****

***FESTIVAL DEL VIDEOGIOCO***

***15 – 19 marzo***

**FOCUS 1**

**“TAX CREDIT”: DAL 2016 VALORE AGGIUNTO PER L’INDUSTRIA**

Il **mercato del videogioco**, in **Italia**, è florido e **vale quasi 1 miliardo di euro** (**+6,9% rispetto al 2014**) ma sul fronte della produzione dobbiamo ancora crescere Nel nostro paese si contano **oltre 100 studi di sviluppo** ma questi sono, nella maggior parte dei casi, ancora di piccole dimensioni e hanno fatturati piuttosto contenuti. Solo nell’11% dei casi troviamo aziende che vanno da 250mila euro a oltre 1 milione di euro di fatturato, il restante 15% dei casi oscilla tra i 100 e i 250mila euro. Insomma, siamo un paese che consuma molti videogiochi ma che ne produce ancora pochi, complice tra le altre cose la difficoltà per le imprese locali di reperire fondi. Le aziende, infatti, operano soprattutto sulla base di autofinanziamenti (56%), con supporto limitato di publisher (17%), private equity (8%) e finanziamenti da parte di istituzioni pubbliche e istituti di credito (3%). Proprio in questo contesto si inserisce il tema del supporto alla crescita del settore, che appare centrale per contribuire allo sviluppo di una realtà economica ormai rilevante per il Paese. (Dati Aesvi)

Le ampie potenzialità di crescita vengono confermate dai **trend di crescita mondiali del settore**, con un **mercato passato dai 91,8 miliardi di dollari di valore del 2015 ai 99 miliardi di dollari nel 2016** (fonte NEWZOO 2016 Global Games Market per Regions with Year on Year Growth Rates). A livello europeo il primo mercato resta quello **UK** che, sostenuto negli anni da importanti scelte politiche su agevolazioni fiscali e incentivi alle nuove imprese, vanta **4 miliardi di sterline di consumi** (+55% tra 2011 e 2015), poco meno di **11mila occupati**, oltre **1900 imprese** (+44% nello stesso periodo). Dati che, se confrontati con quelli italiani del 2011-2015 (crescita dei consumi del +3% e del numero di imprese del +28%), evidenziano come – se adeguatamente sostenuto da scelte politiche e fiscali forti - il nostro settore potrebbe registrare un ulteriore impulso di crescita.

**ITALIA PER TAX CREDIT, UK PER GAME FUND E SOSTEGNO A START-UP**

Di fronte a questo scenario è giusto chiedersi cosa si possa fare per sviluppare questo settore come hanno già fatto altri Paesi (Regno Unito, Francia o Polonia su tutti). La risposta, almeno in parte, può essere trovata in politiche fiscali molto diverse tra le varie realtà europee. In **UK,** ad esempio, il governo ha esteso nel 2014 il “**Tax Credit**”dal cinema anche al settore dei videogiochi, mentre nel 2015 ha istituito lo “**UK Game Fund**”,che finanzia lo **sviluppo di nuovi prototipi** - e quindi di nuove proprietà intellettuali originali - con l’obiettivo di supportare le imprese del settore nel diventare più innovative, più forti e più grandi. Nel giugno 2016, Boris Johnson, sindaco di Londra, ha annunciato un **investimento di 1,6 milioni di euro a supporto della crescita del settore *gaming***, il cui primo passo sarà l’istituzione di un evento B2B su Londra. La volontà di assicurarsi il primato mondiale nello sviluppo di videogiochi passa, infine, per la creazione di un “**Creative Content Fund**”, allo studio del governo, finalizzato a valorizzare la componente creativa del settore videoludico indipendente.

Nell’ultimo quinquennio anche in **Francia** l’azione combinata di interventi di **finanziamento pubblico**, **normative legali** e **fiscali specifiche** hanno favorito il consolidamento di una filiera di produzione di altissimo livello. Il **Crédit Impôt Recherche Jeux Video**, creato nel 2007 e riformato tra 2013 e 2015, sostiene gli sforzi produttivi nel campo dei videogiochi puntando sulla realizzazione artistica e tecnica dei prodotti videoludici e ponendo quale requisito la qualità, la componente artistica, l’innovatività dell’idea progettuale. Parallelamente, il **Fonds d'aide au jeu vidéo – FAJV** sostiene lo sviluppo di prototipi. L’intervento pubblico si è rivelato fondamentale anche ai fini della sistematizzazione del processo di creazione di nuove imprese e della nuova occupazione offrendo ai creativi e agli operatori economici del settore un luogo dove far nascere e crescere il proprio business: i centri competitivi Cap Digital e Imaginove hanno permesso al settore di organizzarsi e di mettere in relazione l’industria dei videogiochi con il resto del settore digitale e multimediale.

In **Polonia** il mercato del videogame vale 408 milioni di dollari (dati 2015, +4,7% rispetto al 2014) e si prevede che crescerà al 2018 del +5,4%. Oggi conta su circa 150-300 studi di sviluppo indipendenti e il ministero competente ha investito un budget di 20 milioni di euro in quello che ha chiamato “**GameINN**”, programma finalizzato a sostenere le aziende che sviluppano videogiochi (sono contributi a fondo perduto che vanno a coprire dal 40 all'80% dei costi complessivi dell'operazione di finanziamento del videogioco), mentre col programma “**ARP Games**” punta alla crescita delle start-up e a sostenere chi investe in questo ambito. Il risultato? Nel 2016 lo studio polacco CD Projekt RED ha lanciato il gioco “The Witcher 3” premiato in tutto il mondo come il miglior gioco dell’anno e che a luglio 2016, in poco più di un anno, aveva venduto 10 milioni di copie.

In **Italia**, invece, è del 2016 l’introduzione del “**Tax Credit**” per le opere multimediali nell’ambito della nuova legge sull’audiovisivo, che dovrebbe contribuire nei prossimi anni allo sviluppo ulteriore del settore, offrendo la possibilità di compensare debiti fiscali (Ires, Irap, Irpef, Iva, contributi previdenziali e assicurativi) con il credito maturato a seguito di un investimento nel settore. Sicuramente, le prospettive economiche e finanziarie internazionali potrebbero aprire **nuove e inattese possibilità di attrazione degli investimenti e dei talenti anche per l’Italia e questo si spera possa spingere le istituzioni a proseguire su questa strada a supporto del settore videoludico**.

Ulteriori approfondimenti sono disponibili sul sito: <http://www.letsplay.net/IT>

Questi i canali social di Let’s Play:

<https://www.facebook.com/LetsPlayRoma/?fref=ts>

<https://twitter.com/Letsplay_roma>

<https://www.instagram.com/letsplay_roma/>