

PARTECIPAZIONE AL MERCATO INTERNAZIONALE DELL'AUDIOVISIVO

(16 OTTOBRE 2021)

Gentili Presidenti, gentili ospiti, membri della stampa, signore e signori, sono lieto di intervenire alla **settima edizione del Mercato Internazionale Audiovisivo**. Ringrazio il Presidente dell'Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive Digitali (ANICA), **Francesco Rutelli**, e il Presidente dell'Associazione Produttori Audiovisivi (APA), **Giancarlo Leone**, per il lavoro che le organizzazioni da Voi guidate svolgono con visione, determinazione e professionalità in un settore che sta attraversando una fase di profonda evoluzione legata al crescente impiego del digitale.

Come evidenziato dal rapporto sull'audiovisivo promosso da ICE e presentato qui al MIA, la diffusione delle nuove tecnologie sta trasformando i paradigmi produttivi di questo comparto e l'assetto dei mercati. Questi cambiamenti, accelerati dall'impatto della pandemia, possono offrire nuove opportunità per le imprese italiane, in risposta, ad esempio, alla crescente domanda di contenuti per le piattaforme digitali.

Il MIA – che riunisce quest'anno operatori da oltre 50 paesi - è un'importante piattaforma di dialogo fra le realtà dell'audiovisivo nazionale e internazionale, in un'ottica commerciale e di riflessione strategica. La Farnesina sostiene questa iniziativa direttamente e tramite l'ICE, con l'obiettivo di rendere il nostro settore audiovisivo più competitivo a livello internazionale.

L'audiovisivo è un settore produttivo di grande rilevanza per l'economia nazionale, con quasi 8.500 imprese, 50 mila persone impiegate - 170 mila considerando l'intero indotto - e con una significativa presenza femminile - il 39% - e giovanile - gli addetti under 30 sono il 25%.

Parte del nostro patrimonio culturale, il cinema e la televisione italiani raccontano l'Italia nel mondo, presentandone le eccellenze, la storia e le metamorfosi. Penso ai capolavori del Neorealismo e al ritratto dell'Italia dell'immediato dopoguerra, ma anche al cinema d'autore, alla commedia italiana, ai capolavori del cinema italiano contemporaneo che ci sono valsi riconoscimenti in tutto il mondo.

Il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, con la sua rete di oltre 300 uffici all'estero fra Ambasciate, Consolati e Istituti Italiani di Cultura, è impegnato nella promozione internazionale dei prodotti audiovisivi italiani. Lo facciamo con un'ottica di **“promozione integrata”**, ossia ponendo al centro le interazioni tra cultura, impresa, scienza e innovazione attraverso il filo rosso della creatività, elemento distintivo dell'Italia e del suo sistema produttivo.

Cultura e bellezza sono leve di crescita economica e fattori di attrazione per quanti guardano al potenziale produttivo e innovativo dell'Italia. Puntiamo a valorizzare sempre di più questo “soft power”, obiettivo a cui si ispira anche la prossima riorganizzazione interna della Farnesina. La novità principale sarà, infatti, proprio la creazione di una Direzione Generale dedicata alla diplomazia pubblica e culturale.

L'audiovisivo figura tra i settori di primo piano nel quadro delle iniziative lanciate, fra il 2020 e il 2021, con l'obiettivo di sostenere le imprese culturali e creative italiane. Con le risorse messe a disposizione dai Decreti Legge “Cura Italia” e “Rilancio” – **oltre 30 milioni di euro dedicati alla promozione integrata dell'Italia all'estero** – abbiamo avviato progetti di ampio respiro, volti a contribuire a una nuova narrazione dell'Italia all'estero. Ricordo alcune di queste iniziative:

- **Fare Cinema**, la rassegna tematica con cui già dal 2018 celebriamo ogni anno il cinema e l'audiovisivo italiano, con la collaborazione di Ministero della Cultura, Istituto Luce-Cinecittà, ANICA, ICE. Giunta quest'anno alla sua quarta edizione, “Fare Cinema” vede impegnata la nostra rete all'estero nell'organizzazione di eventi, proiezioni, mostre, convegni e esperienze digitali, per far conoscere il nostro cinema e la professionalità italiana nell'ambito dei “mestieri del cinema”.

- **Corti d'autore**, che abbiamo lanciato con ANICA lo scorso anno con l'intento di promuovere una nuova narrazione delle qualità e dell'attrattività italiana post-Covid. Sono stati prodotti sei cortometraggi. Fra questi, cito “Dolente bellezza” [scritto e diretto dal fumettista Roberto Recchioni] con cui abbiamo celebrato in maniera innovativa il settimo centenario dalla morte di Dante Alighieri.

- **Italian Screens**, che nasce dal protocollo d'intesa siglato con l'Accademia del Cinema Italiano - Premi David di Donatello e Anica, con l'obiettivo di portare i film italiani premiati ai David sugli schermi dei cinema stranieri in corrispondenza con eventi di taglio business realizzati in collaborazione con ANICA.

-**Italiana – Lingua cultura creatività**, il portale che abbiamo creato per promuovere i nostri contenuti culturali presso il pubblico internazionale. Il 70% dei contenuti originali che abbiamo commissionato nell'ambito di questo progetto sono stati contenuti audiovisivi.

Ricordo, infine, l'operazione che stiamo per avviare con il Ministero della Cultura, Anica e le Film Commissions *[20 commissioni, diffuse sul territorio nazionale, su base regionale]* per **valorizzare all'estero le nostre Regioni come luoghi dove girare film e prodotti audiovisivi**.

L'Italia è il Paese della creatività: un elemento che accomuna tutte le nostre eccellenze, dal design alla cucina, dalle arti alla ricerca scientifica. L'audiovisivo non fa eccezione. Anzi, è un terreno fertile in cui la creatività italiana si combina con il saper fare dei nostri professionisti e delle nostre maestranze; la meraviglia dei nostri territori, autentiche location naturali; la ricchezza e la varietà delle storie che abbiamo da raccontare.

Sono stati mesi difficili, in cui il Paese ha dovuto fare i conti non solo con l'altissimo costo umano della pandemia, ma anche con i profondi effetti che questa ha avuto sul nostro tessuto economico e sociale. Oggi, **le stime di crescita del PIL per il 2021 e dati lusinghieri dell'export** testimoniano che abbiamo intrapreso con decisione la strada della ripresa. Grazie anche alle misure di sostegno messe in campo dalla Farnesina, le nostre **esportazioni nei primi sette mesi** del 2021 hanno registrato un **incremento del 22,8%** per circa 300 miliardi di euro, un valore che supera non solo i 244 miliardi del medesimo periodo del 2020, ma anche i 286 miliardi dei primi sette mesi del 2019, anno d'oro dell'export italiano.

In questa cornice, il settore audiovisivo potrà essere una forza trainante della ripresa economica del nostro Paese. Potrete continuare a contare sull'impegno della Farnesina nella valorizzazione all'estero di questa importante risorsa del Made in Italy e dell'Italia.

Grazie.