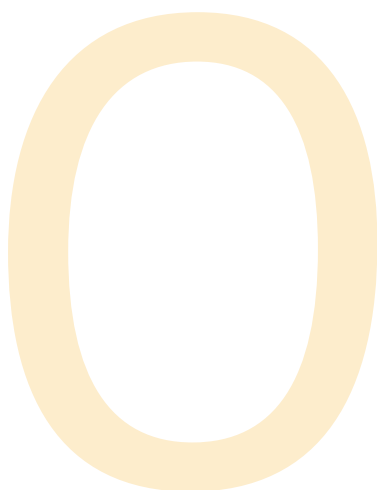


TAX SI GIRA

Le agevolazioni fiscali diventano un volano per l'attrazione delle produzioni cinematografiche. Il sistema in Italia sembra funzionare a dovere. **MAG** ne ha parlato con Gian Marco Committeri

di giuseppe salemme



Oscar Wilde scriveva che quando i banchieri si riuniscono per cena discutono di arte, mentre quando gli artisti si riuniscono per cena discutono di denaro. Quando l'arte in questione è il cinema, l'assunto dello scrittore inglese appare particolarmente azzeccato. Ciò che distingue una produzione audiovisiva

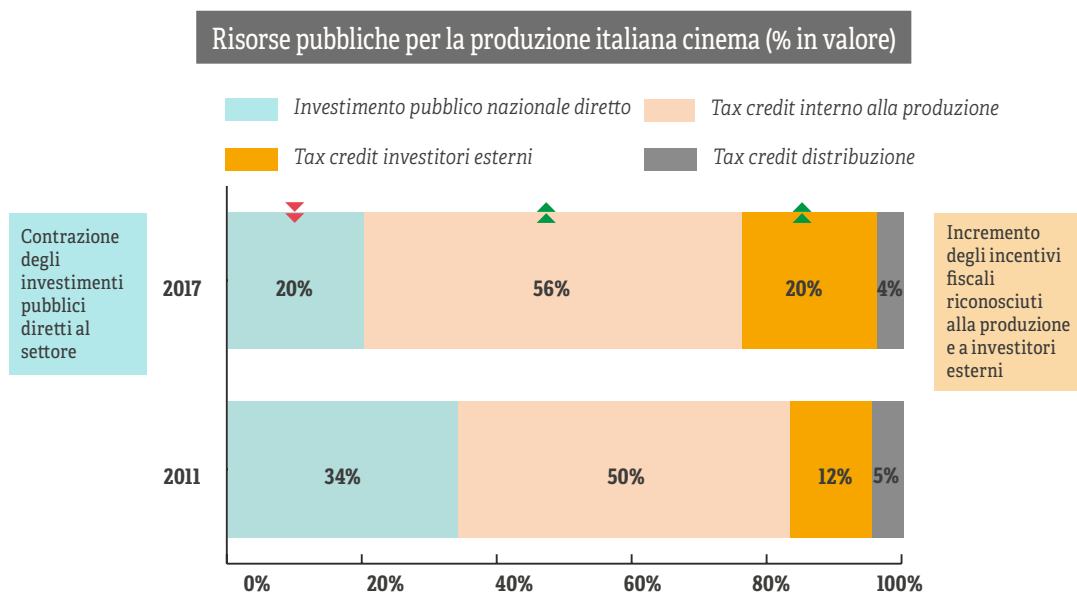
da praticamente ogni altro tipo di arte è, infatti, l'assoluta inscindibilità tra la sua componente artistica e quella finanziaria. È per questo che i programmi di tax credit nazionali per la cinematografia sono così centrali nel panorama odierno del settore: premiano la scelta della produzione di girare in un determinato luogo garantendo un considerevole risparmio d'imposta (in Italia l'attuale normativa prevede che sia compreso tra il 15% e il 30%) per le riprese in un dato luogo, e conseguentemente al regista di avere più risorse a disposizione e girare in loco. Il 23 settembre, al Forum delle Economie di Roma, si è svolta la conferenza Unicredit per il Cinema proprio sul tema "Finanziare cinema e audiovisivo": presenti, tra gli altri, **Francesco**

Rutelli, presidente dell'Anica (Associazione nazionale industrie cinematografiche audiovisive), e **Giampaolo Letta**, componente dell'advisory board italiana della banca. Presente anche, in rappresentanza della società *Smart Consulting*, **Gian Marco Committeri**, fiscalista, socio dello studio Alonzo Committeri ed esperto di tax credit per le produzioni cinematografiche. «Il motivo principale per cui i programmi di tax credit sono fondamentali è che gli investimenti che sono capaci di attrarre, specie quelli stranieri, superano spesso il vantaggio fiscale concesso, che in questo modo sostanzialmente si autofinanzia» spiega Committeri a MAG. «La produzione del solo *The Tourist*, tra i primi a usufruire del programma di tax credit italiano, investì a Venezia, luogo delle riprese del film, oltre 12 milioni di euro. E tutto ciò indipendentemente dalle ulteriori



GIAN MARCO COMMITTERI

La leva fiscale può agire da volano per lo sviluppo di collaborazioni
Il tax credit si conferma un driver per la crescita e attrattività del business



*fonte: elaborazione MAG su dati MIBAC "Tutti i numeri del cinema italiano anno 2017" (2018)

Fonte: UniCredit S.p.A. - Corporate Sales & Marketing



DAL LOCALE AL GLOBALE, DALLA SALA ALL'ONLINE

L'avvento di servizi streaming come Netflix e Amazon Prime Video sta indubbiamente cambiando il panorama dell'industria cinematografica. Pur rimanendo, nei numeri, ancora di nicchia rispetto ai broadcaster tradizionali, la loro ascesa è rapidissima e i loro obiettivi sono di scala globale. Recentemente, il Parlamento Europeo ha approvato la modifica della direttiva 2010/13/EU sui servizi audiovisivi, allargando anche ai servizi streaming l'obbligo di investire in produzioni "domestiche": il 30% dei contenuti presenti sui relativi cataloghi dovrà essere di produzione europea.

«L'obbligo di produzioni domestiche è importantissimo» ricorda **Gian Marco Committeri**, fondatore della società Smart Consulting, «anche se in Italia per le TV c'è da sempre. Il ruolo del broadcaster è fondamentale: nessuna produzione al mondo riuscirebbe a essere economica senza l'apporto del broadcaster. I film in particolare, che ormai incassano sempre meno dalle sale». Ma la rivoluzione nel segmento broadcasting portata dai servizi streaming sembra stia modificando i modus operandi dei produttori nei confronti delle reti: «Oggi i produttori cercano sempre più di riservarsi qualche diritto per un'utilizzazione ulteriore, magari concedendo esclusive solo temporanee o mantenendo propri i diritti per la distribuzione online».

Ci sono anche scelte addirittura più estreme: «Altri produttori, come **Andrea Occhipinti** con *Sulla mia pelle*, il docufilm sugli ultimi giorni di **Stefano Cucchi**, stanno decidendo di distribuire in esclusiva su Netflix, e non in sala o in TV» aprendosi così a un pubblico più vasto, almeno potenzialmente.

Questi cambiamenti nel mercato si ripercuoteranno certamente anche sulle opere stesse: sarà la corsa al catalogo dei servizi streaming il futuro delle produzioni audiovisive, anche locali o indipendenti? Secondo Committeri sì: «Sicuramente ci sarà una corsa a fare film di appeal internazionale. Magari anche cinematografici, ma che dopo la sala non andranno in TV ma sul web». Un esempio di prodotto che ha seguito questo percorso può essere *La casa di carta*, serie di produzione spagnola divenuta fiore all'occhiello delle esclusive di Netflix proprio per la sua capacità di attrattiva globale. ■

componenti indotte come quella del cineturismo, che è molto importante: basti pensare all'impennata che ha avuto Matera dopo che vi fu girato *The Passion Of Christ* nel 2002. Ora Matera è capitale europea della cultura e proprio in questi giorni ci stanno girando il nuovo film di James Bond; uno spettacolo, con sparatorie e inseguimenti tra i sassi che saranno visti in tutto il mondo».

Ma quanto incide la presenza o meno di un programma di tax credit nella scelta delle location da parte delle produzioni? Secondo Committeri moltissimo: «È assolutamente l'elemento principe su cui si basa la scelta, fino al punto che le produzioni possono decidere di ambientare un film in Italia piuttosto che in un altro Paese solo sulla base di quanto risparmio d'imposta gli sarà garantito. Basta guardare l'esempio di Woody Allen - regista notoriamente innamorato dell'Italia e della sua tradizione cinematografica - che ha girato film per 30 anni in tutto il mondo, ma non è venuto in Italia finché non c'è stato il tax credit». Dopotutto, non bisogna dimenticare che il mezzo cinematografico offre diverse alternative alla ripresa diretta in location: «Anche per i film necessariamente ambientati in Italia, c'è sempre la possibilità di ricostruire una location in un teatro di posa, ultimamente soprattutto nell'est Europa, o in computer grafica. Con buona pace dell'immagine

dell'Italia nel mondo, perché ovviamente la resa non sarà mai la stessa. E, soprattutto noi italiani ci accorgiamo subito se stiamo guardando davvero Trastevere o se è una ricostruzione».

Va considerato, in aggiunta, che le maestranze italiane in questo campo sono di prim'ordine: «A Cinecittà è stata fatta la storia del cinema. Martin Scorsese decise di girarci il suo *Gangs of New York* ancora prima che ci fosse il tax credit, nel 2001; sicuramente per le sue origini italiane e per la devozione che nutre verso il nostro cinema, ma anche perché era consapevole che avrebbe trovato professionisti di spicco. Unire questi asset a un programma di tax credit

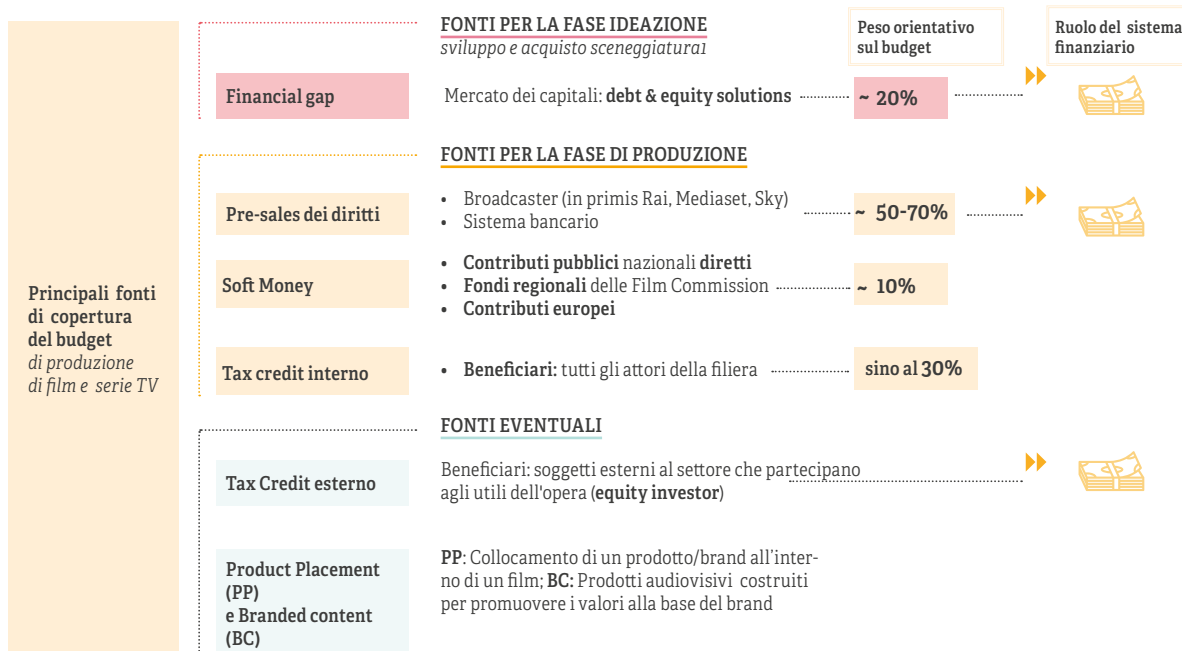
efficiente rende l'Italia un luogo allettante per qualsiasi produzione».

Il primo programma di tax credit per il cinema è stato implementato in Italia con la finanziaria del 2008 (legge 24 dicembre 2007 n.244), e da allora è stato continuamente sviluppato ed espanso, di pari passo con l'aumento del numero di pellicole che ne hanno usufruito. Oggi la normativa di riferimento è contenuta nella legge 14 novembre 2016 n. 220, e nel 2017 il ministro Franceschini ha aperto la piattaforma online onnicomprensiva Italy for movies, tramite la quale è possibile accedere in maniera trasparente e immediata a tutti gli incentivi fiscali esistenti per le varie parti

d'Italia, scoprire quali film ne hanno usufruito in passato e persino programmare visite nei luoghi delle riprese.

«Il tax credit in Italia è ormai a regime», spiega Committeri. «Sono "soft money" che spettano in maniera praticamente automatica, sia alle produzioni straniere che a quelle italiane, con regole sostanziali e procedurali assolutamente semplici e trasparenti. I finanziamenti all'industria prenderanno sempre più questa forma, abbandonando quella "classica" delle assegnazioni dirette di fondi, magari da parte delle film commission regionali, che sono in calo». Il motivo di questa traslazione è presto detto: «L'automatismo del tax credit ha fatto venire

Il sistema finanziario è un partner strategico per aiutare le imprese a scrivere la propria "sceneggiatura finanziaria"



1) Questa fase include da un lato l'acquisizione dei diritti dell'opera da sceneggiare e/o la realizzazione sceneggiatura

Fonte: UniCredit S.p.A. - Corporate Sales & Marketing



L'AUTOMATISMO DEL TAX CREDIT HA FATTO VENIRE MENO QUELLA NEBULOSITÀ CHE POTEVA TALVOLTA ESSERCI NELL'ASSEGNAZIONE DIRETTA DI FONDI, CON OVVI EFFETTI POSITIVI SULL'AMBIENTE IN GENERALE E SULLA CONCORRENZA: TUTTI HANNO DIRITTO AL BENEFICIO E QUINDI SI PARTE TUTTI DALLA STESSA CONDIZIONE

meno quella nebulosità che poteva talvolta esserci nell'assegnazione diretta di fondi, con ovvi effetti positivi sull'ambiente in generale e sulla concorrenza: tutti hanno diritto al beneficio e quindi si parte tutti dalla stessa condizione». Motivazioni simili hanno segnato la sorte di un'altra misura di credito, rivolta agli investimenti da soggetti esterni alla produzione: «È un meccanismo che va verso l'abbandono a causa di una storia di operazioni non troppo trasparenti». Tuttavia, esiste ancora qualche aspetto sul funzionamento dei crediti che può migliorare. «Talvolta il credito fiscale è superiore ai debiti fiscali

effettivamente assunti dal produttore esecutivo italiano (che è il diretto beneficiario del tax credit, anche se per conto della produzione straniera). In una situazione del genere, servirebbe sollecitare le banche ad affinare e rendere più efficienti i meccanismi di cessione del credito, in modo da non favorire solo i grandi produttori italiani, gli unici che hanno disponibilità economiche tali da poter ripagare direttamente le controparti americane. Ma, devo dire, qualcosa si sta muovendo anche in questo senso. Quando quest'ultimo tassello andrà al suo posto l'intero processo sarà molto efficiente». ■

UN'OCCASIONE ANCHE PER LE SALE



All'interno di tutti i discorsi sull'evoluzione del mercato cinematografico, peraltro, a essere sempre trascurato è il ruolo delle sale. Ma alla conferenza romana di Unicredit si è parlato anche di queste ultime: nonostante la contrazione ormai consolidata del loro ruolo nel business cinematografico, l'interesse per la sala sembra vivo sotto la cenere, e con gli investimenti giusti da parte dei gestori potrebbe tornare ad ardere: «Anche in questo campo, però, bisogna lavorare sull'appeal» sostiene **Gian Marco**

Committeri, fiscalista, socio dello studio Alonzo Committeri. «Il concetto di base è che per portare al cinema uno che sta più comodo a casa, bisogna farlo stare più comodo al cinema. A Londra, per esempio, ci sono sale di altissimo livello, in cui magari paghi il biglietto un po' di più ma hai sedili comodi, finger food e drink all'intervallo, proiezioni e audio di qualità. Anche in Italia cominciamo ad avere qualche esempio in questo senso: tra i multisala c'è l'Odeon di Milano che ha una sala premium, mentre a Napoli c'è il cinema Hart». In ogni caso, è tutto nelle mani dei gestori, anche se «ci sono dei programmi di tax credit anche per l'innovazione delle sale, che devono essere contestuali a una programmazione più eclettica, fatta magari anche di retrospettive ed eventi extra-cinema oltre che dei soli film di prima visione, il tutto nell'ottica di una diversificazione dei ricavi», conclude Committeri. ■