



*Ministero dello Sviluppo Economico*

ITALIA   
Istituto nazionale per il Commercio Estero

# L'EXPORT DI CINEMA ITALIANO 2006-2010



Venezia, 4 settembre 2012

# La ricerca ANICA – 2006-2010

Indagine su **dinamiche, volumi e valori economici dell'esportazione** dei film italiani all'estero.  
Monitoraggio risultati ottenuti nei paesi stranieri dai **film italiani prodotti nel quinquennio 2006-2010**.

## Premesse

- ✓ Il mercato estero, attualmente poco sviluppato, rappresenta uno dei **bacini di espansione** dell'industria cinematografica italiana potenzialmente più importanti.
- ✓ Il mercato estero può rappresentare un'importante **fonte di risorse** economiche anche per completare i budget di produzione dei film a vocazione internazionale
- ✓ Le dinamiche attuali dell'esportazione di cinema mostrano **luci e ombre**, stimolando riflessioni su possibili interventi finalizzati a rendere più efficiente il sistema e più efficaci le misure

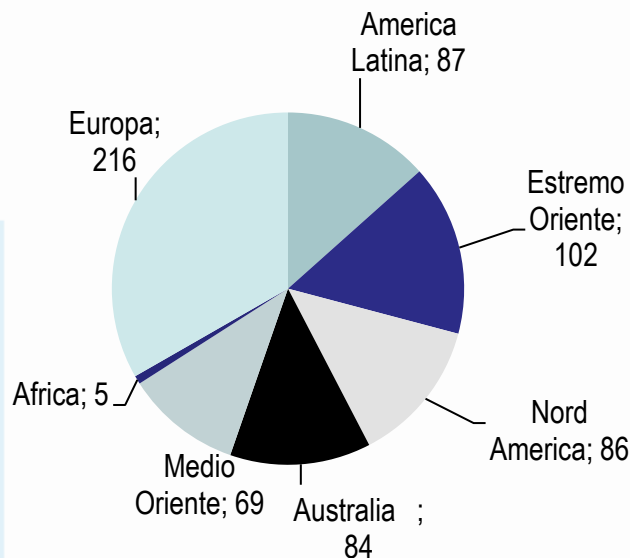
## Obiettivi:

- ✓ misura della dimensione economica attuale dell'export cinematografico 2006-2010
- ✓ individuazione di Regioni e Paesi in cui il prodotto italiano recente ha registrato il maggior successo
- ✓ verifica della tipologia di diritti su cui si concentrano le operazioni commerciali
- ✓ quantificazione del valore degli accordi, con attenzione alla ripartizione titoli nuovi vs *library*.

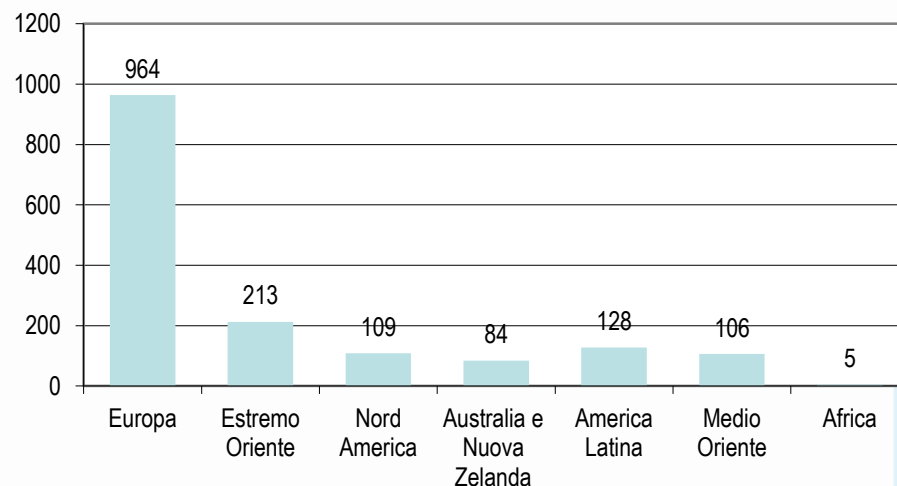
# Numeri del mercato export 2006-2010

Valore del mercato estero 2006-2010: **45 mln €** (stima), in leggero incremento nel 2009-2010. E' stato commercializzato all'estero circa il 60% dei 612 film prodotti nei 5 anni. Considerando gli investimenti privati in film italiani degli stessi anni, il peso dell'export vale tra il 7 e l'8% del totale.

## CIRCOLAZIONE TITOLI ITALIANI 2006-2010



## N. TRANSAZIONI TITOLI ITALIANI 2006-2010



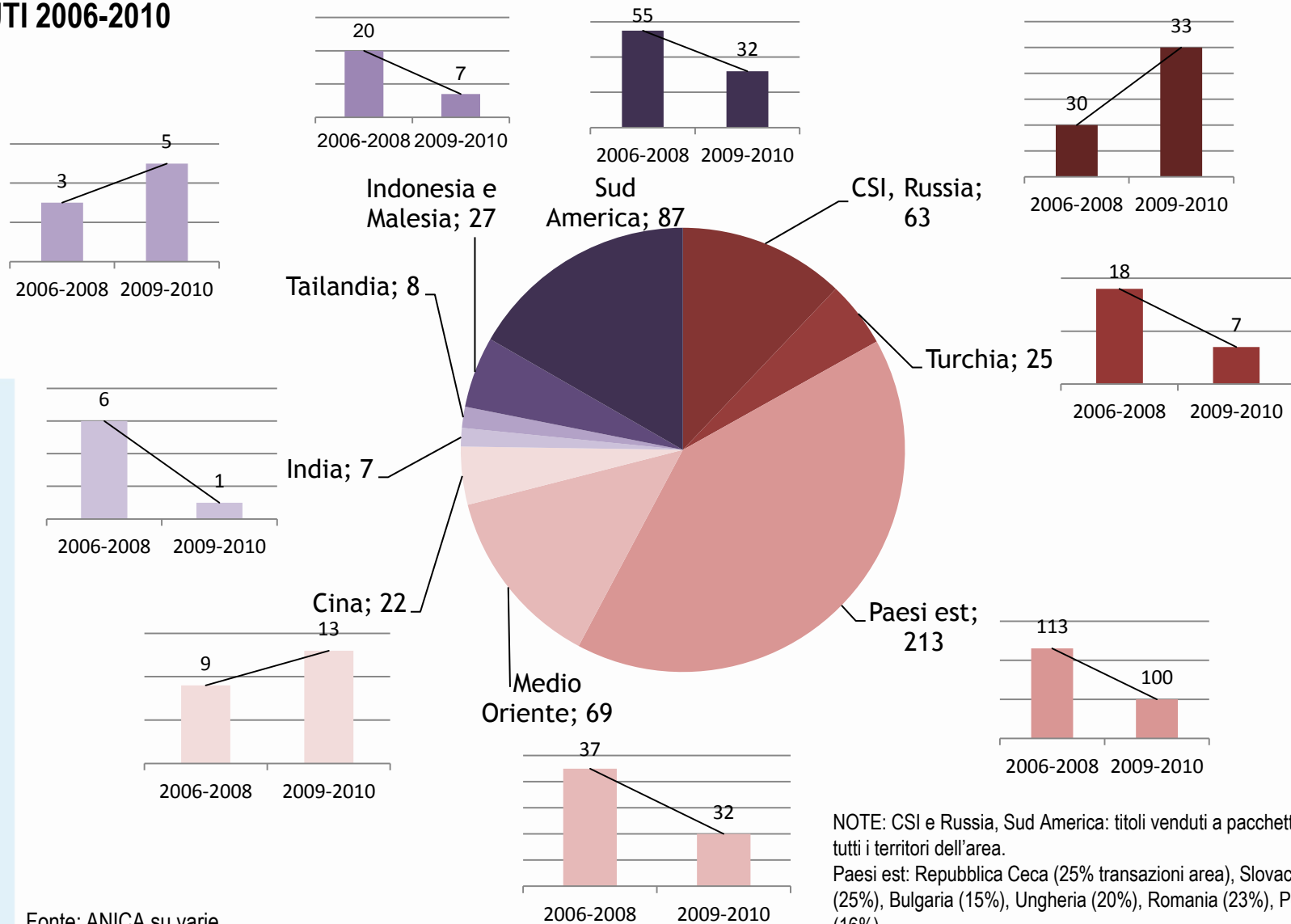
Fonte: ANICA su varie

Aumenta nel quinquennio la disponibilità di informazioni:

- maggiore consapevolezza delle potenzialità del mercato estero da parte di produttori e venditori
- maggiore propensione a strutturarsi e far evolvere il proprio modello industriale (più informazioni = maggiore utilizzo di soggetti specializzati, venditori italiani o internazionali).

# Focus su paesi obiettivo

## NUMERO TITOLI DI FILM ITALIANI VENDUTI 2006-2010



Fonte: ANICA su varie

# Focus - VOD

Video on demand: il diritto del futuro

Attualmente commercializzato nell'ambito dei diritti Internet e/o PPV. Dal punto di vista economico ha valore ancora marginale e difficile da quantificare perché spesso venduto all'interno di pacchetti di diritti.

Piattaforme per il VOD:

- Catch up tv
- Web tv
- Iptv
- Smart tv o connected tv

Il VOD è destinato a ridefinire la struttura del mercato della distribuzione del film.

- Spazi interessanti di mercato per offerta legale – a vocazione internazionale – del catalogo di opere nazionali.
- La digitalizzazione è un ostacolo alla fruibilità del patrimonio, mentre i film recenti sono già ampiamente accessibili e commercializzati.
- Occorre uno sforzo di «non esclusiva» e di centralizzazione. In fase di definizione e test il servizio promosso e sviluppato da ANICA.

# Come si muove il mercato

- La vita commerciale del film italiano all'estero (vendita a pacchetto o di singoli diritti) ha una durata di almeno 2 o 3 anni.
- Nonostante l'emergere di alcune nuove tendenze, **l'Europa** resta il mercato più importante, sia in termini di numero di film sia in termini di volumi economici generati.
- Molto dipende dai risultati ottenuti dal film sul mercato theatrical di riferimento, soprattutto per i territori più tradizionalmente forti e vicini al prodotto italiano (Europa Occidentale).
- Nei mercati economicamente più significativi, la maggioranza delle transazioni sono vendite a minimo garantito per "tutti i diritti" e comunque sempre inclusive del diritto theatrical (valore: fra 400.000€ e 1,5 mln€ per film di fascia alta. Media ricavi attesi per film italiano da distribuzione estero: 50.000/150.000€)
- **La penetrazione in mercati nuovi (Est Europa), emergenti (Asia) o geograficamente lontani dall'Italia (Nord e Sud America) passa invece per la cessione di diritti prevalentemente televisivi pay e free o relativi a mercati secondari** (molto interessante il crescente valore dei diritti ancillari in Asia e Medio Oriente), caratterizzati da valori economici decisamente inferiori a quelli relativi alle transazioni inclusive del diritto theatrical.

# Tendenze

**Le variabili che condizionano i risultati commerciali dei film italiani all'estero** restano costanti nel quinquennio. Ottengono maggior successo sul mercato internazionale i film italiani con le seguenti caratteristiche:

- Hanno partecipato a festival e mercati internazionali
- Escludendo le coproduzioni minoritarie, i film 100% italiani “director driven”
- Cast riconoscibile a livello internazionale
- Generi di maggior successo: commedia, ma anche storico e biografico

**Tendenza:** *film drammatici e commedie d'autore, che spesso non possono beneficiare di grossi investimenti in promozione nella distribuzione theatrical, accedono direttamente ai mercati successivi (HV, Tv pay e free, VOD) con buoni risultati in termini numerici, anche se il valore dei diritti così commercializzati è sensibilmente più basso rispetto alla classica vendita del pacchetto theatrical + tutti gli sfruttamenti.*

*Alla luce delle crescenti prospettive attribuite al mercato VOD, questo dato risulta particolarmente significativo.*

*Più in generale, la diversificazione e lo spacchettamento dei diritti rappresentano la più efficace strategia di accesso a nuovi potenziali mercati.*



## Associazione Nazionale delle Industrie Cinematografiche Audiovisive e Multimediali

ANICA è la principale associazione italiana delle imprese del cinema e dell'audiovisivo.

Aderisce a Confindustria e, al suo interno, a Confindustria Cultura Italia, Federazione italiana dell'Industria Culturale.

ANICA rappresenta i produttori cinematografici, i distributori, gli esportatori e le imprese tecniche e di servizi al cinema e all'audiovisivo.

**G r a z i e  
dell'attenzione!**

per informazioni: [anica@anica.it](mailto:anica@anica.it)

ANICA: Viale Regina Margherita 286 - 00198 Roma - Tel. 06 4425961 - [www.anica.it](http://www.anica.it)