

L'industria cine-audiovisiva italiana

Generazione di investimenti e restituzione di valore

ANICA rappresenta l'intera filiera industriale dell'audiovisivo italiano, in tutte le sue componenti, incluse quelle ad alta intensità di innovazione tecnologica: produzione di film e serie in tutti i formati e linguaggi, distribuzione cinematografica e in streaming, forniture di prodotti e servizi fisici, artistici, digitali e tecnici (postproduzione, teatri di posa, doppiaggio, mezzi e macchine specializzate), esportazione, content creation ed editoria digitale.

La filiera audiovisiva va letta nella sua estensione orizzontale e nella sua complessità, in particolare nella sua capacità di innervare con l'iniziale investimento in sviluppo e produzione di opere tutti i settori di attività economica direttamente connessi e di propagarne gli effetti su diverse filiere parallele e complementari, restituendo valore aggiunto a ogni passaggio.

L'Italia rimane uno dei 5 principali Paesi produttori a livello UE (UK inclusa) e tra i primi 10 a livello globale. La domanda di nuove opere è aumentata in modo esponenziale negli ultimi 10 anni, grazie alla distribuzione digitale, alle nuove modalità di fruizione e all'abbattimento delle barriere geografiche. Rimanere in una posizione di rilievo nell'arena competitiva internazionale deve essere uno degli obiettivi prioritari del nostro Paese, anche alla luce delle dimensioni relativamente ridotte degli investimenti pubblici e privati a fronte di alta redditività potenziale.

L'investimento pubblico, in particolare, è un fattore competitivo di grande importanza in tutti i Paesi grandi produttori, inclusi quelli di impostazione liberista (USA e UK).

Principali evidenze a livello generale

- Gli effetti sull'economia italiana derivanti dalla **crescita della domanda** di produzione audiovisiva presentano un moltiplicatore generale pari a **3,54€**, solo 1,15€ dei quali assorbiti dagli stessi settori ATECO da cui derivano gli investimenti privati (J59 e J60). Fonte CDP 2023.
- Tali effetti si ripercuotono positivamente sull'occupazione, con impatto su una decina di filiere diverse di fornitura di servizi e prodotti. La **stima di circa 180mila addetti**, tra diretti e indiretti (Fonte CDP su ISTAT 2022), risente di una tassonomia delle competenze antica, che non include tutte le professionalità (comunicazione, digitali, ibride, non classificate) e varietà di contratti. INPS nel 2024 conta oltre **200mila i lavoratori dello spettacolo appartenenti a categorie attive nel settore cineaudiovisivo**, secondo metodologia diversa. **Nessuna fonte comprende l'universo degli occupati nella filiera.**
- Gli effetti sull'occupazione non si manifestano in modo omogeneo sul territorio nazionale: il numero di occupati addizionali creati nell'economia da una maggiore domanda di produzione è **superiore di circa un terzo** alla media nazionale se gli **investimenti sono effettuati nel Sud e nelle Isole**. Fonte CDP 2023. La componente femminile e giovane è superiore alla media nazionale, come anche il livello di istruzione e la qualificazione professionale. Fonte CDP 2022.
- **L'innovazione, creativa e tecnologica, è uno dei driver della competitività dell'industria audiovisiva a livello globale.** Accanto all'investimento in produzione, è necessario un forte investimento nel **capitale umano** e nella formazione di competenze sempre più sofisticate, in tutti i reparti.
- L'industria italiana è stata trainata nel quinquennio 2020-2024, oltre che dall'aumento dei consumi, dalla stabilizzazione dell'investimento pubblico, dal ciclo positivo innescato dalla dinamica competitiva tra i principali player e nel post-Covid, da una accresciuta capacità produttiva, dal rafforzamento della posizione internazionale.
- Di grande rilievo la **questione dimensionale delle imprese nazionali**, che – salvo poche eccezioni – non sono state in condizione di patrimonializzare l'aumento di fatturato e il valore aggiunto generato negli anni di crescita. La **necessità di infrastrutture finanziarie di supporto** non è mai stata sufficientemente considerata nella sua portata strategica, con l'effetto di esporre imprese dal grande potenziale creativo e produttivo ai rischi derivanti dalle fluttuazioni del mercato, senza difese nelle fasi meno positive del ciclo economico.

Valore degli investimenti in produzione in Italia

Cinema IT

701 m€
+53% vs 2019

- Film Iniziativa ita finzione **564 m€**
- Doc Iniziativa ita **48 m€**
- **Tot iniziativa ITA 612 m€, di cui**
 - **225 m€ MIC**
 - **348 m€ altro**
- Film iniziativa int. finzione 83 m€
- Doc iniziativa int 6 m€

Tv e web IT

824 m€
+12% vs 2022

- **Tot Iniziativa ITA 824 m€, di cui**
 - **257 m€ MIC**
 - **533 m€ altro**

Internazionale

419 mln €
+950% vs 2019

- Di cui 168 m€ MIC

TOT 1,95 M€

L'investimento in produzione, sommando pubblico e privato, è stato pari a circa 2 miliardi di euro nel 2023*

Unione Produttori

Sintesi

L'investimento in produzioni nazionali completate, che hanno goduto di finanziamento pubblico, sommando pubblico e privato, è stato pari a circa 2 miliardi di euro nel 2023, in aumento consistente rispetto agli anni precedenti. Fonte MIC 2024

I dati 2024 e 2025, non ancora consolidati e pubblicati, non anticipano flessioni. Fondamentale per mantenere il livello raggiunto è la certezza dell'investimento pubblico e dei tempi di erogazione.

Il tax credit produzione è la spina dorsale del finanziamento: assorbe il 95 % delle risorse pubbliche destinate al nodo "produzione" e si conferma la forma di sostegno più rapida e neutra rispetto al mercato.

Effetto leva superiore a 1 € → 2,8 €: le stime più recenti ogni euro di incentivo genera quasi il triplo di valore economico lungo la filiera audiovisiva.

Occupazione in crescita strutturale: +20 k teste in cinque anni nell'area produzione, con contratti più estesi e specializzazioni tecniche che restano in Italia.

Unione Produttori

Dettaglio Tax credit deliberato produzione nazionale*

Fotografia 2023 e traiettoria 2019-23

Anno	Crediti deliberati (M€)	Δ su anno prec.	Domande approvate
2019	215	—	589
2020	286	+33 %	529
2021	442	+55 %	614
2022	286	-35 %	384
2023	551	+93 %	778

Nel 2023 il **tax credit produzione nazionale – somma cinema + TV/web – ha raggiunto 551 M€ di crediti deliberati su 778 domande approvate**; è il picco quinquennale e più del doppio del 2022 (+93 %). Il salto è spiegato dall'apertura straordinaria, a novembre-dicembre 2022, della "finestra 2022", che ha fatto confluire in un solo esercizio pratiche rimaste in attesa l'anno precedente.

Il tax credit copre oggi oltre un terzo dei costi di produzione: 34 % per il cinema (206 M€ su 600 M€ di budget) e 30 % per le serie/OTT (276 M€ su 892 M€). Alla leva fiscale si aggiunge un forte effetto volano calcolando che **1,13 Mrd€ di risorse pubbliche 2023 (di cui la quota dominante è proprio il tax credit produzione) hanno generato 3,23 Mrd€ di produzione AV aggiuntiva**, con un moltiplicatore pari a 2,86.

Fonte MIC

*Si fa riferimento ai decreti di **assegnazione** di tax credit a opere cinematografiche, opere TV e WEB, opere di ricerca e formazione nel quinquennio in esame

Unione Produttori

Impatto occupazionale

Anno	Lavoratori (teste)	Giornate retribuite	Retribuzioni lorde	Giorni / testa
2019	57.084	8.319.677	1.192.835.206	145,8
2020	49.935	7.343.684	1.091.913.085	147,1
2021	61.193	7.935.749	1.193.009.966	129,7
2022	72.850	9.947.355	1.378.731.379	122,8
2023	77.917	9.121.959	1.406.114.881	117,1

Sul fronte lavoro il comparto produzione conta **77.917 addetti nel 2023 (+36 % sul 2019) e 9,12 M di giornate retribuite (+10 %).**

L'aumento delle **teste** supera di gran lunga l'aumento delle giornate complessive: il settore impiega più persone (+20 mila in cinque anni) ma distribuisce il lavoro in maniera più ampia, con un indice "giornate per lavoratore" che scende da 146 a 117.

Il fenomeno non segnala precarietà aggiuntiva: indica piuttosto che un numero crescente di professionisti — reparti creativi, tecnici VFX, figure di line-production — accede alle produzioni grazie alle maggiori opportunità aperte dal tax credit

Unione Editori e Distributori Cinematografici

L'Unione Editori e Distributori Cinematografici conta 27 imprese associate che rappresentano oltre il 95% del fatturato totale di tutte le società di distribuzione cinematografica operanti in Italia.

Nell'anno solare tra il 01/08/2024 e il 31/07/2025, l'incasso complessivo del comparto theatrical è stato pari a oltre 500 milioni di euro.

Il fatturato imputabile alle società di distribuzione è all'incirca il 48% del totale, quindi intorno ai 240 milioni di euro.

Da un punto di vista di presenza sul territorio, le imprese operano tra Roma (per la maggior parte) e Milano (con qualche altra società che gravità nell'area del nord Italia), oltre alle agenzie regionali diffuse su tutto il territorio.

Relativamente agli occupati emerge, da riscontri effettuati all'interno delle aziende associate, una elevata presenza di giovani e di donne.

Unione Imprese Tecniche

L'Unione Imprese Tecniche rappresenta una galassia di servizi di logistica, noleggio mezzi e attrezzature, teatri di posa, postproduzione video e audio, doppiaggio, restauro, laboratori.

Gli investimenti in produzione e distribuzione, pubblici e privati, impattano direttamente sull'attività delle imprese di servizi. L'investimento pubblico solo dal 2017 per la prima volta indirizza incentivi direttamente alle imprese di servizi. Uno dei segmenti più dinamici è quello della postproduzione video (tutte le attività di trasformazione del materiale girato e sincronizzazione delle componenti sonore, fino al prodotto finito), inclusa color correction, effetti visivi digitali (VFX) e CGI.

Nonostante la crescita complessiva della domanda, le performance delle imprese tecniche non sono positive, sia a causa della grande frammentazione e pressione competitiva domestica e internazionale, sia per la riduzione estrema della marginalità in questa fase della filiera.

Cruciali gli incentivi fiscali dedicate alle industrie Tecniche del MIC, riconosciuti nel 2023 a imprese con 16 differenti codici ATECO a fini di investimento, e i fondi PNRR allocati sul Progetto Cinecittà (di cui 50M€ nel 2025).

Dal punto di vista dell'occupazione, cresce complessivamente come in tutta la filiera, con una componente imprenditoriale, in particolare femminile, maggiore nel segmento della postproduzione. Fonte 6° Rapporto APA.

Si registra una forte carenza di figure specializzate, in particolare montatori video, motion graphic designer, sound designer, colorist e specialisti VFX e CGI. La formazione deve integrare l'Intelligenza Artificiale, in particolare per l'editing video attraverso automazione e analisi predittiva, la Realtà Aumentata (AR) e Realtà Virtuale (VR).

Il Ruolo Chiave dei Sostegni Pubblici

Fondi come il PNRR e il Tax Credit sono vitali per mitigare la pressione sui margini e stimolare gli investimenti in tecnologia e innovazione.

PNRR & Tax Credit

€12M

per post-produzione nel 2025



Imprese di Post-Produzione

Investimenti in tecnologia, competitività e crescita

Unione Imprese Tecniche

Valore Mercato Comunicazione
2025

€17 Mld

(+5,5% vs 2024)

Valore Produzione Audiovisiva
2023

€2 Mld

(CAGR +11,6% dal 2017)

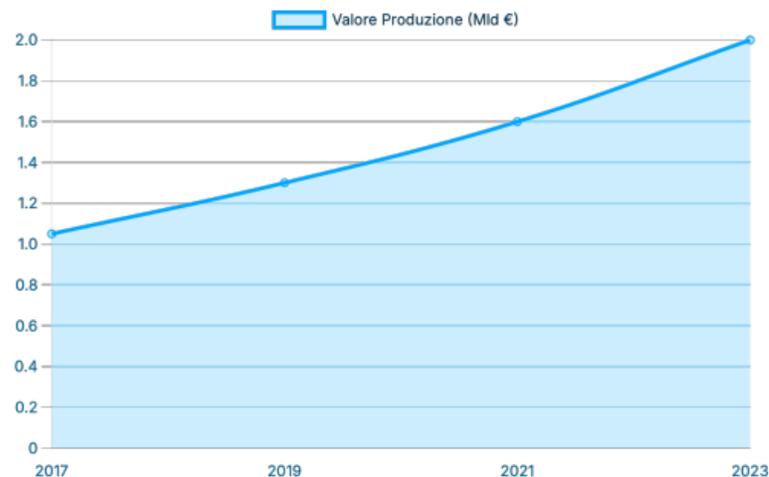
Quota del Video sul Mercato

>54%

Stimato per il 2025

Crescita della Produzione Audiovisiva Italiana

Il valore della produzione è quasi raddoppiato in sei anni, dimostrando la vitalità e l'attrattiva del settore.



A livello globale, il mercato dei servizi video, è in forte espansione. Valutato a 32,61 miliardi di dollari nel 2024, si prevede che crescerà a 35,42 miliardi di dollari nel 2025 e supererà i 68,98 miliardi di dollari entro il 2033, con un CAGR di circa l'8,6% per il periodo 2025-2033.

Fonte Business Research Insights 2024

Unione Editori Media Audiovisivi

Crescita dei ricavi: Nel 2023 i **ricavi del VoD a pagamento** (somma dei servizi TVoD, EST e SVoD) sono stimati a circa **€1,1 miliardi di euro** mentre i ricavi della pubblicità video display (servizi AVoD e pubblicità video social) sono stimati a €1,7 miliardi per un **valore complessivo dell'area online pari a €2,8 miliardi di euro** (24% del totale mercato). Fonte APA 2024

Crescita produzione serie e film "Italian original": La crescita delle produzioni di serie e film "Italian original" è trainata principalmente dall'ingresso sul mercato degli operatori globali del VoD, che a partire dal 2018 hanno notevolmente **incrementato i propri investimenti** nel genere. Nel 2023, gli investimenti dei fornitori SMAV costituiscono il **57% del totale costo di produzione**, per un valore di 395 milioni di euro. Rispetto al 2022, inoltre, i **volumi della produzione VoD sono cresciuti del 16%**. Fonte APA 2024

Produzioni internazionali: Le produzioni internazionali (opere cinematografiche e opere tv e web) rappresentano una quota significativa degli investimenti nel settore audiovisivo nazionale. Tra il 2016 e il 2023, l'**investimento totale in tali produzioni** - molte delle quali realizzate dagli streamers - su cui è stato richiesto il credito di imposta è pari a **2,38 miliardi di euro**. Fonte MIC 2024

Occupazione: La presenza degli operatori VoD nel mercato audiovisivo italiano stimola inoltre la creazione di nuove opportunità lavorative lungo tutta la filiera audiovisiva, sostenendo la crescita dell'occupazione, l'inserimento e la formazione di nuovi talenti nel settore.

Diffusione della cultura italiana nel mondo: La distribuzione globale dei contenuti audiovisivi italiani, favorita dagli streamers, rappresenta un potente strumento di **valorizzazione dell'immagine dell'Italia all'estero** e contribuisce in modo significativo ad **attrarre turismo nel nostro Paese**. Per le persone che hanno guardato contenuti italiani, la probabilità di considerare l'Italia come la propria prossima destinazione turistica è doppia rispetto a chi non ha visto contenuti italiani. Effetto particolarmente evidente anche tra chi non ha mai visitato l'Italia: l'87% di chi ha guardato contenuti italiani esprime interesse a visitare il nostro Paese, vs un 67% di persone fra coloro che non hanno visto contenuti Made in Italy. Fonte Basis per Netflix 2022

Crescita di know how e competitività: La presenza degli operatori VoD nel mercato ha un impatto significativo sulla crescita delle competenze e sulla competitività dell'industria audiovisiva nazionale, favorendo lo scambio di know-how, rafforzando la qualità delle produzioni italiane e fornendo uno stimolo alla competitività del settore.

Unione Editori Media Audiovisivi



- Nel 2023, i ricavi VoD a pagamento sono stimati a €1,1mld, mentre i ricavi pubblicità video display sono pari a €1,7mld.
➔ **valore complessivo area online €2,8mld (24% del totale mercato¹).**



- Gli **operatori globali VoD trainano la crescita di investimenti in produzioni di serie e film “Italian original”**.
Nel 2023, gli investimenti SMAV costituiscono il 57% del costo di produzione (€395mln), mentre i volumi della produzione VoD registrano +16% rispetto al 2022¹.



- Tra il 2016-2023, l'**investimento totale in produzioni internazionali** (opere cinematografiche e opere tv e web) - molte delle quali realizzate dagli streamers - su cui è stato richiesto il tax credit è pari a **€2,38mld²**.



- La presenza degli operatori VoD nel mercato stimola la crescita di **nuove opportunità lavorative** e favorisce **l'inserimento e la formazione di nuovi talenti** lungo tutta la filiera audiovisiva.



- La **distribuzione globale di contenuti Made in Italy tramite i servizi streaming** rappresenta un **volano per l'immagine dell'Italia nel mondo**: chi guarda contenuti italiani ha il doppio delle probabilità di scegliere l'Italia come meta turistica³.



- L'ingresso degli operatori VoD nel mercato influisce positivamente sul settore, favorendo lo **sviluppo di competenze, rafforzando la qualità delle produzioni nazionali e stimolando la competitività dell'industria**.

Unione Editori e Creators Digitali



L'Unione Editori e Creator Digitali è trasversale ed eterogenea nelle sue due principali componenti, produttori innovativi ed editori e Creators digitali.

In Italia, tra il 2020 e il 2023, sono stati realizzati **482 progetti** innovativi nell'ambito della **Realtà Aumentata, Realtà Mista e Realtà Virtuale**. Solo nel 2023 ne sono nati **108**. Le stime indicano che le tecnologie immersive potrebbero avere un impatto sull'economia italiana compreso tra **18,8 e 25,7 miliardi di euro** nel periodo **2023-2029**.

Nell'ecosistema audiovisivo e digitale italiano, la **creator economy** in particolare rappresenta oggi una componente rilevante, con un impatto positivo sia in termini economici che occupazionali.

La creator economy in Italia nel 2024 vale 4,06 miliardi di euro, trainata da Instagram (3,3 mld) e seguita da TikTok (447 mln) e YouTube (280 mln). L'influencer marketing rappresenta un indotto diretto di 370€ mln nel 2024.

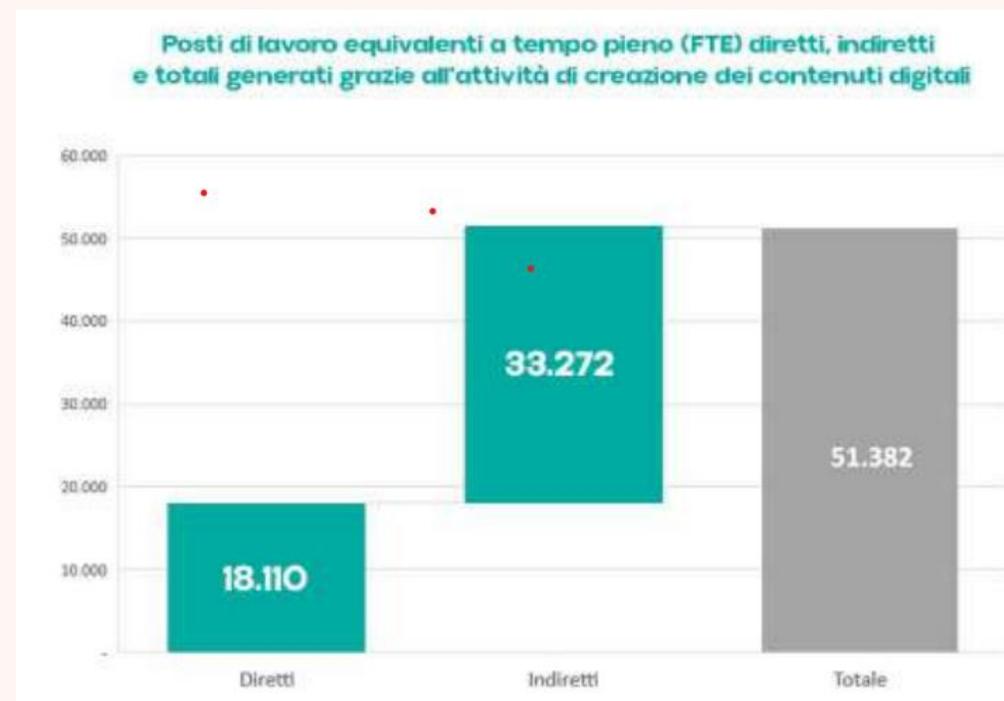
L'Italia si posiziona al terzo posto per numero di professionisti in Europa, dopo Spagna e Regno Unito, con **37.700 content creator**, 82 creator ogni 100.000 abitanti. Fonte I-COM per AICDC 2024.

Occupazione e professionalità

Il report AICDC-Inps-Assoinfluencer 2024 fa emergere un impatto complessivo in termini di **posti di lavoro equivalenti a tempo pieno** generati dall'attività di creazione di contenuti digitali pari a **51.382 unità**.

Occupazione diretta del settore: **18.110** posti di lavoro a tempo pieno. La maggior parte è generata grazie a Instagram (14.137), seguita da YouTube (2.746) e da TikTok (1.227). **Occupazione indiretta** del settore: **33.272** lavoratori.

Figure coinvolte: grafici, videomaker, fotografi, agenzie, talent manager e project manager. Fonte I-COM per AICDC 2024



Unione Editori e Creators Digitali



Redditività dei creator

Ricavi medi annui: 84.000€, circa **2,5 volte il reddito medio italiano**.

Si stima un minimo di circa 40.000€ l'anno, per chi ha tra i 10.000 e i 49.999 follower, per arrivare a 1,5M€ l'anno se si ha più di un milione di follower.

Il giro d'affari più elevato è quello della fascia più bassa (10.000-49,000 follower), €1,38 miliardi, a fronte di una platea di soggetti estremamente più ampia.

In seconda posizione c'è la classe più elevata (+1M di follower) che genera ricavi per 931€ milioni. Fonte I-COM per AICDC 2024

Tendenze 2025

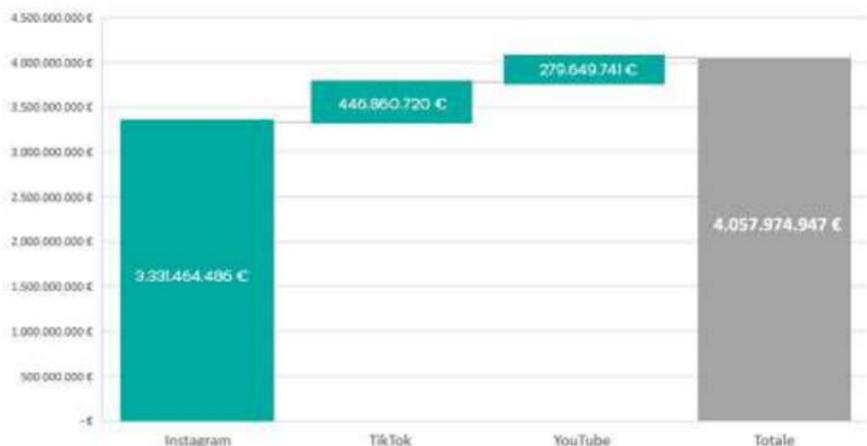
Nel 2025 sono calati i compensi degli influencer poiché è cresciuta la competizione tra piattaforme: Facebook -5,5%, TikTok -2%, YouTube -6,5%; Instagram stabile (+0,4%). A subire un calo significativo sono le celebrity (soprattutto su Instagram e Youtube), dove registrano cali del 19% e del 15%, e i nano influencer (tra i 5 e i 10 mila follower) a causa dell'**aumento della concorrenza** e del numero di nuovi creator in questa fascia.

Il settore mostra comunque segnali positivi, con una chiusura dell'anno 2024 a **370 milioni di euro di fatturato, +6,3%** rispetto al 2023.

I settori che più hanno investito nell'influencer marketing sono: moda e bellezza (26%), food & beverage (18%), gaming e tech (15%), viaggi e lifestyle (12,5%).

I brand sono anche sempre più attenti alla qualità e autorevolezza dei contenuti prodotti dai content creator. Per questo motivo sono in crescita i creator di fascia intermedia con **competenze specifiche e community solide**.

Ricavi annuali dei creator per piattaforma (2024)



Unione Esportatori

La Distribuzione Internazionale in Italia è un settore molto ristretto che conta all'incirca 40 società. **l'Unione Esportatori ANICA** raccoglie le realtà più rappresentative del settore, coprendo una quota significativa dell'export di prodotto audiovisivo nazionale attraverso operatori con elevata capacità di distribuzione e consolidata esperienza e reputazione nei mercati internazionali sia per quanto riguarda la cinematografia contemporanea che le «Libraries».

Il distributore Estero, comunemente denominato «Sales Agent», svolge un ruolo strategico attraverso:



Partecipazione finanziaria :
investimento diretto nelle opere



Prevendite:
negoziante anticipata dei diritti di distribuzione;



Licenze :
concessione di diritti per i diversi canali di sfruttamento estero



Supervisione:
monitoraggio delle strategie di uscita nei mercati esteri;



Marketing: attività di promozione nei principali festival e mercati internazionali



Gestione contrattuale:
controllo dei contratti e release internazionali

Unione Esportatori



Indicatore	Valore stimato (%) / Numero	Note
Percentuale di giovani (<35 anni)	40%	Giovani professionisti nell'export audiovisivo
Percentuale di donne	60%	Ruoli in vendita, marketing, distribuzione
Distribuzione geografica (sedi aziende)	Nord: 20% Centro: 70% Sud: 10%	Sedi delle aziende associate
Occupati totali nel settore	~1500 (stimato incl. dipendenti e collaboratori)	Include operatori, tecnici, amministrativi totali delle aziende
Crescita export film italiani (2017-2021)	+123%	Rapporto ANICA MIA 2023
Valore export annuo stimato	~50 milioni di euro	Valore commerciale dei film distribuiti all'estero
Investimenti annuali in formazione	5% del fatturato stimato	Programmi di aggiornamento professionale
Fascia Ricavi	30% > €10m / ≤ €20m 50% > €1,5 / ≤ €3m 20% < €0,5m	Fatturato annuo relativo all'Esportazione

La Distribuzione Internazionale è in aumento, con un numero crescente di giovani coinvolti sia nella vendita che nella promozione di film italiani all'estero.

E' un anello fondamentale e molto specifico della filiera, che si muove in base a un calendario annuale scandito da Festival e Mercati internazionali. Esprime un bisogno di formare competenze verticali, da un lato, e di un investimento stabile e costante nel tempo per far crescere i listini dei titoli gestiti da imprese italiane.

Nel periodo 2017-2022 l'aumento delle coproduzioni maggioritarie e lo sviluppo delle coproduzioni minoritarie – incentivate da un recente specifico schema di sostegno del MIC - hanno giocato un ruolo cruciale nella circolazione estera dei film.

L'UNIONE
ESPORTATORI
ANICA
promuove:

Coproduzioni internazionali

Circuitazione dei film Italiani sui Mercati Internazionali

Notorietà internazionale di registi ed interpreti Italiani

Esportazione delle nostre storie e della nostra cultura