

Cartoon Italia rappresenta le società di produzione di cartoni animati e chiediamo l'introduzione di una sottoquota riservata alle opere di animazione nel TUSMA.

Siamo l'unico comparto in Europa a trovarsi in una situazione di quasi monopolio perché nonostante vi siano 22 canali che operano sul territorio italiano e dedicano la loro programmazione ai ragazzi solo la RAI investe nei cartoni animati. E se la RAI investe, è proprio grazie al fatto che nel TUSMA è prevista una sottoquota animazione per la televisione pubblica. Senza questa sottoquota, saremo l'unico paese del mondo occidentale a non avere una produzione nazionale di cartoni animati.

Il comparto dell'animazione è un po' atipico rispetto alla fiction o al cinema perché per produrre un lungometraggio o una serie televisiva ci vogliono 2 anni di produzione, circa 100 professionisti a tempo pieno e un investimento importante in nuove tecnologie.

Gli incentivi previsti dalla legge cinema hanno permesso una forte crescita del comparto negli ultimi anni, siamo riusciti a riportare la creatività italiana nelle nostre produzioni e buona parte delle lavorazioni che prima eravamo costretti a fare in Asia.

Di conseguenza gli studi di animazione italiani si sono potenziati e sono cresciuti di numero (**i posti di lavoro tra assunzioni e free lance sono cresciuti del 400% in 3 anni – da 1.500 a 6.000**).

Siamo l'unico comparto ad avere trasformato il tax-credit in creazione di posti di lavoro.

Oggi l'animazione italiana conta su 50 società di produzione ma la Rai con il suo budget annuo di solo **16M€** dedicato all'animazione non riesce a sostenere da sola il comparto e dare continuità di lavoro agli studi di animazione. Alcuni chiudono, altri fanno entrare nel loro capitale gruppi media europei.

A livello culturale, i produttori associati a Cartoon Italia sanno di avere il dovere e la responsabilità di offrire contenuti ai bambini italiani che li aiutino a crescere con i valori, la cultura e la storia che ci appartengono.

Purtroppo, i canali RAI Ragazzi e RAI Play non bastano a salvaguardare l'identità culturale del nostro paese. Il finanziamento messo a disposizione dalla RAI permette di produrre solo una decina di serie televisiva all'anno e la sua linea editoriale si limita prevalentemente a contenuti pre-school (3-6 anni).

Mentre le piattaforme streaming americane operanti sul territorio italiano, soprattutto dopo il COVID, hanno conquistato il pubblico dei bambini italiani. Oggi i nostri figli stanno crescendo con contenuti americani. Sono bombardati da programmi offerti da un mondo iperconnesso nel quale i genitori hanno perso il controllo della fruizione audiovisiva dei propri figli. **Il 72% dei bambini tra i 4 e 6 anni navigano sulle piattaforme senza la presenza di un genitore.**

Questa è la situazione, siamo un paese che sta perdendo identità, cultura e memoria.

In Europa la situazione è diversa.

Ad esempio, in Gran Bretagna i contenuti per l'infanzia ricevono un importante sostegno da parte dello stato e dal principale broadcaster nazionale che investe fino a 10 volte di più rispetto alla RAI nelle coproduzioni per ragazzi. Uno dei motti più famosi della BBC recita: **“L'identità e la memoria di una nazione nascono dai suoi programmi per i bambini”**.

Mentre in Francia, dove lo Stato non ha ceduto al lobbying americano e supporta in modo concreto i creatori di contenuti per bambini, è stata introdotta una sottoquota animazione del 5% per tutte le piattaforme americane che operano sul suo territorio (addirittura il 7% per Amazon) perché per il governo francese è importante salvaguardare l'identità culturale nazionale presso le nuove generazioni. In questo modo non solo riescono a garantire contenuti dal forte valore identitario ma anche ad attrarre e concentrare tutti gli investimenti da parte delle piattaforme e network americani sul territorio francese con la conseguenza del rafforzamento strutturale e finanziario delle società di produzione francesi. Ma non solo, grazie a questi investimenti, i gruppi media francesi stanno acquistando molte società di cartone animato italiane (**9 importanti società italiane sono state acquistate questi ultimi 2 anni** che ora producono contenuti francesi con creatività francese).

Le piattaforme americane che operano sul territorio italiano chiedono di non introdurre la sotto quota animazione perché vogliono flessibilità e la qualità dei contenuti.

Per quanto riguarda la flessibilità, abbiamo verificato che in Francia, grazie a questo obbligo, i dirigenti francesi delle piattaforme americane non sono più dipendenti della politica rigida da parte della loro casa madre americana diretta a offrire al pubblico solo cartoni animati americani ma hanno ormai a disposizione un budget per ideare, sviluppare e produrre cartoni animati e soprattutto voce in capitolo nelle scelte editoriali.

Per quanto riguarda la loro preoccupazione di dover produrre ricercando quantità e non la qualità senza raggiungere il pubblico riteniamo che l'introduzione della sottoquota animazione sarà per loro la soluzione per offrire prodotti di qualità non solo ai bambini italiani e le loro famiglie ma a quelli di tutto il mondo. In effetti, a livello qualitativo siamo uno dei paesi leader in Europa, le nostre produzioni sono vendute in più di 150 paesi nel mondo (dalla Mongolia al Costa Rica).

Sappiamo anche che le televisioni private lineari non sono favorevoli, anche se in realtà l'introduzione della sottoquota non ha nessuna rilevanza economica per loro perché si tratta solo di destinare a opere di animazione investimenti che comunque dovrebbero fare. Inoltre non ci sembra una pretesa eccessiva richiedere per le emittenti private (tenendo comunque conto dei loro palinsesti) solo lo 0,6% dei loro ricavi. Ad esempio nel caso di Mediaset sarebbe un investimento annuo sotto i 15M€ (con questa cifra riescono appena a finanziare una fiction). Inoltre visto che hanno due canali tematici dedicati ai contenuti in animazione (Boing e Cartoonito) in joint-venture al 51% con il gruppo americano Warner Media, è sufficiente che Warner assolva l'obbligo per permettere a Mediaset di assolverlo a sua volta.

Durante le audizioni è stata spesso citata la segnalazione al Governo fatta a giugno da Agcom.

Nella stessa relazione Agcom ha sostenuto che “la promozione di contenuti editoriali di qualità, quali l'animazione, giustifica il mantenimento di specifiche sotto-quote” anche se solo riferendosi alla RAI e specifica che questo dovrà essere assicurato mediante la dotazione delle risorse economiche necessarie: le risorse RAI per l'animazione non solo non sono aumentate ma a causa dei tagli dovuti alla diminuzione del canone sono addirittura diminuite.

Mentre il **riferimento che fa AGCOM alla Spagna** come modello da seguire ci pare fuorviante oltre che pericoloso. Da un confronto fatto con i nostri colleghi produttori indipendenti spagnoli è emerso che il governo spagnolo ha puntato tutto sulle infrastrutture tecnologiche (grazie a dei finanziamenti della Commissione Europea) per attrarre gli investimenti da parte delle piattaforme e non sugli obblighi di investimento (che in Spagna sono soltanto del 5%). Questa politica ha effettivamente generato un export di servizi audiovisivi pari a oltre 1 miliardo di euro ma ha avuto come conseguenza che le società di produzione spagnole da creatori di contenuti made in Spagna si sono trasformate in società di service per gli Stati-Uniti. Non assumono più autori e creativi ma professionisti del settore audiovisivo come fossero **“operai specializzati” in una catena di montaggio**.

Inoltre, anche se volessero proporre dei contenuti made in Spagna per la loro televisione pubblica, non sono più in grado di chiudere i loro piani di finanziamento perché i costi del personale sono vertiginosamente aumentati essendosi allineati ai costi oltre-oceano.

In conclusione, possiamo dire che il gioco è molto semplice: Netflix, Disney +, Paramount + Amazon etc. prevedono nei prossimi anni miliardi di investimenti in animazione in Europa. Il paese dove saranno indirizzati questi investimenti sarà il paese dove c'è l'obbligo: cioè per il momento solo la Francia. Di conseguenza, per consentirci di partecipare alla spartizione degli investimenti delle piattaforme americane in Europa, abbiamo bisogno della sottoquota animazione.

A questo punto la politica italiana deve decidere se dare alla Francia la vittoria a tavolino o se permettere anche a noi di giocare la partita. Siamo ancora in tempo per salvare un comparto che è **diventato il secondo in Europa** e che esporta cartoni animati made in Italy in tutto il mondo. Un provvedimento come quello della sottoquota animazione è nell'interesse dell'audiovisivo italiano, a livello industriale, occupazionale e di identità culturale per le giovani generazioni. Vogliamo evitare che le nuove generazioni non abbiano più familiarità con la cultura, la creatività e la narrazione italiana e crescano identificandosi in modelli americani, perdendo i valori identitari della nostra cultura.

Ricordiamo che saranno proprio i nostri figli che dirigeranno domani la nostra Nazione, ed è proprio sulla base della cultura e dei valori che trasmetteremo a questa nuova generazione che dipenderà il futuro del nostro paese. I nostri figli non possono crescere solo con la cultura americana anche se Disney ama l'Italia.

Per quanto sopra esposto si propone di introdurre nel testo in esame le seguenti disposizioni:

All'articolo 54 del decreto legislativo n. 208 dopo il comma 3 aggiunto il seguente comma:

“3 bis. I fornitori di servizi di media audiovisivi lineari diversi dalla concessionaria del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, tenuto conto del palinsesto, riservano altresì alle opere di animazione di espressione originale italiana, ovunque prodotte da produttori indipendenti, una sotto quota della quota prevista per le opere europee di cui al comma 1 pari al 5% per cento dei propri introiti netti annui, come definiti ai sensi del comma 1.”

All'articolo 55 del decreto legislativo n. 208 dopo il comma 8 è aggiunto il seguente comma:

“8bis. I fornitori di servizi di media audiovisivi a richiesta riservano altresì alle opere di animazione di espressione originale italiana, ovunque prodotte da produttori indipendenti, una sotto quota della

quota prevista per le opere europee di cui al comma 2 lett.b) pari al 5% per cento dei propri introiti netti annui”.

N.B: per le televisioni lineari si tratterebbe del 5% della quota generale del 12,5 quindi lo 0,6% effettivo mentre per le piattaforme sarebbe il 5% della quota generale del 20% che corrisponde all'1%

23 gennaio 2024

La Presidente

