel prosieguo di questo saggio e in altri contributi sul tema – in maniera del tutto sinonimica all'espressione 'serialità pay'.

⁵ R. EUGENI, *Innovazione con giudizio. Simboli e immaginari della fiction pay*, in *Tutta un'altra fiction*, a cura di Scaglioni, Barra, cit., pp. 113-119; P. CARELLI, *Le serie pay italiane*, in *Storia delle serie TV*, a cura di A. Fumagalli, C. Albani, P. Braga, vol. II, Dino Audino, Roma 2021, pp. 63-79.

⁶ SCAGLIONI, BARRA, *Tutta un'altra fiction*, cit.

⁷ IDD., *A European Television Fiction Renaissance: Premium Production Models and Transnational Circulation*, Routledge, Londra-New York 2021.

innovazioni della serialità pay italiana viene ricondotta a un'evoluzione più ampia (paragonata a un 'rinascimento') della serialità premium europea e studiata anche in un'ottica di circolazione internazionale.

Nello stesso tempo, forte è stata l'attenzione di vari autori nei confronti dei singoli prodotti seriali di Sky e, in misura minore, di Fox e delle piattaforme. Molte sono le pubblicazioni dedicate ai 'nuovi noir'⁸ all'italiana, complessi, epici⁹ e transmediali¹⁰, come la triade¹¹ *Romanzo criminale - La serie*¹² (Giancarlo De Cataldo, Daniele Cesarano, Barbara Petronio, Leonardo Valenti, Sky Cinema, 2008-2010), *Gomorra - La serie*¹³ (Roberto Saviano, Sky Atlantic, 2014-2021) e *Suburra - La serie*¹⁴ (Daniele Cesarano, Barbara Petronio, Netflix, 2017-2020) ma anche a titoli di generi differenti, come la comedy meta-cinematografica *Boris*¹⁵ (Luca Manzi, Carlo Mazzotta, Fox-FX-Disney+, 2007-), la serie allegorica e autorale *The Young Pope*¹⁶ (Paolo Sorrentino, Sky Atlantic-HBO, 2016) e

⁸ G. BENVENUTI, *Le forme transmediali del noir all'italiana tra impegno, denuncia e mercato*, in «Italian Culture», vol. XXXIX, n. 1, 25 agosto 2021, pp. 4-18.

⁹ *Gomorra - La serie* è stata letta, oltre che in rapporto all'idea di complessità di Mittell (MITTELL, *Complex TV*, cit.) anche in relazione alla categoria di ascendenza letteraria della 'nuova epica italiana' elaborata dai Wu Ming. Cfr. A. MAIELLO, *Essere immortale: tra narrazione e mediazione*, in *Universo Gomorra. Da libro a film, da film a serie*, a cura di M. Guerra, S. Martin, S. Rimini, Mimesis, Milano 2018, pp. 33-42.

¹⁰ Solo limitandosi a *Gomorra*, tra i tanti contributi sulla transmedialità (ritenuta spesso incompleta) si possono citare A. NAPOLI, M. TIRINO, *Gomorra Remixed: Transmedia storytelling tra politiche di engagement, mainstream e produttività del fandom*, in «Series - International Journal of TV Serial Narratives», vol. 1, n. 2, 30 dicembre 2015, pp. 193-205; M.G. FALÀ, *Gomorra - La serie, esempio di transmedialità incompleta*, in «Ocula», vol. XXV, n. 29, gennaio 2024, pp. 1-21.

¹¹ Per una analisi delle tre serie *crime* italiane si rimanda a D. RENGA, *Watching Sympathetic Perpetrators on Italian Television*, Palgrave Macmillan, Londra 2019.

¹² M. BONI, *Romanzo criminale. Transmedia and Beyond*, Ca' Foscari, Venezia 2013.

¹³ Tra le serie pay si nota una preponderanza di studi su *Gomorra - La serie* e l'universo Saviano, a cui sono stati dedicati, oltre a numerosi articoli, almeno tre volumi: A. MAIELLO, *Gomorra - la serie. La famiglia, il potere, lo sguardo del male*, Edest, Modena 2016; G. BENVENUTI, *Il brand Gomorra. Dal romanzo alla serie TV*, Il Mulino, Bologna 2017; GUERRA, MARTIN, RIMINI, *Universo Gomorra*, cit.

¹⁴ D. RENGA, *Suburra. La serie as "Patrimonio internazionale / International Patrimony"*, in «Series - International Journal of TV Serial Narratives», vol. IV, n. 1, 13 luglio 2018, pp. 63-80.

¹⁵ M. MARINELLO, *Backstage all'italiana. Televisione, comicità e immaginario nazionale in «Boris», la serie*, Edest, Modena 2022.

¹⁶ M.B. URBAN, M. JANSEN, *The Young Pope: un'antiserie allegorica*, in «Storia e problemi contemporanei», vol. LXXVI, n. 3, dicembre 2017, pp. 71-90.

le *teen series*¹⁷ *Baby* (Grams, Netflix, 2018-2020), *Summertime* (Mirko Cetrangolo, Anita Rivaroli, Netflix, 2020-2022) e *Skam Italia*¹⁸ (Ludovico Bessegato, TIM-vision-Netflix, 2018-).

In tale contesto, rientrano tutti quei contributi che, partendo dalla corrente di studi anglosassone sulla legittimazione della serialità, hanno ricondotto le serie pay alle categorie estetiche e agli immaginari – tra loro a volte molto diversi – di *quality television*, complessità¹⁹, *high-end*²⁰, *world building*²¹ e *transmedia storytelling*²², interrogandosi, in particolar modo, sui processi di adattamento e le espansioni transmediali. Rileggendo alcuni di questi contributi in successione, rimane valido quanto già si rilevava in merito alle prime serie Sky, ovvero che, soprattutto in base al loro formato, lo *scripted premium* si articola in un *continuum* che va dalla narrazione espansa (come è il caso di *Gomorra*) fino alla miniserie o al film evento²³.

Tra i casi studio, si possono iscrivere anche le indagini sui pubblici, affrontate sia da una prospettiva quantitativa con il ricorso a dati Auditel²⁴ o di social TV²⁵ sia qualitativa (focus group²⁶ o analisi delle pratiche di fandom²⁷), che resti-

¹⁷ L. BARRA, *Dark Narratives or Sunny Stories? Appropriating Global Teen Drama in Italian Netflix Originals*, in *Streaming Video*, a cura di A.D. Lotz, R. Lobato, New York University Press, New York 2023, pp. 248-263.

¹⁸ S. ANTONIONI, L. BARRA, C. CHECCAGLINI, 'SKAM Italia did it again'. *The Multiple Lives of a Format Adaptation from Production to Audience Experience*, in «Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies», vol. XVI, n. 4, 10 dicembre 2021, pp. 433-454.

¹⁹ MITTELL, *Complex TV*, cit.

²⁰ R. NELSON, *State of Play: Contemporary «High-End» TV Drama*, Manchester University Press, Manchester 2007.

²¹ M. BONI, *World Building: Transmedia, Fans, Industries*, Amsterdam University Press, Amsterdam 2017.

²² H. JENKINS, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, Maggioli, Rimini 2014.

²³ BARRA, *Eventi a ripetizione. Le fiction originali nei palinsesti di Sky Cinema*, in *Tutta un'altra fiction*, a cura di Scaglioni, Barra, cit., pp. 40-48.

²⁴ SCAGLIONI, *Tutta un'altra audience. Il pubblico delle fiction pay*, in *Tutta un'altra fiction*, a cura di Scaglioni, Barra, cit., pp. 49-65.

²⁵ P. ERBAGGIO, # *GomorraLaSerie: Converging Audience and Enhanced Authorship on Twenty-first-century Italian Screens*, in «Modern Italy», vol. xx, n. 4, 18 maggio 2016, pp. 335-349.

²⁶ PENATI, SFARDINI, *I love fiction! Modelli di consumo nel mondo della serialità televisiva*, in *Tutta un'altra fiction*, a cura di Scaglioni, Barra, cit., pp. 66-80.

²⁷ M. SCAGLIONI, *Reckoning with Don Salvatore Conte. The Camorrista Ascetic with the "Double Life"*, in «The Italianist», vol. XXXVI, n. 2, 5 agosto 2016, pp. 339-344.

tuiscono l'idea di un'*audience* ristretta, più 'attiva' e già abituata alla serialità americana. Particolarmente originale è, in questo senso, la definizione da parte di Cardini dell'idealtipo del 'tele-cinefilo'²⁸, fruitore di film e *cinematic TV*²⁹ statunitense e testimone di una tendenza che se da un lato abiliterebbe criticamente la serialità, dall'altro ne limiterebbe l'emancipazione come medium autonomo.

A un secondo livello, invece, abbiamo gli studi sulla produzione e, più di recente, sulla circolazione internazionale. Si spazia qui da indagini di scenario, che finiscono per soffermarsi sul sistema o l'impatto aziendale degli operatori piuttosto che sulla serialità a pagamento come categoria produttiva ed estetica³⁰, ad altre che incrociano la prospettiva editoriale in monitoraggi quantitativi sull'offerta³¹, ad altre ancora basate su interviste³² ad autori e professionisti. Quest'ultime affrontano tanto la fase di scrittura e produzione (dove si sottolinea il contributo degli editori pay nella ridefinizione delle figure professionali, come lo *showrunner*)³³ quanto quelle successive di post-produzione, programmazione e promozione, nelle quali a volte viene ribadito il ruolo forte del broadcaster come 'co-produttore' e a volte si pone l'accento sulla maggior libertà concessa ai creativi. Auspicabile sarebbe comunque uno studio sistematico sui modelli produttivi e narrativi che contraddistinguono le produzioni originali delle singole piattaforme OTT operanti in Italia, che, pur avendo contribuito in modo preponderante alla crescita del segmento pay, ancora faticano a essere ricondotte al medesimo universo di *premium seriality* delle serie originali di Sky³⁴.

²⁸ D. CARDINI, *Il tele-cinefilo. Il nuovo spettatore della Grande Serialità televisiva*, in «Between», vol. IV, n. 8, 1 novembre 2014, pp. 1-30.

²⁹ Per una ricognizione sull'utilizzo del termine e le sue applicazioni nel contesto italiano si veda EAD., *Serial Contradictions. The Italian Debate on Tv Series*, in «Series - International Journal of TV Serial Narratives», vol. II, n. 1, 17 giugno 2016, pp. 47-54.

³⁰ F. BARCA, *Effetto Sky. L'impatto della piattaforma satellitare sul sistema televisivo in Italia*, Rubbettino, Soveria Mannelli 2012.

³¹ M. CUCCO, *Investimenti e modelli economici. Il ruolo della fiction Sky nel sistema dei media e nel sistema-paese*, in *Tutta un'altra fiction*, a cura di Scaglioni, Barra, cit., pp. 81-87.

³² L. BARRA, F. GUARNACCIA, *Autori seriali*, RTI, Cologno Monzese 2018.

³³ BARRA, SCAGLIONI, *Towards a New Model for Italian TV Fiction*, cit., pp. 150-153; BARRA, *Dark Narratives or Sunny Stories?*, cit.

³⁴ Si veda, in questo senso, la stessa articolazione del volume di FUMAGALLI, ALBANI, BRAGA, *Storia*

Infine, seppur minoritaria, esiste anche un'area di ricerca incentrata sulla ricostruzione cronologica e storiografica. Cucco³⁵ notava come la serialità di Sky nascesse in un momento di congiuntura economica negativa della fiction e se il suo collocamento all'interno della più ampia storia dello *scripted* nazionale sembra essere dato per assodato, pochi sono stati i tentativi di periodizzazione della serialità pay in base alle sue traiettorie produttive o estetiche. Tra questi, limitatamente a Sky Italia, la lettura più recente ed esaustiva è rappresentata dal contributo di Carelli³⁶, che isola tre articolazioni diacroniche: la fase di sperimentazione (2007-2013), quella di internazionalizzazione (2014-2019) e quella denominata *'pay & pop'* (dal 2020), anche se gli esperimenti di apertura verso un pubblico più ampio contraddistinguono il filone pay sin dalle origini. Sul fronte della produzione Netflix Italia, si segnala, invece, la tripartizione di Barra³⁷: al tentativo della piattaforma di ricreare lo *Sky model* con narrazioni *crime* (fase 1, *Suburra - La serie*), sarebbe seguita una fase di investimenti in nuove storie senza una strategia univoca, fino ad arrivare all'apertura di una sede romana del gruppo (fase 3), che segna una ridefinizione della leadership italiana e una maggior enfasi sul racconto *coming-of-age* e *romance*.

Ancora non paiono esserci periodizzazioni congiunte della storia di Sky Italia e delle piattaforme, se non quella proposta da Holdaway, Penati e Sfardini³⁸ che, pur non concretizzandosi nella definizione di vere e proprie fasi, è l'unica a ricostruire il numero delle stagioni commissionate dalla pay tv tradizionale e dagli operatori SVOD in Italia, Francia, Spagna e Regno Unito, tentandone una lettura unitaria sullo sfondo dei mutamenti del panorama mediatico e normativo.

Non abbastanza indagato risulta infine il ruolo della *kids* o *tweens tv* degli

delle serie TV, cit., nel quale la serialità pay italiana è intesa unicamente come quella di Sky, mentre alle serie di Netflix e Amazon sono dedicati due capitoli distinti nei quali convivono riferimenti sia alle produzioni internazionali sia italiane.

³⁵ CUCCO, *Investimenti e modelli economici*, cit., pp. 81-82.

³⁶ CARELLI, *Le serie pay italiane*, cit., pp. 63-79.

³⁷ BARRA, *Dark Narratives or Sunny Stories?*, cit., pp. 248-263.

³⁸ HOLDAWAY, PENATI, SFARDINI, *Mapping European Premium-Scripted TV Trends, Patterns, and Data in an Emerging EU Market*, in *A European Television Fiction Renaissance*, a cura di Scaglioni, Barra, cit., pp. 34-37.

editori a pagamento, che, come rilevato anche da Fumagalli e Braga³⁹, non viene iscritto entro i canoni o lo storia della serialità pay, pur rientrando nei fatti all'interno della stessa categoria contenutistica.

La diversificazione dell'offerta

Partendo da queste indagini, è utile provare a verificare alcune delle considerazioni espresse sulla produzione originale premium, alla luce delle evidenze emerse da un lavoro di monitoraggio che incrocia diverse fonti⁴⁰. Il dataset qui utilizzato è idealmente comprensivo di tutti i contenuti *scripted*⁴¹ italiani distribuiti in *first run* dagli editori pay da gennaio 2005 a dicembre 2023.

Dall'analisi del corpus – che raccoglie 287 contenuti (tra stagioni e titoli filmici), 2.577 episodi e 1.241 ore – emerge un incremento di titoli a partire dal 2017-2018, con l'esordio delle prime produzioni originali Netflix Italia e poi, in maniera più massiccia, dal 2019 in poi: non solo a causa dei film trasmessi direttamente sui canali pay senza passare per le sale durante la pandemia (significativa è la crescita del segmento film, come si vede nella fig. 1), ma anche e soprattutto per l'esordio di nuovi operatori SVOD e per gli effetti di un mutato contesto normativo, con l'entrata in vigore della trasposizione della Direttiva UE sui servizi di media audiovisivi⁴².

³⁹ A. FUMAGALLI, P. BRAGA, *Italian Scripted Television: Generalist Appeal and International Market Access*, in *Media and Communication in Italy: Historical and Theoretical Perspectives*, a cura di F. Colombo, Vita e Pensiero, Milano 2019, p. 113.

⁴⁰ Dai database istituzionali, come quelli dall'Osservatorio Europeo dell'Audiovisivo (Lumiere VOD, <<https://lumierevod.obs.coe.int/>>), della Direzione generale Cinema e audiovisivo del Ministero della Cultura (Database Opere, <<https://cinema.cultura.gov.it/database-opere/>>) e del Registro Pubblico delle Opere Cinematografiche e Audiovisive (PRCA, <<https://prca.cultura.gov.it/>>), a quelli giornalistici (La Repubblica – Serie TV, <<https://www.repubblica.it/serietv/schede/>>), fino ai comunicati stampa degli editori e alle fonti *grassroots* (IMDb, <<https://www.imdb.com/>>; TheTVDB, <<https://thetvdb.com/>>) (ultima consultazione: 11 aprile 2024).

⁴¹ Divisi per tipologia, secondo i criteri elaborati in M. SCAGLIONI, *Televisione Resiliente. Il broadcasting 70 anni dopo*, CeRTA, Milano 2023, p. 98.

⁴² Decreto Legislativo 8 novembre 2021, n. 208.

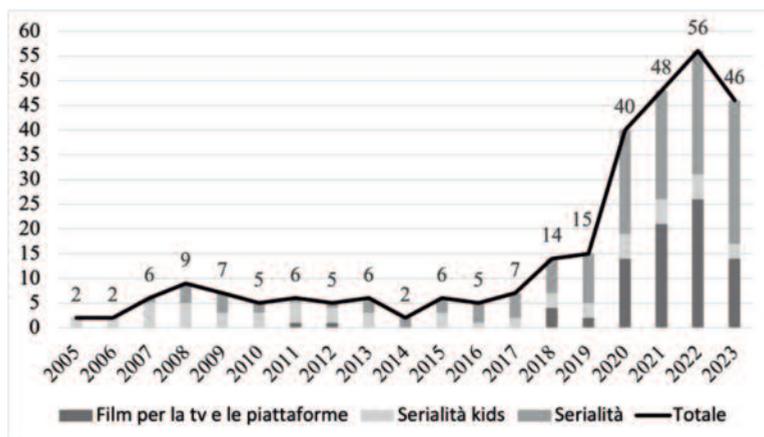


Fig. 1. Numero di stagioni e titoli *scripted* pay italiani (2005-2023) divisi per tipologia e anno di prima messa in onda.

Gruppi editoriali	Film	Serialità kids (stagioni)	Serialità (stagioni)	Totale complessivo
Sky Italia	17		66	83
Netflix	30	2	32	64
Amazon	34	3	23	60
The Walt Disney Company Italia	1	37	4	42
De Agostini		17		17
Fox International Channels Italy			9	9
Paramount Global Italy	1		5	6
Warner Bros. Discovery		1	2	3
TIM			3	3
Totale complessivo	83	60	144	287

Fig. 2. Numero di stagioni e titoli *scripted* pay italiani (2005-2023) divisi per gruppo editoriale.

Da questo dataset è possibile isolare, trasversalmente agli editori, almeno cinque macroaree d'offerta premium ricorrenti nelle varie periodizzazioni, ma che non sempre hanno ricevuto la medesima attenzione critica.

Esiste anzitutto la 'serialità di pregio', che si diffonde in Italia con le prime produzioni originali di Sky ed è ciò che, sulla scia della serialità americana complessa di ambiente *cable*, ne definisce fin da subito l'orizzonte produttivo e di marketing editoriale. Fa leva su un pubblico abituato alle serie 'quality' d'oltreoceano, è spesso co-prodotta internazionalmente⁴³ e con budget più elevati⁴⁴, ma raramente

⁴³ Sulle coproduzioni di Sky Italia si rimanda a CUCCO, *Investimenti e modelli economici*, cit., pp. 84-85.

⁴⁴ L. BARRA, *The Italian Job. La fiction italiana verso una circolazione globale*, in *Distretti produttivi emergenti*,

è riuscita a costruire solidi universi *high-concept*⁴⁵ come avvenuto in America (solo *Gomorra - La serie* ha coniugato le marche stilistiche del contenuto *prestige* con un duraturo successo di pubblico)⁴⁶. Pur poggiando in alcuni casi su consolidati *frame* di genere, come il *gangster*, è più spesso ascrivibile al *drama* ‘fuori standard’⁴⁷.

Si differenzia, in questo senso, dal secondo dei ‘registri’ dello scripted pay: quello della vera e propria ‘serialità di genere’, nella quale, anche quando compare il crimine, lo fa all’interno della rassicurante cornice del giallo autoconclusivo. Questo secondo filone rappresenta infatti il ‘ritorno all’ordine’ o, per meglio dirla, la variazione – con l’introduzione di alcune anomalie⁴⁸ – all’interno dell’assetto preconstituito di generi e formati della fiction in chiaro e del cinema, con il recupero di consolidate formule di racconto o la rifunzionalizzazione di ruoli attoriali, come nel caso di Paola Cortellesi in *Petra* (Maria Sole Tognazzi, Sky Cinema, 2020-). Letta come un’apertura al generalismo, per strizzare l’occhio ai clienti *prospect*, si declina soprattutto nel poliziesco (*I delitti del BarLume*⁴⁹, *La legge di Lidia Poët*) e nella commedia: da quella più sofisticata che incorpora elementi metariflessivi come *Boris* e *Call My Agent - Italia* (Lisa Nur Sultan, Sky Serie, 2023-), a quella che punta su ricorrenze o volti noti, come in *Tutta colpa di Freud* (Paolo Genovese, Chiara Laudani, Carlo Mazzotta, Prime Video, 2022).

Ricorrenze ed eventi, in una strategia che a volte si intreccia con rilasci anticipati in sala, costituiscono però l’asse portante di una terza categoria d’offerta: quella del formato filmico o della ‘miniserie-evento’. Se la serialità si fa sempre più ‘sofisticata’ avvicinandosi al grande cinema, a sua volta il cinema delle reti o piattaforme a pagamento tende più spesso a popolarizzarsi e ad ancorarsi a uno specifico orizzonte temporale, tanto con singoli appuntamenti stagionali (non serializzati) quanto con racconti di eventi di cronaca, che rendono questo quarto

a cura di F. Guarnaccia, RTI, Cologno Monzese 2017.

⁴⁵ V. INNOCENTI, G. PESCATORE, *Le nuove forme della serialità televisiva: storia, linguaggio e temi*, Archetipo Libri, Bologna 2008, pp. 42-44.

⁴⁶ A. GRASSO, *Storia critica della televisione italiana*, t. III, Il Saggiatore, Milano 2019, p. 1315.

⁴⁷ C. PENATI, *To be Continued. Storia e linguaggi della serialità televisiva drama americana*, in *La nuova fabbrica dei sogni. Miti e riti delle serie tv americane*, a cura di A. Grasso, C. Penati, Il Saggiatore, Milano 2016, pp. 75-76.

⁴⁸ EUGENI, *Innovazione con giudizio*, cit., p. 114.

⁴⁹ (Marco Mavaldi, Sky Cinema 2013-).

gruppo di titoli pensato primariamente per una fruizione condensata in determinati momenti dell'anno. Si pensi, da un lato, ai casi delle pellicole natalizie, presenti sia su Sky Cinema (*Un Natale per due*)⁵⁰ sia su Netflix (*Natale a tutti i costi*)⁵¹ e Prime Video (*Improvvisamente Natale*)⁵², dall'altro, a certi film o miniserie dedicati a crimini e tragedie (come *Alfredino - Una storia italiana* o *Yara*)⁵³ che hanno goduto di una forte risonanza mediatica e che vengono perciò programmati in occasione dei relativi anniversari.

Ulteriore categoria – che può rappresentare un segmento produttivo a sé stante in virtù dell'ampio volume di titoli e della circoscritta *target audience* a cui si rivolge – è la 'serialità teen', pensata per adolescenti e giovani adulti e che costituisce una delle novità di genere più rilevanti dello *scripted* italiano introdotta dalle piattaforme pay. È soprattutto Netflix a specializzarsi in questa tipologia di narrazioni (con *Baby* e *Summertime*), che è stata però presto ripresa anche dalla galassia *free-to-air*, con racconti forse meno complessi e provocatori, ma di maggior successo di pubblico (come *Mare Fuori*).

Dedicata a pubblici ancora più giovani, è infine la spesso trascurata 'serialità *kids* e *tweens*'. Disney Channel è tra i primi canali presenti nel *bouquet* di Sky Italia a cimentarsi nella produzione originale (con lo sviluppo nel 2005 di *Quelli dell'intervallo*)⁵⁴, tra i pochissimi *scripted format* italiani a venire adattato in diversi Paesi del mondo)⁵⁵, seguito poco dopo dal canale DeKids del gruppo DeAgostini, che presidia tuttora quest'area con molte serie italiane. Tale produzione prosegue oggi con propaggini in capo a Disney+ (*I cavalieri di Castelcorvo*)⁵⁶, Prime Video (*Me contro Te - La famiglia Reale*)⁵⁷ e Netflix (*Fate: The Winx Saga*)⁵⁸.

Si tratta di categorie che, più che andare a definire le strategie editoriali delle

⁵⁰ (Giambattista Avellino, 2011).

⁵¹ (Giovanni Bognetti, 2022).

⁵² (Francesco Patierno, 2022).

⁵³ (Marco Tullio Giordana, 2021).

⁵⁴ (Alessandro Coscia, Disney Channel, 2005-2008).

⁵⁵ Si veda, a questo proposito, la pagina relativa della fandom Wiki di *As the Bell Rings*: <https://asthebellrings.fandom.com/wiki/As_the_Bell_Rings> (ultima consultazione: 10 aprile 2024).

⁵⁶ (Angelo Pastore, Simona Ercolani, Disney+, 2020).

⁵⁷ (Luigi Calagna, Sofia Scalia, Prime Video, 2022).

⁵⁸ (Brian Young, Netflix, 2021-2022).

single piattaforme, tendono ora a convivere, in un'ottica di 'neo-generalismo'⁵⁹, all'interno di ogni library a pagamento. Questo spunto tassonomico rende evidente come, rispetto alle prime riflessioni sui contenuti originali pay, lo *scripted premium* si sia diversificato, andando a ricoprire aree tradizionalmente non associate alla sola programmazione *high-end*.

Dal 2020 a oggi: il confronto con la fiction free-to-air

Da un secondo dataset, basato sul medesimo apparato di fonti e comprensivo delle sole serie televisive pay e free-to-air⁶⁰ commissionate dal 2020 al 2023, è infine possibile comparare gli sviluppi delle due offerte nell'ultimo periodo, dove si è assistito a una crescita considerevole dello *scripted premium*.

La serialità pay sembra segnata, a partire dal 2020, oltre che da un 'ritorno all'ordine' rispetto alle stagioni iniziali della 'sperimentazione', anche dall'avvento di serie originali nei cataloghi dei nuovi SVOD. Le serie premium, un tempo considerate minoritarie – con 97 stagioni e 474 ore di contenuto tra gennaio 2020 e dicembre 2023 – hanno rappresentato il 42% delle stagioni italiane, ovvero quasi un titolo su due.

Si può inoltre stimare il divario in termini di investimenti complessivi rispetto alla fiction in chiaro, grazie alla recente messa a disposizione da parte della Direzione Generale Cinema e audiovisivo nel 2022 dei dati sui costi delle opere⁶¹. Nonostante una certa apertura verso il 'neo-generalismo' da parte degli operatori a pagamento – che potrebbe orientarli anche verso contenuti dai costi ridotti – la distanza tra le due offerte rimane considerevole sia per i costi delle stagioni sia per i costi al minuto, come emerge nella fig. 3.

⁵⁹ V. INNOCENTI, G. PESCATORE, *Converging Trends: The Industrial and Content Dynamics of Contemporary Television*, in «Cinergie», n. 24, 20 dicembre 2023, pp. 117-133.

⁶⁰ Sono qui esclusi i film e i contenuti *kids*.

⁶¹ Database Opere, <<https://cinema.cultura.gov.it/database-opere/>> (ultima consultazione: 15 marzo 2024).

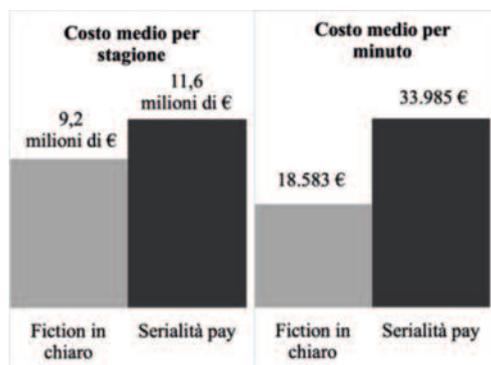


Fig. 3. Costo medio per stagione (in milioni di euro) e costo medio per minuto (in migliaia di euro) delle fiction in chiaro e delle serie pay italiane (2020-2023). Elaborazione basata su un campione di 202 stagioni presenti nel Database opere della Direzione Generale Cinema e audiovisivo, <<https://cinema.cultura.gov.it/database-opere/>> (ultima consultazione: 15 marzo 2024).

L'indagine, se unita alla rilevazione dell'indice di internazionalizzazione (fig. 4), non solo rende conto della crescente rilevanza assunta da queste nuove narrazioni, ma permette anche di tradurre in dato alcuni dei tratti già intuiti e studiati nelle prime riflessioni sulla serialità pay. Per esempio, i costi per minuto possono essere un indizio dei *production values*, da sempre considerati più elevati nella serialità premium rispetto alla controparte in chiaro. Allo stesso modo, l'elevata percentuale di co-produzioni riconferma l'apertura nei confronti dei mercati internazionali: un aspetto che ha evidenti conseguenze in termini di storie e immaginari rappresentati.

Tipologia di offerta	Indice di internazionalizzazione
Fiction in chiaro	9% (12/132)
Serialità pay	21% (20/97)
Totale offerta	14% (32/229)

Fig. 4. Indice di internazionalizzazione: numero di stagioni italiane internazionalmente co-prodotte in rapporto al totale dell'offerta (2020-2023).

Si è quindi di fronte a una scena creativa che risulta ancora poco indagata nella sua totalità e che dimostra un grado di diversità e ampiezza maggiore di quanto spesso teorizzato.

La serialità premium è un universo produttivo che è riuscito, tra prove ed errori, a consolidare diversi modelli di racconto – a volte paralleli a volte tangenti

alla classica fiction in chiaro – e a portarli sugli schermi in maniere inedite, a cavallo tra *streaming* e *broadcasting*. Un variegato panorama generativo che necessiterebbe forse di nuove prospettive e tecniche di misurazione. Sarebbe infatti utile valorizzarne gli articolati percorsi di circolazione – per esempio con il ricorso ad alcune base di dati (come Lumiere VOD), che permetterebbero, se non di rilevarne i consumi, almeno di stimare la presenza e i percorsi di sfruttamento dello *scripted pay* all'interno dei cataloghi on-demand – così da coglierne un proficuo, e probabilmente altrettanto sottodimensionato, rapporto con i pubblici nazionali e internazionali.