

INTRODUZIONE

Il presente elaborato consente di concepire il cinema non solo come una funzione culturale, che richiede il supporto dello Stato senza garantire guadagni, ma anche come possibile mezzo di sviluppo economico di una regione, in grado di valorizzare il territorio attraverso la promozione delle bellezze naturali e dei luoghi d'interesse storico-artistico e di produrre vantaggi economici, legati, appunto, al rilancio del turismo e ai possibili proventi erogati dai produttori.

Le Regioni che per prime si sono dimostrate molto attive nella promozione, nel finanziamento e nel sostegno del comparto cinematografico e audiovisivo, sono state il Piemonte e l'Emilia Romagna, già a partire dalla fine degli anni novanta.

Col passare del tempo, la situazione è andata a migliorare sempre di più, grazie al progressivo affermarsi su tutto il territorio nazionale delle Film Commission.

Si tratta di un fenomeno importato dall'estero che ricalca i modelli già presenti in Francia, Spagna e Germania.

Sono nate come forme di sostegno e di promozione del cinema locale, da parte di enti privati, per poi essere successivamente adottate da parte degli enti pubblici, dopo che questi si sono resi conto delle loro potenzialità.

Dunque, se il settore cinematografico e audiovisivo funziona, la regione si arricchisce ed è in grado, a sua volta, di supportare il medesimo comparto.

Nel primo capitolo analizzeremo l'esercizio cinematografico europeo, con particolare riferimento al Sottoprogramma MEDIA, fautore dello sviluppo e della collaborazione del riparto cinematografico e audiovisivo europeo, il mercato cinematografico europeo negli Stati Uniti e i primi interventi avvenuti in Italia.

Nel secondo capitolo ci occupiamo dei principi e degli elementi che caratterizzano la "Disciplina del cinema e dell'audiovisivo", ossia la legge del 14 novembre 2016, n.220, in particolare analizzeremo il Registro pubblico delle opere cinematografiche, la Cineteca Nazionale e il Fondo per il cinema e l'audiovisivo.

Nel terzo, ci focalizzeremo sulla pietra miliare di questo elaborato: il modello della Film Commission, il cui obiettivo è di attrarre e facilitare il lavoro delle produzioni cinematografiche e audiovisive in un determinato territorio, al fine di acquisire determinati benefici.

Daremo spazio al cinema made in Puglia, sempre più in vetta alla classifica delle Film Commissions.

Nell'ultimo capitolo, ci occuperemo degli incentivi e delle agevolazioni previste per il comparto cine-audiovisivo e dei più recenti interventi adottati per fronteggiare l'emergenza sanitaria Coronavirus (COVID-19).

Si tratta di misure volte a sostenere le difficoltà derivanti dal fermo degli spettacoli di qualsiasi natura, compresi quelli cinematografici.

CAPITOLO I

L'ENERGIA PROMOTTRICE DELLA PRODUZIONE CINE-AUDIOVISIVA IN EUROPA E IN ITALIA

SOMMARIO: 1. L' Europa e il cinema. – 2. La principale azione cinematografica europea: il Sottoprogramma MEDIA. –2.1 (*Segue*) Lo sviluppo dei singoli progetti MEDIA. – 3. La promozione del cinema e dell'audiovisivo in Francia. – 3.1 (*Segue*): La promozione del cinema e dell'audiovisivo in Spagna. – 3.2 (*Segue*): La promozione del cinema e dell'audiovisivo in Germania. – 4. Il mercato cine-audiovisivo europeo negli USA. – 5. I primi interventi in Italia. –6. L'istituzione del Fondo di Garanzia. – 7. Il Decreto Urbani.

1. L'Europa e il cinema

La nascita di una vera e propria politica cine-audiovisiva europea, può essere collocata sul finire degli anni Ottanta quando i paesi membri acquisiscono consapevolezza della rilevanza strategica del settore non solo sotto il profilo della competitività economica a livello internazionale ma anche per le intense ricadute sul piano sociale e culturale.

Le misure dell'Unione europea mirano a permettere alle imprese audiovisive europee di trarre profitto dal mercato unico e di contribuire ad arricchirlo, tenendo conto delle fragilità strutturali di cui soffre l'industria europea del cinema, legate all'aumento dei costi che la domanda non riesce a coprire.

Fragilità strutturali come la sottocapitalizzazione, la scarsa integrazione verticale e orizzontale delle imprese operanti nel settore audiovisivo, l'assenza di reti sovranazionali di distribuzione, implicano una brusca frenata dell'esportazione e della circolazione transnazionale di pellicole europee, generando una preoccupante situazione economica.

Questi problemi vengono fronteggiati sul finire degli anni Ottanta, attraverso la creazione di un quadro normativo in grado di realizzare un unico mercato audiovisivo e di armonizzare le differenti politiche nazionali di sostegno pubblico alla filiera cinematografica; difendendo gli interessi culturali europei mediante l'adozione di provvedimenti esterni nell'ambito delle grandi organizzazioni internazionali (Unesco,

GATT, WTO)¹; finanziando le imprese con contributi e prestiti secondo una linea di integrazione e complementarità rispetto ai meccanismi di sostegno adottati dai singoli Stati membri.

2. La principale azione cinematografica europea: il Sottoprogramma MEDIA

Con riferimento a quest'ultima modalità d'intervento, nel 1991, nasce un Sottoprogramma quinquennale di finanziamento denominato MEDIA², il cui obiettivo è quello di potenziare la competitività e lo sviluppo dell'industria cinematografica europea, a stimolare la collaborazione tra professionisti del settore e la creazione di un mercato aperto, vitale, eterogeneo e competitivo.

Il cinema e l'audiovisivo, in generale, sono i più importanti fattori per la diversità culturale di noi Europei.

L'industria cinematografica e audiovisiva culturale e creativa è una delle nostre più importanti risorse.

Essa promuove e diffonde la nostra diversità culturale e linguistica, e soprattutto costituisce un prezioso motore di sviluppo economico.

Ed è da ormai un quarto di secolo che MEDIA stimola la circolazione transnazionale dei film europei.

Il Sottoprogramma sostiene ed incentiva opere con una notevole dimensione europea e l'applicazione di nuove tecnologie.

Consente ai film e alle opere europee quali lungometraggi, fiction, documentari, animazione, co-produzioni internazionali e videogiochi di essere distribuiti e valorizzati oltre i territori nazionali ed europei.

¹ M. LA TORRE, *la finanza del cinema: economia e mercato, bilancio e fiscalità, finanziamenti e risk management*, Roma, Bancaria Editrice, 2006, p.134

² M. LA TORRE, *la finanza del cinema: economia e mercato, bilancio e fiscalità, finanziamenti e risk management*, Roma, Bancaria Editrice, 2006, p.139

Sostiene progetti per lo sviluppo dell'audience e di alfabetizzazione cinematografica e attività di formazione continua per i professionisti e gli operatori dell'industria cine-audiovisiva.

MEDIA I (1991-1995): il sottoprogramma prevede un finanziamento pari a 200 milioni di ecu per la formazione, produzione, distribuzione, promozione e investimenti, distribuite in 18 strutture collocate nei diversi paesi dell'Unione.

Si è attribuita maggiore rilevanza soprattutto alla distribuzione indipendente, considerata il perno centrale del mercato: grazie ad essa, ogni progetto sostenuto dal MEDIA I può essere diffuso nella maggior parte dei paesi europei.

Esso promuove la produzione europea finanziando diverse mostre e molti festival e ne spende il 60% per la distribuzione internazionale dei film e programmi europei, compreso il sostegno alla rete Cinema europei, che conta 570 cinema in 60 paesi.

A MEDIA Formazione, con un budget di 59,4 milioni di euro, spettano la gestione economica, commerciale e finanziaria, la scrittura delle sceneggiature e le tecnologie multimediali, comprese anche quelle nuove, utili allo sviluppo e alla salvaguardia del patrimonio cinematografico europeo.

MEDIA 2007 (2007-2013): con un bilancio pari a circa 1 milione di euro, gli obiettivi perseguiti sono quelli già dichiarati nei MEDIA precedenti.

Oggi, la politica audiovisiva europea è disciplinata, a livello codicistico, dagli artt. 167 e 173 del trattato sul funzionamento dell'Unione Europea (TFUE).

Il più importante strumento dell'Unione teso ad assistere l'industria cinematografica rimane, ancor oggi, il Sottoprogramma MEDIA di Europa Creativa.

Esso, con uno stanziamento di 824 milioni di euro, per il periodo 2014-2020, mira a fortificare il settore audiovisivo, operando a livello transnazionale e internazionale, agevolando l'acquisizione di nuove capacità e competenze; aumentare lo sviluppo delle opere audiovisive europee che abbiano la probabilità di circolare non soltanto nell'Unione Europea ma in tutto il mondo, e sostenere le coproduzioni internazionali; sostenere la distribuzione nelle sale cinematografiche mediante il marketing e il branding.

Il Sottoprogramma MEDIA prevede diversi settori di intervento: formazione (sostenere attività formative al fine di rafforzare le competenze dei professionisti europei dell'audiovisivo e promuovere gli studenti delle scuole di cinema; appoggiare

le società di produzione europea indipendenti durante lo sviluppo e la produzione dell'opera audiovisiva destinata al cinema, alla tv o al web), distribuzione (promuovere il flusso delle opere audiovisive europee nei diversi Paesi che aderiscono al Programma, al fine di sostenere l'investimento degli operatori nella coproduzione, acquisizione e promozione di film europei non nazionali, mediante tattiche coordinate di commercializzazione; corroborare esclusivamente la circolazione di film europei sul mercato europeo e internazionale, mediante la distribuzione e l'esportazione su qualunque supporto e proiezione in sala), promozione (sostenere la promozione dell'industria audiovisiva europea, al fine di incoraggiare l'accesso e la partecipazione di produttori e distributori europei indipendenti alle principali mostre europee e mondiali; promuovere le opere europee nell'ambito dei grandi mercati internazionali), festival (promuovere i film europei e la loro circolazione in Europa, attraverso il sostegno ai Festival di film e di programmi audiovisivi), distribuzione on-line (sostenere le nuove tecnologie attraverso progetti che sperimentino le uscite concomitanti dei film europei su differenti piattaforme di distribuzione quali , ad esempio, festival, cinema, DVD, servizio Video on Demand, canali televisivi, ecc...), audience development (promuovere l'alfabetizzazione cinematografica e moltiplicare le conoscenze e l'interesse verso le opere audiovisive europee).

MEDIA ricopre un ruolo chiave nella distribuzione cinematografica e audiovisiva; distribuzione fortemente trascurata da alcune legislazioni nazionali, tipo l'Italia che, in passato, non disponeva di nessun aiuto pubblico destinato alle società di distribuzione.

Il Sottoprogramma migliora la circolazione del cinema europeo, rendendola più ampia e getta le basi per un solido network di distribuzione di opere indipendenti, che rappresentano un elemento fondamentale per il settore cine-audiovisivo europeo.

I Paesi partecipanti al Sottoprogramma MEDIA, come indicato dall' EACEA (Education, Audiovisual and Culture Executive Agency), sono: Italia, Francia, Spagna, Germania, Belgio, Danimarca, Austria, Finlandia, Irlanda, Norvegia, Paesi Bassi, Polonia, Svezia, Bulgaria, Cipro, Croazia, Estonia, Grecia, Islanda, Lettonia, Lituania, Lussemburgo, Malta, Portogallo, Repubblica Ceca, Romania, Slovacchia, Slovenia, Ungheria.

Soltanto le prime quattro hanno un alto livello di capacità di produzione audiovisiva e le analizzeremo nei successivi paragrafi.

2.1 (Segue) *Lo sviluppo dei singoli progetti MEDIA.*

“The Whale”, scritto da Andrea Pallaoro e Orlando Tirado, per la regia di Andrea Pallaoro, ha ricevuto il contributo MEDIA nella sessione di gennaio 2015.

Tale contributo è stato fondamentale per il proseguo dell’opera e soprattutto per la realizzazione della stessa.

Ciò ha permesso l’instaurarsi di un assetto produttivo solido con la Francia e il Belgio.

Grazie al contributo MEDIA, sono stati fatti dei sopralluoghi in questi due Paesi, per poter poi arrivare alla stesura di una sceneggiatura che soddisfacesse gli autori, i produttori e tutta la troupe.

Sempre grazie al Sottoprogramma, si è avuta la possibilità di prendere parte a diversi festival in giro per il mondo che hanno evidenziato l’importanza e l’impatto dell’opera nei confronti dei diversi interlocutori.

Fondamentale si è rivelata l’attività di location scouting, allo scopo di individuare i migliori scorci e ambienti che hanno messo in evidenza e reso importante la storia raccontata da Pallaoro.

Importante è anche la candidatura al bando MEDIA dell’opera di Davide Tosco, “Garden Gang”.

Essa ha permesso di condividere importanti progetti di condivisione strategica e di marketing con la Germania, la Gran Bretagna e Singapore.

La casa di produzione e distribuzione cinematografica italiana indipendente “Vivo Film”, si è fatta spazio nel panorama internazionale, specializzandosi coproduzioni internazionali.

Grazie al contributo di Europa Creativa, la “Vivo Film” può sviluppare più progetti nello stesso momento, fornendo un supporto consistente nell’ampliare la capacità produttiva.

Anche la società di produzione e distribuzione cinematografica “Lucky Red” è uno dei principali fruitori dei contributi MEDIA in Italia, già dalla prima distribuzione di film europei non nazionali.

3. La promozione del cinema e dell’audiovisivo in Francia

In Francia, attraverso il Fondo di Sostegno, lo Stato sostiene complessivamente l’industria del cinema francese, mediante il Centre National du Cinéma et de l’Image Animée (CNC).

Il CNC è un ente pubblico che fa da garante per la produzione e per la promozione delle arti cinematografiche e audiovisive in Francia. Fondato nel 1946 come Centre national de la cinématographie (Centro nazionale per la cinematografia) e diretto, attualmente, da Frédérique Bredin.

Il sistema di finanziamento del cinema francese, è rappresentato da altre due fonti che affiancano il Fondo di sostegno del CNC e i fondi regionali.

Esse sono: i sistemi di incentivo fiscale (SOFICA e il credito d’imposta) e il contributo delle reti televisive allo sviluppo della produzione nazionale ed europea.

Uno dei principali canali di incentivo fiscale è rappresentato dalle società di finanziamento dell’industria cinematografica e audiovisiva (SOFICA), istituite con la legge n.695 dell’11 luglio 1985. Qui, i finanziamenti vengono destinati dopo che una SOFICA ha studiato il progetto.

Le SOFICA ricevono una parte dell’incasso dello sfruttamento futuro dell’opera. La loro durata è decennale.

Il credito d’imposta, istituito nel 2004, permette una riduzione d’imposta per l’impresa di produzione accordata sulla base della spesa tecnica del film.

Infine, per quanto concerne i contributi delle emittenti televisive, destinate allo sviluppo della produzione nazionale ed europea, occorre menzionare la tassa sugli incassi nel mercato primario di ogni film di tutte le nazionalità, pari all’11%; quella

sull'incasso delle reti televisive, pari al 5,5% (comprendente il fatturato, la pubblicità e il canone); quella sull'home video, pari al 2,5%.³

3.1 (Segue): La promozione del cinema e dell'audiovisivo in Spagna

I finanziamenti per l'audiovisivo in Spagna, sono gestiti da l'Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuels (ICAA) attraverso il quadro regolamentare costituito dalla legge emanata nel luglio 2001 e operativamente attivata con il Decreto Reale 526/2002.

Il 90% dei finanziamenti previsti dal Fondo è destinato alla produzione.

Gran parte di questi contributi, sono sussidi non rimborsabili e sono calcolati in base all'incasso al box-office, riversando alla società di produzione un contributo pari al 15% dell'incasso nel primo anno di programmazione della loro pellicola.

Il sostegno non può sfiorare il 33% dei costi di produzione dell'opera cinematografica su cui si ottiene il contributo⁴. In attesa dei consapevoli aiuti, è basilare il prestito bancario per la realizzazione di un'opera cinematografica e, per questo, l'ICAA stabilisce annualmente accordi con l'Istituto di Credito Ufficiale, che elargisce il denaro alle banche a cui i produttori richiedono i capitali per girare il film e l'ICAA paga gli interessi su questi mutui.

Inoltre, dal 2005, le reti televisive spagnole, hanno l'obbligo di investire il 5% del loro turnover nella produzione di prodotti filmici.

³ DOCUMENTAZIONE PARLAMENTARE – CAMERA DEI DEPUTATI: *i sistemi radiotelevisivi pubblici di Francia, Germania e Spagna, con particolare riferimento alla governance e ai meccanismi di finanziamento*, 26/02/18, www.temi.camera.it

⁴ DOCUMENTAZIONE PARLAMENTARE – CAMERA DEI DEPUTATI: *i sistemi radiotelevisivi pubblici di Francia, Germania e Spagna, con particolare riferimento alla governance e ai meccanismi di finanziamento*, 26/02/18, www.temi.camera.it

3.2 (Segue): la promozione del cinema e dell'audiovisivo in Germania

I finanziamenti per il cinema e l'audiovisivo, in Germania, sono costituiti prevalentemente dai fondi regionali che, rappresentano le maggiori risorse per la produzione cine-audiovisiva.

Questa organizzazione è riconducibile alla formazione politica del paese, ossia una repubblica federale composta da Regioni autonome non solo dal punto di vista amministrativo ma anche per quanto riguarda la cultura e l'audiovisivo.

Tutte le regioni hanno il diritto di formare un proprio fondo per dirigere l'erogazione di sussidi ad opere cine-audiovisive che rispettino determinati requisiti, tra cui quello di girare nella regione che stanziava i contributi.

Suddetti fondi sono alimentati dai proventi dell'industria cinematografica ed audiovisiva e dai contributi delle emittenti televisive, sia pubbliche che private.

Il più importante fondo federale, guidato dal ministero per gli affari culturali è il *Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien* (BKM).

Esso, ogni anno, grazie alle entrate fiscali, stanziava un fondo di 30 milioni di euro⁵ da elargire ai film ad alto contenuto culturale.

4. Il mercato cine-audiovisivo europeo negli USA

L'Europa è la più grande esportatrice di opere audiovisive negli Stati Uniti (circa il 60%).

Quello americano è uno Stato federale e ciò, permette che molte leggi vengano regolamentate da esso, inclusa la tassazione sull'audiovisivo.

Si tratta di un panorama variegato e in continua evoluzione, come lo è, in linea generale, per il finanziamento delle arti.

⁵ DOCUMENTAZIONE PARLAMENTARE – CAMERA DEI DEPUTATI: *i sistemi radiotelevisivi pubblici di Francia, Germania e Spagna, con particolare riferimento alla governance e ai meccanismi di finanziamento*, 26/02/18, www.temi.camera.it

Il sostegno al cinema europeo mira al rafforzamento competitivo, ad aumentare le esportazioni all'interno e al di fuori dell'Unione europea, ad incrementare l'occupazione, a realizzare opere che ne custodiscano la diversità e a sviluppare nuove forme d'arte.

Bisogna, però, soffermarsi sulle difficoltà economiche, prima tra tutte il deficit commerciale con gli Stati Uniti e, allo stesso tempo, comprendere che le imprese europee devono investire molto nella produzione internazionale.

In questa prospettiva, lo strumento della coproduzione rappresenta un modello d'investimento che è di gran lunga capace di competere con il cinema statunitense, grazie a molteplici vantaggi come l'ampliamento dei mercati di sbocco (non più limitati ai confini della nazione d'origine), l'assunzione del rischio d'impresa, la realizzazione di opere concepite per un mercato internazionale e una miglior diffusione transnazionale delle opere.

La coproduzione internazionale permette ai produttori provenienti dai diversi paesi europei di realizzare un'opera filmica, con l'ausilio di benefici economici attribuiti in relazione alle risorse finanziarie, artistiche e organizzative messe a disposizione, e con l'aiuto degli operatori di settore. Un caso interessante è rappresentato dalla MovieWeb⁶.

Si tratta di una società di produzione cinematografica che lavora attraverso il sistema di coproduzione internazionale, grazie al quale ottiene sussidi sul mercato europeo, puntando ad una commercializzazione transnazionale di opere filmiche di alta qualità in grado di competere con i blockbuster americani e orientate ad un mercato più esteso di quello nostrano.

Grazie ai sussidi federali e a quelli rilasciati dalle università, come l' University of California di Los Angeles (UCLA), il cinema americano acquista i caratteri di una vera e propria macchina finanziaria, dove l'arte diventa strumento di guadagno. Basti pensare alla più importante e gloriosa istituzione: Hollywood.

Le agenzie federali in grado di offrire contributi per le opere filmiche sono due: il National Endowment for the Humanities e soprattutto il National Endowment for the

⁶ M. LA TORRE, *la finanza del cinema: economia e mercato, bilancio e fiscalità, finanziamenti e risk management*, Roma, Bancaria Editrice, 2006, p.134