

In esclusiva, i risultati della ricerca IsCult per Bic Lazio, all'interno del progetto La Città dell'Animazione e dei Contenuti Digitali. Il settore dei "cartoons" è uno dei business più interessanti dell'industria audiovisiva. Ma, anche qui, arranchiamo: l'animazione Tv italiana vale circa 50 milioni di euro, a fronte dei 170 della Francia. "Decision maker" assoluta resta la Rai, mentre nel settore operano circa 50 imprese, con un migliaio di addetti e un tessuto fragile e polverizzato

Angelo Zaccone Teodosi (*)

Cartoons italiani: serve la "mano pubblica"

Accantoniamo un commento alle vicende, semplicemente penose, che hanno riguardato il "governo della Rai" a settembre. Ci limitiamo a citare il titolo di un quotidiano discretamente equilibrato, qual è "La Stampa", nell'edizione del 21 settembre: "Il caos. Esecutivo in bilico. Rai, al Senato governo salvo per un pelo". La mozione della Commissione di Vigilanza che "congela" l'attuale Consiglio di amministrazione fino al dicembre 2007, "congelando" altresì le nomine infraziendale (bell'esempio di non ingerenza della politica!), è una rappresentazione surreale del non governo della Tv pubblica, e, quindi, dell'intero Paese. Verrebbe veramente da auspicare "elezioni, elezioni!", se lo sgangherato sistema elettorale vigente, frutto di infiniti compromessi verso il basso, garantisce il rinnovo necessario. Il che non è, quindi si corre il rischio di passare dalla padella alla brace: da una traballante maggioranza di centro-sinistra ad

una traballante maggioranza di centro-destra.

E qualcuno ha il coraggio di teorizzare che i due disegni di legge Gentiloni (riforma del sistema e riforma della Rai) abbiano chance di essere approvati: estremisti dell'ottimismo! Ci attendono mesi, se non anni, di tiraemolla, di stop&go, di andamento lento, anche nel sistema dei media e della cultura, almeno per quanto riguarda il "policy making". Dinamiche di conservatorismo striscianti caratterizzano la politica pubblica italiana: in fondo, anche non governando, è la Balena Bianca, i suoi tanti eredi, che continua a governare il nostro Paese. D'altronde, abbiamo Romano Prodi alla presidenza del consiglio e l'ultimo cooptato nel Cda della Rai è Fabiano Fabiani (integerimo personaggio ed eccellente manager, senza dubbio, ma certo non

rappresentante di una particolare vocazione all'innovazione, nemmeno... generazionale); un tempo, con facile polemica, li si sarebbe bollati - "à la L'Espresso" - come boiardi di Stato. "Le cose cambiano" (David Mamet), ma, forse, poi non così tanto, se è vero che "bisogna che tutto cambi affinché tutto resti com'è" (Giuseppe Tomasi da Lampedusa)...

Accantoniamo anche un commento rispetto alle polemiche, in verità rilanciate da poche testate giornalistiche, che hanno visto protagonisti gli autori ed i tecnici, e - di fatto - il produttore di una delle poche serie "low cost" della fiction italiana: "Incantesimo", realizzata dalla

Dea di Guido De Angelis, ed in onda dal giugno del 1998. In sostanza, la serie, nata come alternativa italiana a "Beautiful", è - insieme ad "Un posto al sole" - uno dei rarissimi casi italiani



di produzione “industriale” di fiction (e si può anche far vanto di una qualche capacità di vendita internazionale). Crediamo che dovrebbe essere – in questa prospettiva di politica industriale (e di politica culturale) – sostenuta dalla “Tv pubblica”. Dalla nona serie, la fiction è stata trasferita dalla prima serata al primo pomeriggio, ed è divenuta quotidiana.

Nell'estate del 2007, la Rai decide, all'interno di una volontà strategica del Cda di ridurre i costi, di ridimensionare il contratto, da 240 a 160 episodi, con un impegno complessivo di circa 16 milioni di euro ed un costo medio per puntata nell'ordine di circa 100mila euro (per 25 minuti di prodotto a puntata). La concorrente “Vivere”, messa in onda da Mediaset, costa circa 75mila euro, ma non crediamo che un “taglio” possa essere dettato solo da ragioni di economia contingente e di

meccanico raffronto. Il quesito di fondo che, da consulenti di strategia (anche per Rai), ci permettiamo di porre al Direttore Generale Cappon ed al vice Leone è: un'emittente di servizio pubblico deve mettere in atto politiche di contenimento di costi proprio su uno dei settori più vitali ed importanti dell'industria audiovisiva, qual è la fiction a basso costo, quella che comunque “riempe” di più – quantitativamente – i palinsesti di cultura – in senso lato – nazionale? Va enfatizzato, più dell'egregio 16% di share medio della serie, quel network di circa 700 professionisti, tra artisti e tecnici, che ruotano intorno a questa produzione, e che stanno lentamente irrobustendo il fragile tessuto dell'industria italiana della fiction.

Mentre andiamo in stampa, la situazione non è ancora ben chiara, anche se Rai avrebbe manifestato segnali di buona volontà...

Un catalizzatore di particelle di animazione

Concentriamo invece questa edizione della nostra rubrica su una presentazione in anteprima, in esclusiva per i lettori di “Millecanali”: trattiamo della ricerca sul mercato dell'animazione realizzata da IsICult.

“Un catalizzatore di particelle di animazione” per le imprese del Lazio, questo ci vorrebbe: efficace espressione metaforica registrata nella fase di ricerca sul campo dello studio che il nostro istituto ha condotto nei primi mesi del 2007 su incarico de La Città dell'Animazione e dei Contenuti Digitali.

Il problema del settore dell'animazione italiana non è dissimile rispetto a quello di altri dell'industria culturale e mediale nazionale: potenzialità enormi (a livello creativo, tecnico, e talvolta finanche impen-

ditoriale) soffocate da condizioni di mercato che ostacolano e ritardano la crescita e fanno perdere competitività internazionale al nostro Paese. Senza dimenticare il sempre più grave fenomeno della fuga di cervelli e creatività: basti osservare - in argomento - che sono ormai decine gli italiani di talento "emigrati" alla Disney o alla Pixar.

E laddove il mercato, da solo, mostra deficit, dovrebbe essere la "mano pubblica" ad intervenire: per promuovere, sostenere, stimolare, non certo per assistere (come spesso è avvenuto ed ancora avviene in Italia, dalle sovvenzioni alla cinematografia ai quotidiani di partito).

La storia culturale dell'Italia è ancora tutta da scrivere, per due ragioni: la nostra classe politica ha ancora nel sangue il retaggio dell'interventismo culturale del regime fascista e di una logica corporativo-consociativa, che, nella sua degenerazione, confonde i ruoli, tra "pubblico" e "privato", tra Stato e mercato (e, se ci si consente, spesso anche tra governo e opposizione, tra destra e sinistra...); non è mai esistito un disegno, organico e strategico, che tratteggiasse le direttive di sviluppo artistico ed industriale di un "sistema culturale Italia": da sempre, si assiste ad interventi contingenti, dettati da situazioni emergenziali o da azioni di pressione di lobby (ancora forte quella dei "cinematografari" storici, ancora debole quella degli "animatori")... Leggi e leggine, leggi-ponte, leggi-tampone, e balletti in



Un settore sempre 'interessante'. Angelo Zaccone Teodosi questo mese si occupa di cartoni animati, dando conto in anteprima dei risultati di una nuova ricerca condotta da Isicult sul settore.

Finanziaria, nel suk degli emendamenti.

Infinite, poi, le contraddizioni: alcuni settori, come il cinema tradizionale, continuano ad essere finanziati in modo consistente dallo Stato; altri settori più moderni e non meno importanti - dall'animazione non cinematografica ai videogame, dai documentari alla musica rock ai videoclip - sono completamente ignorati.

Che venga uno Zapatero!

Il nostro istituto segue da anni, dalla fondazione (nel 1992), l'intero sistema culturale e mediale italiano, a trecentosessanta gradi, dai beni culturali alle telecomunicazioni, dal cinema alla Televisione mobile. Analizza, osserva, monitora, fotografa, radiografa. Il paziente è malato.

La cura è a portata di mano, perché le ricette dei fondamentali dell'economia del settore e delle connesse politiche pubbliche non sono difficili da definire. Ma ci vuole coraggio e decisione, per mettere in atto queste ricette, capacità e volontà di andare controcorrente, nel "policy making": come abbiamo invocato più volte su queste ospitali e libere colonne, "che venga uno Zapatero per l'Italia!"

Nel 1998, abbiamo realizzato, su incarico della Rai, la prima inedita ricerca sul mercato dei cartoni animati in Italia ed abbiamo fornito un contributo tecnico alle strategie della Tv pubblica, che, obbligata da una legge allora innovativa (la n. 122, voluta fortemente da Veltroni e Vita), ha investito nel sistema risorse tali da evitare quella che molti temevano poter essere la morte definitiva di un settore importante dell'industria culturale (già fiaccato dalla scomparsa dello storico "Carosello").

Settore importante culturalmente e socialmente (basti pensare al target principale dell'animazione, ovvero infanti e giovani), ma anche economicamente e industrialmente (l'animazione richiede e produce innovazione ed occupazione, cresce con la ricerca e la sperimentazione, coniuga arte e mercato e può produrre molta ricchezza).

A distanza di dieci anni, Isicult ha accolto con entusiasmo la richiesta de La Città dell'Animazione e dei Contenuti Digitali, sostenuta da Bic Lazio: abbiamo ovviamente focalizzato la ricerca sul mercato del Lazio ed abbiamo registrato alcuni fenomeni, che stimolano nel ricercatore (e quindi nel decisore pubblico), ancora una volta, depressione e fiducia al tempo stesso. Le potenzialità ci sono, ma debbono essere sviluppate.

Il mercato, da solo, non ce la farà. Si tratta di un settore sottoposto non solo allo strapotere storico delle multinazionali dell'immaginario, ma anche alla crescente concorrenza asiatica e "monopolizzata" dalla

Ricerca Isicult per La Città dell'Animazione e dei Contenuti Digitali: dati essenziali dell'animazione Tv nei 5 maggiori Paesi europei

Mercato	Valore animazione Tv (milioni di euro)	Quota % su totale valore	Animazione Tv prodotta (ore)	Quota % su totale ore prodotte
Francia	169	46	269	45
Regno Unito	65	19	101	17
Italia	47	13	86	14
Germania	39	11	61	10
Spagna	38	11	83	14
Totale "Top 5" mercati	348	100	600	100

Fonte: ricerca Isicult per "La Città dell'Animazione e dei Contenuti Digitali", in "Bic Notes", numero speciale 2007.

Rai, che è ormai il “governatore” del sistema, l’unico soggetto in grado di determinare il giorno e la notte, la vita e la morte, nei territori dell’animazione italiana. Mediaset - non adeguatamente obbligata dalla legge - ha purtroppo ignorato questo settore, anche nelle sue enormi potenzialità economiche (senza dimenticare il tentativo encomiabile ma forse avanguardistico dell’acquisizione della allora promettente società Lanterna Magica).

L’animazione italiana: fragile e frammentata

In sostanza, nel decennio di intervento Rai nel settore, l’animazione italiana è sì stata salvata dalla morte annunciata, ma le energie immesse nel sistema non hanno prodotto l’auspicato “salto di qualità”: ci troviamo, di fatto, di fronte ancora

ad un comparto assistito, che, senza la “mano pubblica”, boccheggia. Le eccezioni sono rare, e comunque deboli, da Mondo Tv a Rainbow.

Il tessuto delle imprese dell’animazione italiana è fragile, debole, frammentato. In due parole: sottodimensionato, sottocapitalizzato.

Senza un intervento deciso, robusto, strategico, della “mano pubblica” (Stato e Regioni, oltre che Rai, ma magari con una politica finalmente organica, al di là delle interessanti ma non particolarmente produttive manifestazioni promozionali come ‘Cartoons on the Bay’ e ‘Castelli Animati’), l’animazione italiana continuerà a perdere colpi, a favore non solo degli storici “competitor” - Regno Unito e Francia - ma anche di Paesi più giovani, ovvero con meno tradizione nel settore, come la Germania e la Spagna. È lo Stato a essere chiamato a curare e ad aiutare a crescere. A sanare, se non addirittura

ra a salvare. Il rischio che il sistema italiano dell’animazione vada a disperdersi lentamente è concreto. Urgono interventi correttivi e curativi.

Il business dell’animazione non muove valanghe di danaro: il valore dell’animazione televisiva in Italia viene stimato intorno ai 50 milioni di euro l’anno (e poco viene da altri segmenti mediali), le imprese sono una cinquantina (la gran parte delle quali micro-imprese) e la massa di addetti può essere stimata in circa un migliaio di persone (la gran parte delle quali precarie).

Sono cifre che fanno riflettere, se raffrontate a quelle di un Paese come la Francia, nel quale solo il business dell’animazione televisiva è intorno ai 170 milioni di euro... Ma basterà ricordare che lo Stato francese investe nel cinema circa 5 volte quel che investe lo Stato italiano (che ci sia un nesso “causa/effetto”?!?), per comprendere il perché

Il Progetto "La città dell'animazione e dei contenuti digitali"

La ricerca IsCult è stata diretta da Angelo Zaccone Teodosi, Bruno Zambardino, Giovanni Gangemi. Ci si è avvalsi della collaborazione di Riccardo Rossiello e di Stefano Firrincieli. Consulenze tecniche specifiche sono state prestate da Chiara Magri, Gaetano Stucchi, Alberto Pasquale, Antonio Casimiro. La ricerca rientra nell'ambizioso progetto denominato "La Città dell'Animazione e dei Contenuti Digitali" (da cui l'acronimo Cacd).

La Città dell'Animazione e dei Contenuti Digitali, in collaborazione con le istituzioni culturali e politiche locali e regionali e con le imprese del settore dell'animazione e dell'audiovisivo, articola la propria offerta in due aree principali:

- un Atelier dell'Animazione per la formazione, il "counselling" per piccole e medie imprese, l'innovazione tecnologica, ricerca & sviluppo e la produzione;
- una Casa dell'Animazione e del Fumetto per l'Edutainment. All'interno della Città, è previsto anche un Osservatorio permanente per la ricerca, lo studio e il monitoraggio del mercato dell'animazione e dei contenuti digitali a livello internazionale e nazionale.

Sono previste anche una serie di altre strutture ed attività, tra cui meritano di essere citate: il Museo dell'Animazione, la Sala espositiva, il Centro di Documentazione, l'Auditorium, il Campus Formativo, il Business Centre...

L'associazione promotrice del progetto ha individuato il Comprensorio di Castel Romano come possibile sede delle proprie attività. Nell'Area Industriale di Castel Romano, su un ter-

reno di 500 ettari, hanno sede (e sono in via di potenziamento) un centro Outlet (gestito dalla multinazionale McArthur Glen), una delle due sedi di Tecnopolo S.p.A., alcuni studi cinematografici di Cinecittà. E, ancora la prossima realizzazione di un "parco a tema" sul cinema...

L'associazione per La Città dell'Animazione è presieduta da Emanuela Marrocco ed ha in Francesco D'Ausilio il Direttore generale. L'associazione è sostenuta dalla Commissione Europea, dal Piano Media 2007-2013, dal Ministero per i Beni e le Attività Culturali, dall'Ice, dalla Regione Lazio, dalla Provincia di Roma, dalla Camera di Commercio e dal Consorzio RomAnimata.

L'associazione cura, tra l'altro, l'ideazione e organizzazione di tre iniziative:

- "I Castelli Animati - Festival Internazionale del Cinema d'Animazione", diretto dall'appassionato Luca Raffaelli;
- "Romics - Fiera del Fumetto e dell'Animazione", che si terrà in contemporanea al novello "Midia" (vedi infra);
- il nuovo "Midia, Mercato Internazionale dell'Immagine Animata", realizzato in collaborazione con la Fiera di Roma. Si tiene a Roma dal 4 all'8 ottobre.

L'estratto della ricerca IsCult, ovvero l'edizione speciale 2007 di "Bic Notes - Quaderni di Bic Lazio", verrà inviato gratuitamente a quanti ne faranno richiesta al Bic Lazio - Business Innovation Centre, via Casilina 3/T, Roma 00182, tel. 06/9784501, o anche solo inviando una email a: comunicazione@biclazio.it.

di alcune "geometrie".

L'animazione è un settore strategico per la crescita culturale del Paese e finanche per la crescita economica (se non per le sue dimensioni in sé, per la funzione di volano per l'immaginario e per il "made in Italy"...).

Ben vengano, quindi, ulteriori interventi concreti della Regione Lazio, e dei suoi bracci operativi, dal Bic Lazio - Bic Innovation Centre alla Filas, alla Lait-Lazio Informatica... Ben vengano gli "incubatori" di imprese, che pure hanno già accolto anche "player" del sistema dell'animazione laziale... E ben venga una Città dell'Animazione e dei Contenuti Digitali (vedi box), che consenta alla "vecchia" - ma sempre apprezzata - Città del Cinema di arricchirsi di un'altra anima. Roma è una città benedetta e maledetta, che

compete ormai con le capitali della cultura internazionale, come qualità e quantità di offerta: il rischio di dispersione è quindi sempre latente, ma il progetto strategico de La Città dell'Animazione e dei Contenuti Digitali appare ben focalizzato.

Il rischio da evitare, in operazioni come questa, è di creare "cattedrali nel deserto", come è avvenuto nell'ormai triste caso del Centro Multimediale di Terni, sul quale pure erano state indirizzate tante speranze (e risorse europee...).

Le analisi di mercato dimostrano come lo scenario internazionale della convergenza multimediale e multiplatforma stia aprendo nuove chances, anche per le micro-imprese: ma è necessario "costruire reti" e "fare sistema" e queste prospettive, nella situazione italiana, non possono che essere costruite da un intervento pubblico, che sia attento, lungimirante, strategico. MC

(con la collaborazione di Bruno Zambardino)

(*) Angelo Zaccone Teodosi ha cofondato IsCult con Francesca Medolago Albani e lo presiede dal 2001. L'Istituto italiano per l'Industria Culturale - IsCult è un centro di ricerca indipendente, specializzato dal 1992 nell'economia dei media e nella politica culturale. L'Osservatorio IsCult / Millecanali, laboratorio di analisi sulla Tv ed i media, è stato attivato nell'ottobre del 2000 (vedi "Millecanali" n° 294). Dal 2006, IsCult è diretto da Giovanni Gangemi. IsCult, Palazzo Taverna, via di Monte Giordano 36, 00186 Roma. Tel./fax 06/6892344 - info@isicult.it - www.isicult.it.