Alcune anticipazioni per Cartoons on the Bay.

Osservatorio Rai – IsICult sull'Animazione e i Contenuti Digitali ®: un dataset di scenario.

work-in-progress

a cura di
Giovanni Gangemi
e ***Angelo Zaccone Teodosi***

IsICult – Istituto italiano per l'Industria Culturale

CARTOONS ON THE BAY
PULCINELLA AWARDS 2009
Festival Internazionale dell'Animazione Televisiva e Multimediale
13ª edizione

Santa Margherita Ligure
4 aprile 2009

Obiettivi di questa presentazione

- IsICult ha realizzato, nel 1998, la prima ricerca di mercato e di scenario sul sistema dell'animazione in Italia, nella fase di avvio della rinascita del settore, grazie all'intervento Rai (ed alla legge n. 122 del 1998)
- Anche sulla base di successive ricerche Rai-IsICult, nel 2008 è stato istituito un Osservatorio permanente: l'edizione 2009 della ricerca verrà presentata in autunno

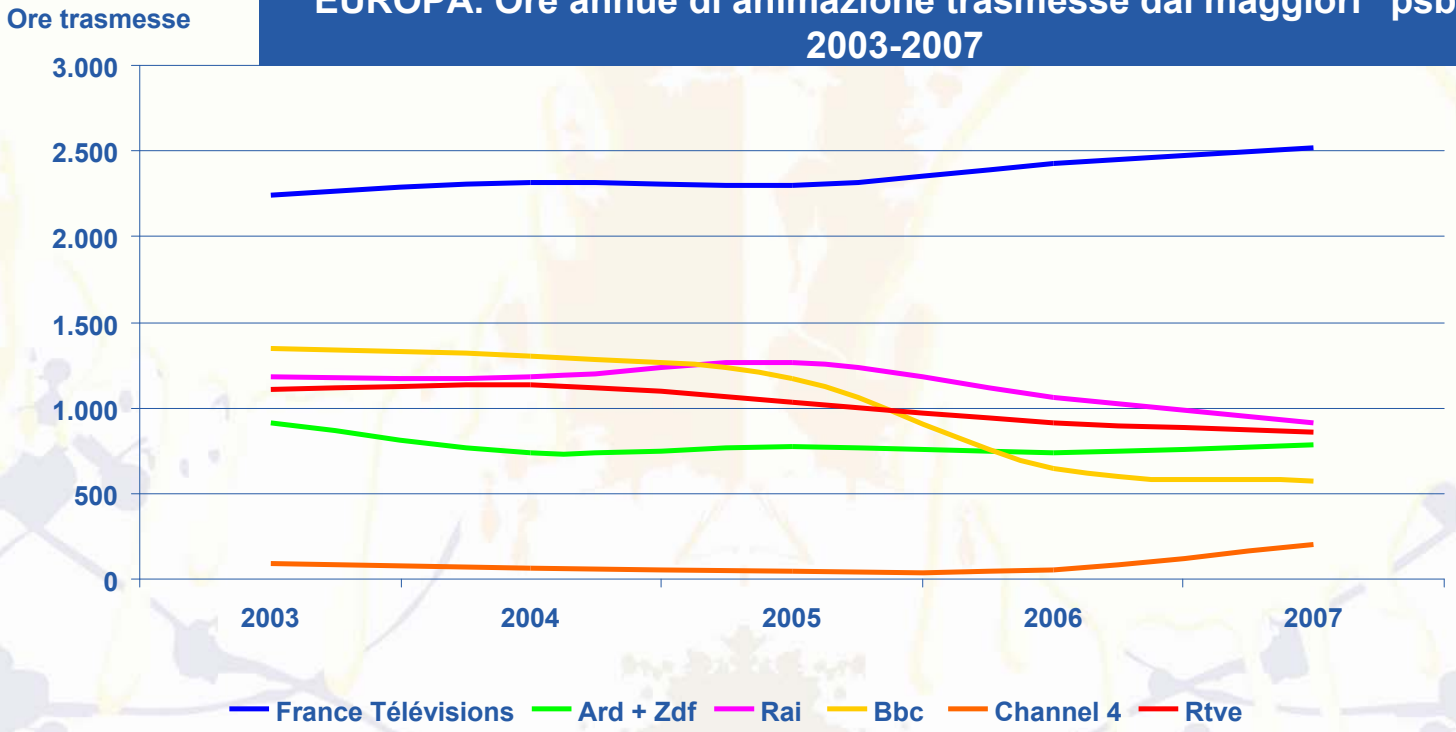
1

- Questa presentazione è finalizzata a fornire semplicemente alcuni dati-chiave, in materia di dimensioni quantitative ed economiche del settore: si tratta di elaborazioni provvisorie e di stime ancora non validate
- Si segnala che il settore si caratterizza per una limitata trasparenza (a conferma di una prevalenza del carattere "artigianale", in Europa, a fronte della "industria" americana), e quindi il lavoro di validazione delle stime è l'attività primaria, avviata da poche settimane

MEGA-TREND 1. / IL TEMPO DEDICATO DAI "PSB" ALL'ANIMAZIONE TENDE A CALARE SULLE TV GENERALISTE

- Solo France Télévisions, tra i grandi "psb", ha aumentato lo spazio dedicato all'animazione (+ 12 %)
- Rai è il secondo "psb" europeo per ore di trasmissione (ma con 3 reti)
- Brusco calo dello spazio sui canali Bbc

EUROPA. Ore annue di animazione trasmesse dai maggiori "psb" 2003-2007

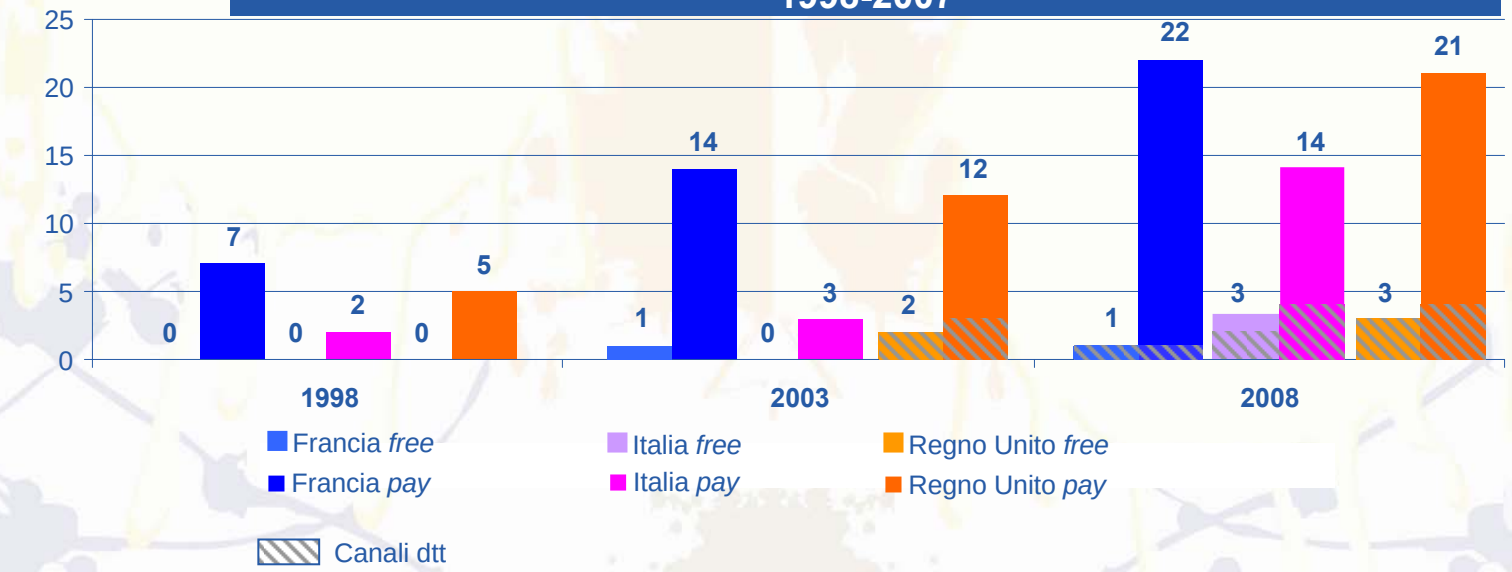


Note: per "psb", si intende "public service broadcaster"; per Ard e per Channel 4, fino al 2005 i dati includono anche i programmi per bambini non di animazione; per Rtve, i valori 2007 sono stime.
Fonte: elaborazioni IsICult su dati Ebu e societari, per Osservatorio Rai-IsICult.

MEGA-TREND 2. / FORTISSIMA CRESCITA DEI CANALI PER BAMBINI

- In un decennio, il numero dei canali per bambini è cresciuto di quasi 5 volte nei grandi mercati europei
- In Francia e Regno Unito, sono ormai più di 20 i canali per bambini e ragazzi
- Il maggiore vettore è stata la "pay-tv" satellitare, anche se il "dtt" offre spazi sempre più importanti.
- I canali che dedicano più del 90 % della propria programmazione all'animazione sono 15

EUROPA. Canali tematici per bambini in Francia, Italia e Regno Unito 1998-2007



Fonte: elaborazioni IsICult per Osservatorio Rai – IsiCult.

MEGA-TRENDS 3. / … MA MIGLIORANO LE PERFORMANCE DEI CANALI TEMATICI

- Gulli, Ki.ka, Clan Tve e Rai Gulp raddoppiano gli ascolti
- La crescita del "dtt" in Francia, Spagna e Italia porta ad effetti analoghi a quelli di Freeview in Uk

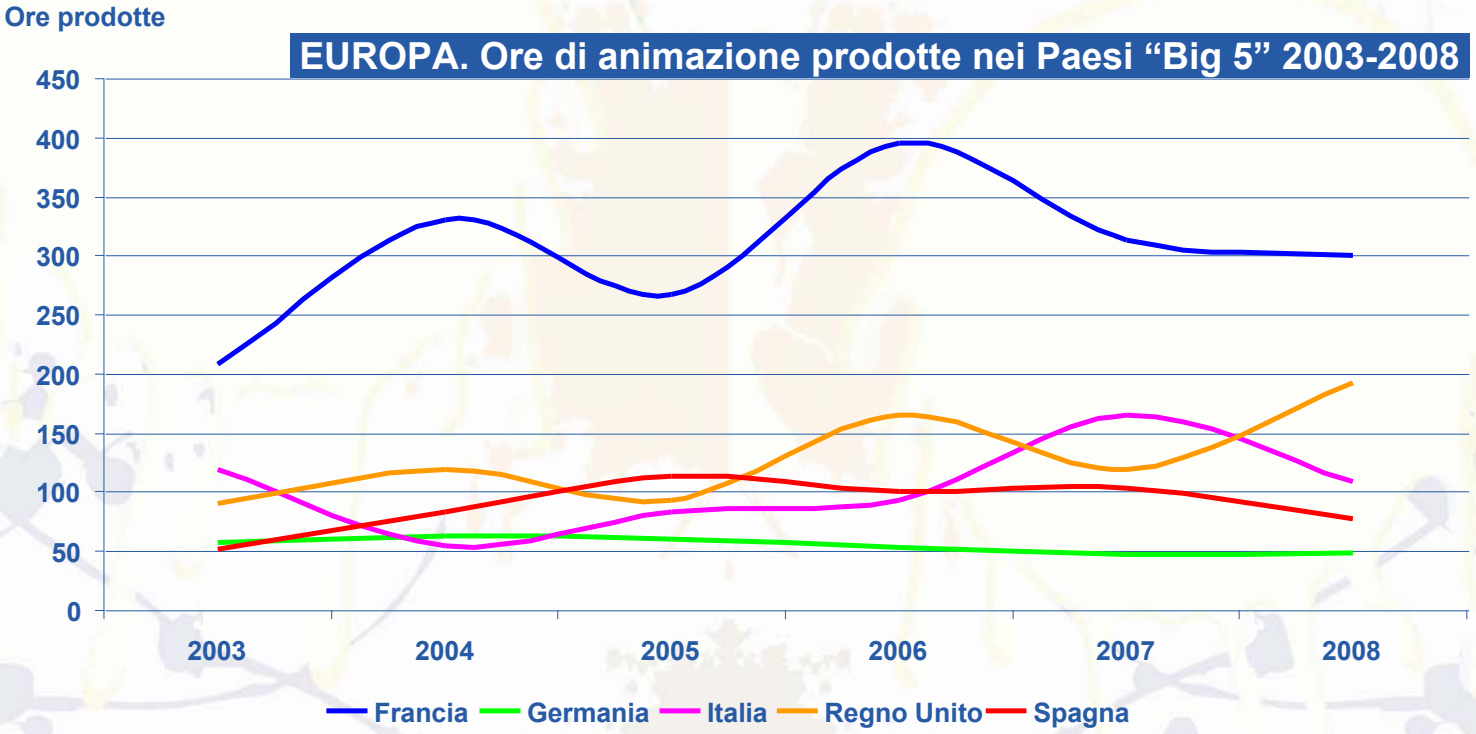
EUROPA. Ranking ascolti principali canali pubblici ("psb") per ragazzi 2007-2008

Canale	Paese	Gruppo	Share 2007 %	Share 2008 %
Gulli	Francia	France Télévisions *	0,8	1,5
Ki.ka	Germania	Ard + Zdf	0,7	1,3
Cbeebies	Regno Unito	Bbc	1,1	1,1
Cbbc	Regno Unito	Bbc	0,4	0,4
Clan Tve	Spagna	Rtve	0,1	0,2
Rai Gulp	Italia	Rai	0,1	0,1
Raisat Yoyo	Italia	Rai	0,1	0,1
RaiSat Smash / Smash Girls	Italia	Rai	0,1	0,0
Media			**0,5**	**0,7**
Boing	*Italia*	*Mediaset*	*0,2*	*0,3*
Canali "pay"				

Note: dati riferiti al cosiddetto "Universo totale individui" (4+ per Italia, Spagna, Francia e Regno Unito, 3+ per Germania); i dati di clan Tve sono riferiti agli anni 2006 - 07 (anziché 2007 - 08).
Fonte: elaborazioni IsICult su dati Auditel, Médiamétrie, Agf/Gfk, Tns/Sofres e Barb, per Osservatorio Rai-IsICult.

MEGA-TRENDS 4. / LA PRODUZIONE DI ANIMAZIONE REGISTRA UN LIEVE AUMENTO…

- La Francia resta il maggiore produttore di animazione in Europa, con un "output" di 301 ore
- Il Regno Unito ha registrato un forte incremento delle ore: da 91 (2003) a 193 (2008)
- In Italia, la produzione è tornata a crescere dal 2005 e si attesta su valori superiori alle 100 ore (stima di 109 nel 2008)

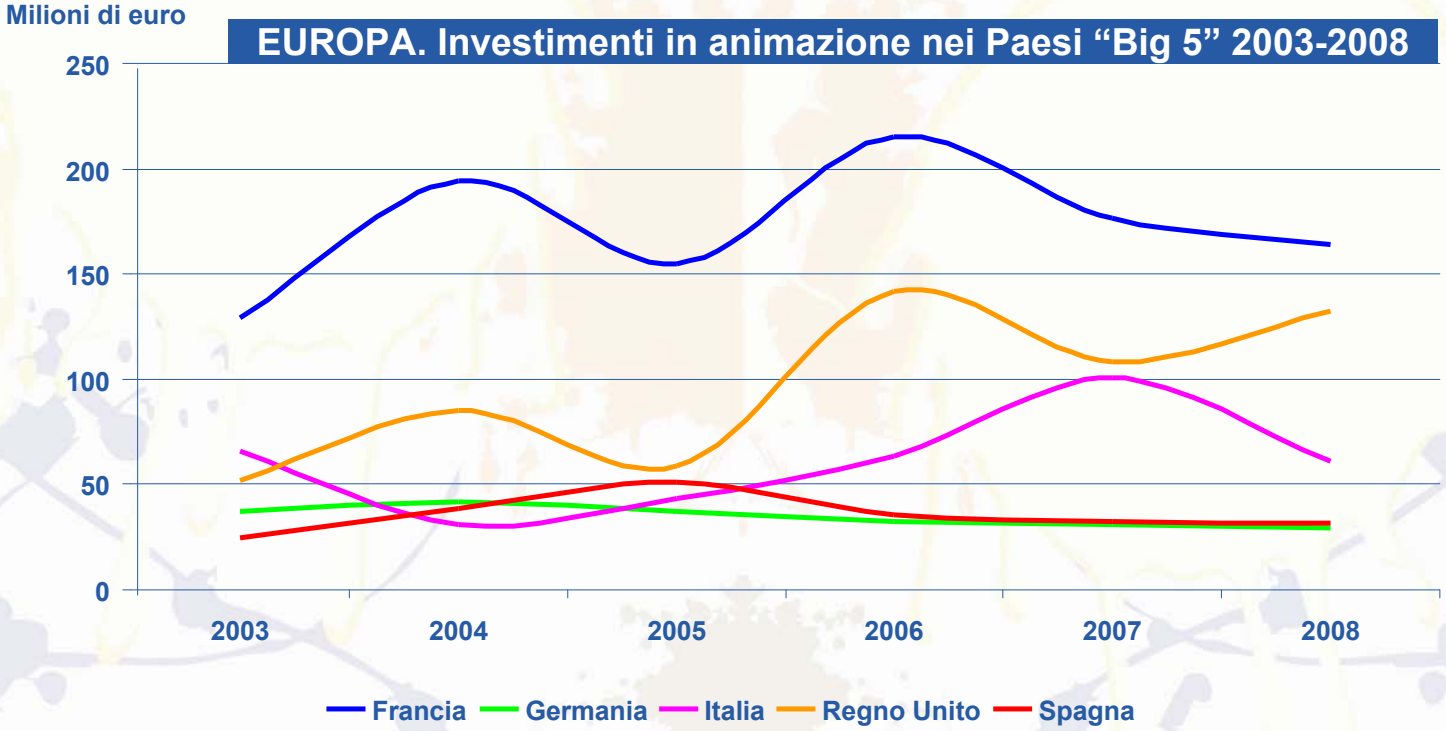


Note: si precisa che i dati degli ultimi 2 anni sono frutto di stime ancora in fase di validazione.
Fonte: elaborazioni IsICult su dati Screen Digest et alia per Osservatorio Rai-IsICult

MEGA-TRENDS 5. / … MA GLI INVESTIMENTI IN ANIMAZIONE CRESCONO MENO

- La Francia è il Paese con i maggiori investimenti (164 milioni di euro), anche grazie al robusto intervento della mano pubblica
- Il Regno Unito dimostra una buona dinamicità (132 milioni nel 2008), grazie all'attivismo di alcuni produttori
- In Italia, si registra una crescita fino al 2007, accompagnata da una flessione nel 2008 (61 milioni)

EUROPA. Investimenti in animazione nei Paesi "Big 5" 2003-2008



Note: si precisa che i dati degli ultimi 2 anni sono frutto di stime, ancora in fase di validazione.
Fonte: elaborazioni IsICult su dati Screen Digest et alia, per Osservatorio Rai-IsICult.

GLI INVESTIMENTI DEI BROADCASTER

▶ La spesa dei "psb" rappresenta una parte consistente del mercato in Francia e in Italia

▶ Specialmente in Italia, l'apporto economico di Rai risulta assolutamente determinante per il mercato

▶ Nel Regno Unito, l'assenza di obblighi tende a ridurre l'investimento dei broadcaster, anche di Bbc

EUROPA. Francia, Italia, Regno Unito - Investimenti in animazione 2007 *(mln €)*				
Paese	**Investimenti "psb"**	**Investimenti tutti i broadcaster**	**Altri investimenti**	**Totale investimenti**
FRANCIA	**32**	**50**	**127**	**177**
ITALIA	**20**	**30**	**71**	**101**
REGNO UNITO	**3**	**10**	**98**	**108**

Note: si precisa che i dati degli ultimi 2 anni sono frutto di stime, ancora in fase di validazione.
Fonte: elaborazioni IsICult su dati Screen Digest et alia, per Osservatorio Rai-IsICult.

LE DIMENSIONI "GLOBALI": 850 MILIONI DI EURO IN PROGRAMMI PER BAMBINI

▶ Le dimensioni di business della programmazione per bambini (non solo "animazione" ovviamente) sono impressionanti: le emittenti degli 8 maggiori Paesi le cui tv trasmettono molta animazione (Regno Unito, Francia, Germania, Svezia, Italia a livello europeo; Usa, Canada, Australia) spendono ogni anno circa 850 milioni di euro in programmazione per bambini.

"TOP 3" SOCIETA' DI PRODUZIONE PER RICAVI DEI 5 MAGGIORI MERCATI EUROPEI

Dati in milioni di €

FRANCIA

Società	Controllo	Programmi di successo	2006	2007	Δ %
Marathon Production	Marathon	*Le club des 5*	44,6	**45,7**	2,5
Alphanim	Gaumont	*Galactik Football*	30,8	**27,0**	- 12,4
Futurikon	-	Chasseurs de dragons	18,3	**24,0**	31,2

GERMANIA

Società	Controllo	Programmi di successo	2006	2007	Δ %
Constantin Film	Constantin Film	*Das Strafgericht*	70,1	**80,4**	14,6
Neue Deutsche Film - Ndf	Ndf Holding	*Briefe von Felix*	60,0	**60,0**	0
Tv Loonland	-	*Pat & Stan*	18,1	**15,0**	- 17,0

ITALIA

Società	Controllo	Programmi di successo	2006	2007	Δ %
Rainbow	-	*Winx*	23,3	**36,9**	58,0
Mondo Tv *	-	*Sandokan*	4,2	**9,0**	113,5
The Animation Band	-	*Lupo Alberto*	1,9	**2,0**	2,2

REGNO UNITO

Società	Controllo	Programmi di successo	2006	2007	Δ %
Hit Entertainment	Hit Entertainment	*Bob the Builder*	240,3	**208,5**	- 13,2
Tiger Aspect	Img Media	*Charlie and Lola*	84,8	**112,4**	32,5
Aardman Animation	-	*Shaun the Sheep*	63,2	**29,1**	- 54,0

SPAGNA

Società	Controllo	Programmi di successo	2006	2007	Δ %
Continental Produc.	-	*¿Y por qué?*	7,1	**6,5**	- 8,1
Cromosoma	-	*Las tres mellizas*	6,1	**6,4**	5
Brb Internacional	-	*Angus and Cheril*	5,9	**6,2**	5,5

* Il dato riportato in tabella è quello defintо "cartoni animati" tratto dal bilancio consolidato del gruppo; il bilancio complessivo 2006 e 2007 del gruppo Mondo Tv è stato rispettivamente di 35,0 e 44,7 milioni di euro

Fonte: elaborazioni IsICult su dati societari, per Osservatorio Rai – IsICult.

4 aprile 2009

Osservatorio Rai-IsICult sull'Animazione e i Contenuti Digitali

EUROPA. “QUOTE” ED “OBBLIGHI” PER L’ANIMAZIONE.

Si segnala che il meccanismo delle “quote obbligatorie” esiste anche nel mercato televisivo Usa: le emittenti sono obbligate a trasmettere almeno 3 ore a settimana di programmazione “educational” per i bambini.

FRANCIA →
- France 2 / 3: obbligo generico di investimento (quota stabilita dal cda); reinvestimento degli utili da sfruttamento dei diritti di animazione
- Tf 1: investimento 0,6 % fatturato, almeno 1.000 ore di programmi
- M6 obbligo investimento 1 % fatturato

ITALIA →
- Rai: investimento dello 0,75 % del fatturato
- Mediaset e La7/Mtv e Sky: *nessun obligo!*

SPAGNA →
- l’animazione rientra tra i generi in cui i broadcaster devono investire il 6 % del fatturato

FRANCIA / CANADA / AUSTRALIA. “TAX CREDIT”: MODELLI ESISTENTI

FRANCIA → 20 % del budget
contributo Sofica per l’animazione, circa 5 % del budget

CANADA → 25 % delle spese di lavorazione del prodotto (circa 15 % del budget)

AUSTRALIA → 9-12% del budget;
detassazione degli utili re-investiti

IRLANDA → 20 % della “spesa qualificata” (cioè spesa nazionale)

PROPOSTA “TAX CREDIT” NEL REGNO UNITO

Pact ha proposto un sistema di “tax credit” per i programmi per bambini e per l’animazione:

- 30 % dei costi di produzione (“biting point”)
- possibilità di estenderlo anche ai new media (purché con “mission” di servizio pubblico)
- focus su generi specifici, tra cui animazione (anche “drama” e “factual”)
- focus su target specifici, come 9-12 e 12-15
- necessità di rispettare parametri qualitativi basati sul “Cultural Test”
- durata limitata (fino al 2012)
- benefici da attribuire ai produttori
- destinato a sostenere le produzioni del multi-channel per pluralismo (no Bbc)
- solo per produzioni “made in Uk”

Vantaggi:

- Immediatamente operativo (a differenza di un fondo)
- Particolarmente adatto al prodotto televisivo (più identificabile e sicuro del prodotto cinema)

GLI ACCORDI CON I PRODUTTORI DI ANIMAZIONE IN FRANCIA E REGNO UNITO

Francia: “Décrects Tasca”

- Principio delle “opere patrimoniali”, di cui fanno parte quelle di animazione, su cui si calcolano gli “obblighi di investimento”
- La “catch-up tv” viene assimilata alla diffusione televisiva
- I diritti “non lineari” sono validi per 12 mesi
- “Diritto a ricavi” dell’1 % per finanziamenti superiori al 30 % (20 % per Canal +)
- Durata dei diritti: 4 anni per France Télévisions (con finanziamento superiore al 35 %), 3 anni per Tf 1, 18 mesi per Canal + (con finanziamento superiore al 10 %).

Regno Unito: “Terms of trade”

- Durata dei diritti “televisivi: 5 anni
- Durata diritti “non-lineari”: da 7 giorni (Bbc) a 30 giorni (Channel 4)
- Diritto dei produttori al 50 % dei ricavi da “non lineare”

Alcuni quesiti strategici, in itinere…

Come è noto, durante questa edizione di Cartoons on the Bay è stato distribuito a tutti i partecipanti un questionario, semplice ed essenziale, che pone una serie di quesiti, che non andremo a riprodurre in questa sede.

I risultati del questionario saranno resi disponibili tra qualche settimana sul sito di Cartoons on the Bay e di IsICult. Qui poniamo alcune altre domande, che saranno oggetto di analisi nell'economia dell'Osservatorio Rai-IsICut.

Si tratta di quesiti di natura strategica, sia industriale sia politica:

(1.) ***DAVIDE VS. GOLIA?! VERSO UNA MAJOR EUROPEA O MEGLIO IL POLICENTRISMO?***

In un'analisi industriale di un settore a così alta competitività, le dimensioni del sistema "europeo" dell'animazione sono modeste, se rapportate con quelle delle major multimediali Usa ("size does matter", o no? si ricordi che Disney ha acquistato Pixar, nel 2006, per 7,4 miliardi di dollari Usa!): si deve tentare comunque la costruzione di una major pan-europea (ma si ricordi il fallimento del progetto Vivendi) o si deve far tesoro del policentrismo di "botteghe" artigianali d'eccellenza (da ottimizzare nella loro gestione imprenditoriale) da elevare a "sistema" grazie ad un intervento mirato dell'Unione Europea?

(2.) ***CRESCONO I CANALI, MA NON CRESCE L'"OUTPUT" PRODOTTO?***

Cresce la quantità di canali, anche in Europa (in Usa, Cartoons Network ha lanciato un tematico dedicato solo ad animazione per adulti), ma non aumenta significativamente l'"output" produttivo (il "dtt" non è la manna): si deve prospettare un rafforzamento del sistema di quote obbligatorie (a livello di trasmissione e di investimenti), oppure un maggiore intervento diretto dello Stato (sovvenzioni, sul modello francese), o si deve optare per sistemi di stimolazione indiretta (tax shelter, tax credit)?

…Alcuni quesiti strategici, in itinere

(3.) ***UNA MIGLIORE SINERGIA NELLA FILIERA (ANIMAZIONE/VIDEOGAME/INTERATTIVITA ')?***

Sebbene esistano esperienze di eccellenza anche nel Vecchio Continente, in generale la ideazione ("ab origine") dell'animazione "made in Europe" appare ancora debole, se raffrontata al sistema integrato multi-mediale e multi-piattaforma delle major americane: non è indispensabile uno sviluppo relazionale (linguistico ed economico al tempo stesso, artistico ed industriale) che stimoli sinergie ulteriori tra animazione televisiva (e cinematografica), multimedialità, videogame, interattività?

(4.) ***UN PIU' EFFICACE MARKETING COMUNICAZIONALE E PROMOZIONALE "EUROPEO"?***

A livello di "immagine" (comunicazione e promozione), l'animazione europea è ancora debole (l'immagine di quella italiana, in particolare, competitiva con quella di altri Paesi, è ancora più deficitaria e richiede un deciso intervento sinergico Mibac-Map-Mae): un piano di interventi della Commissione Europea è necessario, soprattutto a livello di promozione infra-europea delle opere di animazione europee?

(…)

Questa presentazione
ha voluto semplicemente
► fornire una anticipazione del dataset in fase di costruzione
(su alcuni aspetti squisitamente strutturali-economici)
e
► porre una serie di quesiti agli operatori del settore
(imprenditori, professionisti, "policy maker").

Ulteriori informazioni sulla ricerca
verranno fornite in-progress
sul sito web di Cartoons on the Bay e di IsICult.

L'Osservatorio Rai-IsICult sull'Animazione e i Contenuti Digitali ® è uno strumento promosso da Rai e Rai Trade, messo a disposizione della comunità italiana ed europea dell'animazione, in un'ottica di disseminazione di conoscenza da "servizio pubblico", per contribuire a superare un "buco nero" di conoscenza (una delle cause/effetti della debolezza "industriale" dell'animazione europea).

Sono graditi suggerimenti e critiche.
GRAZIE per l'attenzione!

Giovanni Gangemi
Direttore di ricerca IsICult
g.gangemi@isicult.it
www.isicult.it

Hanno collaborato: Simone Pescatore, Alfredo Saitto, Chiara Valmachino, Ciprian Achirecesii
La grafica del questionario distribuito a Cartoons on the Bay è curata da Andrea Lazzarini (Input)