

L'età dell'oro dell'audiovisivo: più export, investimenti e imprese

Il polo del Lazio. Dai 50 milioni di Ben Ammar per creare nuovi studios romani ai 262 milioni previsti dal Pnrr su Cinecittà, fino ai fondi stanziati da Intesa e UniCredit. Vendite all'estero +127% a inizio 2023, mentre le aziende del comparto salgono a quota 2.232

Le vendite all'estero di produzioni cinematografiche made in Lazio (dati Istat) sono passate dai 20 milioni di euro nel 2021 ai 49,1 milioni del 2022 (+145%). Un trend che sicuramente ha risentito della ripresa post Covid, ma che è anche proseguito all'inizio di quest'anno: l'export nel primo trimestre 2023 è salito a quota 20 milioni, rispetto ai 9 dello stesso periodo del 2022 (+127%). Anche l'andamento delle imprese attive nel comparto ha segnato una svolta. Secondo i dati di InfoCamere-Unioncamere, a fine 2019 ne erano registrate nel Lazio 2.433, scese progressivamente durante il Covid fino a toccare il punto più basso (2.208) a fine 2022. Ora, al 31 marzo 2023

erano di nuovo risalite, arrivando a quota 2.232. Tutti numeri che testimoniano la nuova età dell'oro del distretto dell'audiovisivo del Lazio, concentrato quasi tutto a Roma.

Una crescita che ha attratto anche gli investimenti: l'imprenditore franco-tunisino Tarak Ben Ammar ha annunciato un investimento da 40-50 milioni per creare nuovi studios cinematografici nella capitale, entro il 2024. C'è poi il potenziamento degli studios di Cinecittà, che si basa su 262 milioni di euro di risorse Pnrr. In campo sono scese anche le banche: Intesa Sanpaolo nel 2022 ha erogato al settore del cinema e dell'audiovisivo laziale finanziamenti per circa 270 milioni di euro. UniCredit negli ultimi 2 anni ha accompagnato i propri clienti del settore nel

Lazio con oltre 260 milioni, di cui 60 nei primi 5 mesi del 2023.

«Questi risultati sono l'effetto di un lavoro partito anni fa», spiega Verdiana Bixio, componente del Gruppo Turismo Cultura e Grandi eventi di Unindustria Lazio, nonché presidente di Publispei, la casa di produzione, tra l'altro, delle serie *Un medico in famiglia* e *I Cesaroni*. «Sicuramente - racconta - l'aver ottenuto, dopo anni di richieste, il tax credit ci ha fatto da volano. Poi ha contribuito la presenza di Cinecittà e l'organizzazione di kermesse che hanno facilitato la promozione del territorio. La Regione Lazio, infine, è stata tra le prime realtà a scommettere sull'audiovisivo.

Marini — a pag. 3

9.900

GLI ADDETTI A ROMA

Dei 23.600 addetti nell'audiovisivo in Italia, oltre 10mila (il 43%) sono nel Lazio, di cui 9.900 a Roma

Audiovisivo, vola l'export e le imprese tornano a crescere

Il polo del Lazio. Vendite all'estero a inizio 2023 oltre i 20 milioni di euro (+127%), mentre le aziende del comparto salgono a quota 2.232. Da Intesa a UniCredit, in campo gli investimenti delle banche

Il polo audiovisivo del Lazio, concentrato quasi esclusivamente a Roma, sta vivendo una nuova età dell'oro. L'ultimo segno è arrivato lo scorso 20 giugno: durante l'anteprima mondiale a Roma del film con Tom Cruise "Mission: Impossible - Dead Reckoning - Parte Uno", l'imprenditore franco-tunisino Tarak Ben Ammar ha annunciato un investimento da 40-50 milioni per creare nuovi studios cinematografici nella capitale, entro il 2024. C'è poi il potenziamento degli studios di Cinecittà, che si basa su 262 milioni di euro di risorse Pnrr sui 300 milioni complessivi destinati dallo stesso Pnrr all'industria cinematografica.

Tutte risorse, queste, che hanno attirato sul polo anche gli investimenti delle banche. E che sono giusti-

ficati dai numeri: le vendite all'estero di produzioni cinematografiche made in Lazio (dati Istat) sono passate dai 20 milioni di euro nel 2021 ai 49,1 milioni del 2022 (+145%). Un trend che sicuramente ha risentito della ripresa post Covid, ma che è anche proseguito all'inizio di quest'anno: l'export nel primo trimestre 2023 è salito a quota 20 milioni, rispetto ai 9 dello stesso periodo del 2022 (+127%). Anche l'andamento delle imprese attive nel comparto ha segnato una svolta. Secondo i dati di InfoCamere-Unioncamere, a fine 2019 ne erano registrate nel Lazio 2.433, scese progressivamente durante il Covid fino a toccare il punto più basso (2.208) a fine 2022. Ora, al 31 marzo 2023 erano di nuovo risalite, arrivando a quota 2.232. Secondo dati Istat ri-

portati da Intesa Sanpaolo, le imprese attive nel settore nel Lazio sono il 28% di quelle presenti in Italia. Ancora maggiore l'incidenza sull'occupazione: dei 23.600 addetti totali in Italia, oltre 10mila (ossia il 43%) sono nel Lazio, in particolare a Roma (quasi



Peso: 1-18%, 3-43%

9.900 addetti).

«Questi risultati sono l'effetto di un lavoro partito anni fa», spiega Verdiana Bixio, componente del Gruppo Turismo Cultura e Grandi eventi di Unindustria Lazio, nonché presidente di Publispei, la casa di produzione, tra l'altro, delle serie *Un medico in famiglia* e *I Cesaroni*. «Sicuramente – racconta – l'aver ottenuto, dopo anni di richieste, il tax credit ci ha fatto da volano. Poi ha contribuito la presenza di Cinecittà e l'organizzazione di kermesse che hanno facilitato la promozione del territorio. La Regione Lazio, infine, è stata tra le prime realtà a scommettere sull'audiovisivo. Ora – conclude – dobbiamo impegnarci, associazioni di categoria e istituzioni insieme, per non perdere neanche un millimetro di quanto conquistato. Bisogna intervenire per semplificare gli adempimenti burocratici e per contribuire alla nascita di una nuova generazione di attori».

«La produzione cinematografica ha un impatto economico immediato sull'economia locale, a cui si aggiun-

gono effetti sull'indotto», spiega Roberto Gabrielli, responsabile direzione Lazio e Abruzzo di Intesa Sanpaolo. La banca nel 2022 ha erogato al settore del cinema e dell'audiovisivo laziali finanziamenti per circa 270 milioni di euro. «Il rapporto del Centro Studi Confindustria e Anica – aggiunge – stima che i posti di lavoro generati nelle filiere connesse siano più del doppio. Il nostro supporto è indirizzato anche alla digitalizzazione ed efficientamento energetico di un settore che può attivare un circolo virtuoso di investimenti, occupazione e stimolo alla nascita di nuove realtà imprenditoriali». Tanto che Intesa, a maggio, ha messo in campo 5 ulteriori miliardi a sostegno del cinema e delle produzioni audiovisive italiane. E c'è da scommettere che una quota consistente finirà proprio al Lazio.

«In Italia, gli investimenti della tv tradizionale negli ultimi 4-5 anni si sono stabilizzati sui 240-260 milioni annui. Quelli per le serie e film on demand sono passati da 90 milioni nel 2020-2021, ai 250 attesi per il 2025»,

spiega Roberto Fiorini, regional manager Centro Italia di UniCredit. «Il settore – prosegue – è concentrato soprattutto a Roma: anche le società con sedi in altre città hanno qui una presenza stabile». La banca negli ultimi 2 anni ha accompagnato i propri clienti del settore nel Lazio con oltre 260 milioni, di cui 60 nei primi 5 mesi del 2023. «Con bond, mini bond e basket bond per le piccole imprese puntiamo a rendere stabile lo sviluppo del settore», conclude Fiorini.

—An. Mari.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

HANNO DETTO



Associazioni e istituzioni devono lavorare insieme



VERDIANA BIXIO
Gruppo Turismo Cultura e Grandi eventi Unindustria



L'audiovisivo ha un impatto immediato sull'economia



ROBERTO GABRIELLI
Direttore Lazio e Abruzzo Intesa Sanpaolo



Roma ha un ruolo centrale nell'audiovisivo italiano



ROBERTO FIORINI
Regional manager Centro Italia UniCredit



SUL SOLE DEL 20 GIUGNO L'INVESTIMENTO DI BEN AMMAR

Sul Sole 24 Ore dello scorso 20 giugno: durante l'anteprima a Roma del film con Tom Cruise "Mission: Impossible - Dead

Reckoning - Parte Uno", l'imprenditore franco-tunisino Tarak Ben Ammar ha annunciato un investimento da 40-50 milioni per creare nuovi studios cinematografici nella capitale, entro il 2024



Cinema made in Roma. Una fase della registrazione al Colosseo del nuovo film "Il sol dell'avvenire" di Nanni Moretti



Peso:1-18%,3-43%