**ANICA – CARTOON ITALIA / STATI GENERALI DELL’ANIMAZIONE / 1° MARZO 2016**

**TAX CREDIT**

A decorrere dal 1° gennaio 2014, gli incentivi fiscali, già previsti sotto forma di credito di imposta per le produzioni cinematografiche, sono stati estesi ai produttori indipendenti di opere audiovisive. Il beneficio si sostanzia in un credito di imposta in misura pari al 15% del costo eleggibile delle opere audiovisive ammissibili ai benefici previsti nel decreto attuativo, fino all'ammontare massimo annuo di 3,5 milioni di euro per ciascun periodo d´imposta (art. 8 dl 91/2013 come modificato da art. 6 dl 83/2014).

E’ un provvedimento che va nel senso di un deciso rafforzamento dell’industria italiana di contenuti audiovisivi, ma che riteniamo debba essere oggetto di modifiche al fine di renderlo ancora più idoneo allo scopo che si è prefisso.

In particolare, riteniamo di fondamentale importanza la modifica della definizione di produttore indipendente prevista nel decreto sul tax credit ( in analogia a quella contenuta nell'art.2 comma 1 lett. p) del Tusmar) poiché non prende in considerazione il fatto che in Italia fino ad ora siamo stati in una situazione di mercato quasi “monopolistico”. Almeno nel settore dell'animazione , i produttori indipendenti hanno destinato la quasi totalità della propria produzione alla RAI , anche perché le altre emittenti non hanno rispettato le quote di investimento previste nell'art. 44 del dlvo 177/2005 con la conseguenza che la domanda di prodotti realizzati dai produttori indipendenti attribuibile alle emittenti minori è del tutto marginale. Proponiamo, dunque, di sopprimere il periodo “che per un periodo di tre anni non destinino almeno il 90 per cento della propria produzione ad una sola emittente” nel comma 5 dell'art.8 dl 91/2013 come modificato da art. 6 dl 83/2014 o meglio ancora di rivedere la definizione di produttore indipendente intesa come "società di produzione indipendente" ritenendo idonea a tal fine la definizione di Creative Europe :

“An independent company is a company which does not have majority control by a television broadcaster, either in shareholding or commercial terms. Majority control is considered to occur when more than 25% of the share capital of a production company is held by a single broadcaster (50% when several broadcasters are involved).”

Inoltre, dovrebbe essere data attuazione al Tax Credit esterno anche per il settore audiovisivo che consentirebbe al mercato di essere più dinamico permettendo a investitori esterni alla filiera produttiva di intervenire come finanziatori a fronte di notevoli vantaggi, in analogia a quanto già avviene per il settore cinematografico dove lo strumento, in vigore ormai da anni, ha dimostrato non solo di funzionare ma anche la sua idoneità ad attrarre investimenti.

Infine, riteniamo che per rinforzare il tessuto industriale del settore dell’animazione con un aumento dei posti di lavoro e rendere i produttori e agli studi di animazione italiani realmente competitivi, a livello di costi, con gli altri paesi europei ed extra-europei in cui il tax-credit è già in atto (Francia, Lussemburgo, Belgio, Irlanda, Inghilterra, Canada…) sia necessario aumentarlo almeno al 30%.

Studi e simulazioni condotte in Francia , paese comparabile all'Italia sia come dimensioni del mercato che del bacino d'utenza, in vigenza del tax credit al 20%, hanno dimostrato che ogni euro di credito d'imposta ha generato 8,10 € di spese in Francia di cui 5,40 € di stipendi e oneri sociali e quindi almeno 3,10 € di introiti diretti per lo Stato francese.

Segnaliamo a questo proposito la grande ricaduta economica in termini di posti di lavoro, imposte sul reddito, investimento tecnologico che la produzione di “Cattivissimo Me 2”, realizzata interamente a Parigi, ha avuto. Infatti, ogni euro di credito d'imposta ha generato 8,70 € di spese in Francia di cui 6,10 € di stipendi e oneri sociali, quindi ogni euro di credito d'imposta ha generato almeno 3,90 € di introiti diretti per lo Stato francese.

Queste considerazioni hanno indotto il governo francese nel 2016 ad aumentare il suo tax-shelter al 30% per un ulteriore rilancio dell’industria dell’audiovisivo.

**DIRITTI**

Al fine di far crescere e consentire l’ulteriore sviluppo nel tempo del settore audiovisivo in generale , e delle opere audiovisive in animazione in particolare, si ritiene necessario intervenire sulle dinamiche del mercato dei diritti di sfruttamento licenziati, pre-acquistati o acquistati dalle emittenti televisive per garantire al produttore indipendente un’utilizzazione completa e incondizionata dei diritti dell’opera audiovisiva.

In particolare, è indispensabile chiarire a livello legislativo che la titolarità dei diritti di sfruttamento di un’opera audiovisiva spetta al produttore indipendente che abbia acquisito direttamente dagli autori la disponibilità del soggetto ed abbia organizzato la produzione dell’opera.

Il produttore dovrà, poi, essere libero di disporre di tali diritti, concedendoli in uso ai possibili interlocutori, per periodi di tempo limitati ed in forza di negoziazioni eque, trasparenti, non discriminatorie e distinte in relazione a ciascun diritto, che dovrà quindi essere singolarmente valorizzato, in esecuzione tra l’altro di quanto previsto dal tax credit audiovisivo.

Inoltre, il possesso da parte del produttore indipendente di diritti capaci di produrre valore al di là della utilizzazione primaria da parte del broadcaster, è essenziale per attirare sul prodotto investimenti aggiuntivi rispetto a quelli del broadcaster o anche per permettere al produttore indipendente di avere accesso ai fondi europei ( CREATIVE EUROPE ) se e in quanto titolare degli stessi. Ciò del resto sarebbe in linea con quanto già in vigore in Francia (l'emittente non può acquistare diritti per più di una diffusione entro 18 mesi dalla consegna dell'opera o , nell'ipotesi di contratto che preveda diritti di opzione prioritari o esclusivi, 3 diffusioni entro 42 mesi) e nel Regno Unito dove i diritti primari sono ceduti con licenza esclusiva per un determinato territorio e per un determinato periodo di tempo (5 anni).

Per garantire questo nei contratti di licenza e/o preacquisto e/o acquisto conclusi con le emittenti relativi non solo ai diritti televisivi veri e propri (“free tv” o “pay tv” a seconda dei casi), ma anche ad altri diritti abitualmente definiti “non a pagamento” o “a pagamento” si dovrà :

a) valorizzare ogni diritto e singolarmente in base alle piattaforme di sfruttamento;

b) condizionare il pre-acquisto, l’acquisto o la licenza di ogni diritto non solo alla relativa valorizzazione, ma anche all’effettivo sfruttamento, prevedendo – in difetto – dei meccanismi che permettano al produttore di rientrare in possesso dei diritti non sfruttati;

c) prevedere una sotto-quota di investimento obbligatorio per le produzioni d'opere europee

e italiane in sviluppo

d) prevedere un termine di durata della cessione dei diritti “antenna” di massimo 5 anni per la free tv e di massimo 3 anni per la pay tv a decorrere dalla relativa disponibilità.

Dovrà anche essere modificata la normativa in tema di diritti secondari prevista dal regolamento AgCom (delibera n. 30/11/CSP del 3 febbraio 2011), che riprendendo l'art 44, comma 5 dlvo 177/2005, prescrive che la limitazione temporale di utilizzo dei diritti secondari acquisiti dai fornitori di servizi di media audiovisivi avvenga in regime di autoregolamentazione e in “misura

proporzionale e comunque connessa alla partecipazione finanziaria delle fasi di sviluppo e realizzazione dell'opera da parte dei produttori indipendenti “ privando, in tal modo, i produttori della possibilità di disporre di un portafoglio diritti spendibile sui mercati secondari e all'estero. Inoltre, questa formulazione della norma influisce sulla possibilità di accedere ai fondi comunitari

che risultano preclusi ai produttori italiani (in mancanza dei requisiti base sulla titolarità dei diritti entro un determinato arco temporale) allargando il divario competitivo con gli altri paesi europei.

Una più equa ripartizione dei diritti di sfruttamento dei contenuti fra broadcaster e produttori consentirebbe a questi ultimi di diversificare i ricavi, di ampliare la gamma delle fonti di finanziamento, di arricchire il proprio patrimonio immateriale attraverso la creazione e lo sviluppo di library.

 Occorrerebbe, infine, adeguare la definizione di produttore indipendente di cui all'art. 2, comma 1 lett. p) alle peculiarità del sistema audiovisivo nazionale che non prende in considerazione il fatto

che in Italia fino ad ora siamo stati in una situazione di mercato quasi “monopolistico”. Almeno nel settore dell'animazione , i produttori indipendenti hanno destinato la quasi totalità della propria produzione alla RAI , anche perché le altre emittenti non hanno rispettato le quote di investimento previste nell'art. 44 del dlvo 177/2005.

Proponiamo, dunque, di sopprimere il periodo “che per un periodo di tre anni non destinino almeno il 90 per cento della propria produzione ad una sola emittente” o meglio ancora di rivedere la definizione di produttore indipendente intesa come "società di produzione indipendente". Proponiamo, pertanto, la definizione di Creative Europa :

“An independent company is a company which does not have majority control by a television broadcaster, either in shareholding or commercial terms. Majority control is considered to occur when more than 25% of the share capital of a production company is held by a single broadcaster (50% when several broadcasters are involved). “

**Quote d'investimento e programmazione**

 (art.44 d.lg 177/2005)

La debolezza del mercato audiovisivo in Italia è soprattutto legata alla sua particolare situazione nella quale un solo soggetto, la RAI, investe nella produzione indipendente mentre la domanda di prodotti realizzati dai produttori indipendenti attribuibile alle altre emittenti soprattutto quelle minori è del tutto marginale.

Un prodotto audiovisivo viene prodotto soltanto dal momento in cui una emittente "attivatore di progetti" sigla un contratto con un produttore indipendente. Da lì, il produttore reperisce risorse disponibili sul mercato e lancia il processo creativo e produttivo.

Questa situazione crea una situazione di dipendenza troppo forte tra il produttore e il broadcaster "attivatore".

Inoltre la posizione dominante dell'emittente mette in difficoltà il produttore in fase di negoziazione del contratto e generalmente si ritrova a cedere troppi diritti sulla sua property (con le conseguenze che conosciamo, non valorizzazione della property, sotto-capitalizzazione delle società, poca forza contrattuale di fronte agli investitori internazionali in particolare nella ripartizione/territorializzazione del lavoro tra co-produttori).

Per questo riteniamo prioritario far rispettare a tutte le emittenti (Mediaset, Disney, Sky, Discovery, Cartoon Network, Nickelodeon, Boing, K2, Frisbee, Dea Kids…) la legge sulle quote di investimento nella produzione indipendente europea limitando fortemente il sistema delle deroghe al fine di non concedere ingiustificati benefici che potrebbero derivare da un uso strumentale delle misure regolamentari vigenti.

Si dovrebbe, ad esempio, escludere per via normativa la concessione di deroghe generali ai canali tematici. Deroghe potranno essere concesse per ragioni editoriali e/o economiche, ma in presenza di motivazioni specifiche del singolo editore.

Inoltre, sarebbe opportuno riconoscere alle associazioni maggiormente rappresentative della categoria la possibilità di un contraddittorio nei procedimenti di rilascio di deroghe agli obblighi di investimento.

Anche il sistema sanzionatorio attuale risulta essere inadeguato e non rispondente alla gravità delle violazioni con il paradosso che potrebbe essere economicamente più conveniente per le emittenti il pagamento della multa che il rispetto della norma. Potrebbe, invece, essere prevista la possibilità di recuperare, nel corso dell'esercizio successivo, la quota di investimenti non effettuati e nell'ipotesi di reiterato inadempimento l'applicazione della sanzione della sospensione dell'attività per un periodo di tempo determinato o della revoca della concessione o autorizzazione.

Ciò dovrebbe essere accompagnato dal rafforzamento delle attività di controllo e vigilanza dell'AgCom che non dovrebbe limitarsi alle auto-certificazioni, ma dovrebbe esercitare uno più stringente controllo magari sulla falsariga di quanto avviene in in Francia dove il Conseil Supérieur de l’Audiovisuel (CSA) censisce ogni programma irradiato dalla concessionaria pubblica per verificare le dichiarazioni e raccoglie le copie dei contratti intercorsi tra l’emittente e i produttori , sia creando dei meccanismi trasparenti di comunicazione e pubblicità dei dati, ad esempio rendendo pubblici sui propri siti web, in modo puntuale e sistematico, i dati aggiornati relativi al rispetto della norma da parte dei broadcasters.

Il sistema delle quote d'investimento e di programmazione dovrebbe inoltre essere esteso agli OTT. Infatti, oggi sui mercati nazionali, c'è uno squilibro tra le emittenti locali tradizionali che devono rispettare le regolamentazioni e tassazioni del loro paese e gli OTT extra-comunitari che non sono soggetti a nessuna regolamentazione. Quindi intervenire sul concetto di “responsabilità editoriale” così come declinata nell'art.2, comma 2 lett. h) del d.lgs 177/2005 e rilevante ai fini dell'applicazione dello stesso TU poiché i fornitori di servizi di trasmissione di contenuto audiovisivo via internet ai quali non sia riconosciuta una forma di “responsabilità editoriale “ nel senso stretto previsto dal decreto, sarebbero esentati dall'applicazione della disciplina legislativa e regolamentare sulla radiotelevisione.

Occorrerebbe , inoltre, modificare le disposizioni normative che riguardano i fornitori di servizi media audiovisivi a richiesta, rendendo cumulativi gli obblighi di programmazione e di investimento (e non più alternativi) ed elevando le relative quote.

C'è un altro squilibrio tra le emittenti che investono sul progetto e quelle che comprano i prodotti finiti sul mercato internazionale. L'investimento sul progetto ha un costo notevolmente superiore rispetto all'acquisto di un prodotto finito.

Ma è anche tramite l'investimento sul progetto da parte delle emittenti che l'industria dell'audiovisivo può continuare ad esistere e crescere. Da un rapporto della fondazione Rosselli, risulta che l'Italia è il primo paese europeo ad investire nella fiction extraeuropea.

Per quanto riguarda i programmi per bambini e ragazzi, l' 89% della programmazione di tutte le emittenti che trasmettono sul territorio italiano sono di provenienza estera (soltanto l' 11% sono prodotti italiani). Per cui è necessario prevedere espressamente che una componente prevalente delle quote di investimento sia destinata a coproduzioni e pre-acquisti, ossia investimenti su progetto (perché in Italia nessuno è in condizione di realizzare prodotti in assenza di preacquisto o coproduzione dell’emittente).

Infine, per ciò che riguarda gli obblighi di programmazione, di cui al comma 2 dell'art. 44 del TUSMAR, occorrerebbe introdurre una sotto-quota per le opere audiovisive in animazione (in analogia a quella già prevista per le opere cinematografiche recenti di produttori indipendenti definite “di espressione originale italiana”). Ciò sarebbe in linea, tra l'altro, con i contenuti della delega contenuta nell'art. 4 comma 2 lett. b) della legge 220/2015 ossia la “previsione di disposizioni volte a favorire la trasmissione di contenuti destinati specificamente ai minori, che tengano conto delle esigenze e della sensibilità' della prima infanzia e dell'età' evolutiva”.