

*“Millecanali” pubblica in esclusiva alcuni estratti di una ricerca IsICult che evidenzia la centralità dell’industria audiovisiva nel Lazio: il 69 per cento del totale nazionale delle imprese cinematografiche e televisive ha sede nella regione*

# L’audiovisivo nel Lazio

Angelo Zaccone Teodosi

Come abbiamo avuto occasione di sostenere nel corso dei cinque anni di riflessioni sulle colonne dell’Osservatorio IsICult/Millecanali, in Italia lo sviluppo delle analisi di politica culturale e di economia mediale non brilla per evoluzione e raffinatezza: le conseguenze, al di là del deficit scientifico-cognitivo, sono gravi anche nella concreta materialità dei processi reali, perché si finisce per legiferare senza rispettare il diktat morale einaudiano del “conoscere per governare”.

Un esempio per tutti? La tragicomica vicenda del “Sic”, il “sistema integrato della comunicazione”, uno degli oggetti centrali della legge Gasparri: mai ben definito, mai ben pe-

rimetrato, mai ben quantificato.

A cosa serve, quindi, a cosa è servito? A coprire, con una foglia di fico, la spudorata nudità dell’esigenza del gruppo Mediaset di estendere multimedialmente i confini del proprio business. E delle quantificazioni inattendibili del sintomatico “Sic”, quindi – come suol dirsi a Roma – “chi se ne frega”... Numeri in libertà!

Tutti gli operatori del settore ricordano bene che, anche durante la gestazione della legge, furono delle elaborazioni del quotidiano confindustriale “Il Sole-24 Ore” ad essere considerate come testo di riferimento per l’estensione o per la riduzione delle quantificazioni sul totale delle risorse del “sistema”. Senza nulla togliere alla accuratezza, generalmente, del “Sole”, ci si domanda se questo tipo di elaborazioni e ricerche non dovrebbe essere realizzato da soggetti istituzionali come l’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni o il Consiglio Nazionale dell’Economia e del Lavoro o l’Istituto Nazionale di Statistica...

Domande oziose, in un Paese nel quale la cultura del “conoscere per governare” è giustappunto l’eccezione e non la regola. E sulle pecche della Relazione annuale elaborata da AgCom, o della Relazione annuale sul Fondo unico per lo Spettacolo elaborata dal Ministero per i Beni

e le Attività Culturali, abbiamo già scritto più volte, senza che nessun “policy maker” abbia mai deciso di assumere decisioni conseguenti, per consentire, finalmente, di disporre di un set di dati che possano stimolare analisi critiche di efficienza, efficacia, adeguate valutazioni di impatto socio-economico...

## I media “locali” questi sconosciuti...

Anche le analisi del sistema socio-economico della cultura e dei media “locali” sono carenti, in Italia. Il nostro Paese ha enormi potenzialità “territoriali”, ma non sono mai state esplorate adeguatamente e la stessa Lega Nord – che pure dovrebbe aver maturato più di altri sensibilità in merito – non ha dimostrato cultura tecnica in materia.

Il caso delle emittenti locali, televisive e radiofoniche, è sintomatico di una diffusa incultura, di una grave insensibilità politica.

Le ragioni della debolezza economica e strutturale delle emittenti locali sono varie, a partire dal blocco duopolistico, ma senza dubbio l’assenza di informazioni approfondite su queste realtà contribuisce a mantenere l’assetto esistente. Ricordiamoci che nemmeno il Ministero delle Comunicazioni, in Italia, ha un



*continua a pagina 17*

Lo scenario di riferimento						
Italia: trend nazionale del cinema e dell'audiovisivo 2000-2004						
Indicatori sistema "cinema-audiovisivo"	2000	2001	2002	2003	2004	Var. % 2004 su 2000
Spettatori cinema (in milioni)	104,2	113,3	115,6	110,5	116,3	11,6
Giorni di spettacolo (migliaia)	824	879	976	1.063	1.130	37,1
Spesa del pubblico nei cinema (milioni di euro)	545,8	600,5	645,0	614,8	660,5	21,0
Fatturato home-video (milioni di euro)	617,0	615,1	722,2	829,6	945,2	53,2
Schermi cinematografici	5.020	5.137	5.401	5.468	5.415	7,9
Nuovi film distribuiti nei cinema	435	410	393	428	392	- 9,9
Film italiani prodotti (incluse coproduzioni)	103	103	130	117	138	34,0
Film italiani al 100% (con premio sugli incassi)	87	71	97	97	97	11,5
Film italiani prodotti con intervento statale *	33	41	51	56	43	30,3
Film italiani distribuiti nei cinema	98	107	112	112	124	26,5
Quota % film italiani su totale biglietti venduti	18,9	21,1	23,4	23,2	21,6	14,3
Incassi film italiani (milioni di euro)	103,2	126,7	150,9	142,6	142,7	38,3
Investimenti produzione cinematografica ital. ** (milioni di euro)	210,2	218,3	301,5	307,5	321,5	53,0
Finanziamento statale alla produzione (milioni di euro)	49,2	56,6	67,1	105,1	86,7	76,2
"Ratio": finanziamento pubblico / incasso sala (%) ***	47,7	44,6	44,5	73,7	60,8	27,5
Emittenti televisive locali	.	648	.	631	.	- 2,6
Risorse del mercato televisivo (milioni di euro)	5.349	5.390	5.550	5.789	6.374	19,2
Fiction televisiva nazionale prodotta (ore)	627	761	761	655	740	18,0
Imprese cinematografiche, secondo Mbac ****	.	.	.	.	2.323	.
Imprese di produzione cinema, secondo Mbac ****	.	.	.	.	551	.
Imprese di produzione e distribuzione televisiva iscritte al Roc dell'AgCom *****	.	.	.	.	852	.
Produttori indipendenti, secondo AgCom *****	.	.	.	.	32	.

Fonte: elaborazioni IsICult – Istituto italiano per l'Industria Culturale per Regione Lazio Assessorato alla Cultura.

Note: si precisa che i dati riportati in tabella sono stati elaborati, previa validazione, a partire prevalentemente da informazioni di fonte istituzionale (Ministero per i Beni e le Attività Culturali, Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, Società Italiana Autori Editori) e possono differire da altre fonti settoriali (per esempio, Anica); il fatturato home-video è di fonte Univideo, la produzione di fiction è stimata da Eurofiction, il numero di tv locali è una stima "Millecanali".

#### Legenda:

(.) il simbolo del puntino sta ad indicare l'indisponibilità di un dato di fonte attendibile; laddove il dato è indisponibile, la variazione percentuale è stata calcolata rispetto agli anni per i quali sono disponibili dati (primo ed ultimo della serie storica);

(\*) lo Stato sostiene la produzione cinematografica sia direttamente (attraverso il finanziamento di film "opere prime e seconde di interesse culturale nazionale" – cosiddette "ops" – ed attraverso il finanziamento ai "lungometraggi di interesse culturale nazionale" – cosiddetti "icn"), sia indirettamente, dato che tutti i film classificati come "italiani", ovvero di "nazionalità italiana" ricevono il sostegno indiretto del premio sugli incassi: per esempio, dei 117 film prodotti nel 2003, 56 sono stati sostenuti direttamente (44 del tipo "icn" e 12 del tipo "ops"), mentre 61 hanno beneficiato solo del premio sugli incassi di box-office (25%, fino a 2,6 milioni di euro, poi a decrescere);

(\*\*) il dato, di fonte Mbac, si riferisce al totale dei costi preventivati nella produzione di film di "nazionalità italiana" e comprende i soli apporti di capitali italiani; l'investimento totale è ovviamente maggiore, grazie agli investimenti di coproduttori (per esempio, nell'anno 2004, i capitali italiani investiti sono stati di 321,5 milioni di euro, ma complessivamente sono stati investiti nella produzione di film italiani 582,4 milioni di euro, di cui 260,9 milioni da stranieri);

(\*\*\*) questo rapporto ha obiettivi indicativi: si ricordi che, nel 2004, i rientri finanziari dei produttori cinematografici italiani derivano (fonte: Aie): 34% sala cinematografica, 20% tv generalista, 19% home-video, 12% estero, 10% pay-tv, 3% video-on-demand, 2% diritti digitali;

(\*\*\*\*) il dato si riferisce al totale delle imprese iscritte negli Elenchi della Direzione Generale Cinema del Ministero per le Attività ed i Beni Culturali (Mbac): del totale di 2.323 imprese, le imprese di "produzione" sono complessivamente 529 (di cui 105 anche di distribuzione), a fronte delle 1.715 imprese di esercizio cinematografico (74% del totale), 41 di esportazione, 38 industrie tecniche e di servizi;

(\*\*\*\*\*) Roc è l'acronimo che sta per "Registro degli Operatori di Comunicazione", gestito dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, e può essere considerato l'elenco istituzionalmente più elevato delle imprese che operano nel settore della comunicazione (dall'editoria classica alle telecomunicazioni): secondo AgCom, a fine 2004, le imprese del settore erano quindi 10.655, di cui l'8,0%, ovvero 852, classificate come "produttori" e "distributori" di "programmi televisivi"; di queste 852 imprese, secondo quanto risulta inequivocabilmente dalla Relazione AgCom al Parlamento a fine giugno 2005, risultano classificati – ai sensi di legge – come "produttori indipendenti" solo 32 imprese.

**L'audiovisivo in Italia e nel Lazio (anno 2004): i dati-chiave**

Indicatori sistema "cinema-audiovisivo"	Italia	Lazio	Quota % Lazio su Italia
Spettatori cinema (milioni)	116,3	17,0	(a) 14,6
Giorni di spettacolo (migliaia)	1.130	151	(a) 13,4
Spesa del pubblico nei cinema (milioni di euro)	660,5	96,3	(a) 14,6
Spesa media per abitante per consumi cinematografici (euro)	11,4	18,5	-
Biglietti cinematografici venduti ogni 100 abitanti	200	326	-
Schermi cinematografici *	5.415	426	7,9
Posti disponibili nei cinematografi attivi	899.432	93.526	(a) 10,4
Imprese cinematografiche e audiovisive ** escluso esercizio cinematografico	551	381	(a) 69,2
Imprese di produzione e distribuzione televisiva indipendente, secondo AgCom	32	19	(a) 59,4
Emittenti televisive locali	631	62	9,8
Emittenti radiofoniche locali	1.683	121	7,2
Abbonamenti Rai (milioni)	16,277	1,459	9,0
Fus - "Fondo unico per lo spettacolo" (milioni di euro)	494,2	73,7	(a) 14,9
Fus cinema (milioni di euro) ***	57,2	50,3	(a) 87,9
Fondi del Lotto destinati al cinema (milioni di euro) ***	31,0	25,3	(a) 81,6
Lavoratori: cinema e audiovisivo, esclusa televisione ****	67.337	13.218	(a) 19,6
Lavoratori: televisione ****	23.115	11.235	(a) 48,6
Totale lavoratori cinema audiovisivo tv	90.452	24.453	(a) 27,0
Totale lavoratori tutti settori dell'economia *****	19.410.556	1.746.229	9,0
Popolazione	57.888.245	5.205.139	9,0

**Fonte:** elaborazioni IsICult - Istituto italiano per l'Industria Culturale per Regione Lazio Assessorato alla Cultura.

**Note:** fatta salva diversa indicazione, i dati riportati in tabella sono riferiti all'anno 2004.

**Legenda:**

(a) sta ad enfatizzare che il valore relativo alla Regione Lazio è superiore a quello dell'intera Italia;

(\*) il dato relativo all'insieme degli schermi (5.415) è di fonte Mbac, quello relativo agli schermi della Regione Lazio (426) è di fonte Anec;

(\*\*) il numero delle imprese del settore cinema e audiovisivo è frutto di una stima su un campione nazionale di 551 imprese di produzione e distribuzione cinematografica ed audiovisiva, censite dal Mbac a fine 2004;

(\*\*\*) si tratta di una stima IsICult su dati Mbac, in fase di validazione: in effetti, su un totale di 57,3 milioni di euro destinati nell'anno 2004 al sostegno del cinema, ben 46,6 milioni sono stati destinati a "enti e progetti di rilevanza nazionale", la quasi totalità dei quali ha sede a Roma: a parte Cinecittà, che ha assorbito 25 milioni di euro (attinti però "extra-Fus", dai fondi per il Lotto), basti osservare come, di un totale nazionale di 31,4 milioni di euro destinati alla "promozione cinematografica" (sale d'essai, festival, conservazione, formazione), ben 26,7 milioni di euro (85%) siano destinati a soggetti con sede nel Lazio; e si ricordino gli 11,5 milioni di euro destinati al Centro Sperimentale di Cinematografia...

(\*\*\*\*) la stima sulla quantità di lavoratori nel settore cinema e audiovisivo è di fonte Enpals ed è riferita all'esercizio 2002 (ultimo dato disponibile a fine 2005): il totale di 67.337 è così ripartito, per settori professionali: 41.649 "artistici" (62%), 13.816 "amministrativi" (21%), 9.002 "operai" (13%), 2.870 "tecnici" (4%); i dati sull'occupazione culturale, in Italia, restano poco trasparenti: i dati relativi ad Italia e Lazio per i lavoratori del cinema e dell'audiovisivo sono di fonte Enpals, aggiornati al 2004; i dati relativi ai lavoratori della televisione sono di fonte Enpals per quanto riguarda l'Italia e di fonte Istat per quanto riguarda il Lazio e sono aggiornati entrambi al 2001; da enfatizzare che, secondo l'Enpals, il totale nazionale dei lavoratori nel settore cinema era di 35.830 nell'anno 1991, per cui, se nel 2001 i lavoratori erano 67.337, il settore avrebbe registrato una impressionante crescita occupazionale dell'88 per cento; ancora più impressionante la crescita nel Lazio, perché i lavoratori del cinema e dell'audiovisivo sono passati da 3.500 a 13.218, con un incremento del 280% (si conferma che l'occupazione nel settore cresce nel Lazio ad un ritmo corrispondente a circa 3 volte quello complessivo nazionale);

(\*\*\*\*\*) totale addetti nell'intero settore economico, secondo le classificazioni Istat ed i dati del Censimento 2002.

(con la collaborazione di Giovanni Gangemi, Alessandra Zambonin, Fulvio Talamo Atenolfi di Brancaccio, Roberto Talamo)

segue da pagina 14

censimento accurato delle tv e delle radio locali. La fonte delle ricerche in materia resta l'Annuario promosso da "Millecanali".

Lo stato dell'arte delle ricerche sulla cultura e sui media regionali è assolutamente sconcertante in Italia. Le ricerche promosse dai Corecom sulle emittenti locali sono pochissime e spesso realizzate con risorse insufficienti (tra i Corecom più attivi, a livello di studi, quello toscano, del quale si segnala la ricerca "Le televendite nei palinsesti delle emittenti televisive locali della Toscana", realizzata nel 2005). E che dire degli Osservatori culturali? In Italia si contano sulle dita di una mano: il "benchmark" resta senza dubbio quello della Regione Piemonte (che realizza un'eccellente relazione annuale), seguito da quello della Regione Lombardia (che ha un ottimo sito web), ma si tratta di oasi nel deserto.

### Una bella esclusiva

Su input dell'Assessore alla Cultura della Regione Lazio, Giulia Rodano e del Direttore Generale della Cultura Enzo Ciarravano, il nostro istituto ha ora realizzato un dossier di ricerca sul sistema socio-economico della Regione Lazio, di cui presentiamo in esclusiva alcuni estratti.

Il dossier si pone come base per un progetto analitico di "mappatura" del sistema socio-culturale della Regione Lazio, un'iniziativa inedita per il nostro Paese.

Il cinema e l'audiovisivo sono uno dei settori economici più importanti dell'intero sistema socio-economico della Regione Lazio e la loro centralità – storicamente già affermata nell'immaginario collettivo (basti pensare alla Rai ed a Cinecittà) – è confermata da molti indicatori:

- il 69 per cento del totale nazionale delle imprese cinematografiche e audiovisive (381 società, senza considerare gli esercizi cinematografici) ha sede nella Regione;
- il 27 per cento del totale nazionale degli occupati nel settore lavora nel Lazio (circa 25.000 addetti); l'1,4% del totale della forza-lavoro del Lazio è occupato nel settore;
- nel 2004, si sono registrate 15.000 giornate di riprese: mediamente, in ogni giorno dell'anno, ci sono riprese cinematografiche, audiovisive, televisive, su 40 set contemporaneamente aperti;
- tra il 1991 ed il 2001, l'occupazione nel settore ha registrato nel Lazio incrementi impressionanti: nel settore cinematografico e audiovisivo (produzione, distribuzione...), gli addetti sono cresciuti del 14% l'anno, passando dai circa 3.500 del 1991 ai 13.218 del 2001, triplicandosi, ovvero con un incremento,

# Vedere, Ascoltare, Capire

## 1° Mercato Internazionale del Film Digitale



DIGITAL FILM MARKET

31 gennaio - 2 febbraio 2006

Palais des Festivals

Cannes • Francia

**Conferenze • Esposizione • Proiezioni**

**Laboratori : elencate i films campionati e codificati in digitale**

**Distributori : scoprite le opportunità della diffusione in digitale**

**Gestori : accedete all'offerta digitale di films europei**

Il mercato si svolgerà nel quadro della manifestazione



[www.idiff.org](http://www.idiff.org)

nel periodo, di circa il 280%. Il settore tv ha registrato una crescita più moderata, ma comunque significativa, nell'ordine del 2% l'anno...

Considerando che nella produzione cinematografica italiana vengono investiti ogni anno circa 320 milioni di euro e che nell'ultimo quadriennio sono stati mediamente girati a Roma e nel Lazio 44 film l'anno (a fronte di una produzione nazionale di 122 film l'anno, nello stesso periodo), si può stimare che tra un terzo e la metà dell'intera produzione cinematografica nazionale venga realizzata nella regione. Situazione ancora più favorevole per quanto riguarda la produzione di "fiction": nella regione ha sede il 60% del totale nazionale dei "produttori indipendenti".

### Una regione 'audiovisiva'

Questa "presenza" dell'industria dell'immaginario (al di là delle "icone" Cinecittà e Rai) ha verosimilmente una qualche conseguenza anche nell'immaginario collettivo e nei concreti consumi culturali, se è vero che il Lazio è la Regione italiana con i maggiori consumi di cinema pro-capite: un 15% del totale nazionale, a fronte di una popolazione che corrisponde al 9% dell'intero Paese. Nel 2004, sono stati venduti circa 17 milioni di biglietti cinematografici nel Lazio, a fronte dei 116 dell'intera Italia. La spesa del pubblico è stata di 96,3 milioni di euro, a fronte dei 661 milioni dell'intera Italia.

E non si dimentichi le ricadute che "l'immaginario audiovisivo" ha anche sul turismo culturale, che resta uno dei settori più importanti dell'economia italiana e laziale.

Il fatturato turistico italiano è intorno a 85,3 miliardi di euro e contribuisce per un 6,6 al Pil nazionale, superiore a 1.300 miliardi di euro. I finanziamenti pubblici alla cinematografia sono tutti concentrati nel Lazio, soprattutto per quanto riguar-

da enti ed iniziative promozionali, che pure sono di respiro nazionale: nel 2004, la "fetta" della "torta" del Fus destinata al cinema ha visto assegnare al Lazio 50 milioni di euro su 57 milioni (88%) ed al Lazio sono stati destinati 25 milioni sul totale di 31 della quota cinema dei fondi del Lotto.

Si ricordi che le risorse complessive del mercato televisivo nazionale possono essere stimate, per il 2004, intorno a 6.400 milioni di euro.

Il Lazio ha quindi tutti i presupposti per divenire un "benchmark" a livello europeo ed internazionale (comparabile con New York, San Francisco, Los Angeles, Toronto, Melbourne, Parigi, Brighton, Bristol, ovvero i più famosi "cluster" culturali-multimediali del mondo), date le caratteristiche di organizzazione consolidata della "filiera" audiovisiva: esistono le pre-condizioni per la definizione di un autentico "distretto dell'audiovisivo" (eventualmente integrato con il business multimediale e soprattutto con la produzione di "content" per le nuove piattaforme di distribuzione), sulla base degli indicatori tipici di queste "clusterizzazioni": numero di imprese, incidenza sul fatturato dell'area, integrazione, totale addetti...

### Il deficit della politica mediale

La Regione può senza dubbio incentivare ulteriormente questa crescita, che è socio-culturale ed economico-industriale: le ricadute sono assolutamente positive, in termini di fatturato, di occupazione, di indotto, e la promozione della pluralità delle imprese contribuisce a stimolare un'estensione dei livelli di pluralismo. Il Lazio assurge ormai, quindi, come regione leader, nell'economia dell'audiovisivo, insieme alla regione Lombardia. La Lombardia, senza dubbio, vanta altri primati, a partire dall'industria della produzione pubblicitaria e di altri segmenti dell'industria della comunicazio-

ne (incluso il business "limitrofo" della moda), come ben evidenziato dall'Osservatorio promosso dal Premio Cenacolo Editoria e Innovazione, che ha dedicato varie ricerche alla centralità "comunicazionale" di Milano.

Permane comunque, in Italia, al di là della sensibilità di alcune Regioni (Lombardia, Piemonte, Emilia-Romagna, Veneto, Campania, Toscana, Lazio...), un'eccessiva cultura "statale", nel senso di "stato-centrica": Paesi come la Francia, la Germania, la Spagna hanno sviluppato, da molti anni, sensibilità e culture "regionali", che hanno stimolato la nascita e la crescita di industrie audiovisive locali, anche grazie ad interventi concreti come i fondi regionali a favore dell'audiovisivo...

Tutte iniziative che, in Italia, sembrano ancora veramente "fantascienza", ovvero fantapolitica, fatte salve rarissime eccezioni: basti pensare come non siano ancora ben organizzate le "film commission", ovvero le strutture pubbliche territoriali finalizzate a stimolare la produzione di contenuti audiovisivi a livello regionale. E si ricordi a come è mal utilizzata la rete territoriale della Rai...

Ancora una volta, si registrano, in Italia, grandi chances potenziali, e limitata capacità di concretizzare, di mettere a sistema, di dare senso. Il deficit della politica culturale e mediale italiana è sotto gli occhi di tutti. E dall'ipotetico "passaggio a sinistra" che alcuni prevedono tra qualche mese non si ha ragione di attendere innovazioni significative, data l'eredità lasciata dal "governo mediale" di Cardinale e Vita. La sinistra non ha ancora elaborato una novella "piattaforma" critica sul sistema dei media e sulla politica culturale nazionale: basti pensare alla perdurante confusione, anche a sinistra, sul ruolo del servizio pubblico radiotelevisivo... E nessuno sembra pensare seriamente alle potenzialità socio-culturali-economiche dell'emittenza locale. Se non svegliandosi, tra qualche mese, a poca distanza dalla tornata elettorale. *Nihil novi...* **MC**