

**Media.** Studio della Cattolica per Apt: dall'entertainment 300 milioni di ricavi (3,9% del mercato tv) per le società indipendenti

# Tv, produzioni italiane al lumicino

## Giacomelli: governo pronto ad allargare il tax credit anche all'intrattenimento

**Andrea Biondi**

Un confronto per dare subito l'idea: in Italia il business delle società di produzione per la parte di intrattenimento è stimato nel 2015 a quota 300 milioni di euro: il 3,9% sui ricavi dell'intero comparto tv; in Uk il business è 5 volte tanto (1,5 miliardi) con un'incidenza del 18,8% sui ricavi totali.

Numeri e confronti nello studio «Il Valore della produzione. L'intrattenimento come risorsa economica e culturale» - commissionato all'Università Cattolica da Apt (l'Associazione dei produttori televisivi guidata da Marco Follini) - ce ne sono a sufficienza per dare un confort quantitativo a una realtà sotto gli occhi di tutti: la produzione indipendente in Italia ha numeri lontani da un livello accettabile. E in tempi di offerte sempre più on demand e di una sfida con nuovi player da giocare soprattutto sulla qualità questi numeri rappresentano altrettanti gap.

Secondo la ricerca, gli occupati nel settore in Italia sono 8.500, con 3.800 contratti a tempo determinato all'interno di un'industria che nel 2015 ha fornito il 31% delle ore di intrattenimento totali trasmesse dai broadcaster (il resto è produzione interna). Un'industria in grado di produrre 290 titoli

nell'ultimo anno, ma di cui solo il 5% in format originali italiani.

Ben diversa la situazione altrove. Per esempio in Uk che è leader nell'esportazione di format di intrattenimento, con 122 adattamenti solo nel 2015 e un numero di case di produzione sceso dal 2001 al 2014 da 500 a 259: segno di ottimizzazione delle risorse. Anche per la Francia il valore dei format esportati è passato dai 13 milioni del

### LE PROPOSTE

Dallatana (Rai2): «Allo studio slot dedicati ai prodotti più innovativi»  
Nieri (Mediaset): «Un patto fra produttori e broadcaster»

2008 a 25,4. E ci sono le Fabrique des Formats, incubatori realizzati in sinergia fra banche e ministero dell'Industria. Israele, Paesi Bassi, Irlanda sono gli altri tre Paesi portati a esempio.

Capacità di esportare che manca, problemi sui diritti fra produttori e broadcaster, procedure di commissioning spesso legate solo a rapporti di fiducia e mancanza di chiarezza in caso di co-produzione sono punti problematici.

«Siamo disponibili a ragionare con il settore» ha detto il sottosegretario alle Comunicazioni Antonello Giacomelli a proposito dell'allargamento del tax credit all'intrattenimento made in Italy da esportazione. Un'apertura da considerare «molto positivamente» ha commentato Paolo Bassetti, presidente e ad di Endemol Shine Italy per il quale «la questione dei diritti è centrale». Ne è convinta Laura Carafoli di Discovery («stiamo investendo e la chiarezza con i produttori ci sta premiando») come Remo Tebaldi di Sky, intervenuti alla presentazione della ricerca. Gli occhi di tutti sono però puntati sul servizio pubblico, chiamato a fare da volano. «In Rai stiamo studiando, dal 2017, l'istituzione di slot per le produzioni indipendenti più innovative», ha raccontato Ilaria Dallatana (Rai2) che quest'anno potrà contare anche su uno show con la star Mika. «C'è una direttiva Ue - ha puntualizzato Gina Nieri (Mediaset) - per nulla soddisfacente, visto che deresponsabilizza piattaforme di videosharing come Youtube o Facebook. Detto ciò, mi piacerebbe che broadcaster e produttori lavorassero a un patto di partecipazione agli investimenti».

### I modelli di offerta: titoli e ore di trasmissione

Produzione di intrattenimento 2015

