

L'AUDIOVISIVO E IL FABBISOGNO FINANZIARIO DELLE ATTIVITÀ D'IMPRESA

Lamberto Mancini
Segretario Generale

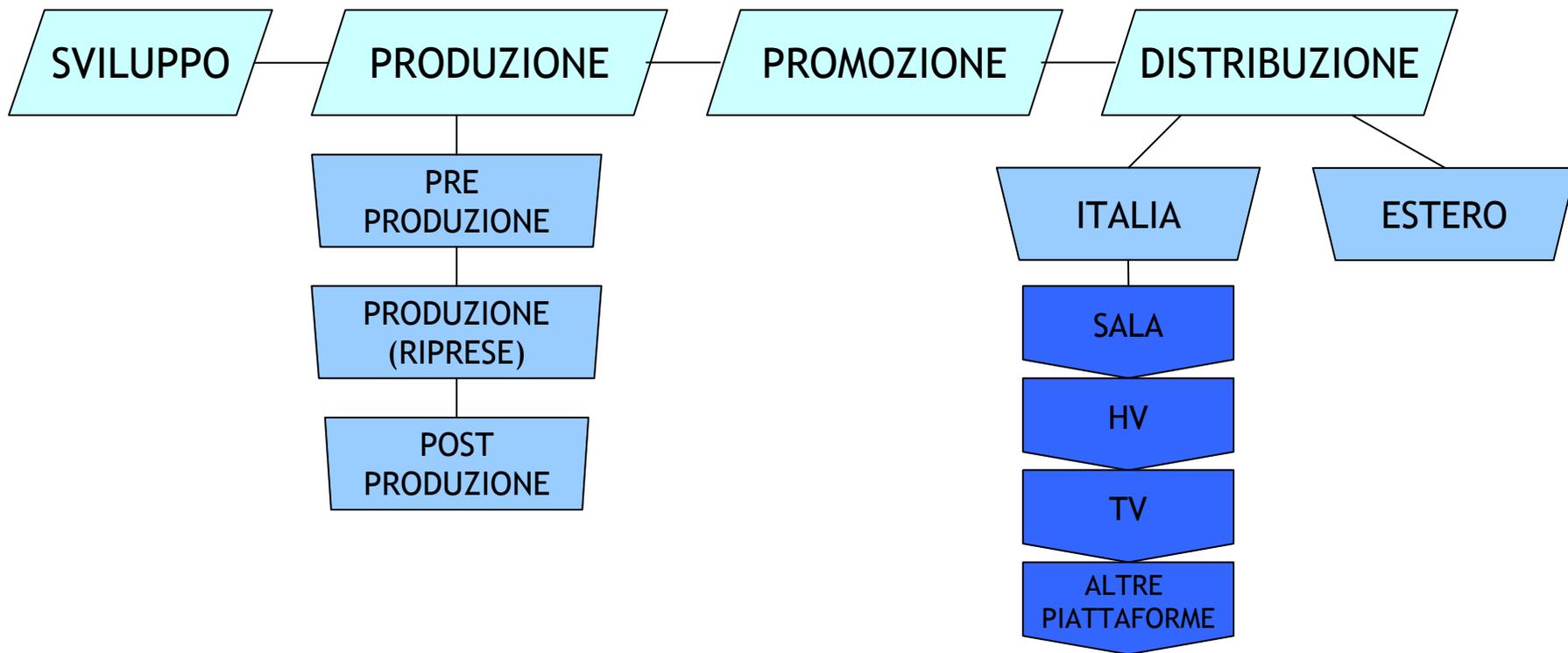


per il seminario

“Il Fondo di garanzia per le PMI al servizio delle imprese cinematografiche”

Roma, 7 giugno 2011

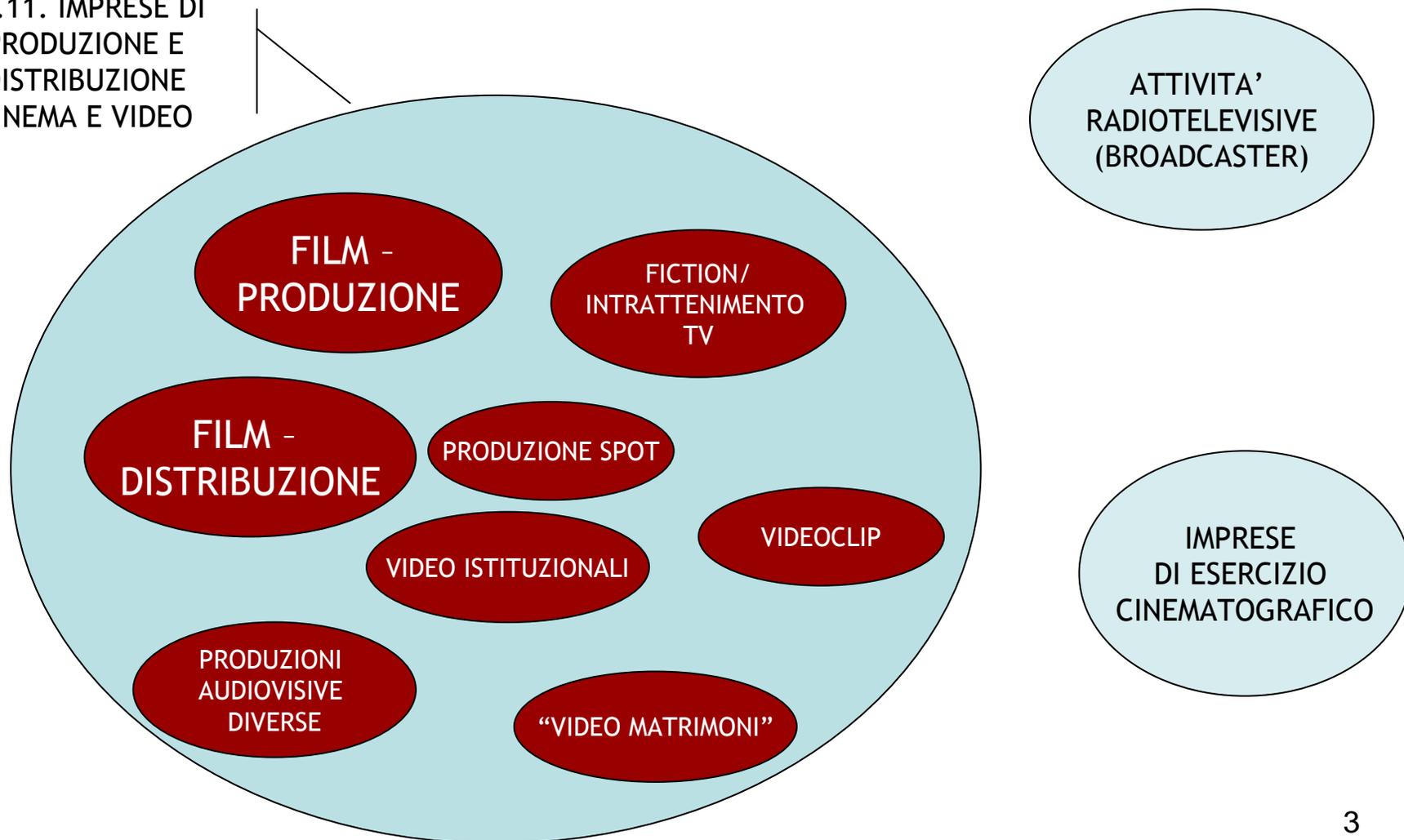
LA FILIERA CINEMATOGRAFICA



CLASSIFICAZIONE ISTAT (ATECO 2002)

Categoria altri servizi pubblici, sociali e personali
CODICE ATECO 92. ATTIVITÀ RICREATIVE, CULTURALI E SPORTIVE

92.11. IMPRESE DI
PRODUZIONE E
DISTRIBUZIONE
CINEMA E VIDEO



DIMENSIONI DEL SETTORE

FATTURATO: 4,95 miliardi di €, dato riferito alle sole imprese di produzione e distribuzione di cinema e video.

Fonte ISTAT 2005*.

NUMERO DI IMPRESE ATTIVE: 5.600 unità, distribuite in misura disomogenea sul territorio (32% nel Lazio, 18% in Lombardia).

Fonte ISTAT 2005*.

NUMERO ADDETTI: 200.000 lavoratori

Fonte: stima ANICA su dati ENPALS 2009 e INPS.

* I dati ISTAT 2005 sono i più aggiornati disponibili. Il ritardo nella pubblicazione dei dati più recenti è dovuto alla classificazione delle attività economiche ATECO 2007, che prevede un diverso inquadramento delle imprese del settore cine-audiovisivo, ora collocate nella categoria J “Servizi di informazione e comunicazione”.

GLI ATTORI DEL SISTEMA

PRODUTTORE

E' "chi ha organizzato la produzione" (L.d.A., n. 633/1941). Si occupa:

- ✓ del finanziamento e della valorizzazione economica dell'opera
- ✓ dell'organizzazione della produzione
- ✓ della promozione in Italia e all'estero

DISTRIBUTORE

Figura tipica della filiera cinematografica (≠ AV), si occupa di:

- ✓ Commercializzare l'opera sul mercato, contrattando i diritti per conto del produttore con gli operatori dei diversi mercati di sfruttamento
- ✓ Organizzare e finanziare la promozione
- ✓ Stampare e distribuire le copie materiali dell'opera presso le sale cinematografiche
- ✓ talvolta, concludendo accordi con il produttore, contribuisce a monte al reperimento delle risorse necessarie alla composizione del budget di produzione

IMPRESA TECNICA

Impresa specializzata in attività di tipo tecnico/tecnologico, che agisce in funzione e a supporto delle attività di produzione e distribuzione. Principali attività:

- ✓ Gestione teatri di posa e studi di registrazione
- ✓ Noleggio e gestione di mezzi tecnici e trasporti
- ✓ Servizi di post-produzione
- ✓ Sviluppo e stampa su pellicola o supporti digitali
- ✓ Doppiaggio

ANICA è l'associazione di categoria che rappresenta gli interessi di questi tre gruppi di imprese.

GLI ATTORI DEL SISTEMA

ESERCENTE

E' il gestore della sala cinematografica, che:

- ✓ Acquisisce dal distributore le copie del film da proiettare
- ✓ Ha la relazione diretta con il pubblico (consumatore finale) a cui vende i biglietti
- ✓ Il suo ricavo è una % sui proventi da vendite di biglietti
- ✓ Le principali associazioni di categoria che rappresentano gli interessi degli esercenti sono ANEM e ANEC, entrambe interne ad AGIS.

VENDITORE o ESPORTATORE

Professionista specializzato nello sfruttamento commerciale del film al di fuori del territorio di origine:

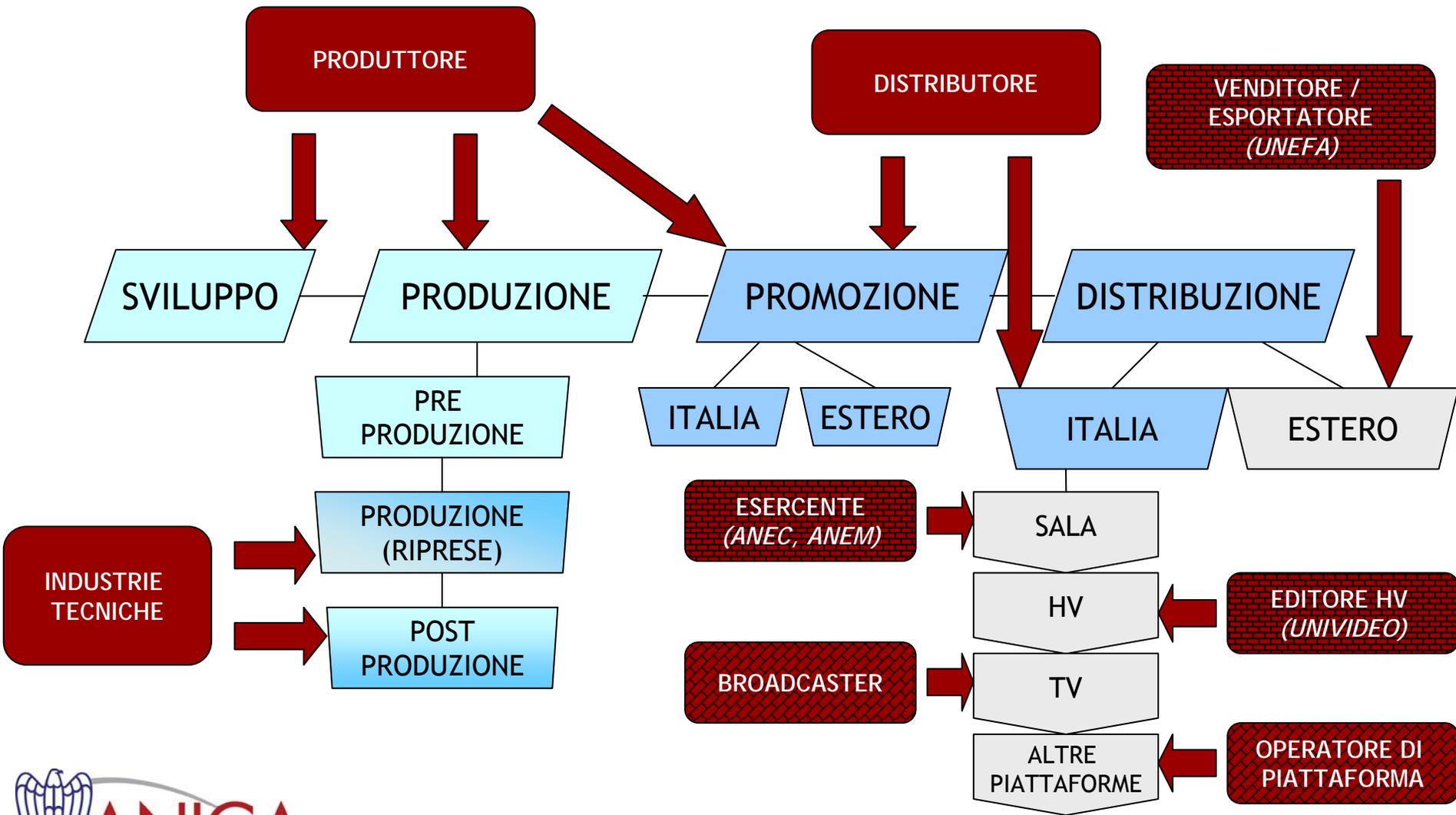
- ✓ promuove il film e ne cura la vendita sul territorio estero, agendo in qualità di mandatario per il produttore
- ✓ conclude accordi di distribuzione del film con il distributore locale (o altri acquirenti)
- ✓ il suo ricavo è una % sui proventi da vendite (“commissione”)
- ✓ offrendo un “minimo garantito” al produttore, può contribuire a monte al reperimento delle risorse necessarie alla composizione del budget di produzione
- ✓ L’associazione di categoria che rappresenta gli interessi dei venditori è UNEFA

EDITORE HOME VIDEO

Società specializzata nell’edizione e nella distribuzione del film su vari supporti per la vendita sul canale home video.

- ✓ Acquisisce i diritti di sfruttamento economico su questo canale dal produttore o dal distributore del film.
- ✓ L’associazione di categoria che rappresenta gli interessi dei venditori è UNIVIDEO.

LA FILIERA - ATTORI



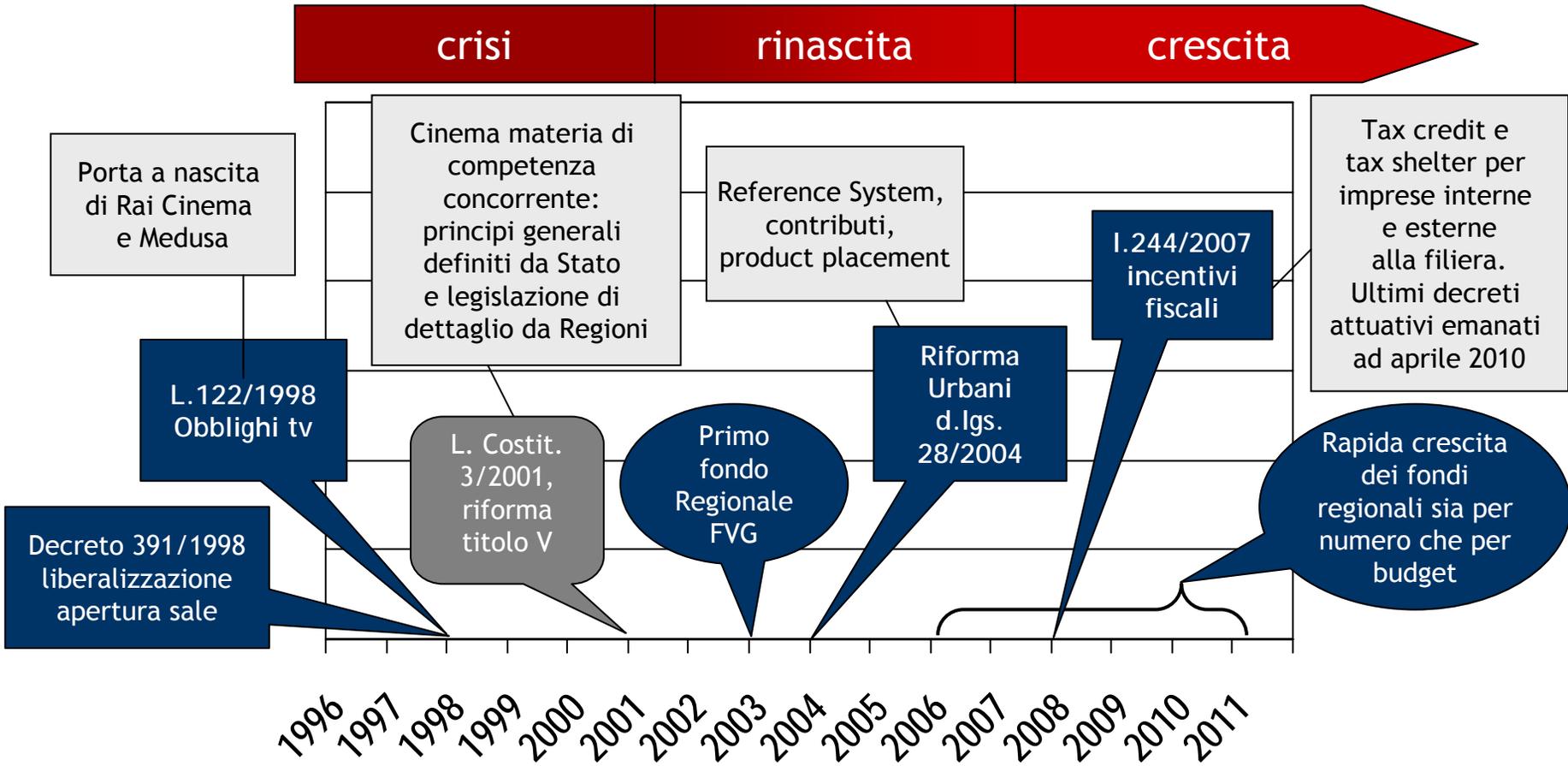
LE RISORSE FINANZIARIE PER LA PRODUZIONE

Il produttore deve reperire a monte le risorse necessarie alla realizzazione dell'opera.
Fonti principali:

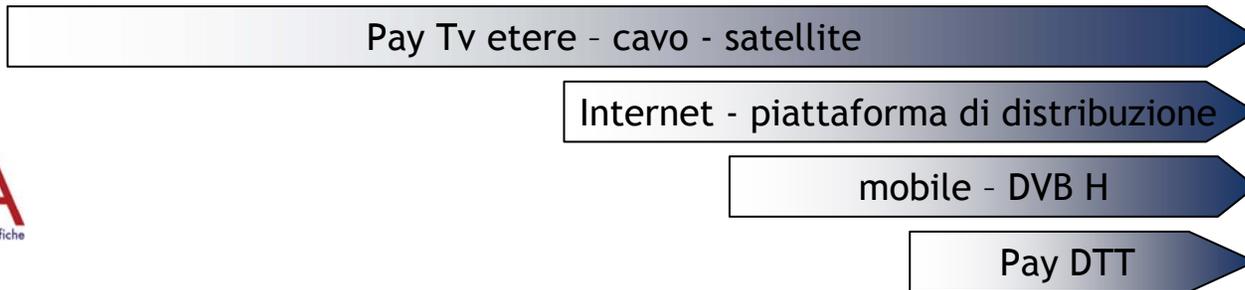
- **Risorse pubbliche:**
 - **Comunitarie:**
 - ✓ Programma MEDIA
 - ✓ Programma Eurimages
 - **Nazionali:**
 - ✓ dirette: MiBAC, % del FUS; L. Urbani (d. lgs. 28/2004): reference system
 - ✓ indirette: L. Finanziaria 2008 (l. 244/2007): tax credit e tax shelter
 - **Subnazionali:**
 - ✓ Fondi e strumenti di sostegno regionali e locali

- **Risorse private**
 - **In cambio di cessione diritti o altri accordi commerciali:**
 - ✓ obblighi di investimento (società integrate con broadcaster: Rai Cinema, Medusa Film)*
 - ✓ tax credit esterno (banche e aziende)
 - ✓ accordi con il distributore sala (società integrate prod./distr.; major)
 - ✓ accordi con il venditore per mkt estero (minimo garantito)
 - ✓ accordi con piattaforme altre
 - **Investimento di capitale privato da parte del produttore stesso**
 - **In cambio di comunicazione:**
 - ✓ product placement (d. lgs. 28/2004)

STORIA DELLE NORME E DEL MERCATO

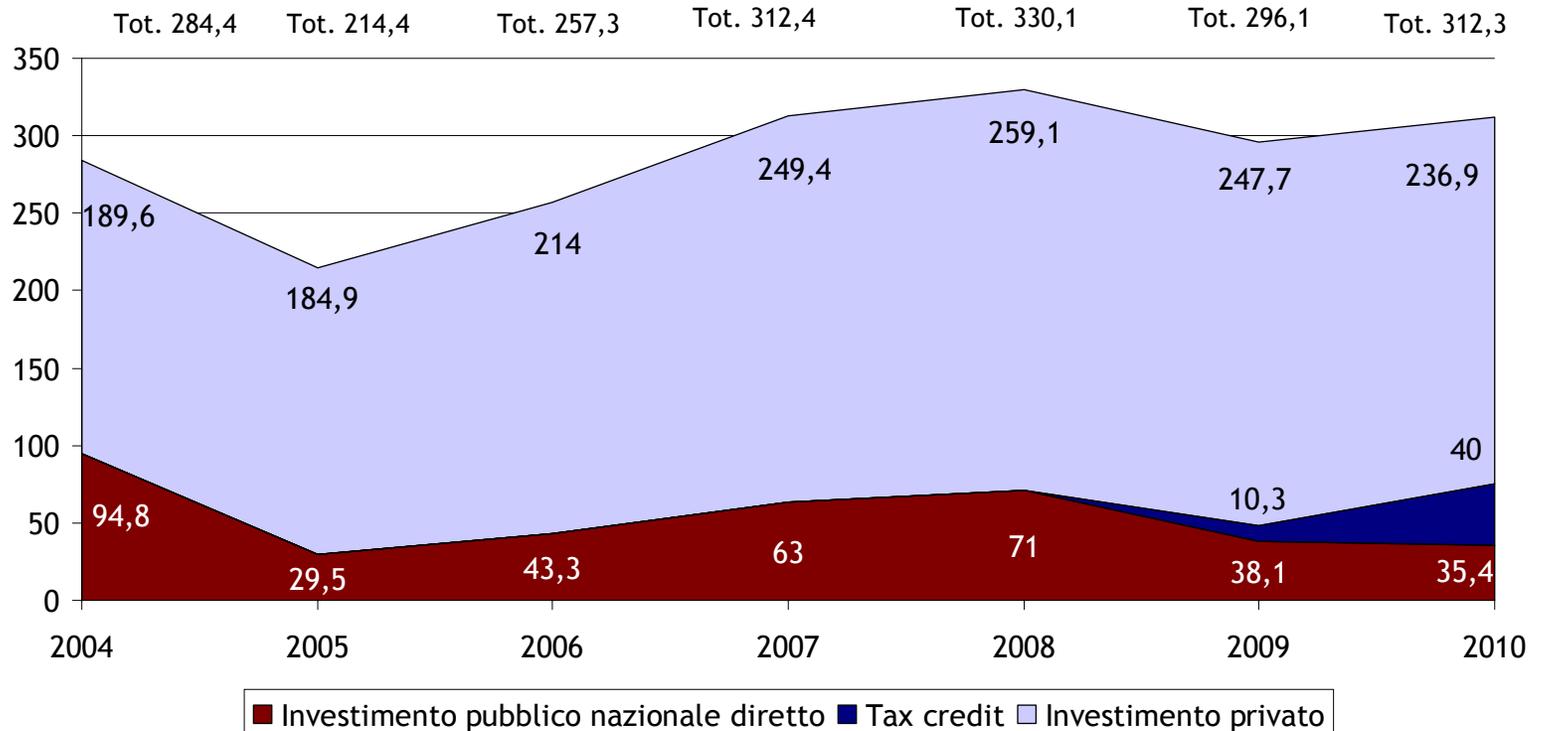


Fonte: ANICA su varie



INVESTIMENTI IN PRODUZIONE

INVESTIMENTI NAZIONALI PRIVATI E STATALI IN FILM ITALIANI 100% PRODOTTI
(dati in mln €)



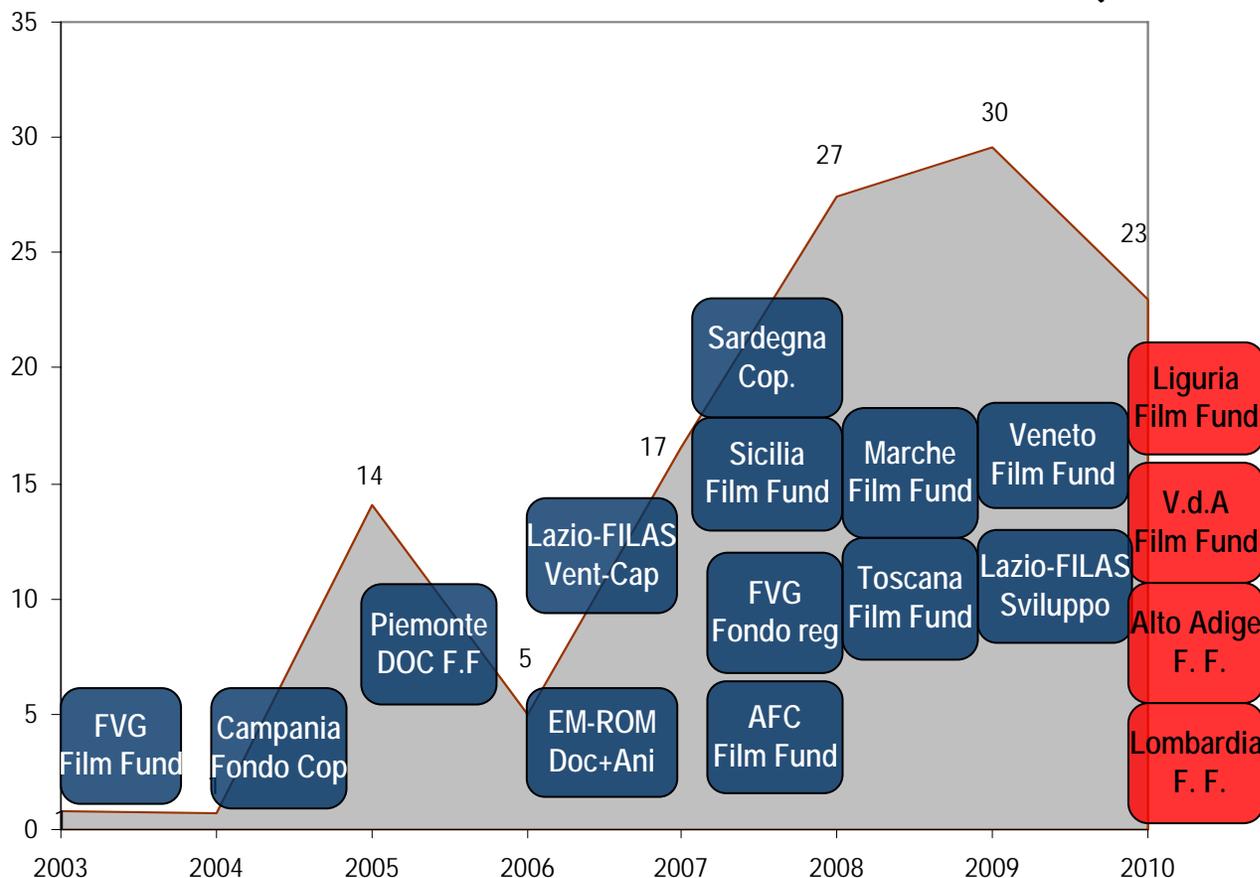
Fonte: ANICA

FONDI REGIONALI

Inoltre, dal 2006 i fondi Regionali sono cresciuti sia per numero sia per budget:

- ✓ Nel 2010 sono 25 i fondi regionali attivati in 14 regioni italiane
- ✓ Il budget totale dei fondi regionali nel 2010 è di circa 30 milioni € (compreso AV)
- ✓ A questo si aggiunge il complesso sistema di sostegno erogato da Sensi Contemporanei in alcune regioni del sud.

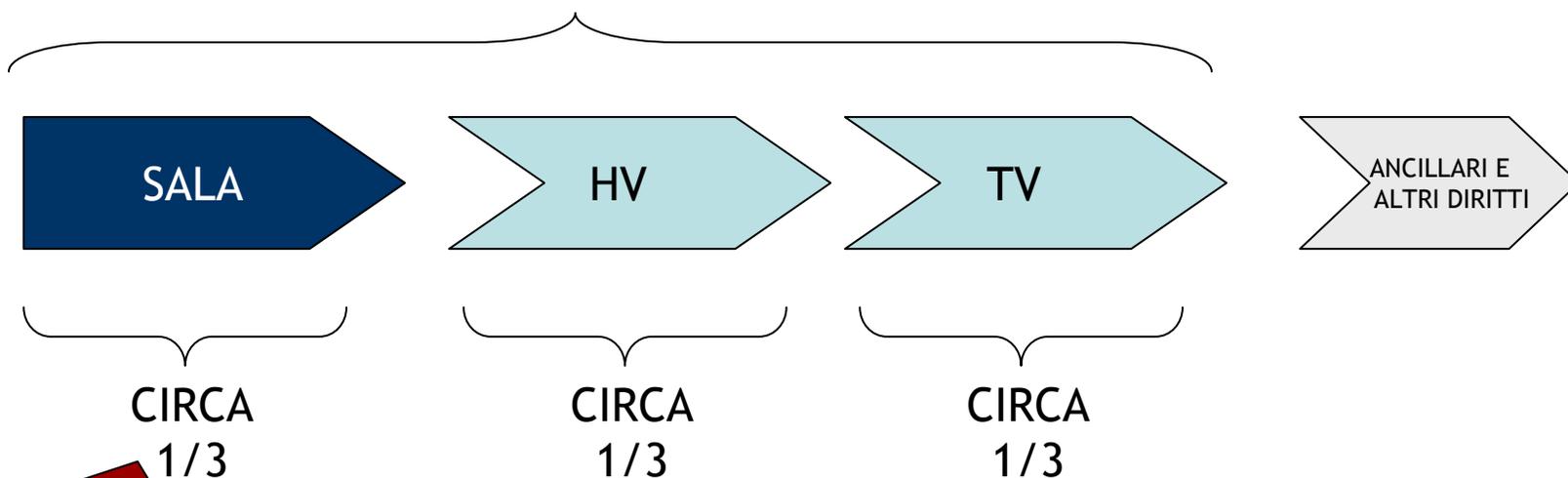
PRINCIPALI FONDI REGIONALI PER LA PRODUZIONE (2003-2010)



Fonte: ANICA su dati Regioni. Dati provvisori in milioni di €. Solo fondi principali.

IL FLUSSO DEI RICAVI

Durata 6/7 anni

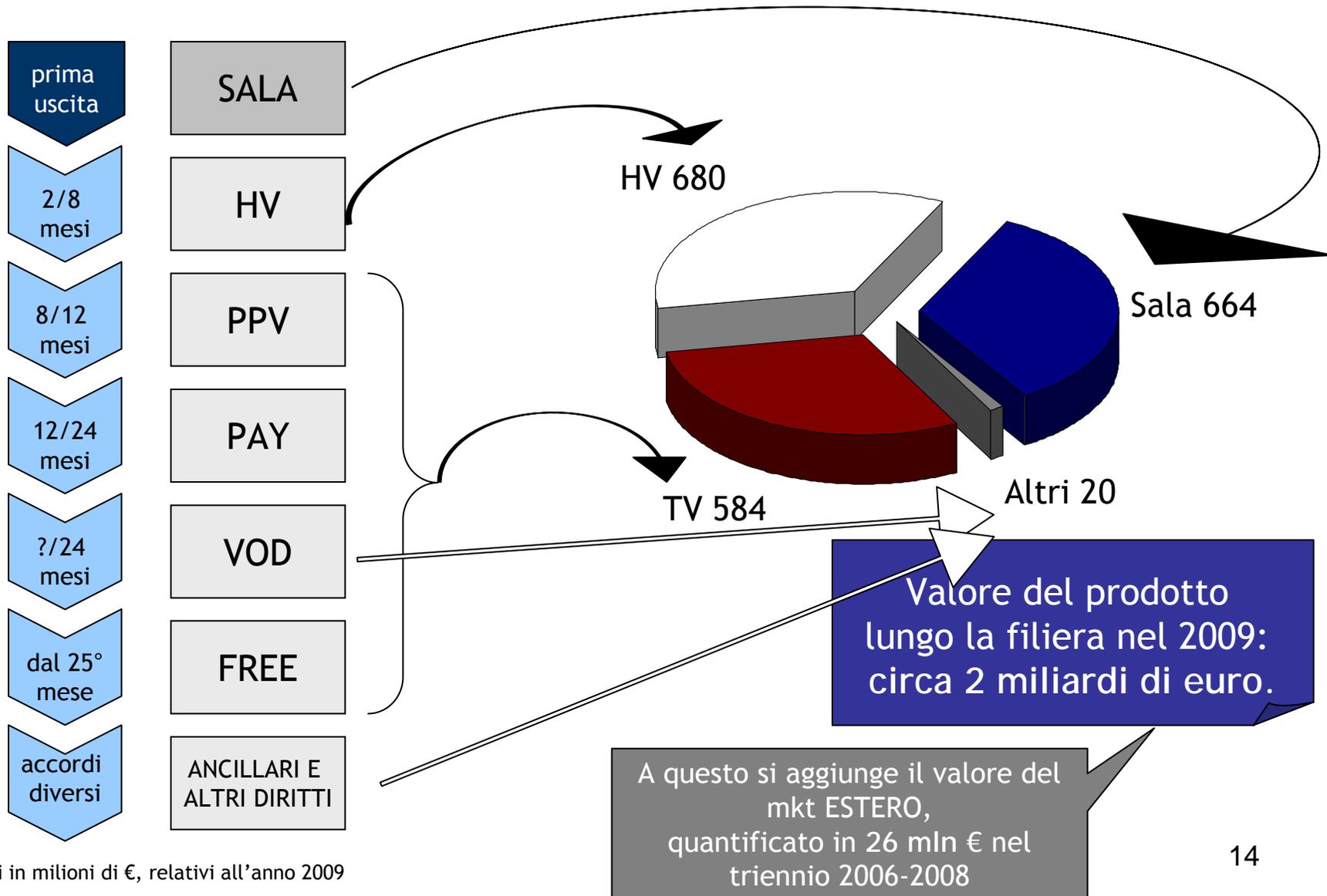


In base al risultato theatrical viene definito il valore del film sui canali di vendita successivi.

Film (\neq altri prodotti AV): **costruzione del valore** del prodotto e dimensioni del mercato si determinano **a valle del suo sfruttamento**.

Le tecnologie digitali negli ultimi anni hanno "scosso" il modello tradizionale e introdotto il concetto di "disintermediazione" tra produttore e fruitore.

FLUSSO DEI RICAVI - VALORE

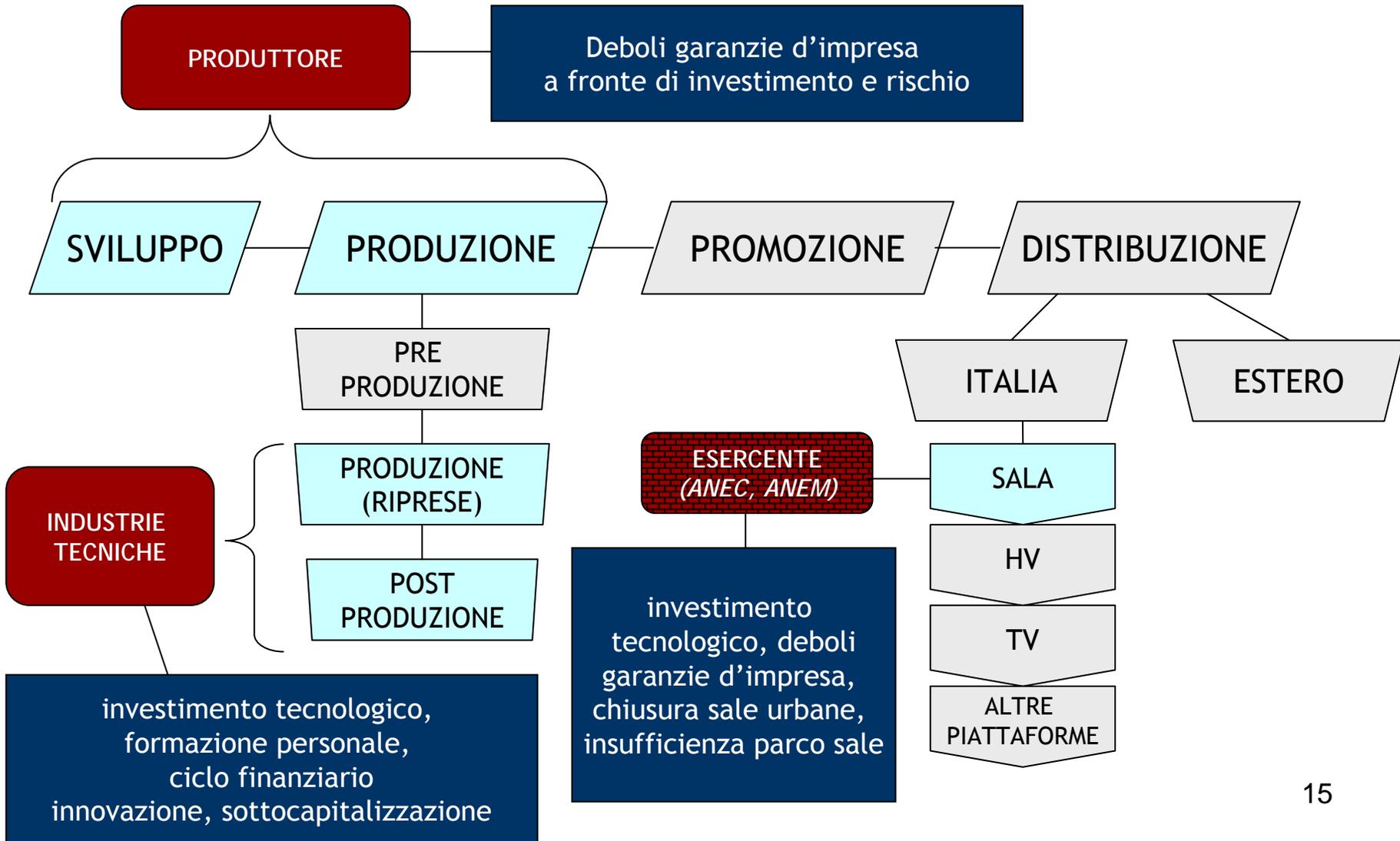


Dati in milioni di €, relativi all'anno 2009

Fonte: ANICA su dati SIAE, UNIVIDEO, bilanci aziendali (stime).

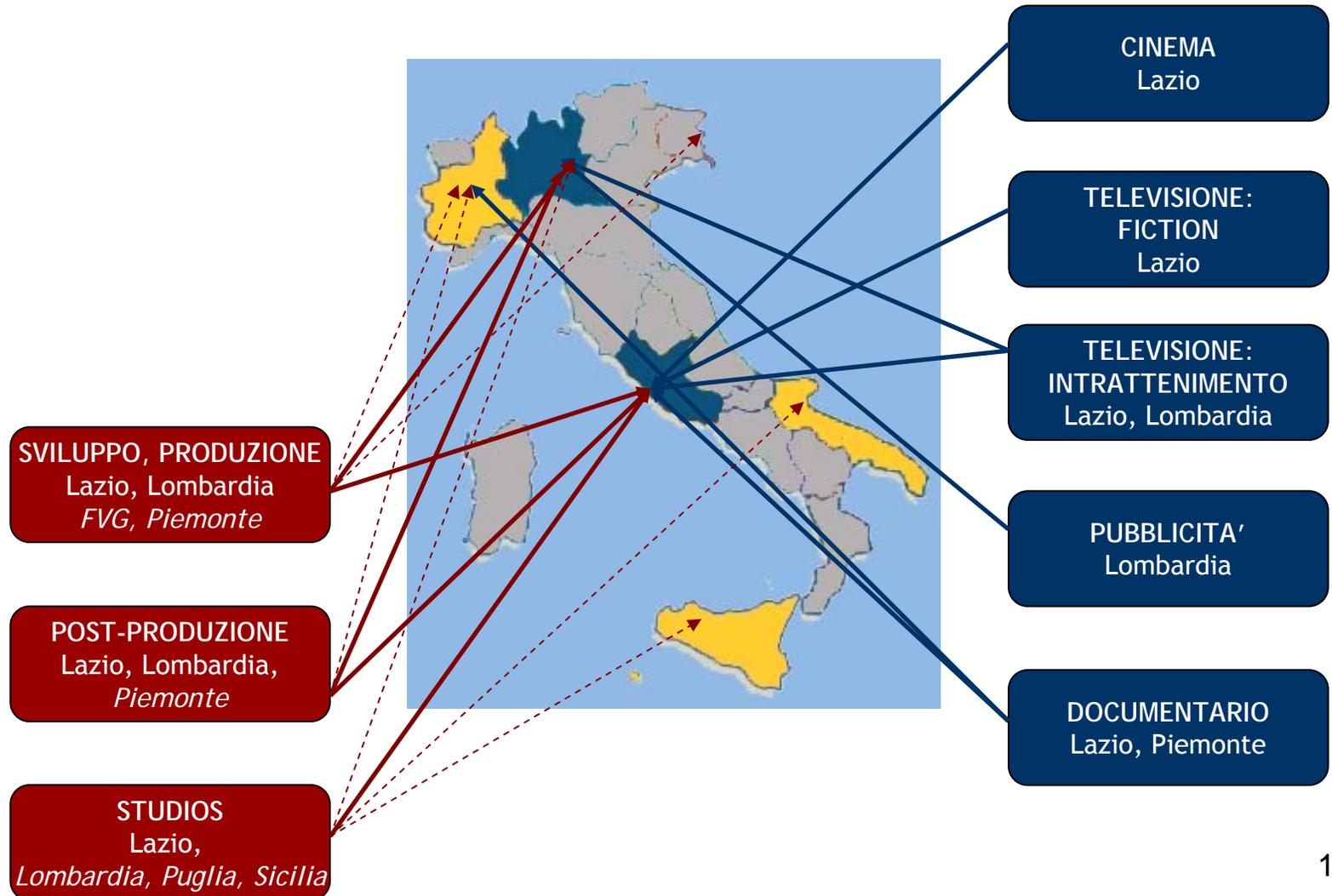
FILIERA - FABBRISOGNI

Fasi e attori che soffrono maggiormente il gap finanziario:



DISTRIBUZIONE TERRITORIALE

Territori con più vocazione cinematografica per fase e per genere:



MAPPATURA DEI FABBISOGNI

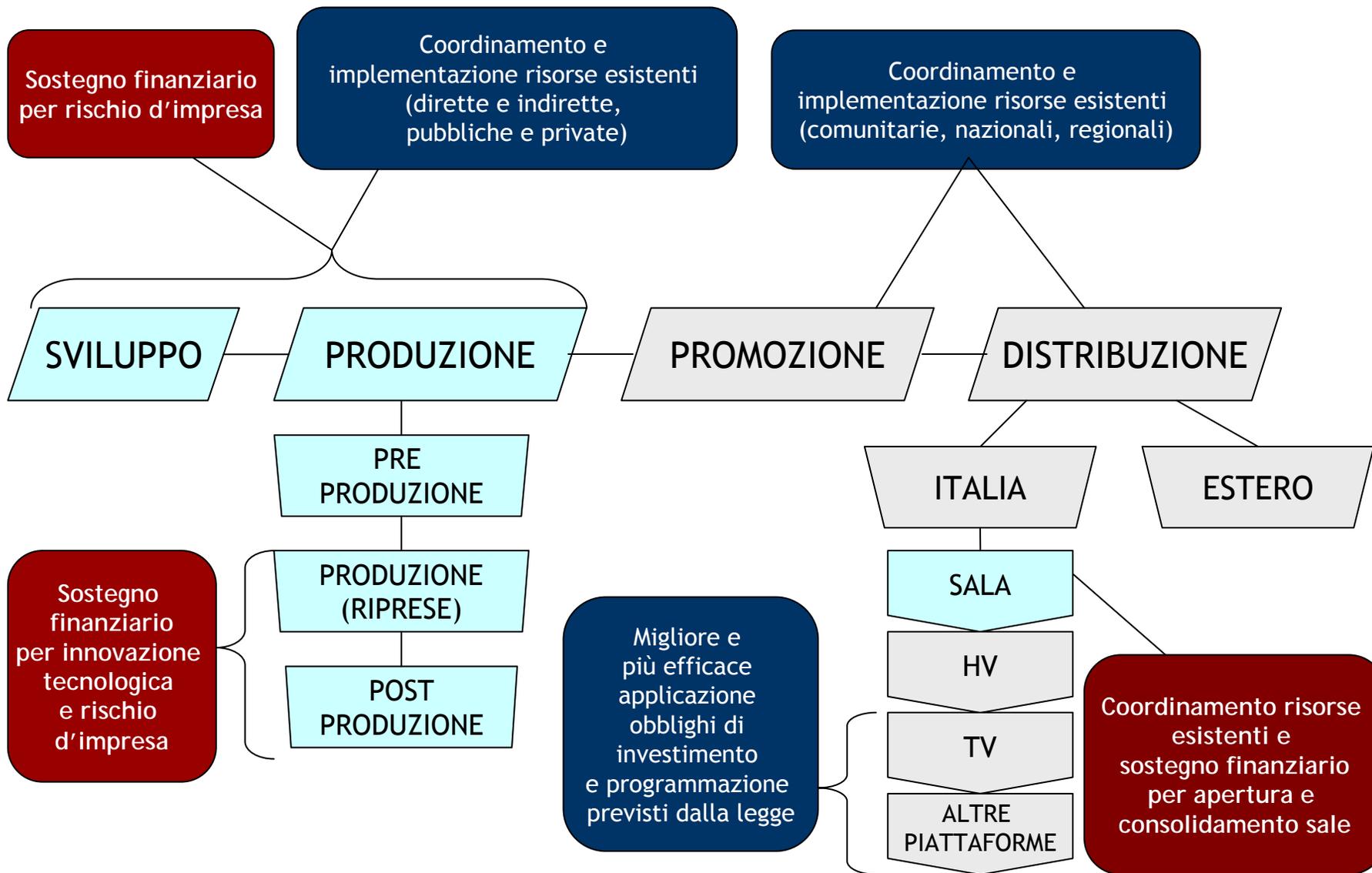
- Fase della filiera che concentra i maggiori fabbisogni finanziari:
sviluppo e produzione, (esercizio)
- Attori della filiera centrali per domanda e potenzialità di sviluppo:
produttori, industrie tecniche, (esercenti)
- Territori con maggiore vocazione industriale in fase di produzione:
 - Regioni consolidate: **Lazio, Lombardia**
 - Regioni in crescita: **Piemonte, Friuli Venezia Giulia, Puglia**
 - Regioni emergenti: **Sicilia, Toscana**
- Territori con maggiore vocazione per genere:
 - Cinema: **Lazio**
 - Televisione (fiction e intrattenimento): **Lazio, Lombardia**
 - Pubblicità: **Lombardia**

SINTESI

- L'industria cinematografica è in crisi di crescita, per consapevolezza e per complessità: strutturarsi e diversificare
- Si rimodula la catena del valore (rischio/opportunità - coda lunga)
- Si evolvono le forme di intervento pubblico che:
 - ✓ è sempre più orientato allo sviluppo industriale (strumenti da diretti a indiretti, da selettivi ad automatici, da progetto a impresa)
 - ✓ è sempre più mirato a interventi specifici per territorio e per esigenze tipiche di ciascuna fase della filiera
- Si rende quindi **necessario un nuovo quadro istituzionale, che garantisca un efficace coordinamento sia orizzontale che verticale fra i Ministeri competenti in materia e fra Stato e Regioni.**
- Si delineano i vantaggi di un più importante investimento privato nel settore

FILIERA

MODELLO DI INTERVENTI IDEALE





Associazione Nazionale delle Industrie Cinematografiche Audiovisive – Multimediali:

- ✓ *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.*
- ✓ *Rappresenta i produttori cinematografici, i distributori, le imprese tecniche e di servizi*
- ✓ *Svolge la sua attività nel campo della rappresentanza politica e sindacale del settore*
- ✓ *Agisce in coordinamento con tutti gli attori del sistema delle comunicazioni e dei media*
- ✓ *promuove il cinema italiano in Italia e all'estero*

ANICA: Viale Regina Margherita 286 - 00198 Roma - Tel. 06 4425961

www.anica.it

per informazioni: studi@anica.it