

Il credito d'imposta ha permesso di aumentare numero e qualità di film e serie

Tax credit, ossigeno dei produttori

In arrivo la nuova finestra. Nel 2019 216 mln per film e tv

DI ANDREA SECCHI

Ancor prima di Netflix: il tax credit per il settore audiovisivo ha permesso in Italia di aumentare le produzioni incrementandone anche la qualità. Ne sono convinti i produttori per i quali l'agevolazione rappresenta ossigeno da una parte e rafforzamento del proprio ruolo nei confronti dei broadcaster dall'altra.

«Il tax credit è un alleato importante soprattutto per produzioni che, come molte delle nostre, prevedono investimenti dai 10 milioni in su», ha spiegato **Giorgia De Paolis**, head of legal & business affairs di Wildside, la casa di produzione di **Lorenzo Mieli** e **Mario Gianani**. «Noi siamo partiti nel 2009 con la fusione di Wilder, che faceva produzioni televisive, e Offside, che faceva cinema, ma ora più che mai è un momento importante di apertura internazionale: *The Young Pope* è stata una coproduzione a sei e l'abbiamo venduto in 154 paesi, *L'amicizia geniale* è stato venduto in 156 paesi. Devo dire che il tax credit ci sta aiutando a



Laura Corbetta

fare più produzioni e di qualità maggiore».

Il meccanismo è quello di un credito d'imposta dal 15 al 30% concesso dal ministero per i beni culturali a produttori indipendenti i cui progetti rispettino determinate caratteristiche. De Paolis è intervenuta durante un incontro sul tax credit organizzato da Obe, l'Osservatorio sul branded entertainment, con lo scopo di sondare la possibilità anche per chi fa questo genere

di contenuti di accedere al tax credit.

Per i produttori si tratta di cassa, ha spiegato Gian Marco Committeri, dottore commercialista di Alonzo Committeri & Partners: il credito si può utilizzare subito per ridurre il debito fiscale, per esempio quello che sorge per l'irpef e contributi previdenziali da versare per gli attori impegnati incluse le comparse, ed è a tutti gli effetti un elemento considerato oggi nel finanziamento delle produzioni: «ci si attende per il 2019 uno stanziamento totale di cir-

ca 120 milioni per il cinema e di 100 milioni per l'audiovisivo». Si tratta del tax credit produzione (c'è anche quello per lo sviluppo, la fase precedente, ndr) nel complesso quindi di 220 milioni per film e tv.

Il tax credit per il cinema esiste dal 2009, mentre quello per l'audiovisivo dal 2014. Secondo i dati di Apa, l'associazione dei produttori audiovisivi, su 397 milioni di valore della produzione del 2017, 60 milioni provengono dal tax credit. Le coproduzioni, inoltre, sono aumentate del 150% in tre anni.

Il problema è l'apertura delle finestre nelle quali fare richiesta del credito d'imposta che dipendono dalla disponibilità effettiva dei fondi: a dicembre dello scorso anno è stata aperta una finestra per 94 milioni al cinema e 55 milioni all'audiovisivo che di fatto in termini di disponibilità ha occupato anche la prima metà di quest'anno, poi ne è stata aperta una lo scorso aprile con 20 milioni al cinema e 10 all'audiovisivo, per il resto niente. Ora, secondo il d.g. di Apa, **Chiara Sbarigia**, si attende una nuova finestra a novembre.

E l'accesso al tax credit da parte del branded entertainment? Nonostante sembri che lo strumento non sia stato ancora utilizzato a questo scopo, secondo **Cristiana Massaro**, avvocato dello Studio Legale Massaro, è possibile purché si rispettino i requisiti per le produzioni dettati dalla legge: principalmente che il contenuto non deve essere una pubblicità né un product placement e deve essere realizzato da un produttore che ne mantenga i diritti (anche solo quelli secondari), non dal brand.

Il mondo del branded entertainment si scontra con i tempi lunghi dei meccanismi del tax credit e con le numerose limitazioni. «Sono comunque ambiti che dobbiamo approfondire», ha detto il presidente di Obe **Laura Corbetta** (ceo di YAM112003). «Perché per noi si pone il tema di come rendere più accessibile agli investitori il branded entertainment. Non ci sono solo l'intrattenimento, i talent, i reality: Sanpellegrino per esempio produce tanti contenuti senza apparire e tutti i grandi brand stanno andando nella direzione di una riflessione in questo senso».

—© Riproduzione riservata—

CHESSIDICE IN VIALE DELL'EDITORIA

Facebook: per Trump in-contro costruttivo con Zuckerberg, critiche dal Congresso. L'amministratore delegato di Facebook, Mark Zuckerberg, ha incontrato alla Casa Bianca il presidente degli Stati Uniti, Donald Trump ma si è trovato di fronte a un'accoglienza più fredda da parte dei legislatori a Capitol Hill. Un portavoce di Facebook ha dichiarato che Zuckerberg è stato in visita a Washington per incontrare i responsabili delle politiche statunitensi «per ascoltare le loro preoccupazioni e parlare della futura regolamentazione di Internet», aggiungendo che l'incontro con Trump è stato «costruttivo». «Bello l'incontro di oggi con Mark Zuckerberg di Facebook nello Studio», ha scritto Trump sui suoi account di Facebook e Twitter, postando anche una sua foto mentre stringe la mano a Zuckerberg. A Capitol Hill il fondatore di Facebook ha ricevuto invece una serie di critiche. Il senatore repubblicano Josh Hawley ha dichiarato di aver invitato Zuckerberg a vendere Instagram e WhatsApp, due acquisizioni che sono al centro di un'indagine antitrust del governo su Facebook, suggerimenti non accolti.

Il ceo di At&t ha discusso la strategia del gruppo

con Elliott. Martedì scorso il ceo di At&t, Randall Stephenson, ha incontrato Jesse Cohn, portfolio manager di Elliott Management Corp, per discutere del cambio di strategia e della vendita di asset proposti dall'investitore attivista. La settimana scorsa Elliott ha criticato la leadership di At&t e la scelta di espandersi nel settore dei media, e ha invitato la società a effettuare una valutazione sulle divisioni che potrebbero discostarsi dalla strategia a lungo termine, in particolare il business di servizi satellitari DirecTv e le operazioni wireless in Messico. La società sta valutando la vendita di quattro reti televisive regionali e di una partecipazione in un operatore televisivo dell'Europa centrale, acquisiti con il deal Time Warner. Metterà inoltre in vendita immobili per un valore di 500 milioni di dollari (454 milioni di euro). La società (si veda ItaliaOggi di ieri) sta anche prendendo in considerazione una separazione del business DirecTv, un'ipotesi che secondo alcune fonti esisteva già prima dell'intervento di Elliott. Alcune delle possibili opzioni per DirecTv sono lo spin-off e la fusione con la rivale Dish Network, come ha riportato il Wall Street Journal alcuni giorni fa. La vendita degli asset permetterebbe ad At&t

di ridurre il debito netto di circa 160 miliardi di dollari (circa 145 miliardi di euro), ma ci sono pochi potenziali acquirenti per DirecTv, che di recente sta perdendo milioni di abbonati.

Google investirà 3 miliardi di euro nei data center in Europa. Sundar Pichai, ceo di Google, ha annunciato che il gruppo investirà 3 miliardi di euro nella costruzione di data center in Europa

nel corso dei prossimi due anni, con l'obiettivo di incrementare la sostenibilità delle proprie operazioni. La società investirà altri 600 milioni di euro per espandere la presenza di data center a Hamina, in Finlandia. Con questa serie di investimenti, dal 2007 a oggi Google ha versato un totale di 15 miliardi di euro nell'infrastruttura internet in Europa, ha osservato Pichai. Il ceo ha precisato che Google sta per dare il via a 10 progetti

di energie rinnovabili, tra cui un progetto eolico offshore in Belgio, cinque impianti fotovoltaici in Danimarca e due progetti eolici in Svezia.

La ventinovesima edizione del Libro dei Fatti. Torna l'enciclopedia delle notizie che racconta in sintesi i fatti del 2018 e dell'inizio del 2019. La ventinovesima edizione del Libro dei Fatti edita da Adnkronos libri è disponibile nelle librerie e negli Autogrill e a breve anche nei formati app, ebook e web.

Aperto il set della nuova serie Mediaset Giustizia per tutti. Sono iniziate a fine luglio le riprese di Giustizia per Tutti, la serie prodotta da Showlab (Prodea Group) con RB Produzioni, in onda prossimamente, in prima serata su Canale 5. La serie, diretta da Maurizio Zaccaro e Eros Puglielli e scritta da Andrea Nobile (Head Writer), Marcello Olivieri, Nicholas Di Valerio, Valerio D'Annunzio, Salvatore De Mola ed Eleonora Fiorini, racconta la storia di un uomo accusato ingiustamente dell'omicidio della moglie. Il ruolo del protagonista è affidato a Raoul Bova, che sarà affiancato dalla compagna Rocío Muñoz Morales.

—© Riproduzione riservata—

L'editoria in Piazza Affari

Indice	Chiusura	Var. %	Var. % 28/12/18	
FTSE IT ALL SHARE	24.080,87	-0,03	19,52	
FTSE IT MEDIA	10.447,98	-0,22	-1,70	
Titolo	Rif.	Var. %	Var. % 28/12/18	Capitaliz. (mln €)
Cairo Communication	2,2500	-2,60	-34,31	302,4
Caltagirone Editore	1,0800	2,37	3,85	135,0
Class Editori	0,1840	0,55	2,22	29,7
Gedi Gruppo Editoriale	0,2585	0,19	-25,50	131,5
Il Sole 24 Ore	0,5160	0,39	35,79	29,1
Italiaonline	2,8100	-	24,61	322,5
Mediaset	2,7610	0,73	0,62	3.261,4
Mondadori	1,4180	-1,80	-17,08	370,7
Monrif	0,1470	1,73	-2,00	22,1
Poligrafici Editoriale	0,1828	0,44	-3,28	24,1
Rcs Mediagroup	0,8840	-0,23	-23,26	461,3