

The background of the cover is an aerial photograph of a city, likely Rome, showing a grid of streets and various buildings. Overlaid on the left side of the image is a black film strip that curves across the frame. The film strip has white sprocket holes and some numbers (5, 6, 7, 8, 9) and text (D-8A) are visible on it. The overall color palette is dominated by blues and greys from the aerial view, with the black of the film strip and the red of the text providing strong contrast.

RAPPORTO

Il Mercato e l'Industria
del Cinema in Italia

2008

Executive Summary



fondazione ente
dello **spettacolo**

In collaborazione con

CINECITTA' LUCE S.p.A.

Con il sostegno di



Editing e grafica: PRC srl - Roma

Realizzazione a cura di: Area Studi Ente dello Spettacolo

Consulenza: Redento Mori

Presentazione



Nel panorama della pubblicistica italiana sul cinema, è mancata fino ad oggi una sintesi che consentisse una visione organica del settore e tale da misurare il peso di una realtà produttiva che per qualità e quantità rappresenta una delle voci più significative dell'intera economia.

Il Rapporto 2008 su "Il Mercato e l'Industria del Cinema in Italia" ha lo scopo primario di colmare questa lacuna e di offrire agli operatori e agli analisti un quadro più ampio possibile di un universo che attraversa la cultura e la società del nostro Paese.

Il Rapporto è stato realizzato con questo spirito dalla Fondazione Ente dello Spettacolo in collaborazione con Cinecittà Luce S.p.A., ed è il frutto della ricerca condotta da un'équipe di studiosi sulla base di una pluralità di fonti e di dati statistici rigorosi. Questo rigore si è misurato in alcuni casi con la relativa indeterminatezza di informazioni provocata dall'assenza di dati aggiornati (ad esempio, per i bilanci societari) e dalla fluidità di notizie in merito a soggetti che operano nel settore secondo una logica a volte occasionale e temporanea.

Finora si è conosciuto molto del cinema italiano soprattutto in termini di consumo. Il mercato della domanda è stato esplorato per numero e struttura delle sale, frequenza degli spettatori, biglietti venduti, box office dei film più visti, vendite di home video, tipologie dei consumi attraverso tv, pay-tv e vari canali di diffusione. Va detto però che il mercato della domanda rappresenta soltanto la fase terminale dell'attività e la ricchezza dei dati e degli studi sul suo andamento complessivo finiscono per lasciare in ombra la realtà fondamentale del settore.

Questo Rapporto aggiunge qualcosa di più e di importante perché propone un'analisi del mercato dal lato dell'offerta, cioè dal punto di vista di chi i film li progetta, li produce, li realizza e quindi li diffonde. È il risultato di una ricerca che esamina a livello aggregato ogni singolo comparto e tutti i soggetti della

filiera, ricostruendo anche attraverso l'analisi dei bilanci societari disponibili, le vere dimensioni economiche e operative della cinematografia del Paese. Una realtà costituita da un tessuto di oltre 9.000 imprese, con un volume d'affari di quasi 5 miliardi di euro e un numero di addetti prossimo a 100mila unità, superiore (senza considerare l'indotto) del 50% alle stime ufficiali.

Il Rapporto evidenzia anche come l'imprenditoria privata sia il vero fulcro del sistema-cinema, pur alla luce di una presenza crescente dell'intervento pubblico, in particolare attraverso le istituzioni territoriali che operano grazie alle nuove competenze acquisite dalle regioni, e a iniziative strutturali come le film commission o di promozione. E rileva la notevole frammentazione del mercato del lavoro, con una disponibilità di soggetti (soprattutto per quanto concerne le figure professionali di carattere artistico e creativo) ampiamente superiore alla domanda e con un diffuso ricorso a prestazioni occasionali di breve respiro.

Oltre a identificare le società leader dei diversi comparti, il Rapporto mette in luce la gerarchia che di fatto esiste tra le società leader del settore e le imprese industriali e dei servizi.

Per questo insieme di ragioni non è sbagliato definire il Rapporto 2008 un "unicum" che va oltre l'attenzione degli addetti ai lavori. Il cinema italiano con la sua carica di tradizione e di creatività che utilizza le tecnologie più avanzate, è qualcosa di più di un simbolo pulsante del made in Italy. È l'espressione vitale di un'innovazione artistica che chiama in causa i valori profondi di una società dinamica e multiforme che non dimentica le radici e guarda con occhi nuovi al futuro.

A questi valori guardano la Fondazione Ente dello Spettacolo e Cinecittà Luce S.p.A., due soggetti protagonisti, seppure differenti per storia e mission, del necessario e strategico rinnovamento nel mondo del cinema.

Dario E. Viganò

Presidente Fondazione Ente dello Spettacolo

Luciano Sovena

Amministratore Delegato Cinecittà Luce S.p.A.

Introduzione

La stagione 2008 del cinema italiano ha registrato, secondo i dati Anica, la più alta offerta di film italiani degli ultimi dieci anni: 123 produzioni nazionali e 31 coproduzioni per un totale di 154 opere. Dopo un quinquennio piuttosto contrastato ha anche confermato il ritrovato favore del pubblico con 99,4 milioni di presenze e 593,7 milioni di euro di incassi nelle sale: risultati assai vicini ai record di 103,5 milioni di spettatori e 617 milioni di euro di introiti al botteghino rilevati in base al campione Cinetel nel 2007.

Tra ripresa e sviluppo. Come è stato osservato da più parti, la cinematografia nazionale sembra in sostanza aver ritrovato nell'ultimo biennio vitalità e alimentato, dopo vari anni contrastanti, una nuova fase di sviluppo. Il passaggio appare cruciale, perché questo trend – se consolidato – può dare vita a un ciclo duraturo di crescita. Consistenza e validità della ripresa dipendono tuttavia dalla verifica di un processo determinante: in quale misura il modello economico della cinematografia nazionale si sta adeguando all'evoluzione strutturale e tecnologica del mercato, in un contesto operativo e competitivo che resta fundamentalmente problematico.

Il Rapporto 2008. In questa ottica si pone il progetto avviato dalla Fondazione Ente dello Spettacolo, in collaborazione con Cinecittà Luce S.p.A. e con il sostegno della Direzione generale per il cinema del Ministero per i Beni e le Attività Culturali. "Il Mercato e l'Industria del Cinema in Italia – Rapporto 2008" è la prima analisi dedicata al settore nel suo complesso e che tende ad accertare natura e dimensioni dell'offerta di cinema, sia a livello aggregato per tutti gli attori della tradizionale filiera produzione-distribuzione-esercizio, sia a livello specifico di chi comunque "fa" e contribuisce a diffondere cinema. Si tratta di un passo iniziale e come tale va considerato, rispetto a una particolare abbondanza di informazioni sul mercato della domanda e sui risultati al box office, cui fa riscontro la disomogeneità e la radicata scarsità di dati in riferimento ai reali valori strategici e ai contenuti gestionali dell'economia di settore e di tutti i suoi protagonisti.

Work in progress. La ricerca si presenta quale *work in progress* e come tale presuppone progressivi aggiornamenti e arricchimenti. In ragione anche di un ciclo di vita della produzione filmica che scorre lungo un arco di vari anni – mentre i riscontri sugli incassi al botteghino sono pressoché immediati – e di bilanci societari che soltanto a distanza di tempo possono oggettivamente riflettere l'effettivo andamento delle attività.

L'analisi del settore si sviluppa attraverso la definizione delle sue strutture, delle dimensioni dell'attività e delle risorse economiche in termini sia degli investimenti impiegati sia del valore della produzione generato.

LE IMPRESE. La fonte principale di documentazione sull'attività delle società di ogni sistema produttivo del paese si dimostra il *database* di Cerved Business Information, in cui

vengono riversati sia i materiali documentali del registro imprese delle Camere di commercio italiane sia le riclassificazioni ed elaborazioni che lo stesso Cerved svolge sui rendiconti amministrativi e contabili memorizzati nella banca dati Infocamere-Telemaco.¹ L'anagrafe delle società cinematografiche rivela l'alta percentuale di iniziative imprenditoriali avviate negli ultimi anni.

TAB. 1

SOCIETÀ DI CINEMATOGRAFIA ATTIVE E ISCRITTE AL REGISTRO IMPRESE

Numero di aziende cinema e video	Imprese attive			Variazione 2007 SU 2001	Imprese registrate		
	2001	2004	2007		2001	2004	2007
Produzioni	2.971	5.625	6.410	+115,7%	3.480	6.108	6.997
Distribuzioni	314	574	529	+ 68,4%	372	641	598
Proiezioni	1.459	1.856	1.815	+31,8%	1.533	1.939	1.924
Complesso settore *	4.889	8.403	9.071	+ 85,5%	5.467	9.084	9.887

Elaborazione su dati Infocamere-Cerved.

** I valori calcolati da Cerved e riferiti all'intero settore non esprimono – per l'oggettiva difficoltà di classificazione di alcune attività – le somme matematiche dei dati che lo stesso Cerved attribuisce ai tre singoli comparti.*

La polverizzazione del settore. Si tratta di numeri (quasi 9.900 imprese registrate e oltre 9 mila quelle attive) a prima vista sorprendenti per la loro consistenza, da valutare tuttavia alla luce di una considerazione di fondo, comune a tutta la base societaria delle attività economiche del paese. Le Camere di commercio registrano l'esistenza delle varie ragioni sociali, alle quali tuttavia non sempre corrisponde un'azienda con un'attività continuativa.

La circostanza è riferibile principalmente alle società non di capitali – fondamentalmente le più piccole – ossia a quelle che rispondono a due delle tipologie previste dal codice civile: società di persone e ditte individuali, nelle quali confluisce il 51,5% dell'intera "popolazione societaria", pari a 4.671 ragioni sociali (nelle nuove imprese iscritte negli ultimi anni la percentuale sale addirittura al 70%).

In misura inferiore riguarda invece un'altra delle forme giuridiche contemplate dal codice – in questo caso per le 4.400 società di capitali – che registra a sua volta un'alta fre-

¹ La classificazione statistica delle attività economiche – denominata Ateco – è stata ricodificata a livello comunitario, in conformità alla nomenclatura Nace, con validità a partire dall'1 gennaio 2009, creando un nuovo macrosettore "Servizi di informazione e comunicazione" in cui confluiscono i settori riguardanti le "Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore". Nei cinque comparti previsti d'ora in poi non sarà più operata alcuna distinzione fra le aziende di produzione, post-produzione e distribuzione attive in campo cinematografico rispetto a quelle che operano in ambito televisivo. Restano distinte soltanto le imprese di proiezione cinematografica. I dati del Rapporto 2008 "Il mercato e l'industria del cinema in Italia", tratti dalla banca dati Cerved e relativi all'esercizio 2007, restano pertanto gli ultimi elementi di documentazione omogenea, rappresentativi della cinematografia italiana nella sua unitarietà.

TAB. 2

DISTRIBUZIONE DELLE IMPRESE PER FORMA GIURIDICA

Ragione sociale per attività	Complesso settore		Produzioni film e video		Distribuzioni film e video		Proiezioni cinematografiche	
	2007	Nuove	2007	Nuove	2007	Nuove	2007	Nuove
Spa (per azioni)	1,9%	0,2%	2,0%	0,2%	3,2%	0,2%	1,4%	0,0%
Srl (a resp. limitata)	40,3%	17,6%	39,8%	18,2%	63,3%	0,0%	28,6%	12,8%
Altre soc. di capitali	6,3%	4,2%	6,0%	3,5%	5,7%	33,2%	6,9%	10,3%
Società di capitali	48,5%	22,0%	47,8%	21,9%	72,2%	33,4%	36,9%	23,1%
Di persone	15,0%	8,6%	13,6%	9,0%	14,6%	33,3%	21,6%	2,6%
Ditte individuali	32,6%	63,3%	38,0%	67,9%	12,3%	33,3%	24,4%	17,9%
Altre forme	3,9%	6,1%	0,6%	1,2%	0,9%	0,0%	17,1%	56,4%
Società non di capitali	51,5%	78,0%	52,2%	78,1%	27,8%	66,6%	63,1%	76,9%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Elaborazione su dati Cerved al 30 settembre 2007.

quenza di aziende anche di piccolissime dimensioni: le srl, ossia le società a responsabilità limitata, che annoverano il 40% del totale societario.

Nel panorama societario la distribuzione per forma giuridica è un riscontro abbastanza eloquente dei livelli di scala dimensionale ai quali operano i vari soggetti e anche sotto questo aspetto la situazione delle imprese di cinematografia si dimostra (a ulteriore conferma della loro aderenza al contesto nazionale) analoga a quella di tutte le altre aziende italiane, fra le quali predomina – raggiungendo come noto il 90% della globalità – la struttura di piccola o piccolissima taglia.

Il fatturato. I dati aggregati di fatturato si riferiscono a tutte le società di capitali, le uniche obbligate per legge a depositare i bilanci che attestano attraverso lo stato patrimoniale e il conto economico i valori della loro attività.

La mappa organica della cinematografia nazionale traspare con chiarezza dalla suddivisione per classi di fatturato di tutte le società di capitali.

Fra i dieci raggruppamenti per valore dei ricavi si può individuare una virtuale linea di demarcazione sulla soglia di 1 milione di euro, dove la distribuzione delle percentuali segna

TAB. 3

INDICAZIONI DEL FATTURATO AGGREGATO DELLE SOCIETÀ DI CAPITALI

Dati relativi ai comparti del settore	Fatturato	Rapporto su macrosettore	Stima di incidenza
Produzione	2.225,954	3,39%	1,51%
Distribuzione	487,080	2,93%	0,33%
Proiezioni	545,190	3,27%	0,37%
Complesso settore*	4.011,225	24,12%	2,72%

Elaborazione su dati Cerved relativi ai consuntivi dell'anno 2006

* I valori calcolati da Cerved e riferiti all'intero settore non esprimono – per l'oggettiva difficoltà di classificazione di alcune attività – le somme matematiche dei dati che lo stesso Cerved attribuisce ai tre singoli comparti.

TAB. 4

DISTRIBUZIONE DELLE SOCIETÀ CINEMATOGRAFICHE PER CLASSI DI FATTURATO

Classi di fatturato in euro	Complesso Settore % sul totale		Produzioni % sul totale		Distribuzioni % sul totale		Proiezioni % sul totale	
	Aziende	Fatturato	Aziende	Fatturato	Aziende	Fatturato	Aziende	Fatturato
0-5 mila *	19,6%	0,1%	19,7%	0,1%	22,6%	0,1%	17,7%	0,1%
5-250 mila	41,6%	2,7%	43,6%	3,3%	33,2%	0,9%	36,8%	3,8%
250-500 mila	12,0%	3,0%	11,6%	3,7%	11,8%	1,6%	14,3%	4,9%
500 mila-1 milione	10,1%	4,9%	9,7%	5,8%	8,4%	2,1%	12,1%	8,4%
1-2 milioni	6,9%	6,8%	6,2%	7,5%	8,4%	4,4%	9,6%	12,7%
2-5 milioni	6,0%	13,3%	6,0%	6,0%	6,7%	8,9%	6,2%	17,9%
5-10 milioni	1,6%	7,5%	1,4%	8,4%	3,9%	8,4%	1,3%	8,8%
10-20 milioni	1,0%	9,8%	0,9%	11,2%	1,1%	6,5%	1,2%	14,9%
20-50 milioni	0,9%	16,7%	0,7%	17,5%	2,2%	20,5%	0,6%	14,7%
Oltre 50 milioni	0,3%	35,2%	0,2%	36,5%	1,7%	46,6%	0,2%	13,8%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Elaborazione su dati Cerved

* Il fatturato globale realizzato dalle aziende appartenenti a questa classe risulta nella realtà inferiore (seppure di poco) allo 0,1%, del totale cumulato dai vari comparti, ma il dato è stato arrotondato fino a tale valore per favorire la facilità di lettura complessiva del quadro economico tracciato dalla tabella.

con sufficiente eloquenza una relativa divaricazione di potenzialità ad agire – con relative prospettive di visibilità – sul mercato.

Delle 4.400 società di capitali che nel complesso operano nel settore, oltre 3.650 (pari all'83,3%) con fatturato inferiore a 1 milione coprono appena il 10,7% del totale realizzato; delle 3.064 imprese di sola produzione, poco più di 2.590 (in sostanza il 74,6%) concorrono soltanto al 12,9% dei ricavi cumulativi; delle 382 aziende che si occupano di distribuzione, circa 290 (corrispondenti al 76,0% dell'intera categoria) raccolgono solo il 4,7% dei proventi complessivi; dei 670 operatori impegnati – sempre con ditte costituite nella forma giuridica di società di capitali – nell'esercizio, oltre 540 (pari all'80,9% dell'insieme) contribuiscono solamente per il 17,2% al valore globale del comparto.

Le dimensioni. I riscontri contabili e finanziari portano a delineare in sostanza cinque principali raggruppamenti di aziende che operano nei diversi comparti considerati.

Nel nucleo maggiormente folto, con i suoi 567 componenti, dello "zoccolo duro" si può identificare in sostanza il tessuto connettivo della cinematografia nazionale per quanto riguarda i tre principali comparti della produzione, della distribuzione e dell'esercizio.

Nel ristretto gruppo – "solo" 171 membri – della *upper class* si trovano invece i protagonisti a pieno titolo della scena nazionale. È sulla composizione di tale "bacino" che il settore conforma la sua ossatura, anche perché questo nucleo di vertice si dimostra in grado di indirizzare in modo determinante il mercato.

IL MERCATO DEL LAVORO. Secondo la letteratura economica classica il cinema non è un'attività ad alta intensità di lavoro, bensì di capitale. Sono le caratteristiche precipue del prodotto a determinarlo. Il settore è per sua natura caratterizzato infatti dalla pro-

TAB. 5

SCHEMA DI SEGMENTAZIONE DEL MERCATO PER ATTIVITÀ

Ragione sociale per attività	Complesso settore	Produzioni film e video	Distribuzioni film e video	Proiezioni cinematografiche
Bacino in sonno (0-5 mila euro)				
Società di capitali *	862	603	86	119
Percentuale su totale	19,6%	19,7%	22,6%	17,7%
Fatturato medio indicativo	3,7	2,9	4,4	4,5
Ricavi cumulativi	3.208	2.219	383	546
Quota di mercato **	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
Cluster di piccolo cabotaggio (5-250 mila euro)				
Società di capitali *	1.830	1.337	126	247
Percentuale su totale	41,6%	43,6%	32,9%	36,8%
Fatturato medio	59,2	54,3	34,8	83,9
Ricavi cumulativi	108.303	73.460	4.387	20.717
Quota di mercato	2,7%	3,3%	0,9%	3,8%
Fascia di minore visibilità (250 mila-1 milione di euro)				
Società di capitali *	972	652	77	177
Percentuale su totale	22,1%	21,3%	20,2%	26,4%
Fatturato medio	326,0	324,3	234,0	409,6
Ricavi cumulativi	317.695	211.468	18.124	72.510
Quota di mercato	7,9%	9,5%	3,7%	13,3%
Zoccolo duro (1-5 milioni di euro)				
Società di capitali *	564	374	58	105
Percentuale su totale	12,9%	12,2%	15,2%	15,8%
Fatturato medio	1.392,4	1.399,6	1.116,9	1.588,8
Ricavi cumulativi	806.256	523.100	64.781	166.828
Quota di mercato	20,1%	23,5%	13,3%	30,6%
Upper class (da 5 a oltre 200 milioni di euro)				
Società di capitali *	171	98	35	22
Percentuale su totale	3,8%	3,2%	9,1%	3,3%
Fatturato medio	16.232,5	14.445,9	11.411,5	12.935,9
Ricavi cumulativi	2.775.767	1.415.707	399.405	284.589
Quota di mercato	69,2%	63,6%	82,0%	52,2%

Elaborazione su dati Cerved

* In questa classificazione i dati relativi al numero delle società di capitali sono da intendersi indicativi, in quanto frutto di stime che (per la mobilità presente nel settore) possono discostarsi di qualche unità dai valori assoluti riscontrabili trimestralmente

** La quota di mercato cumulativa di tutte le aziende del primo raggruppamento (bacino "in sonno") risulta in realtà inferiore - pur se di poco - allo 0,1%, del totale globale, ma il dato è stato arrotondato fino a tale valore per favorire la facilità di lettura del quadro di sintesi tracciato dalla tabella

*** I valori calcolati da Cerved e riferiti all'intero settore non esprimono - per l'oggettiva difficoltà di classificazione di alcune attività - le somme matematiche dei dati che lo stesso Cerved attribuisce ai tre singoli comparti.

duzione su commessa e quindi risente della vita dei singoli progetti. Non meno vero è tuttavia il fatto che in qualsiasi circostanza lavorativa - anche al di là delle diverse dimensioni dei volumi e dei giri d'affari aziendali - si tratta sempre di impieghi che richiedono alte professionalità e specializzazioni.

Gli occupati. La principale fonte di documentazione è l'ente mutualistico Enpals (Ente nazionale di previdenza e assistenza per i lavoratori dello spettacolo e dello sport), che

per le 3.471 aziende cinematografiche iscritte registra 76.442 posizioni contributive personali (ne hanno diritto tutti gli iscritti con all'attivo almeno una giornata di contribuzione all'anno). Con una media teorica per società di 22 addetti, ma secondo le registrazioni dell'istituto i dipendenti a contratto a tempo indeterminato ammontano a poco più di 18.700: una cifra che riporta la media di occupati per azienda a di 5,3.

La maggior parte dei contribuenti Enpals confluisce nella categoria "artisti e tecnici", composta da oltre 58.700 soggetti, corrispondente al 77% dell'intero perimetro cinematografico. La seconda categoria "maestranze e impiegati" annovera invece poco più di 17.500 unità, pari al 23%, concentrate in larga misura nel comparto della produzione.

TAB. 6

VALORI MEDI DI RETRIBUZIONE NELLE ATTIVITÀ CINEMATOGRAFICHE

Compensi medi in euro	Retribuzione giornaliera	Rretribuzione annua
Artisti e tecnici	165,87	8.931,94
Maestranze e impiegati	83,32	20.351,95
Complesso degli addetti	162,11	10.937,99

Fonte: "Parametri fondamentali della distribuzione dei più significativi caratteri quantitativi", a cura del Coordinamento statistico-attuariale dell'Enpals (Ente nazionale di previdenza e assistenza per i lavoratori dello spettacolo e dello sport), Roma 2008.

L'overbooking del lavoro a chiamata. La "parcellizzazione" delle risorse può essere considerata per certi versi una sindrome congenita del mercato del lavoro cinematografico, ma si riflette nella notevole disponibilità di unità di lavoro rispetto alle risorse occupazionali ed economiche che il mercato offre. L'entità degli iscritti all'Enpals che vanno a comporre ad esempio i primi 6 decili parla da sola: 45.850 persone. Sommano 370 mila giorni complessivi, con un indice medio di 7,9 giornate a testa, e un eventuale tempo pieno li ridurrebbe di 40 volte, a 1.185. Di questo plotone di addetti impegnati in una miriade di micro-occupazioni metà ha meno di 25 anni e l'altra metà meno di 35.

TAB. 7

DISTRIBUZIONE DEI PERIODI D'IMPIEGO E DELLE RETRIBUZIONI

Valori dei decili per tutti gli addetti	Tetto di giornate medie lavorate all'anno	Retribuzioni annue massime in euro
Fino al 10% di occupati	1	68,00
Fino al 20%	1	130,00
Fino al 30%	2	218,00
Fino al 40%	4	463,00
Primo 50% di unità	10	1.106,00
Fino al 60%	34	3.557,20
Fino al 70%	99	9.357,00
Fino all'80%	196	18.061,80
Fino al 90% degli addetti	312	30.083,20
Ultimo 10%	312	9.253.050,00

Fonte: "Lavoratori delle imprese dello spettacolo e dello sport professionistico: principali dati occupazionali e retributivi", a cura del Coordinamento statistico-attuariale dell'Enpals, Roma 2008.

Gli artisti e tecnici, che formano il 77% delle categorie professionali cinematografiche contro il 23% di maestranze e tecnici, “producono” il 59% del monte retributivo percepito dalla totalità degli addetti del settore (519 degli 818 milioni di euro globali, cui si aggiunge appunto la quota complementare del 41% degli altri, pari a 299 milioni) e tuttavia riescono a cumulare soltanto 2,2 milioni di giornate lavorative annue contro i 4 milioni (63% del totale) di maestranze e impiegati. E per quanto la loro retribuzione media giornaliera ammonti praticamente al doppio di quella applicata ai “colleghi garantiti” in genere da contratti a tempo indeterminato, in media il loro reddito da lavoro percepito in un anno si ferma al 43,8% rispetto a quello riconosciuto a maestranze e impiegati.

I livelli retributivi. Indicazioni ancora più mirate emergono poi dal dettaglio degli “stati” di lavoro specifici per le varie qualifiche e competenze professionali individuate nel-

TAB. 8

CONSISTENZA E TRATTAMENTO DELLE QUALIFICHE PROFESSIONALI NEL SETTORE CINEMA

Categorie Enpals di attività e relative qualifiche professionali	Quantità sono	Giornate annue lavorative	Compenso medio in euro al giorno
Artisti e tecnici	58.926	38,8	211,18
Attori e generici	40.102	11,5	173,69
Maestranze a tempo determinato	4.408	87,0	122,84
Organizzatori, direttori, ispettori e segretari	3.447	111,5	150,16
Registi, aiuto, sceneggiatori, dialoghetti, adattatori	3.102	100,5	393,60
Operatori di ripresa e aiuto operatori	2.032	118,7	126,79
Tecnici montaggio, suono, sviluppo e stampa	1.899	124,3	148,21
Attori di prosa, varietà e attrazioni	1.459	41,6	459,84
Scenografi, arredatori, architetti, figurinisti	1.116	112,3	186,66
Truccatori e parrucchieri	740	74,9	201,78
Tersicorei e ballerini	224	26,5	226,97
Direttori di scena e doppiaggio	158	127,1	193,34
Concertisti, professori d'orchestra, orchestrali	113	21,1	273,86
Coreografi, coristi e figuranti speciali	76	77,2	225,41
Amministratori di formazioni artistiche	33	221,6	103,25
Artisti lirici	8	23,7	205,10
Direttori di orchestra, maestri suggeritori	5	15,2	780,11
Indossatori	4	18,0	183,68
Maestranze e impiegati	17.506	223,8	85,50
Impiegati amministrativi e tecnici *	13.778	231,6	88,15
Operatori e aiuto operato di cabine di sala	1.641	218,0	60,02
Maschere, custodi e personale di pulizia	1.173	177,7	44,84
Impiegati di imprese di noleggio e distribuzione	614	255,6	114,22
Maestranze a tempo indeterminato	210	290,4	76,14
Autisti e addetti a servizi personali	69	182,7	95,29
Operai di imprese di noleggio e distribuzione	21	251,6	48,55
Totale generale	76.432	81,2	131,80

Fonte: “Lavoratori delle imprese dello spettacolo e dello sport professionistico: principali dati occupazionali e retributivi”, a cura del Coordinamento statistico-attuariale dell'Enpals (Ente nazionale di previdenza e assistenza per i lavoratori dello spettacolo e dello sport), Roma 2008.

* Impiegati amministrativi e tecnici dipendenti delle imprese di produzione, doppiaggio e sviluppo e stampa.

l'ambito di artisti e tecnici e in quello delle maestranze e degli impiegati (tale suddivisione non è a discrezione dell'Enpals, ma regolata da leggi e norme dello stato).

Un turn over forzato. L'alto numero di addetti ai margini dell'inoperosità e la soglia che segna il limite di questa scarsa utilizzazione (meno di 12 giornate lavorate all'anno) denunciano che l'eccesso di offerta di prestazioni rispetto alla domanda porta con sé anche il fenomeno conseguente della turnazione forzata di una quota considerevole di persone. Da un anno solare all'altro, cioè, una certa quantità di artisti e tecnici – soprattutto fra gli attori – non riesce a percepire nell'arco di dodici mesi alcun reddito che sia sottoposto a trattenute previdenziali e fiscali.

Dagli attori ai registi. La saltuarietà d'impegno riguarda anche gli autori. Una recente ricerca riferita al periodo 1990-1998 ha rilevato ad esempio come la produzione italiana sia contraddistinta da una forte polarizzazione tra un elevata quantità di registi che hanno firmato poche pellicole e un ristretto nucleo di cineasti che hanno invece lavorato alla realizzazione di numerosi film. Quelli che ne hanno girato uno solo sono ben 330, mentre soltanto 23 ne hanno diretto più di sei.

Se è motivo di conforto il debutto di tanti nuovi autori, è indubitabilmente fonte di perplessità la circostanza che all'opera prima non ne abbia fatto seguito una seconda e che la prova sia passata in giudicato senza possibilità di appello. Un nuovo riscontro potrà presto essere riferito anche alle stagioni più recenti. Secondo i dati forniti dall'Anica il 50% dei film prodotti negli ultimi tre anni coincide con l'esordio dei loro registi: 57 su 90 nel 2006, 43 su 80 nel 2007 e 61 su 123 nel 2008. Resta da vedere quante di queste 161 nuove leve – in appena tre anni la metà di quelle registrate in nove, il triplo del tempo, degli anni Novanta – sapranno o potranno ripetersi. Ossia se alla ritrovata vitalità di base del settore corrisponde anche un'effettiva evoluzione con l'apertura a nuovi protagonisti e il progressivo affiancamento o cambio della guardia fra giovani e vecchie generazioni.

LE RISORSE FINANZIARIE. Gli investimenti necessari per realizzare i film nazionali sono le prime risorse finanziarie a essere immesse in circuito e rappresentano le fonti primarie del settore, quelle che fundamentalmente innescano tutto il ciclo economico della cinematografia.

Gli investimenti. In Italia negli ultimi nove anni sono stati prodotti 1.076 film. La media è di 120 titoli ogni dodici mesi ed esprime la capacità della produzione nazionale.

L'intero settore ruota in pratica attorno a questa attività. Perché sono le case di produzione domestiche ad alimentare gli altri comparti, compreso quello dell'industria delle materie prime, delle lavorazioni pre e post-produzione e a "fare" il mercato. Senza una produzione nazionale gli stessi gruppi internazionali che distribuiscono le loro opere in tutto il mondo (le cosiddette *major* Warner Bros, Universal-Uip, 20th Century Fox, Walt Disney e Sony) si troverebbero a operare in un contesto del tutto diverso.

Il film non è infatti solo un prodotto, ma anzitutto un bene culturale e artistico e un *media* che trasmette contenuti e significati, oltre che emozioni. Nella sua valenza sociale con-

TAB. 9

QUANTE OPERE PRODUCE IL CINEMA ITALIANO

Numero di film	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Film italiani prodotti *	86	68	96	98	96	68	90	90	123
Con soli capitali privati	57	37	44	45	55	50	69	61	82
Con contributi statali	29	31	52	53	41	18	21	29	41
Film italiani coprodotti	17	35	34	19	38	30	26	31	31
Coproduzioni maggioritarie	8	22	17	12	15	16	11	17	20
Coproduzioni minoritarie	9	13	17	17	23	14	15	14	11
Totale	103	103	130	117	134	98	116	121	154

Fonte dell'elaborazione: "Il cinema italiano in numeri" (anni solari dal 2000 al 2008) a cura dell'Ufficio Studi/Ced Anica (Associazione nazionale industrie cinematografiche audiovisive e multimediali)

* Per film prodotto è inteso il film che ha ottenuto il visto censura nell'anno di riferimento e dal conteggio sono esclusi i film a contenuto esplicitamente pornografico. Per film italiano si intende l'opera realizzata con l'apporto al 100% di capitale italiano.

TAB. 10

LE RISORSE NAZIONALI INVESTITE NELLA PRODUZIONE DI FILM

Importi in milioni di euro	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
In film prodotti	-	237,1	197,4	152,0	187,6	221,0	253,3
In film coprodotti	-	64,6	87,0	62,4	69,7	91,4	76,8
Quota coproduzioni	-	21,4%	30,6%	29,1%	27,1%	29,3%	23,3%
Totale	277,6	301,7	284,4	214,4	257,3	312,4	330,1

Fonte dell'elaborazione: "Il cinema italiano in numeri" (anni solari dal 2002 al 2008) a cura dell'Ufficio Studi/Ced Anica (Associazione nazionale industrie cinematografiche audiovisive e multimediali).

tribuisce alla formazione del pensiero e in quanto tale alla costruzione del patrimonio culturale e intellettuale in cui si identificano le comunità di ogni paese.

Rientrando fra quelli che sono definiti "sensibili", il mercato cinematografico si uniforma a regolamentazioni (a partire da eventuali contingentamenti nell'importare pellicole straniere, come è già accaduto in passato e avviene ancora in alcune nazioni) che cercano di evitare la formazione di monopoli in maniera diffusa – anche se con esiti controversi – e di limitare quella di posizioni dominanti; situazioni entrambe che pongono in discussione la tutela e la protezione dell'identità culturale nazionale.

Capitali privati e pubblici. Dal momento che generano il 78,5% delle risorse globali messe in campo, gli investitori privati appaiono quali primi artefici della cinematografia italiana. A differenza della larga maggioranza degli altri partner comunitari l'Italia non ha d'altra parte condotto in passato azioni mirate a favorire l'afflusso di investimenti per la produzione di nuovi film nazionali e il gap è stato colmato soltanto di recente.

Con il 2009 è entrato infatti in vigore un regime innovativo di agevolazioni fiscali specifiche per la cinematografia, operante per un triennio, con misure riconducibili a due forme di aiuto: il *tax credit* (appunto credito d'imposta) e il *tax shelter* (detassazione degli utili). Questi benefici si riferiscono a investimenti in film italiani, anche se è prevista un'esten-

sione alle industrie tecniche (per esempio pre e post-produzione, sviluppo e stampa, doppiaggio) chiamate a operare nella lavorazione di pellicole straniere. Di particolare interesse è giudicata l'introduzione del cosiddetto *tax credit* esterno, ossia il riconoscimento delle incentivazioni fiscali anche alle società non cinematografiche ma che contribuiscono agli investimenti destinati alla produzione filmica.

Si tratta di misure largamente attese, indirizzate soprattutto a rafforzare l'afflusso di risorse d'investimento, da parte per esempio di banche, fondazioni bancarie e gruppi finanziari che in virtù degli eventuali apporti di capitali alla produzione – suscettibili a loro volta di ulteriori positivi ritorni economici – possono abbattere le imposte praticate sugli utili conseguiti nella loro attività principale.

Un confortante afflusso di finanziamenti aggiuntivi ha preso ad esempio corpo negli ultimi anni attraverso il *product placement*, formula ormai diffusissima di promozione attraverso l'inquadratura o la citazione di prodotti o di marchi nel contesto del racconto cinematografico. La sua applicazione è ormai contemplata fin dall'inizio del progetto filmico e almeno per ora non sembra aver prodotto sul pubblico effetti indesiderati. Ha invece apportato investimenti in grado di coprire mediamente dall'8% al 10% dei costi previsti a budget con un conferimento alle case di produzione nazionali nell'ultima stagione di 36 milioni di euro.

Il primo erogatore di risorse sul versante pubblico è invece lo Stato attraverso il MiBac-ministero per i Beni e le Attività Culturali con uno specifico capitolo di spesa denominato Fus-Fondo unico per lo spettacolo, una quota del quale è riservata al cinema e di competenza della Direzione generale del cinema dello stesso dicastero.

TAB. 11

GLI STANZIAMENTI PER SETTORE DEL FONDO UNICO PER LO SPETTACOLO

Importi 2007 in euro	Contributi	Quota	Spettatori annui in milioni	
Fondazioni lirico-sinfoniche	210.789.230,05	48,2%	5,1	(3,75%)
Attività cinematografiche	76.834.180,00	17,5%	105,0	(77,04%)
Teatri di prosa	73.525.160,00	16,8%	14,5	(10,62%)
Attività musicali	62.292.241,95	14,2%	8,3	(6,09%)
Attività di danza	7.775.203,00	1,8%	1,9	(1,39%)
Circhi e spettacoli viaggianti	6.692.771,00	1,5%	1,5	(1,11%)
Totale finanziamenti	437.908.786,00	100,0%	136,3	(100,00%)
Spese di ricerca e funzionamento	732.479,00	-		

Elaborazione su dati Sicoge (Servizio informativo contabilità gestionale) del ministero dell'Economia e delle finanze

Fonte: "Relazione sull'utilizzazione del Fondo unico per lo spettacolo – Anno 2007" a cura dell'Osservatorio dello spettacolo del MiBac-ministero per i Beni e le Attività Culturali.

Al compendio della produzione nazionale va ad aggiungersi anche una quota di capitale straniero che confluisce negli investimenti di film realizzati in regime di coproduzione, ossia in compartecipazione da case di produzione nazionali e operatori esteri, oppure da parte delle società-filiali, con sede in Italia, di gruppi internazionali.

Le risorse che l'imprenditoria cinematografica nazionale ha messo in campo negli anni appaiono di entità abbastanza contenuta. Non solo rispetto alla "ricca" industria statu-

TAB. 12

GLI INVESTIMENTI IN FILM ITALIANI PRODOTTI E COPRODOTTI

Importi in milioni di euro	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Film di produzione nazionale							
Investimenti privati	-	138,4	114,0	130,2	150,5	179,5	204,0
Contributi statali Fus	-	98,7	83,4	21,8	37,1	41,5	49,3
Totale risorse nazionali	-	237,1	197,4	152,0	187,6	221,0	253,3
<i>Quota fondi statali</i>	-	41,6%	42,2%	14,3%	19,7%	18,7%	19,4%
Film italiani coprodotti							
Investimenti privati	-	54,5	75,6	54,7	63,5	69,5	55,1
Contributi statali Fus	-	9,7	11,4	7,7	6,2	21,5	21,7
Somma risorse nazionali	-	64,6	87,0	62,4	69,7	91,4	76,8
Investimenti esteri	-	82,0	220,1	132,1	139,7	207,5	104,7
Totale risorse impiegate	-	146,6	307,1	194,5	209,4	298,9	181,5
<i>Quota italiana</i>	-	44,1%	28,3%	32,1%	33,3%	30,6%	42,3%
Quota fondi statali	-	6,6%	3,7%	3,9%	2,9%	7,1%	11,9%
Produzione italiana nel complesso							
Risorse private	204,0	192,9	189,6	184,9	214,0	249,0	259,1
Risorse statali	73,6	108,4	94,8	29,5	43,3	63,0	71,0
Quota fondi statali	26,5%	35,9%	33,3%	13,7%	16,8%	20,1%	21,5%

Fonte: "Il cinema italiano in numeri" (anni solari dal 2002 al 2008) a cura dell'Ufficio Studi/Ced Anica (Associazione nazionale industrie cinematografiche audiovisive e multimediali).

nitense, la cui media d'investimento – la più alta al mondo – è per le sue 600 opere annuali (590 nel 2007) superiore di nove volte; ma anche in confronto agli altri paesi europei. Nell'arco dell'ultimo decennio quella italiana per esempio corrisponde a circa il 23,5% del valore registrato in Inghilterra (46 i titoli nazionali del 2007), al 32,5% del dato tedesco (78 pellicole), al 39,0% dell'importo francese (133), è inferiore dell'11% al budget medio spagnolo (per 115 titoli) – si tratta degli altri quattro grandi mercati continentali – mentre il complesso del settore nell'Unione Europea registra un indice medio superiore di 2,2 volte.²

L'importo globale degli investimenti per i film italiani coprodotti risulta peraltro superiore ai budget totali riscontrati per le opere tutte nazionali.

In parallelo hanno poi cominciato ad agire da alcuni anni anche le amministrazioni locali con strutture che hanno preso il nome convenzionale di Film commission, agenzie preposte allo sviluppo delle attività cinematografiche sul territorio, promuovendo inizialmente l'offerta di *location* per le opere in lavorazione, l'allestimento di manifestazioni e rassegne e la localizzazione di imprese. In breve tempo tuttavia queste strutture nate

² Dati di riferimento tratti da "Focus 2008-World film market trends" dell'Eao-European audiovisual observatory dell'Unione Europea, a cura di Martin Kanzler, analista del dipartimento Information on markets and financing dello stesso osservatorio europeo.

TAB. 13

QUANTO COSTANO IN MEDIA PRODUZIONI E COPRODUZIONI

Importi in milioni di euro	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Film di produzione nazionale									
Numero film prodotti *	86	68	96	98	96	68	90	90	123
Investimento medio **	1,69	2,04	2,13	2,42	2,06	2,24	2,08	2,45	2,05
Film con aiuti statali	29	31	52	53	41	18	21	29	41
Media contributi Fus	1,66	3,22	1,41	1,90	2,03	1,21	1,76	1,42	1,20
Film italiani coprodotti									
Numero film coprodotti	17	35	34	19	38	30	26	31	31
Investimento medio	-	-	-	7,68	8,07	6,48	8,05	9,64	5,85
Apporto medio italiano	-	-	-	3,38	2,29	2,08	2,68	2,94	2,48
Apporto medio estero	-	-	-	4,30	5,78	4,40	5,37	6,70	3,37
Film con aiuti statali	-	-	-	4	5	4	3	17	15
Media contributi Fus	-	-	-	2,42	2,28	1,92	2,07	1,26	1,44

Fonte: "Il cinema italiano in numeri" (anni solari dal 2000 al 2008) a cura dell'Ufficio Studi/Ced Anica (Associazione nazionale industrie cinematografiche audiovisive e multimediali)

* Per film prodotti sono intesi i film che hanno ottenuto il visto censura nell'anno di riferimento e dal conteggio sono esclusi i film a contenuto esplicitamente pornografico. Per film italiano si intende l'opera realizzata con l'apporto al 100% di capitale italiano.

principalmente a livello regionale si sono dedicate con una certa intensità a sostenere direttamente anche la produzione di nuove pellicole.

I contributi statali rappresentano oggi una parte dei finanziamenti pubblici alla cultura e allo spettacolo. Secondo le ultime rilevazioni pesano in effetti per il 30%, rispetto al 26% delle regioni e al 44% dei Comuni, che in campo cinematografico appaiono impegnati soprattutto a sostenere l'organizzazione di festival.³

Investimenti immobiliari. Negli ultimi 15 anni la rete delle sale di proiezione ha cambiato pelle in quanto la tipologia degli impianti di prima e seconda visione si è modificata per oltre il 50% e l'offerta di schermi attivi (in funzione cioè più di 120 giorni all'anno) nei complessi che costituiscono il circuito commerciale primario – dove si concentra da decenni oltre l'80% di tutto il consumo di cinema in sala – si è quasi triplicata. È una mutazione che ha portato alla nascita, dal 1994 a oggi, di quasi 300 nuovi esercizi polifunzionali, ossia multischermi e multisala, compresi 110 multiplex – quelli con almeno otto platee – 90 dei quali soltanto dopo il 2000.

Lo sviluppo e la riconversione dei cosiddetti "punti vendita" si sono realizzati perché il comparto dell'esercizio ha visto convogliare su di sé negli ultimi 15 anni investimenti per oltre 3 miliardi di euro: un afflusso di capitali pressoché pari alle risorse con le quali l'imprenditoria privata ha finanziato l'attività di produzione dei film nazionali.

³ Stime di IsiCult-Istituto italiano per l'industria culturale (convegno "Una legislatura innovativa per lo spettacolo italiano", Roma, 9 aprile 2008).

Impegni economici tanto elevati hanno riplasmato anche la mappa delle principali imprese dell'esercizio. In questo contesto di dinamiche competitive sta maturando infatti la progressiva erosione di quel grande bacino che era costituito fino a 20 anni fa dai monosala dei centri storici nei territori urbani più popolati e dei comuni con meno di 40 mila abitanti. Secondo le stime più recenti dell'Anec, l'Associazione nazionale esercenti cinema, ben 356 hanno chiuso i battenti nei soli ultimi cinque anni.

Da semplici sedi di proiezione i *mall* del cinema moderno si sono in sostanza sostituiti quali luoghi di aggregazione sociale, soprattutto per adolescenti e famiglie giovani, alle tradizionali sale dei centri cittadini e sono entrati a pieno titolo nelle politiche sociali e urbanistiche delle amministrazioni pubbliche oltre che nella vita di intere comunità.

Gli investimenti che hanno portato allo sviluppo e alla riqualificazione dell'esercizio sono stati sostenuti grazie anche al supporto pubblico. Da anni infatti il programma di intervento del Fus destina risorse per le imprese d'esercizio finalizzate alla "realizzazione di nuove sale cinematografiche, la ristrutturazione di sale esistenti, l'adeguamento strutturale e tecnologico degli impianti", concedendo contributi in conto capitale o in conto interessi per diminuire gli oneri complessivi dei mutui contratti per finanziare le opere di riconversione. Nel 2007 sono stati assegnati stanziamenti in conto capitale per 3 milioni di euro a favore di 52 interventi di ristrutturazione – con un importo medio pari a 57,7 mila euro – su 300 domande presentate.

Un'altra parte di risorse rientra invece nell'ambito degli interventi di supporto alle iniziative di promozione del cinema italiano e riguarda esclusivamente gli esercizi riconosciuti dalla Direzione generale del cinema del Mibac come sale d'essai (categoria estesa anche alle sale parrocchiali). La concessione degli aiuti – in conto capitale, ossia a fondo perduto – tende soprattutto a sostenerne l'attività in nome dell'attenzione dedicata alla diffusione del cinema di qualità e riguarda importi unitari in verità esigui.

A valere sul 2007 sono state disposte 788 erogazioni sulle 834 domande pervenute – da parte praticamente del 50% di tutti i potenziali destinatari – con l'assegnazione di 2,84 milioni, per un importo medio unitario di 3.611 euro.

I COMPARTI D'ATTIVITÀ. Oltre a essere i primi investitori di tutto il settore alimentando il mercato nazionale i produttori sono anche coloro che danno vita concreta alle idee creative dei soggetti cinematografici. Costituiscono il principio e la base della filiera.

Produzione. Le statistiche sul comparto della produzione nazionale concentrano in generale il loro campo di analisi sul prodotto filmico. Nella realtà l'attività è assai più variegata e molto più ricca di quanto sembra emergere a prima vista.

Le opere di animazione e i documentari distribuiti nelle sale dell'esercizio sono tuttavia soltanto una parte di quelle realizzate annualmente e destinate in prevalenza ai canali home video e televisivi. Al di là dei loro canali di diffusione privilegiati, si tratta di prodotti dalle caratteristiche e dai contenuti tecnici specifici, ma che appartengono a pieno titolo alla produzione cinematografica. Non rientrano solitamente nel campo visivo delle rilevazioni e delle analisi statistiche sul mercato del consumo cinematografico, con le quali

TAB. 14

LA PRODUZIONE DI FILM ITALIANI IN FUNZIONE DEL GENERE

Film prodotti nell'anno	2000-2005	QUOTA	2007	QUOTA	2008	QUOTA
Drammatico	279	50,1%	51	42,1%	72	46,8%
Commedia	209	37,5%	35	29,0%	52	33,8%
Azione-avventura	18	3,2%	6	5,0%	-	-
Thriller	25	4,5%	5	4,1%	6	3,9%
Horror	-	-	4	3,3%	-	-
Noir-poliziesco	-	-	-	-	3	1,9%
Animazione	10	1,8%	4	3,3%	4	2,6%
Documentario	16	2,9%	16	13,2%	17	11,0%
Totale	557	100,0%	121	100,0%	154	100,0%

Elaborazione su dati relativi al periodo 2000-2005 da "È tutto un altro film" di Francesco Casetti e Severino Salvemini (edizioni Egea, Milano 2007), capitolo "I film nelle sale" di Fabrizio Montanari, fonte Cinetel e "Giornale dello spettacolo" e per gli anni 2007 e 2008 da "Il cinema italiano in numeri" a cura dell'Ufficio studi Anica (Associazione nazionale industrie cinematografiche audiovisive e multi-mediali).

viene costantemente monitorata la produzione filmica propriamente detta, tuttavia concorrono insieme ad altri quattro segmenti d'attività a generare il valore della produzione complessiva del comparto.

Animazione. In complesso si stima che almeno 100 imprese operano oggi nel segmento dei *cartoon* sui versanti della produzione, della distribuzione sia interna sia estera per un fatturato di 100 milioni di euro (20 dei quali da committenza televisiva), cui si collega tuttavia un'attività di merchandising (zainetti, pupazzi, musiche, agende e gadget) per circa altri 20 milioni.

Documentari. In ragione della loro tipologia i cosiddetti "filmati" hanno quali principali committenti i network televisivi terrestri e satellitari, *free* e a pagamento, con una programmazione che sulle sole reti generaliste – più agevolmente rilevabili – supera la quota di 2 mila ore all'anno. Nella veste congeniale, per definizione, di film industriale il documentario ha peraltro un secondo importante mercato di sbocco nella committenza sia privata delle industrie e dei grandi gruppi di servizi sia pubblica rappresentata da amministrazioni ed enti, quali in primo luogo le amministrazioni locali, a scopo promozionale. Alla realizzazione di documentari sono per esempio riservate le risorse più consistenti delle Film Commission regionali e territoriali, dopo quelle disposte a favore della produzione filmica. La distribuzione nelle sale dell'esercizio risulta invece appannaggio di pochi, selezionati "doc": in media 15 all'anno, che totalizzano circa 265 mila presenze. Nel suo insieme il valore della produzione documentaristica viene stimato in 60 milioni di euro, 20 dei quali sono relativi alla committenza dei principali *broadcaster* nazionali.

Cortometraggi. Il cortometraggio italiano conta una media di 105 titoli in uscita ogni anno (per l'80% dei quali viene normalmente avanzata richiesta di accesso ai finanziamenti statali Fus) e se ne calcola il volume di affari in circa 2 milioni di euro.

Film tv. Oggi i *tv movies* coprono l'11,9% delle ore di trasmissione dei grandi network (19,9% su Canale 5; 13,7% su RaiUno; 13,5% su RaiDue; 11,8% su Rete4; 3,7% su La7) e

il 39,8% di questa programmazione viene fornita in *outsourcing* da circa 150 case di produzione esterne (la quota del contiguo segmento *fiction* raggiunge il 53,0%). Il valore della produzione fornita dai produttori del cinema indipendente nazionale impegnati nel segmento – complessivamente poco più di 50 – è stimato pari a 60 milioni di euro.

Industrie tecniche. Le imprese dei servizi tecnici ed esecutivi stanno a monte e a valle di tutto il lavoro di riprese, il cosiddetto girato, e ne completano la realizzazione. In Italia si stima siano oltre 2 mila e gran parte delle imprese maggiori hanno sede a Roma e Milano: rispettivamente per il 45,5% e il 18,5%.

TAB. 15

AREE D'ATTIVITÀ DELLE INDUSTRIE TECNICHE PER LA PRODUZIONE

Importi ricavi in milioni di euro	Fatturato 2008	Quota	Stima addetti	Quota
Teatri di posa-studi tv-riprese	165	28,7%	1.750	52,9%
Gestione mezzi tecnici e trasporti	25	4,3%	90	2,7%
Sviluppo e stampa-videoduplicazione	189	33,0%	850	25,7%
Postproduzione audio e video	55	9,6%	270	8,1%
Riprese elettroniche cinema e tv	140	24,4%	350	10,6%
Complesso comparto	574	100,0%	3.310	100,0%
Tecnologie digitali *	165	-	1	140

Elaborazione su dati contenuti in "Il cinema italiano in numeri – Anno 2008" a cura dell'Ufficio studi Anica (Associazione nazionale industrie cinematografiche audiovisive e multimediali) e su rilevazioni nelle aziende aderenti all'Unitec-Unione nazionale delle industrie tecniche cinematografiche e audiovisive, associata all'Anica.

** I dati relativi alle imprese attive nelle applicazioni digitali sono frutto di stime autonome, riferite al solo settore cinematografico, rispetto a valori globali delle attività calcolati in 950 milioni di fatturato e in 850 unità di addetti.*

Nell'ambito del mercato audiovisivo non esiste in genere una netta separazione fra i servizi svolti per il prodotto filmico rispetto a quello televisivo, tuttavia in base alle indicazioni degli stessi imprenditori del segmento l'apporto globale delle industrie tecniche al settore cinematografico è valutato in termini economici in 735 milioni di euro.

Hard. Il cinema hard nelle sale a luci rosse appare in forte declino, ma il suo fatturato è straordinariamente cresciuto negli ultimi quattro anni grazie all'offerta di film vietati ai minori su pay tv, pay-per-view, lptv e in *video streaming* sul web. Alla sola Sky sono accreditati per esempio proventi superiori a 700 milioni. Attualmente dei 1.500 film immessi ogni anno sul mercato del porno in Italia, soltanto 300 sono prodotti internamente – con un investimento complessivo di 6,5 milioni di euro – da 35 imprese e il giro d'affari è arrivato a 1,45 miliardi di euro.

Distribuzione. È il comparto strategico per tutto il settore. Quello del cinema è infatti un mercato fortemente intermediato e le aziende che producono film non hanno praticamente come clienti i consumatori, ma altre aziende, che si incaricano di fare arrivare i prodotti agli utenti finali. La stessa funzione di catalizzazione ha fatto sì che il numero di imprese distributrici si sia mantenuto sempre molto contenuto, rafforzandone così progressivamente il potere negoziale nei confronti dei committenti a monte della filiera e degli esercenti a valle. Una posizione di forza che i grandi produttori di Hollywood hanno

TAB. 16

TUTTI I FILM DISTRIBUITI SUL MERCATO IN ITALIA DAL 2006 AL 2008

Nazionalità dei film	Distribuiti	Quota	Prime uscite	Quota	Prime su totale
2006					
Italia 100%	209	21,8%	-	-	-
Coproduzioni	89	9,3%	-	-	-
Totale Italia	298	31,1%	100	26,0%	33,5%
Europa	242	25,3%	53	13,8%	21,9%
Stati Uniti	330	34,3%	161	41,8%	48,8%
Altri paesi	90	9,3%	71	18,4%	78,9%
Totale Estero	662	68,9%	285	74,0%	43,0%
Totale generale	960	100,0%	385	100,0%	40,1%
2007					
Italia 100%	195	22,0%	-	-	-
Coproduzioni	73	8,2%	-	-	-
Totale Italia	268	30,2%	110	29,7%	41,0%
Europa	234	26,4%	51	13,8%	21,8%
Stati Uniti	317	35,8%	154	41,7%	48,6%
Altri paesi	68	7,6%	55	14,8%	80,9%
Totale Estero	619	69,8%	260	70,3%	42,0%
Totale generale	887	100,0%	370	100,0%	41,7%
2008					
Italia 100%	214	25,3%	-	-	-
Coproduzioni	74	8,7%	-	-	-
Totale Italia	288	34,0%	130	34,6%	45,1%
Europa	196	23,2%	43	11,5%	21,9%
Stati Uniti	300	35,5%	163	43,3%	54,3%
Altri paesi	61	7,3%	40	10,6%	65,6%
Totale Estero	557	66,0%	246	65,4%	44,1%
Totale generale	845	100,0%	376	100,0%	44,5%

Fonte dell'elaborazione: "Il cinema italiano in numeri" (anni solari dal 2006 al 2008) a cura dell'Ufficio Studi/Ced Anica (Associazione nazionale industrie cinematografiche audiovisive e multimediali).

intercettato sul nascere, diventando diretti responsabili della diffusione delle proprie opere ed esportando poi questo modello di commercializzazione sui loro mercati esteri di riferimento, a cominciare dall'Europa.

Quando si è sviluppato con forza il canale home video, che ha penalizzato solo in parte i volumi degli incassi nel canale primario andando invece a erodere gli introiti da tv, ridottisi progressivamente al 15%, i produttori hanno tuttavia compreso che potevano gestire in prima persona la distribuzione in alcuni segmenti specifici, soprattutto in quelli di nuova formazione.

L'opportunità di una nuova convenienza economica ha così indotto altre case di produzione indipendenti a dotarsi di un proprio braccio operativo per la distribuzione e il comparto comincia ora a presentare un ventaglio di operatori – quanto meno per la diffusione alternativa ai circuiti di proiezione – più variegato d'un tempo.

Esercizio. Pur generando ricavi inferiori rispetto al canale home video, l'esercizio conserva una prerogativa per ora insostituibile. Quale primo vagone della filiera distributiva è infatti determinante sia per la raccolta dei primi proventi che la produzione ricava dai suoi investimenti, sia per la formazione del valore commerciale del film lungo tutto il suo ciclo di vita, perché il successo in sala costruisce la prima e chiara credenziale di una pellicola presso il pubblico e condiziona di conseguenza le sue possibilità di diffusione su tutti i successivi canali di sfruttamento.

Rispetto all'evoluzione del mix dei canali di distribuzione, l'esercizio resta quindi il canale primario di diffusione del prodotto filmico e ha conservato la sua centralità nel mercato della domanda e dell'intero sistema cinema grazie anche al profondo processo di trasformazione di cui è stato ed è protagonista.

Il fatturato del comparto è legato agli accordi di noleggio delle pellicole con i distributori, condizionati a innumerevoli variabili e soltanto in via indicativa si può formulare un quadro di ripartizione che vede il comparto della proiezione rimandare il 40,4%-42,2% di quanto riscosso dal pubblico ai comparti della distribuzione e poi, tramite suo, a quello della produzione. Per quanto riguarda invece, la sua quota di pertinenza è compresa fra il 45,7% e il 47,5%, dal momento che dagli incassi lordi del botteghino devono essere portate in detrazione sia l'Iva al 10% sia i diritti d'autore Siae (destinati agli artefici artistici dell'opera) del 2,10%.

TAB. 17

LE STRUTTURE DELL'ESERCIZIO DI SALE CINEMATOGRAFICHE

Numeri e quote	2004*		2005*		2006		2007		2008	
	Numeri	Quote	Numeri	Quote	Numeri	Quote	Numeri	Quote	Numeri	Quote
Monosala										
COMPLESSI	778	62,6%	779	61,0%	713	58,9%	659	56,6%	612	54,2%
Schermi	778	27,8%	779	25,8%	713	23,3%	659	21,3%	612	19,5%
Tra 2 e 4 sale										
COMPLESSI	383	30,8%	403	31,6%	325	26,9%	327	28,1%	324	28,7%
Schermi	-	-	1.256	41,6%	864	28,2%	878	28,4%	875	27,9%
Tra 5 e 7 sale										
COMPLESSI	-	-	93	7,3%	69	5,7%	71	6,1%	80	7,1%
Schermi	1.180	42,1%	1.256	41,6%	405	13,2%	418	15,0%	470	15,0%
Multiplex con più di 7 sale										
COMPLESSI	82	6,6%	93	7,3%	103	8,5%	108	9,3%	113	10,0%
Schermi	844	27,8%	981	32,5%	1.080	35,3%	1.132	36,7%	1.184	37,7%
Totale strutture										
COMPLESSI	1.243	100%	1.275	100%	1.210	100%	1.165	100%	1.129	100%
Schermi	2.802	100%	3.016	100%	3.062	100%	3.087	100%	3.141	100%
Media schermi	2,25		2,36		2,53		2,64		2,78	

Elaborazione su dati Cinetel di fonte Anem (Associazione nazionale esercenti multiplex) da "Il cinema italiano in numeri" (anni solari dal 2004 al 2008) a cura dell'Ufficio studi/Ced Anica (Associazione nazionale industrie cinematografiche audiovisive e multimediali).

*I dati relativi al 2004 registrano solo la somma dei complessi dotati da 2 a 7 schermi.

I proventi netti da incasso per i gestori delle sale e dei multischermi possono quindi essere mediamente stimati nell'ordine di circa 245 milioni di euro secondo i dati del campione Cinetel e di 276 in base alle registrazioni ufficiali della Siae.

Tuttavia gli esercenti hanno sviluppato una serie di business collaterali che ne integrano

TAB. 18

CHI PERDE E GUADAGNA QUOTE DI MERCATO

Dati in milioni	2004*		2005*		2006		2007		2008	
Monosala										
Incassi	116,0	20,0%	88,0	16,4%	77,9	14,2%	78,3	12,7%	63,4	10,7%
Ingressi	20,6	21,2%	15,9	17,5%	14,0	15,2%	14,1	13,6%	11,4	11,5%
Tra 2 e 4 sale										
Incassi	217,2	37,6%	198,6	37,0%	117,0	21,4%	126,4	20,5%	117,4	19,8%
Ingressi	-	-	-	-	20,6	22,4%	22,4	21,6%	20,7	20,8%
Tra 5 e 7 sale										
Incassi	-	-	-	-	82,2	15,0%	96,0	15,5%	93,0	15,7%
Ingressi	37,6	38,4%	34,3	37,8%	13,8	15,0%	16,0	15,4%	15,4	15,5%
Multiplex con più di 7 sale										
Incassi	244,6	42,3%	251,2	46,7%	270,0	49,3%	317,0	51,3%	320,4	53,9%
Ingressi	39,5	40,4%	40,5	44,7%	43,7	47,4%	51,1	49,3%	51,7	52,1%
Totale strutture										
Incassi*	577,8	100%	537,0	100%	547,2	100%	617,7	100%	594,2	100%
Ingressi**	97,9	100%	90,6	100%	92,2	100%	103,6	100%	99,4	100%

Elaborazione su dati Cinetel di fonte Anem (Associazione nazionale esercenti multiplex) da "Il cinema italiano in numeri" (anni dal 2004 al 2008) a cura dell'Ufficio studi/Ced Anica (Associazione nazionale industrie cinematografiche audiovisive e multimediali).

*I dati relativi agli anni 2004 e 2005 registrano solo la somma dei complessi dotati da 2 a 7 schermi.

**Le cifre relative a incassi e ingressi sono arrotondate alle centinaia di migliaia, pertanto i titoli delle percentuali si possono discostare leggermente dalla somma del 100% indicata in tabella.

l'attività, come la pubblicità, i servizi di prenotazione telefonica o via internet, quelli di ristorazione, che possono apportare un 25% di ricavi aggiuntivi, l'affitto delle sale per eventi o convegni, la gestione o la locazione di eventuali aree e corner di punti vendita. Secondo i dati Siae i business paralleli valgono oltre 77,3 milioni di euro: 3,6 milioni per pubblicità e sponsorizzazioni varie e ben 73,7 per tutti gli altri servizi. Significa che alle entrate lorde delle biglietterie di loro spettanza gli esercenti possono aggiungere un ulteriore 20% di proventi da non condividere con alcuno e tale da portare il valore della produzione – comprensivo degli incassi lordi di competenza – a 465 milioni di euro.

Export. L'Italia continua a essere un paese che importa molti film e che invece vende pochissimo prodotto all'estero. L'esportazione di un'opera appare più frutto di iniziative sporadiche e individuali (legate sostanzialmente anche alla tipologia specifica del film in *portfolio*) che parte di un'attività costante e preminente, di una strategia consapevole e pianificata.

Secondo il database di Anica nel 2007 sono stati esportati 87 film e 80 nel 2008, da parte rispettivamente di 54 e 44 case di produzione o compagnie di distribuzione, alcune delle

quali attive esclusivamente sui mercati esteri, dove operano su mandato di quelle società nazionali che non hanno diretti referenti oltreconfine. Dei 54 esportatori del 2007 tuttavia soltanto 12 hanno concluso contratti d'export per più di una pellicola e solamente 14 sono quelle che nel 2008 hanno ceduto a controparti straniere più di un titolo. Esportatrici in entrambi gli anni risultano solo 17 società, dieci delle quali con una sola opera a stagione venduta oltreconfine. Sui ricavi dell'export non esistono peraltro indicazioni nemmeno nei bilanci societari e le stime di massima si attestano a 50 milioni di euro.

I canali secondari. Se l'esercizio costituisce il mercato per il quale i film vengono istituzionalmente realizzati e su cui viene prioritariamente rappresentato, tutte le altre modalità di commercializzazione dei diritti di *licensing* o di concessione compongono l'area dei canali cosiddetti secondari. I principali sono sei.

- Home video, dove il supporto più diffuso è il dvd, rispetto al vhs ormai sulla via del definitivo tramonto, mentre si affacciano con progressivi incrementi quelli ad alta definizione (blu ray disc e hd-dvd). La produzione cinematografica copre l'80% del mercato (61% film e 19% *cartoon*) e il segmento della vendita (*sell trough*) che assicura alle compagnie di distribuzione i margini di profitto più alti in assoluto – pari all'80% – prevale nettamente sul noleggio (*rental*) delle videoteche specializzate e sulla rete commerciale delle edicole. In totale ha fatturato nel 2008 per il settore 780,5 milioni di euro, dei quali 624,6 di competenza delle case distributrici e 156,1 dei rivenditori.
- Il mercato della visione domestica in modalità *pay-per-view*, attraverso i canali via satellite, digitali terrestri o via cavo a pagamento per singola visione nella formula *vod*, *video on demand*, per un valore stimato in 38,4 milioni di euro.
- Quello televisivo propriamente detto, comprendente televisioni gratuite o commerciali *free*, tv a canone e *pay-tv*, ossia network del digitale terrestre, satellitari o via cavo a pagamento in abbonamento. Nel 2008 l'ammontare dei ricavi generati dalla cessione dei diritti di sfruttamento è stimato pari a 585 milioni di euro.
- La rete internet attraverso gli *lptv* (*internet protocol*) nelle modalità *vod-video on demand*, in connessione diretta o *download*, *internet streaming* o *peer to peer*, con introiti però di difficile valutazione anche per il loro impatto ancora contenuto e indicati approssimativamente in una decina di milioni.
- Le reti di telefonia mobile per servizi video a pagamento o in visione gratuita, in cambio però di pubblicità. I servizi non *voice* di contenuto cinematografico a maggiore diffusione sono loghi, *wallpaper*, suonerie e giochi. Il business legato ai *vas* (*value added services*) ha ormai raggiunto per le compagnie telefoniche un valore di 29 miliardi di euro, ma per ora la quota di pertinenza del cinema resta ferma a 169 milioni.
- La diffusione sul mercato discografico dei contenuti musicali che fanno parte della colonna sonora del film. È un'attività di proporzioni limitate, con un giro d'affari compreso fra 5 e 6 milioni di euro.

Il settore allargato. Gli introiti dei canali di distribuzione secondari non costituiscono in realtà quote di fatturato aggiuntive rispetto a quelle rilevate, ad esempio da Cerved, dai bilanci societari (anche se forse è lecito nutrire qualche dubbio a proposito della produzione hard).

Si tratta di aree di business più o meno rilevanti per le diverse imprese, ma integrate nella gestione corrente. Il cinema è invece un collettore diretto di risorse per una serie di attività che non fanno parte della filiera "istituzionale" del settore, pur essendone direttamente collegate e senza poterne prescindere, pena la perdita di qualsiasi ritorno economico.

- Pubblicità. Contrariamente a quanto avviene per altri settori editoriali – a partire dalla tv – fra le risorse generate dall'attività cinematografica non viene mai considerato il gettito pubblicitario. I dati ufficiali sugli investimenti pubblicitari attraverso i principali mezzi di comunicazione in verità accreditano al cinema una quota in costante calo dall'1% del 2005 e scesa ormai allo 0,7% degli 8,58 miliardi di euro della raccolta complessiva, ma si tratta comunque di 58,3 milioni. La cifra desta inoltre qualche perplessità, perché in base ai bilanci delle concessionarie che realizzano questi interventi per conto delle aziende clienti – a fronte di una commissione che non supera di norma il 25% – si calcolano proventi superiori almeno del 40%. Da parte sua il settore ha investito per la propria promozione poco più di 70 milioni nel 2008, così come aveva fatto nel 2007.
- Merchandising. La vendita di prodotti, gadget o pubblicazioni strettamente collegati ai contenuti delle opere filmiche ed effettuata a volte presso le stesse sale di proiezione ha ormai raggiunto la quota di 20 milioni di euro. La valutazione del giro d'affari non include peraltro le attività commerciali di aziende che producono anche film come Rainbow e Walt Disney, che attraverso la sola consociata Disney Store Italia ricava dagli articoli "figli" delle proprie pellicole 17 dei 40 milioni di euro del suo volume d'affari.
- Production service. Si tratta delle società che "gestiscono" e organizzano produzioni di film, video e documentari realizzati principalmente grazie a partecipazioni finanziarie estere. Si tratta di realizzazioni che comportano in media investimenti per 200 milioni di euro all'anno e un rotale di 177 mila giornate di lavoro, che valgono in termini di fatturato diretto 25 milioni di euro.
- Festival. Dalle grandi rassegne di Venezia, Roma e Torino fino alle più piccole manifestazioni di provincia, in Italia si svolgono ogni anno 273 festival cinematografici, con budget che possono variare da 16-15 milioni di euro ad alcune decine. Sovvenzionate in larghissima misura da comuni e province, queste manifestazioni hanno cumulato nel 2008 una spesa di 400 milioni di euro.
- Premi. Sono anch'essi decine e di varia caratura, a partire da quelli di maggior prestigio come David di Donatello e Nastri d'argento. Rispetto ai festival, l'impegno finanziario relativo è tuttavia assai più contenuto, anche se i contributi delle amministrazioni pubbliche alla loro organizzazione superano i 10 milioni di euro.
- Formazione e istruzione. Sono attive almeno 30 scuole di livello nazionale con un'offerta di oltre 200 corsi per tutte le attività professionali dello spettacolo, che "licenziano" ogni anno migliaia di giovani artisti (senza contare appunto i centri di formazione sparsi per il territorio e di diversa caratura che sono più di 100). Le più accreditate sono la Scuola nazionale di cinema del Csc-Centro sperimentale di cinematografia, ricca ormai di una storia settentennale, e l'Accademia nazionale d'arte drammatica Silvio D'Amico, che fa parte del sistema universitario del Miur-Ministero dell'istruzione dell'università

e della ricerca (così come l'Istituto di stato per la cinematografia e la televisione Renzo Rossellini di Roma, a livello secondario), unico a rilasciare il diploma di laurea che ha valore di titolo universitario. Molti atenei hanno istituito inoltre specifici corsi di studio in ambito cinematografico elevando ulteriormente l'offerta di formazione, arrivata a pesare per un valore di oltre 100 milioni di euro.

- Agenzie di rappresentanza. Curano in genere gli interessi di singoli artisti ma in alcuni casi anche quelli di società di produzione o distribuzione. Il loro volume d'affari si aggira sui 50 milioni di euro. Di poco superiore alla metà è invece quello delle agenzie di casting.
- Cineteche e musei. Pochi, ma selezionati e di qualità. Portano a bilancio attività per complessivi 8 milioni di euro.
- Editoria. Comprende riviste, libri, cataloghi, contenuti video e siti internet per una produzione tanto ricca quanto variegata e fatturati stimabili in almeno 20 milioni di euro.
- Marketing e ricerca. È un capitolo di spesa che si mantiene, per quanto ridotto – non più di 5 milioni di euro all'anno – costante nel tempo.

I **dati cumulativi**. Nella sua conformazione di "grande settore" il cinema arriva in sostanza a catalizzare produzioni per un valore globale di quasi 5 miliardi di euro, con un complesso di oltre 95 mila addetti.

LE QUOTE DI MERCATO. Temi centrali da decenni di analisi e dibattiti sul cinema italiano sono la predominanza delle grandi holding internazionali del settore e la relativa consistenza delle quote presidiate sul mercato dai prodotti stranieri, considerate prevalenti al punto da condizionare le possibilità di affermazione delle opere nazionali e gli spazi di sviluppo dei cineasti che le producono e distribuiscono.

Un primo riscontro a livello generale di settore è offerto dal *data base* delle Camere di commercio che abbraccia tutte le società di capitali dei tre diversi comparti, verificando le quote sul mercato dell'offerta – invece che della domanda – determinate in base ai fatturati registrati a bilancio.

Come si può constatare la situazione nei tre comparti del settore è in corso di evoluzione, anche se in modo non univoco: l'incidenza delle imprese principali evidenzia un calo abbastanza sensibile nella produzione e più flebile nella distribuzione, mentre nell'esercizio è in atto un processo inverso.

TAB. 19

LA CONCENTRAZIONE DEL FATTURATO NEL SETTORE CINEMA

Quote di mercato per classi di aziende	Le prime 10 imprese		Le prime 30 imprese		Le prime 50 imprese	
	2002	2007	2002	2007	2002	2007
Produzione	48,3%	37,1%	62,7%	53,2%	68,9%	60,7%
Distribuzione	75,5%	75,1%	93,2%	91,6%	96,3%	96,5%
Proiezioni	39,3%	43,4%	54,8%	61,4%	63,5%	70,0%
Complesso Settore	38,6%	33,7%	55,2%	49,3%	63,3%	58,2%

Elaborazione su dati Cerved all'1 gennaio 2007.

Questo assetto è frutto di un graduale assestamento, la cui dinamica traspare dalla quantificazione degli spostamenti nel tempo delle quote di mercato.

TAB. 20

COME È CAMBIATA LA CONCENTRAZIONE DEL FATTURATO IN CINQUE ANNI

Quote di mercato per classi di aziende	Le prime 10 2007 su 2002	Le prime 30 2007 su 2002	Le prime 50 2007 su 2002	Tutte le altre 2007 su 2002
Produzione	-11,2%	-9,5%	-8,2%	Dal 31,1% al 39,3%
Distribuzione	-0,4%	-1,6%	+0,2%	Dal 3,7% al 3,5%
Proiezioni	+4,1%	+6,6%	+6,5%	Dal 36,5% al 30,0%
Complesso Settore	-4,9%	-5,9%	-5,1%	Dal 37,7% al 41,8%

Elaborazione su dati Cerved all'1 gennaio 2007.

TAB. 21

QUOTE DI MERCATO DEI FILM DISTRIBUITI NELLE MAGGIORI SALE ITALIANE

Quote di mercato per provenienza delle opere distribuite	Film solo di prima uscita		Film inclusi proseguimenti		Numero totale di spettatori		Incassi in euro al box office	
	Numero	Quota	Numero	Quota	Milioni	Quota	Milioni	Quota
2006								
Italia	-	-	209	20,5%	18,89	20,5%	111,9	20,5%
Coproduzioni	-	-	89	4,3%	4,16	4,5%	23,3	4,3%
Totale Italia	100	26,0%	298	31,0%	23,05	25,1%	135,3	24,8%
Europa	-	-	242	25,3%	10,66	11,6%	61,3	11,2%
Stati Uniti	161	41,8%	330	34,4%	56,49	61,3%	338,4	61,9%
Altri paesi	124	32,2%	90	9,3%	1,90	2,0%	11,3	2,1%
Totale	385	100,0%	960	100,0%	92,11	100,0%	546,3	100,0%
2007								
Italia	-	-	195	21,9%	27,90	27,0%	166,1	26,9%
Coproduzioni	-	-	73	8,3%	5,14	4,9%	29,3	4,8%
Totale Italia	110	29,7%	268	30,2%	33,04	31,9%	195,5	31,7%
Europa	-	-	234	26,4%	12,27	11,9%	71,6	11,6%
Stati Uniti	154	41,7%	317	35,8%	56,81	54,9%	342,1	55,4%
Altri paesi	106	28,6%	68	7,6%	1,37	1,3%	7,8	1,3%
Totale	370	100,0%	887	100,0%	103,49	100,0%	617,0	100,0%
2008								
Italia	-	-	214	25,3%	27,71	28,0%	164,2	27,7%
Coproduzioni	-	-	74	8,7%	1,37	1,4%	7,6	1,3%
Totale Italia	130	34,6%	288	34,0%	29,09	29,4%	171,8	29,0%
Europa	-	-	196	23,2%	9,91	10,0%	58,1	9,8%
Stati Uniti	163	43,4%	300	35,6%	59,22	59,6%	357,6	60,2%
Altri paesi	83	22,0%	61	7,2%	1,07	1,0%	6,0	1,0%
Totale	376	100,0%	845	100,0%	99,29	100,0%	593,7	100,0%

Fonte dell'elaborazione: rapporti "Il cinema italiano in numeri" – anni solari 2006, 2007 e 2008 – a cura dell'Ufficio studi/Ced dell'Anica (Associazione nazionale industrie cinematografiche audiovisive e multimediali) su dati Cinetel.

Tuttavia il predominio della cinematografia statunitense è indubbio. In Italia il parametro più utilizzato per valutarne l'incidenza è costituito dalla documentazione predisposta da Cinetel, centro di ricerca costituito pariteticamente dalle organizzazioni di categoria Anica (Associazione nazionale industrie cinematografiche audiovisive multimediali) e Anec (Associazione nazionale esercenti cinema), che rileva i risultati conseguiti al *box office* su un campione di schermi attivi definito rappresentativo per volumi di incassi fra l'80% e il 90% del complesso reale.

Osservando la distribuzione dei film messi in circolazione per la nazionalità d'origine e i loro risultati di pubblico, la predominanza della produzione statunitense emerge nettamente: con circa il 35% delle pellicole distribuite si aggiudica in media il 60% dei biglietti venduti e degli incassi globali, mentre quella italiana con un portafoglio di opere di poco inferiore totalizza la metà degli ingressi e degli introiti realizzati da quelle *made in Us*. L'altra produzione straniera copre il restante 30% (23% Europa, 7% resto del mondo), ma con esiti di cassetta ancora inferiori: 10-11% di spettatori e proventi per i prodotti continentali e 1-2% per quelli non europei.

Non va comunque dimenticato che lo stato d'inferiorità della cinematografia italiana era fino a poche stagioni fa ancora più accentuato e che dopo un ventennio caratterizzato da una forte e generale contrazione del mercato, soltanto nel 1997 è tornata a realizzare una novantina di film all'anno e a riportare la quota di competenza sopra il 30% di pubblico (risalito globalmente a 100 milioni) e di ricavi, mentre con lo svi-

TAB. 22

QUOTE DI MERCATO PER INCASSI DELLE PRIME SOCIETÀ DI DISTRIBUZIONE

Principali società di distribuzione	Film distribuiti		Incassi in milioni di euro		Quota % su totale incassi	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008
Medusa Film	75	82	106,9	99,5	17,33	16,60
Warner Bros	61	60	84,1	56,9	13,64	9,59
Universal-Uip	49	49	80,9	116,8	13,11	19,68
20th Century Fox	45	44	67,8	37,8	11,00	6,37
01 Distribution	67	70	61,1	65,9	9,90	11,10
W. Disney-Buena Vista	48	31	57,0	45,5	9,25	7,67
Filmauro	13	8	50,6	47,3	8,21	7,97
Sony Pictures Italia	45	24	39,2	30,1	6,35	5,08
Eagle Pictures	42	40	22,7	23,3	3,68	3,94
Moviemax	17	21	11,4	13,9	1,86	2,35
Mikado	70	71	9,6	9,3	1,56	1,57
Lucky Red	44	44	8,3	17,2	1,36	2,90
Bim Distribuzione	43	48	5,3	14,5	1,36	2,45
Teodora Film	17	15	1,9	1,9	0,31	0,33
Dnc Distribuzioni	11	9	1,5	1,2	0,26	0,21
Mediafilm	16	17	1,3	4,3	0,22	0,73
Lady Film-Archibald	18	4	0,9	1,3	0,16	0,22
Fandango	26	21	0,6	2,2	0,10	0,38

Fonte dell'elaborazione: rapporti "Il cinema italiano in numeri" – anni solari 2007 e 2008 – a cura dell'Ufficio studi/Ced dell'Anica (Associazione nazionale industrie cinematografiche audiovisive e multimediali) su dati Cinetel.

luppo di multisala e multiplex il parco strutture ha preso a recuperare i valori di dieci anni prima.

Oltre all'incidenza degli apparati produttivi delle diverse nazionalità sul totale delle attività, le rilevazioni Cinetel permettono con le attribuzioni d'incasso a ogni singolo film di determinare anche la ripartizione delle quote sul mercato della domanda dei vari distributori consentendo così di valutarne l'effettiva competitività.

Gli importi in milioni di euro indicati si discostano dai fatturati realmente conseguiti e riportati a bilancio dalle varie società e registrano gli incassi accreditati alle compagnie distributrici, anche se in concreto parti consistenti di tali proventi seguono destinazioni differenti: a monte verso le case di produzione e a valle verso le imprese dell'esercizio. Atengono inoltre alle sole entrate da botteghino, escludendo tutte quelle conseguite sugli altri circuiti di diffusione – home video e tv in testa – che rappresentano a loro volta più di due terzi delle risorse che le vendite di un film possono nel loro complesso generare.

Major, mini major e indie. Considerando la nazionalità dei gruppi principali, l'incidenza della loro attività (che copre il 99,43% per il 2007 e il 99,16% per il 2008 dei ricavi generali della distribuzione) e la struttura societaria di molti di loro – con un'integrazione verticale che li porta a raccogliere anche gli introiti da produzione ed esercizio – si può risalire a una segmentazione di fondo del mercato.

Con l'individuazione di tre fasce principali di operatori, dove si intendono per:

- *major* le holding internazionali Warner Bros, Universal-Uip, 20th Century Fox, Walt Disney e Sony, più Eagle Pictures che va ormai aggregata per omogeneità;
- *mini major* i gruppi nazionali Rai-01 Distribution e Medusa-Mediaset, con l'affiancamento per coerenza di Filmauro, anch'essa integrata verticalmente;
- *indie* le società italiane indipendenti di media-piccola dimensione, ma a maggiori intensità e continuità di lavoro, ossia le altre nove società che compaiono nel prospetto precedente e alle quali si riferiscono i dati della tavola successiva.

TAB. 23

SEGMENTAZIONE E QUOTE DI MERCATO NELLA DISTRIBUZIONE PER TIPOLOGIA DI IMPRESE

Dati cumulativi per gruppi di imprese	Numero film		Incassi in milioni di euro		Quota % su totale incassi	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008
Major internazionali	365	330	351,9	310,7	57,03	52,32
Mini major nazionali	155	160	218,6	211,8	35,64	35,67
Indie italiane	262	250	31,1	64,2	6,50	9,17
Complesso Italia	417	410	249,7	276,0	42,14	44,84

Fonte dell'elaborazione: rapporti "Il cinema italiano in numeri" – anni solari 2007 e 2008 – a cura dell'Ufficio studi/Ced dell'Anica (Associazione nazionale industrie cinematografiche audiovisive e multimediali) su dati Cinetel – Le somme delle quote percentuali sul totale degli incassi non sono pari al 100% in quanto sono riferite soltanto alle prime 18 società distributive sul mercato nazionale, la cui incidenza è pari comunque al 99,17% per il 2007 e al 99,16% per il 2008.

L'ANALISI DELLE SOCIETÀ. In termini di struttura dell'apparato produttivo la lettura convenzionale del mercato della domanda, attraverso i dati di frequenza del pubblico, sembra pienamente ribadita dalla conformazione di quello dell'offerta, dove un selezionato

TAB. 24

I PRINCIPALI GRUPPI PER RICAVI IN EURO NEL SETTORE CINEMA

Gruppi	Attività	Ricavi 2007 in euro	Risultato in euro	Addetti
1 Rai Gruppo	P-D-S	473.722.683	13.300.454	91
2 The Walt Disney Co.	D	314.159.019	11.536.408	488
3 Fininvest-Mediaset *	P-D-E-S	255.717.000	21.644.000	528
4 Warner Bros ent.	P-D-E	252.961.021	-317.412	673
5 Paramount Motion P.G.	D	159.731.672	-14.357.665	-
6 Thomson H. Italy **	I	154.491.346	4.103.353	-
7 Kodak Italia **	I	112.531.040	822.106	290
8 The News Corp. ***	P-D	97.935.559	2.024.612	51
9 Quinta Comm. Italia **	P-D	82.328.637	799.385	58
10 Sony Italia ***	P-D	72.654.274	1.690.243	73
11 Odeon & Cinemas Uci	D	72.630.000	-2.756.622	610
12 Deluxe Italia holding	S	67.797.074	677.473	156
13 Filmauro ***	P-D-E	59.772.758	2.551.409	14
14 Gruppo Cattleya	P-D	58.114.398	3.821.086	35
15 Cinecittà Holding	P-D-E-I	53.389.571	-10.593.241	371
16 Film Master Group	P-D-S	51.866.058	-182.096	111
17 Gruppo Mondo Tv H. E.	P-D	44.698.118	-8.657.847	58
18 Gruppo lih-Lucisano *	P-D-E	44.377.740	643.896	100
19 Gruppo Fandango srl	P-D	40.713.809	410.138	-
20 Gruppo Opus Proclama	S	28.936.800	-71.856	14
21 Cinecity Art & Cinemas	E	23.376.553	-484.307	174
22 Gruppo Occhipinti	P-D	22.724.578	391.635	16
23 Gruppo Furlan Cinecity ***	E	22.211.773	4.318.027	35
24 Gruppo Duradoni	D	21.238.925	369.583	13
25 Mercurio cinematografica	D	18.469.463	425.762	15
26 H&B-Mikado	P-D	14.626.719	342.829	26
27 Gruppo Quillieri **	E	14.295.047	1.743.728	-
28 Gruppo Circuito Cinema	E	13.074.625	-443.740	-
29 Rainbow spa **	P-D	12.625.000	67.000	55
30 Gruppo Pathé-Vis Pathé **	E	11.500.000	-	-
31 Iven-Colorado	P	10.385.808	-137.923	2
32 Film Participation	P	10.321.877	1.170.312	-
33 Panorama Films	P-S	9.681.293	8.225	-
34 Artech V.R.-Aegida	D	9.100.942	-163.005	36
35 Gruppo Giometti ***	E	7.867.731	83.819	-
36 Gruppo Sacher	P-D	7.321.237	-188.804	-
37 Gr. Poccioni-Valsania	P-D	6.659.866	36.297	24
38 Gruppo Levi	P-D	6.493.217	124.078	2
39 Minerva Pictures Group	P-D	6.324.720	-22.402	2
40 Gruppo Ripley's	D	4.894.320	219.110	4

Legenda: P – PRODUZIONE; D – DISTRIBUZIONE; E – ESERCIZIO; I – INDUSTRIA; S – SERVIZI

Elaborazione su dati e bilanci Cerved, Infocamere-Registro delle imprese e Borsa Italiana per le società quotate Rai, Mediaset e Mondo Tv.

* Il bilancio Mediaset è consolidato in quello della holding Fininvest ma non redige a sua volta un bilancio consolidato.

** I dati finanziari riportati corrispondono a quelli attinenti le sole attività cinematografiche (mentre il numero dei dipendenti – ove non si è dimostrato possibile ricostruirne la specifica ripartizione – è riferito al complesso delle attività).

*** L'anno di esercizio di Sony, The News Corporation (20th Century Fox), Filmauro e Giometti non coincide con i dodici mesi di quello solare dall'1 gennaio al 31 dicembre e i rispettivi bilanci vengono chiusi il 31 marzo, il 31 maggio, il 30 giugno e il 31 agosto di ogni anno. I rendiconti del Gruppo Furlan Cinecity sono relativi al 2006.

nucleo di soggetti che – come nel resto dell'Europa e soprattutto del mondo – vede la netta prevalenza strategica delle *major* d'oltre oceano (non solo Atlantico) e catalizza le principali energie economiche del settore.

Il "Rapporto 2008" si è proposto tuttavia di avviare anche un'analisi più dettagliata dell'attività di offerta generale del prodotto cinema, valutando la struttura organizzativa, patrimoniale, finanziaria e gestionale delle principali società. L'obiettivo è di qualificarne l'effettiva vitalità e approfondire per quanto possibile la conoscenza dei diversi segmenti, da quello *major* a quello, soprattutto, indipendente: una realtà molto frastagliata e poco nota, che nondimeno caratterizza in modo determinante la produzione e la diffusione di opere cinematografiche in Italia (come del resto anche oltre confine).

La mappa tracciata raccogliendo informazioni e dati non facili da reperire e da elaborare, data la precaria omogeneità, più che d'arrivo è necessariamente un punto di partenza, che ha alla sua base la selezione di un campione iniziale di 40 gruppi societari e 210 imprese di produzione, distribuzione, esercizio e di servizi tecnici. Lo *screening* dei rendiconti societari ha poi portato a una successiva selezione delle aziende per l'oggettiva difficoltà di porre a confronto realtà produttive omogenee, in particolare per quanto si riferisce sia all'effettiva consistenza economica di determinati operatori rispetto ad altri di analoga considerazione e – apparente – visibilità sia a una coerente, per quanto possibile, imputazione delle diverse poste di bilancio e dei proventi secondo le diverse attività svolte.

La consuetudine di analisi finanziaria testimonia tuttavia quanto sia fondamentale costruire un'iniziale osservazione specifica del campo di ricerca, rivolta in questa edizione del Rapporto alle holding e alle principali società del settore nel suo insieme, oltre che alle principali aziende dei suoi diversi comparti.

Il confronto fornisce con le sue indicazioni generali un quadro di prima istanza dello stato del cinema italiano – senza oggettive pretese di esaustività o di classificazione – e rappresenta una sintesi della composizione, con relativi *assets*, del suo mercato dell'offerta e dei suoi leader.

A parte le oggettive implicazioni del lavoro di reperimento, elaborazione e valutazione dei valori da considerare, il prospetto costituisce un vaglio concreto del grado di integrazione e concentrazione che demarca il vertice della piramide dell'intera filiera.

Lo dimostra una prima, semplice considerazione: il valore della produzione delle sole prime 10 *corporates* in campo strettamente cinematografico (oltre 2.035 milioni) supera il volume di entrate che le consuete rilevazioni sui consumi in tema di spettacolo e di intrattenimento accreditano globalmente, come mercato della domanda, al cinema. Questo sta a significare che l'attività economica generata in concreto dalla cinematografia in Italia è fisicamente e fisiologicamente di gran lunga superiore a quanto abitualmente reputato.

Copyright © 2009

by Edizioni Fondazione Ente dello Spettacolo
Via G. Palombini, 6 - 00165 Roma
Tel. +39 06 66 37 455
e-mail: info@entespettacolo.org
www.cineconomy.com

