

Audiovisivo, mercato in crescita del 10% «Ma ora cambierà la marcia sul Tax Credit»

Media

Il Rapporto Apa presentato al Mia: a 2,17 miliardi di euro il valore della produzione

Andrea Biondi

Per anni il Tax Credit ha funzionato come un motore turbo. Ha alimentato la produzione, moltiplicato i titoli. È stato la benzina che ha fatto correre l'audiovisivo italiano più veloce del Pil nazionale. Ma ora la corsa si farà più selettiva.

È uno dei passaggi del settimo Rapporto sulla produzione audiovisiva nazionale pubblicato dall'Apa (Associazione Produttori Audiovisivi) e che sarà presentato oggi durante la seconda giornata del Mia (Mostra internazionale dell'audiovisivo): l'evento che riunisce a Roma fino al 10 ottobre i più importanti operatori dell'industria audiovisiva internazionale, arrivato alla sua undicesima edizione, diretto da Gaia Triente e promosso da Anica e Apa.

«La crescita della domanda e il Tax Credit (i due elementi che hanno contribuito alla importante crescita dei volumi nel corso degli ultimi anni) non potranno più avere lo stesso effetto espansivo sul settore». E quindi, scrive ancora E-Media nel suo Rapporto che ha stilato

per Apa, «nel quadro di un consolidamento generale del mercato si annuncia una maggiore selezione sui progetti e un orientamento alla qualità del prodotto e alle sue potenzialità di circolazione oltre i confini nazionali».

Prevedibile visto l'ultimo bailamme proprio sulle concessioni a maglie troppo larghe per il tax credit, ma questa è la tendenza per un'Italia dell'audiovisivo che se si volta indietro vede un percorso di crescita arrivato nel 2024 a disegnare i tratti di un settore dal valore della produzione (il costo complessivo di produzione delle opere "Italian Original") di 2,17 miliardi, in crescita del 10% rispetto a un anno prima (in linea con il tasso medio annuo di crescita 2018-2020).

Considerando invece tutte le risorse di mercato attratte dal settore audiovisivo si parla di 16,3 miliardi, in aumento del 9% rispetto al 2023. Si tratta del miglior risultato degli ultimi anni, con una crescita media annua (Cagr) del 4,6% nel periodo 2018-2024. La somma delle opere *scripted* e *unscripted* per la Tv e il video on demand si è attestata a 1,3 miliardi (+4%). Quanto al cinema, le commesse hanno toccato i gli 837 milioni (+19%). Produzione in crescita, dunque, in un quadro occupazionale che vede 128.185 persone coinvolte nelle attività dell'audiovisivo fra cui 55.816 lavoratori autonomi e 46.827 dipendenti (dati della Fondazione Symbola).

«Oggi più che mai i produttori italiani sono chiamati a competere sui mercati globali e il terreno di gioco della competitività è nel segno della qualità

creativa e produttiva e nella capacità di innovazione di contenuti», ha detto la presidente Apa Chiara Sbarigia durante la presentazione del Mia. In questo contesto «globale complesso e competitivo» ha aggiunto Alessandro Usai, presidente di Anica, l'associazione «continuerà a sostenere con convinzione questo percorso che valorizza il Made in Italy e rafforza il ruolo dell'Italia come hub creativo e produttivo al centro delle dinamiche internazionali».

Ora il sistema, puntualizza la presidente Apa parlando al Sole 24 Ore, ha due tipi di sfide. La prima: avere «un sistema di aiuti fortemente caratterizzato dalla certezza di regole e requisiti, dalla rapidità delle assegnazioni e dalla semplicità dei criteri». La seconda: «Avere una Rai più forte e con più risorse, in grado di investire come necessario».

Alla presentazione del Mia hanno partecipato anche Lorenzo Galanti, direttore generale Ice; Lorenza Lei, ad della Fondazione Roma Lazio Film Commission e delegata del presidente della Regione Lazio; Roberto Fiorini (UniCredit) e Lucia Borgonzoni, sottosegretario al Mic. «Il Mia è un evento sempre più strutturato, fondamentale per l'industria» ed emblema della «capacità del settore di lavorare in una logica di filiera», ha detto il sottosegretario annunciando che entro la settimana ci sarà la nomina del nuovo direttore generale del Mic, propedeutica a tutto il lavoro da fare su tax credit e sui vari dossier.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Sbarigia (Apa): «Oggi più che mai competiamo sui mercati globali»
Usai (Anica): «Rafforzare l'Italia come hub creativo»**

