

*L'industria cinematografica italiana resta sottodimensionata (la produzione muove poco più di 300 milioni di euro l'anno), debole, artigianale, frammentata. Il "tax shelter" è ancora una pia speranza. Manca tuttora una "politica culturale" che stimoli l'economia del cinema*

# Dossier cinema Italia: fragile

di **Angelo Zaccone Teodosi (\*)**

**I**l cinema italiano è in crisi, nuovamente in crisi, ovvero conferma la crisi in essere da sempre. Si tratta di un'"industria" atipica, strutturalmente caratterizzata dall'assenza di un tessuto imprenditoriale simile a quello dei settori industriali tradizionali. Fatte salve alcune rarissime eccezioni, ci si trova di fronte a centinaia di "micro-imprese", piuttosto che "pmi" ovvero "piccole e medio imprese" (si ricordi che, secondo le classificazioni della Commissione Europea, si definisce "micro-impresa" un soggetto che fattura meno di 2 milioni di euro l'anno): secondo i dati del Ministero per i Beni e le Attività Culturali, le case di produzione in Italia sarebbero 509, di cui ben 351 (corrispondenti al 69% del totale nazionale) hanno sede nel Lazio (segue la Lombardia con 52, Campania ed Emilia-Romagna con 20, Puglia e Sicilia con 13...). Esistono quindi in Italia tante società di produzione cinematografica quante emittenti televisive locali: entrambi i settori si caratterizzano per un'estrema frammentazione, ai limiti della polverizzazione, fino all'estremo di case di produzione microscopiche e Tv locali quartierili...

Un tessuto di "micro-imprese" cinematografiche che hanno spesso caratteristiche artigianali, se non familiari, e sono talvolta "one-man-company", intorno alle quali, di volta in volta (una volta l'anno, una volta ogni due anni...), viene costruito un progetto filmico che coinvolge decine e centinaia di professionisti e muove qualche milione di euro (ma anche poche centinaia di migliaia di euro, nei

casi più "poveri"). Come ha avuto occasione di sostenere il Direttore Generale della Filas - Finanziaria della Regione Lazio, Stefano Turi, si deve guardare a queste imprese, ogni volta che affrontano un progetto filmico, come se fossero "start-up" (ogni film, una "start up"...).

In questo dossier (di cui in questa edizione di "Millecanali" si pubblica una prima parte), cercheremo di identificare alcuni problemi, storici e permanenti, del nostro cinema ed alcune criticità, che ostacolano le prospettive di sviluppo.

## Le dimensioni di consumo

Per "cinema", si continua ad intendere la "filiera" che ha come obiettivo primario la produzione di opere audiovisive destinate anzitutto alla proiezione nelle sale cinematografiche (tradizionali o digitali), il cosiddetto "cinema theatrical". Spesso questa prima utilizzazione del film non è la più rilevante, in termini di redditività, perché sono la Televisione ("free-to-air" e "pay") e l'home-video a fornire la maggior parte dei ricavi, ovvero la chance di rientrare dall'investimento.

Eppure, ancora oggi, si "misura" il successo di un film attraverso la conta degli spettatori in sala: in effetti, la contrattualistica prevalente determina un valore della cessione dei diritti di utilizzazione commerciale del film sulle varie piattaforme che è correlato al successo in sala.

Proponiamo qualche numero: a fine ottobre 2009, la Società Italiana Autori Editori ha reso di pubblico dominio i dati più aggiornati,



dai quali emerge che, nei primi sei mesi dell'anno, rispetto allo stesso periodo del 2008, è aumentata la spesa del pubblico (+ 2,4 %), che è stata di 354,4 milioni di euro, e la spesa al botteghino (+ 1,8 %), che ha superato i 324 milioni di euro. Nel primo semestre del 2009, i biglietti venduti sono stati 55,5 milioni, un livello sostanzialmente stabile rispetto al valore del 1° semestre dell'anno 2008. Se il secondo semestre dell'anno registrasse lo stesso andamento, il consuntivo 2009 registrerebbe 110 milioni di spettatori cinematografici e gli incassi del "box office" circa 650 milioni di euro. Si ricordi che gli incassi sono stati di 594 milioni di euro nel 2008 e di 617 milioni nel 2007. Queste oscillazioni sono frutto di quell'andamento "stagionale", che caratterizza il mercato del cinema, e variazioni del 5 per 100 in più o in meno non sono realmente significative.

Il livello di consumo di cinema in sala, in Italia, appare, se osservato in una prospettiva di medio periodo (un decennio), sostanzialmente stabile.

Un indicatore comparativo valido e significativo è il consumo "pro capite" (totale biglietti venduti nell'anno diviso totale individui popolazione nazionale), che consente di comprendere il livello di propensione di un Paese rispetto alla fruizione cinematografica.

Il consumo "pro capite" corrisponde in Italia a circa 1,5-2 biglietti l'anno per abitante, a fronte dei 2-3 biglietti della Francia, dei 2-2,5 biglietti del Regno Unito.

Insomma, le potenzialità del consumo "theatrical" ci sono in Italia, ma evidentemente la struttura dell'offerta non stimola adeguatamente la domanda potenziale: è un problema di promozione, anzitutto televisiva (sia a livello di rubriche informative spazi pubblicitari, sia a livello di posizionamento in palinsesto dei film italiani), e di circuiti distributivi, ma - secondo alcuni - anche di deficitaria capacità del sistema produttivo italiano di realizzare "film medi" di eccellente qualità.

Si ricordi che una parte significativa del "box office" conquistato dai film italiani va attribuita ai cosiddetti "cinepanettoni", film di cassetta che vengono fruiti da persone che vanno al cinema forse 1 volta all'anno. Basti ricordare i 5 maggiori incassi del cinema italiano nel 2008, per comprendere l'andamento: "Natale a Rio" 17,7 milioni di euro, "Grande, grosso... e Verdone" 12,9 milioni, "Scusa ma ti chiamo amore" 12,7 milioni, "Gomorra" 10,2 milioni, "Il cosmo sul comò" 9,8 milioni. I film italiani che hanno incassato oltre 1 milione di lire sono stati 28.

### La quota del cinema italiano

Negli ultimi anni, senza dubbio, la quota di mercato del cinema "made in Italy" è cresciuta: 28% nel 2008, a fronte del 27% nel 2007 e del 21% nel 2006; nei tre anni precedenti, il livello era ben più basso (13% nel 2003, 14% nel 2004, 19% nel 2005), considerando i film italiani cosiddetti al 100 per 100, ovvero senza includere le coproduzioni.

**Su grande schermo.** Angelo Zaccone Teodosi questa volta ci parla, con la competenza che ha da molti anni su questo tema, della situazione complessiva del cinema in Italia. L'analisi proseguirà sul prossimo numero.



© Fotografia Dalia Lupo

Considerando anche le coproduzioni nelle quali sono coinvolte imprese italiane, l'andamento è più lineare, ovvero la crescita è meno evidente: 29% nel 2008, a fronte del 32% del 2007 e del 25% nel 2006, ma già nel 2005 si era a quota 25% e nel 2003 a quota 22%. Si osservi, al contempo, come la quota di mercato del film "made in Usa" oscilli sempre intorno al 60%: nel 2008 è stata appunto del 60, a fronte del 55% dell'anno prima e del 65% del 2003.

### La concentrazione nella distribuzione

Focalizzando l'attenzione sui dati del 2008, impressiona osservare come i primi 3 distributori arrivino a controllare quasi la metà del mercato (incassi): la Universal ha il 20%, Medusa il 17, 01 Distribution l'11%. Segue la Warner con il 10%, la Filmauro con l'8, sostanzialmente lo stesso livello della Disney. La Fox è al 7%, la Sony al 5, la Eagle al 4%... Complessivamente, le prime 10 società di distribuzione assorbono il 91% del totale nazionale degli incassi.

### Le tipologie di cinematografi

Nel 2008, solo un 11% del totale nazionale degli incassi è stato acquisito dalle cosiddette "monosale" (nel 2006, il dato era del 14%). Si osservi come ben il 54% del "box office" nazionale sia ormai assorbito da multisale con oltre 7 schermi (nel 2006, il dato era al 49%). Non esistono dati analitici accurati, eppure è evidente come le megasale tendano a penalizzare i film italiani e consentano politiche di offerta funzionali alla redditività dei distributori (e dei gestori dei multiplex), determinando una naturale concentrazione dei titoli offerti, politiche di programmazione intensive, che non vanno certo a beneficio dei film "minori", dei produttori indipendenti, e nemmeno - sia consentito - a beneficio dello spettatore, che potrebbe fruire di un menù più ampio. Il tasso medio di "mortalità" (o di "vitalità", dipende da come si voglia considerare la durata del film in sala) dei film italiani è preoccupante: molti titoli prodotti spesso non arrivano nemmeno nei multiplex e la loro "tenitura" media è bassa. Film anche eccellenti vengono spesso sacrificati sull'altare di politiche di programmazione che tendono a sfruttare

al massimo i "best seller", non sfruttando i film "altri" in tutte le loro potenzialità (il cosiddetto sfruttamento in profondità).

### Concentrazioni nell'esercizio

A fine ottobre, è stata presentata la joint-venture tra 21 partner (società di "equity" guidata da Alessandro Benetton) e Mediaset-Rti, rispettivamente al 51 ed al 49%, che si pone come il più grosso gestore di sale cinematografiche in Italia: The Space Cinema conta su 24 strutture per un totale di 242 sale, con una quota di mercato superiore al 15% dell'intero consumo nazionale di cinema. La società è nata dall'unione di Medusa Multicinema e Warner Village Cinema. Considerando solo il mercato "multisala", The Space Cinema può vantare una "market share" del 30%. L'obiettivo è passare dagli attuali 16 milioni di spettatori l'anno a ben 25 milioni, raggiungendo una impressionante quota di mercato del 25%.

Il nuovo gruppo punta anche a servizi aggiuntivi, che vanno da sale adibite solo ai trailer a luoghi ludici in cui si potrà consumare uno snack, a spazi dedicati ai bambini, a proiezioni domenicali solo per gli adolescenti (c'è già un accordo in questo senso con la Disney), a film in lingua originale e, ancora, parcheggi gratuiti e ogni tipo di servizio ancora da immaginare, pur di fornire un "valore aggiunto" ai film. Sarebbe poi pronto quanto prima, in questi spazi che verranno convertiti al digitale e attrezzati alla ricezione via satellite di eventi live e con tecnologie 3d, la possibilità di un "palinsesto" di contenuti addizionali, con eventi sportivi, concerti di musica rock o grandi opere di musica lirica. Una sorta di "super-cinema" in grado di andare, in qualche modo, a competere con il dominante medium televisivo.

Immaginiamo il Citto Maselli-pensiero, in argomento: demonizzazione dell'aggravata integrazione verticale Mediaset-Medusa...

### Le caratteristiche della produzione

Si consideri che, mediamente, ogni anno, vengono presentati sul mercato poco meno di 400 nuovi film: indicativamente, 1 nuovo titolo ogni giorno. Delle 376 "prime uscite" del 2008, i film italiani (incluso le coproduzioni) sono stati 130, a fronte dei 163 americani. Sulla carta, quindi, non è la quantità di titoli a fare la differenza, ma la diversa forza che le due cinematografie hanno, come impatto sul pubblico, come immagine ed

immaginario, anche grazie a differenti potenze di fuoco: il budget pubblicitario medio di un film italiano raramente può competere con quello dei film delle "major" americane distribuiti in Italia ed i listini delle società di distribuzione americane sono certamente ben strutturati.

Si pensi che parte significativa del totale degli incassi di società certamente italiane, come Medusa e la stessa Rai 01 Distribution, è rappresentata da film americani: e qualcuno si domanda che senso ha che una società, indirettamente finanziata con il canone, qual è la controllata Rai 01 Distribution, importi e distribuisca film americani "scartati" dai listini dalle stesse "major" per la distribuzione "theatrical" in Italia...

Per quanto riguarda specificamente la produzione, nel 2008 sono stati prodotti 123 film italiani, al 100% di capitale italiano, a fronte dei 90 titoli del 2007 e del 2006. Le coproduzioni sono state una trentina, livello standard dell'ultimo triennio.

Secondo dati dell'associazione dei produttori, il totale degli investimenti, nel 2008, è stato di 330 milioni di euro, di cui solo 71 milioni di contributo statale. La "mano pubblica" nella produzione cinematografica contribuirebbe quindi solo per un 21% e quindi gran parte delle lamentazioni polemiche sarebbero ingiustificate. In effetti, lo Stato italiano destina sovvenzioni significative ad altre fasi della filiera: da Cinecittà al sostegno di decine di festival e festivalini, senza che nessuno si sia mai preso la briga di mettere in atto analisi valutative di efficacia di queste iniziative.

### Il finanziamento pubblico al cinema

Il ritardo col quale è possibile acquisire informazioni certe sull'intervento pubblico nel settore cinematografico compete con i deficit del complessivo sistema informativo del cinema italiano, entrambi estremi e preoccupanti: al novembre 2009, non è ancora disponibile la "Relazione annuale" 2008 sul mitico "Fus", acronimo che sta per "Fondo Unico per lo Spettacolo", e quindi ci si deve limitare ai dati relativi all'esercizio 2007. Secondo i dati del Ministero per i Beni e le Attività Culturali, nel 2007 sono stati concessi finanziamenti per 60,2 milioni di euro, di cui 19,6 milioni per contributi sugli incassi, 3 milioni per contributi in conto capitale, 8,3 milioni di euro per la promozione e ben 21,9 milioni di finanziamenti ad enti. Per quanto riguarda gli "stanziamenti" a favore



del cinema all'interno del Fus, sono scesi dai 91 milioni di euro dell'anno 2003 ai 79,4 milioni del 2007: nel 2007, 29 milioni sono andati a "distribuzione, esercizio, industrie tecniche", 27,5 milioni alla "promozione", 22,9 milioni alla "produzione". Si osservi come solo una parte minore del finanziamento pubblico vada specificamente alla produzione.

Ha ragione Brunetta, coi suoi strali sui cinematografari assistiti, su registi paleo-marxiani che realizzano film invidiabili o invisibili, sul "culturame" di una casta di intellettuali comunisti che caratterizzerebbe il cinema italico? No, non ha ragione Brunetta, perché lo Stato non può misurare l'efficacia o meno del proprio intervento limitandosi a confrontare se un film che ha ricevuto un contributo pubblico "x" abbia incassato in sala "y". È questo, invece, l'approccio, metodologicamente errato e concettualmente inconsistente, adottato da Feltri e fatto proprio da Brunetta, senza che nessuno abbia la capacità tecnica di proporre un'analisi globale del sistema.

Infatti, per valutare l'economia di un film, si debbono integrare i dati relativi all'incasso al botteghino con i proventi dalla vendita dei diritti Tv, dall'home-video, dalle vendite estere, dalle nuove piattaforme (telefonia mobile, internet...). Purtroppo, gli unici dati di pubblico dominio sono quelli relativi alla sala cinematografica ed i finanziamenti pubblici da parte del Mibac e quindi su questo set carente di informazioni si tende a costruire un vero e proprio castello di carte, di nessuna consistenza scientifica, utile soltanto per sparare panzane ad uso politico strumentale. Veri e propri numeri in libertà e... balle spaziali.

Peraltro, l'intervento pubblico nei settori culturali non può essere analizzato solo in chiave economica, o, peggio, economicista: funzione dello Stato è quella di estendere lo spettro dell'offerta, garantire maggiore pluralismo espressivo, sostenere le nuove imprese ed i nuovi autori, stimolare la ricerca, la creatività e la sperimentazione. Intervenire laddove esistono deficit di mercato. Il che non avviene, perché i meccanismi del Fus sono statici, chiusi, autoreferenziali.

Resta il problema, fondamentale e grave, dell'assenza di un "sistema informativo" del cinema italiano, che consenta sia agli operatori del sistema sia ai decisori pubblici di comprendere a fondo i punti di debolezza e i punti di forza del nostro cinema e quindi di identificare le leve sulle quali intervenire. Alcuni deficit della politica pubblica del cinema italiano sono evidenti: basti limitarsi a ricordare l'assenza di una agenzia nazionale di promozione internazionale del nostro audiovisivo (il problema riguarda infatti non solo il cinema, ma anche la fiction, ovvero l'audiovisivo tout-court).

### La "filiera cinema"

Non esiste ancora, incredibilmente, in Italia una radiografia accurata ed approfondita della "filiera cinema", ma alcune stime su segmenti e fasi del sistema sono interessanti: il

business dei teatri di posa e degli studi (che includono però anche la Tv) sarebbe nell'ordine di 165 milioni di euro; gli stabilimenti di sviluppo e stampa cinematografica e di video duplicazione fatturano 190 milioni di euro; il fatturato per riprese elettroniche per cinema e Televisione è di 140 milioni di euro...

### I festival cinematografici

Non esiste, incredibilmente (ebbene sì: non v'è avverbio diverso, rispetto ad alcuni "buchi neri" del sistema culturale italiano), un censimento accurato dei festival italiani (si stima siano circa 700, ma alcuni ritengono questo dato sottodimensionato rispetto all'effettiva realtà) e nemmeno un censimento dei festival cinematografici. Nessuno è in grado di sapere qual è il budget complessivo che la "mano pubblica" destina a queste iniziative, talvolta meritorie spesso inutili, dato che al finanziamento dello Stato centrale (il Ministero) si affianca spesso quello di Regioni, Province, Comuni, senza dimenticare le fondazioni bancarie ed altri soggetti ancora.

I due maggiori festival restano senza dubbio, almeno a livello di budget, Venezia e Roma, rispettivamente circa 9 e 13 milioni di euro (in calo rispetto agli 11 ed ai 15 milioni dell'edizione 2008). Nessuno ha mai effettuato analisi serie sulle ricadute socio-economiche dei festival sul territorio.

### Le "lobby"

Le "lobby" principali del cinema italiano sono 4: 2 sul fronte imprenditoriale, 2 sul fronte autoriale. Senza dubbio, la più potente è la confindustriale Anica, che raggruppa produttori e distributori, mentre l'Agis è forte dell'associazione degli esercenti. Sul fronte degli autori, alla storica Anac si è andata affiancando, da qualche anno, CentoAutori, che appare pugnace quanto vivace. In parallelo a queste associazioni, vi sono decine di altri soggetti, spesso foraggiati con sovvenzioni ministeriali, che svolgono funzioni integrative, rispetto al deficitario "sistema informativo" ed all'erratico "decision making" nel settore: tra tutti, possono essere citati il Sindacato Nazionale Giornalisti Cinematografici o il cattolicissimo Ente dello Spettacolo (entrambe, per esempio, pubblicano riviste lussuosamente patinate, che verosimilmente non sopravviverebbero senza la sovvenzione dello Stato). ■

1 - continua

(\*) Angelo Zaccone Teodosi è Presidente di IsICult. L'Istituto italiano per l'Industria Culturale è un centro di ricerca indipendente, fondato nel 1992, specializzato nell'economia dei media e nella politica culturale. Giovanni Gangemi è direttore di ricerca ed Alfredo Saitto partner.

L'Osservatorio IsICult/Millecanali, laboratorio di analisi sulla Tv ed i media, è stato attivato nell'ottobre del 2000 (vedi "Millecanali" n° 294): questa è l'edizione n° 93. IsICult, Palazzo Taverna, via di Monte Giordano 36, Roma 00186. Tel./fax 06 689 23 44, info@isicult.it - www.isicult.it.