

## L'ANIMAZIONE ITALIANA ENTRA ALLA CAMERA DEI DEPUTATI E ANNUNCIA: SI CAMBIA MARCIA

**Soddisfazione per l'attenzione delle Istituzioni e grandi prospettive per il futuro dell'audiovisivo in animazione dopo la presentazione di Asseprim in collaborazione con Cartoon Lombardia all'Intergruppo Cultura della Camera dei Deputati**

**Martedì 13 Ottobre 2015, la Sala del Mappamondo presso la Camera dei Deputati a Roma è stata la sede di un evento che ha saputo attirare l'attenzione delle Istituzioni sul cinema di animazione e le sue prospettive di sviluppo, alla presenza di uno dei Vicepresidenti della Camera che ha aperto i lavori e radunando un alto esponente del Governo, affiancati da esponenti di tutte le forze politiche presenti in Parlamento.**

L'evento è stato aperto dall'On. **Antonio Palmieri**, deputato di Forza Italia, che ha sottolineato come per la prima volta nel Parlamento Italiano si parlasse di animazione. Un'iniziativa nata da un'idea del Presidente di Asseprim **Umberto Bellini**, mirata ad ascoltare le esigenze del comparto per sollecitare un dialogo tra aziende del settore e Istituzioni; un primo tassello per creare un dialogo continuo a sostegno di un comparto che rappresenta un'eccellenza tutta italiana, il cui rilancio può incidere anche su aspetti occupazionali, in particolare dei giovani, evitando oltretutto una fuga di capitale umano verso l'estero.

Il Vicepresidente della Camera **Simone Baldelli**, nel dare il benvenuto ai presenti, ha sottolineato la problematicità della sostanziale assenza dell'Italia da un mercato che vale oltre 200 miliardi di dollari. Un interrogativo rilevante a cui bisogna dare al più presto risposte.

L'On. **Antonello Giacomelli**, Sottosegretario alla Sviluppo Economico, ha voluto testimoniare con la sua presenza l'importanza che viene assegnata a questo comparto all'interno del tessuto imprenditoriale nazionale; ha evidenziato 3 temi strategici: 1 il Tax Credit come primo tassello di un processo più articolato di cui lo Stato si deve fare soggetto principale, puntando su una maggiore presenza del prodotto italiano sui mercati internazionali anche al fine di generare ritorni sull'investimento; 2 con riferimento al suo recente viaggio in Cina, ha evidenziato come l'industria del settore di quel Paese sia alla ricerca di opportunità, in particolare in Italia, in quanto vicinanza culturali e partnership vantaggiose, possono rendere fattibili eventuali progetti e co-produzioni; 3 il comparto dell'animazione secondo la visione del Governo deve avere un approccio più globale, aprendosi ai mercati e all'esportazione in modo più focalizzato rispetto alla situazione attuale. A conclusione dell'intervento ha rivolto un esplicito invito a tutte le forze coinvolte a voler cambiar marcia: certo il Governo c'è in questa partita, ci dovrà essere la Rai, ci dovranno essere anche tutte le aziende del settore.

Sono seguiti 3 panel di discussione, moderati dal giornalista de Il Sole 24 Ore **Marco Mele**.

**Bruno Bozzetto**, icona dell'animazione del nostro Paese, ha affrontato il tema relativo alle difficoltà che esistono oggi in questo comparto nonostante la passione che esiste sia a livello di imprese che di fruitori di questa forma di *entertainment*; ha sottolineato che l'animazione non è un prodotto solo per bambini ma che è un prodotto educativo anche e soprattutto per adulti e che una delle problematiche maggiori di questo comparto è la mancanza di continuità di lavoro che si lega ad una mancanza di una "strategia-Paese".

**Antonio Urrata**, Direttore della Fondazione Ente Cinema, ha illustrato gran parte delle iniziative che la Fondazione sta portando avanti per valorizzare la cinematografia italiana, fotografandone forze e debolezze che rispecchiano anche forze e debolezze dell'animazione.

L'On. **Marco Follini**, Presidente dell'Associazione Produttori Televisivi, ha rimarcato come lo Stato debba assumersi in forma diretta alcune responsabilità che non possono, come successo sino ad ora, essere delegate ad altri soggetti. In particolare ha messo in evidenza che dalle reti generaliste

italiane, dallo scorso 2014, sono sparite le trasmissioni per bambini e che oggi l'animazione viene programmata solo su reti tematiche. Altro aspetto critico sottolineato è che, a quelli che sono i principi di legge definiti per la televisione per l'infanzia dagli organi di controllo, vengono in modo incomprensibile concesse delle deroghe. Ha concluso invitando le autorità politiche a riflettere se il modello a cui ispirarsi è quello della BBC inglese, modello validissimo ma probabilmente difficilmente adattabile al contesto economico italiano, o non ripensare al modello francese forse più adatto al nostro paese.

**Riccardo Trigona**, Presidente di Cartoon Lombardia, ha evidenziato la difficoltà per il settore dovuta alla mancanza di una legislazione chiara e di forme di incentivi applicabili in tempi brevi.

Ha successivamente messo in evidenza come in altri Paesi gli investimenti in animazione possano generare effetti moltiplicativi: ad esempio in Francia per ogni Euro investito in animazione, allo Stato ritornano 4,5 Euro.

**Luigi Viganò**, Vice-Presidente Asseprim, si è soffermato sui dati relativi al settore dell'animazione italiana, confrontandoli a livello globale e con il mercato francese; ne emerge che, nella sua totalità del mercato globale, una parte rilevante di ricavi deriva dall'animazione cinematografica, oltre che da quelle di serie televisive e videogiochi, per effetto anche di un allargamento globale creato dai mercati emergenti e dalle nuove tecnologie che sono alla ricerca di contenuti. A fronte di una complessiva crescita nei mercati esteri, in Italia, il mercato dell'animazione dove ha rilevanza, ovvero nella produzione televisiva, subisce comunque un trend a ribasso, causato da una parte dalla cancellazione di ore di trasmissione nei canali generalisti, dall'altra dalla poca presenza di prodotti italiani sulle reti tematiche.

**Giorgio Scorza**, Vicepresidente di Cartoon Lombardia e Cartoon Italia, ha sottolineato come la mancanza di un sistema di incentivazione in Italia abbia obbligato le aziende a dover trovare società di co-produzione straniera che, per effetto moltiplicativo dei loro incentivi nazionali, sono diventate i soggetti principali nonché tenutari dei maggiori diritti/profitti di un prodotto che trae origine creativa nel nostro Paese.

Inoltre la scuola italiana, strumento di formazione eccellente, a causa della mancanza di pianificazione produttiva che generi continuità di lavoro per il comparto, impedisce di consolidare la presenza di professionisti nel nostro paese, favorendo la fuga verso l'estero per trovare lavoro continuativo e successo professionale.

**Paolo Messa**, neo consigliere di amministrazione della Rai, ha sottolineato il delicato e strategico ruolo politico-educativo affidato alla televisione pubblica verso i bambini e le famiglie. Ha ribadito l'importanza di riflettere sulle modalità di inserimento della pubblicità nei programmi per bambini. Conferma l'impegno del Cda Rai a sostenere il mercato dell'animazione, non tanto nella logica assistenziale ma con un approccio virtuoso. Invita infine a collaborare al disegno di legge di riforma del sistema radiotelevisivo, partendo dalla delega al Governo per regolamentare il settore audiovisivo con particolare riferimento all'animazione per i bambini.

L' On. **Luca Frusone**, deputato di M5S, ha sottolineato la forte valenza educativa dell'animazione e dei messaggi in essa contenuti, non solo per i bambini ma anche per gli adulti. In tal senso ha confermato dunque la forte attenzione ed interesse del suo gruppo parlamentare a valutare e sostenere iniziative che mirino a incentivare il comparto.

L'On. **Anna Ascani**, deputata PD, ha sottolineato come la presenza di Parlamentari di diverso colore politico e di autorevoli esponenti del Governo italiano sia testimonianza di interesse per questo mercato e per ciò che ne può derivare; ha rimarcato come sia importante che tutte le forze, non solo politiche ma anche e soprattutto quelle imprenditoriali, debbano fare fronte comune per ridefinire le regole di questo mercato anche alla luce delle prossime scadenze contrattuali sia con la Rai che con l'emittenza privata, ridefinendo la centralità dell'animazione nel ruolo di educatore e di ambasciatore della cultura italiana all'estero.