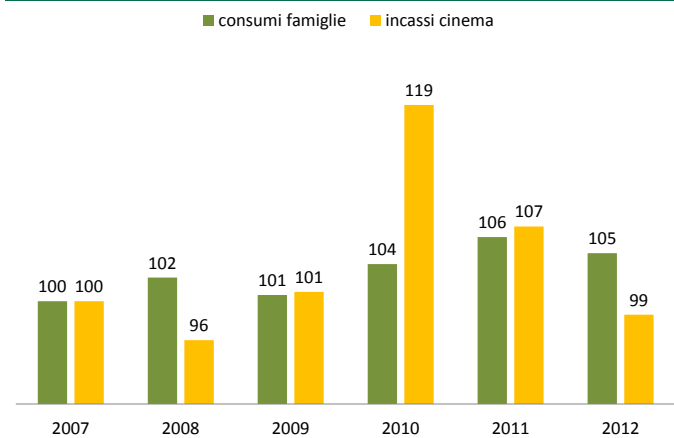


focus

settimanale del Servizio Studi BNL

Recessione, cinema, consumi

(valori correnti; 2007 = 100)



Fonte: elaborazioni Servizio Studi BNL su dati Anica e Istat

Ad oltre cento anni dalla nascita **il cinema** continua a rappresentare un elemento importante della cultura e dell'economia di molti paesi. La lunga stagione di recessione economica ha reso urgenti alcuni cambiamenti strutturali e tecnologici che permetteranno al settore di vincere la sfida della "rilocalizzazione", il fenomeno che permette l'integrazione e la sovrapposizione di media diversi.

Nel 2012 solo un italiano su due si è recato al cinema almeno una volta, un valore che in Europa ci colloca allo stesso livello della Spagna ma sotto la Francia. Il calo complessivo delle **presenze nelle sale cinematografiche** in Italia nel biennio 2011-2012 è stato pari a circa il 19%. Anche in un periodo complesso come quello attuale la produzione cinematografica italiana è risultata in aumento: nel 2012 sono stati 166 i film di nazionalità italiana prodotti. Il mercato cinematografico in vale circa 2 miliardi di euro e si compone di circa 9.900 imprese.

Il Cinema in Italia vive oggi una **fase di profonda trasformazione** e la sua configurazione futura dipenderà sia dall'utilizzo che si saprà fare delle nuove tecnologie, sia da come verranno affrontati alcuni problemi: la ricerca di fonti di finanziamento, la pirateria e soprattutto la presenza sui mercati esteri.

40

11 novembre
2013

Direttore responsabile:
Giovanni Ajassa
tel. 0647028414
giovanni.ajassa@bnlmail.com



BNL
GRUPPO BNP PARIBAS

La banca per un mondo che cambia

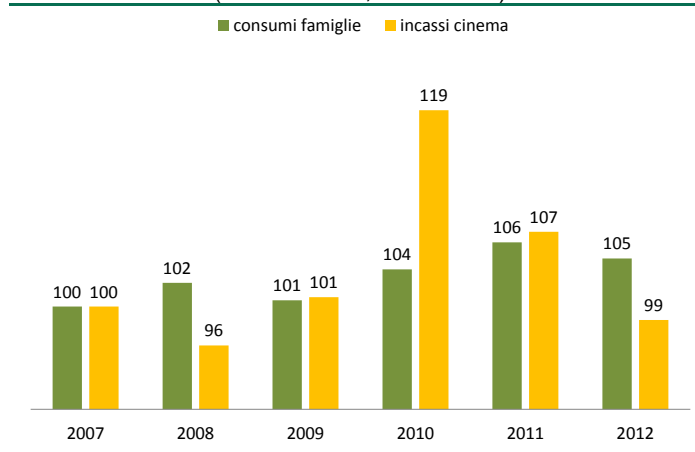


Editoriale: Cinema, notre amour

Giovanni Ajassa ☎ 06-47028414 giovanni.ajassa@bnlmail.com

Recessione, cinema, consumi

(valori correnti; 2007 = 100)



Fonte: elaborazioni Servizio Studi BNL su dati Anica e Istat

Per Louis Lumière era un'invenzione senza futuro. Colpa della mutevolezza dei gusti del pubblico e dello spiazzamento che avrebbe subito nel tempo a vantaggio di altre "tecnologie" di comunicazione e di intrattenimento. Eppure, ad oltre cento anni dalla sua nascita, il cinema continua a farcela, pur confrontandosi con la nuova sfida di quelle che gli esperti chiamano "rilocazioni". Parliamo della convergenza che porta i media a sovrapporsi e ad integrarsi. Che ci fa leggere il giornale su un tablet, sentire la radio in streaming, scaricare la musica sullo smartphone o vedere un film sullo schermo di un laptop. Il cinema continua ad esistere anche se non si lega più a un supporto o ad una tecnologia esclusivi. Il cinema continua a esserci perché rappresenta un certo modo di vedere le cose, pur attraverso nuove lenti e su nuove piattaforme tecnologiche. Con plastica abilità, il cinema continua ad accompagnare l'evoluzione dei modelli socio-economici di comportamento e il progredire tecnologico dei mezzi di comunicazione, dall'introduzione della televisione all'affermazione della multimedialità, del digitale e della rete.

Come spiegare la resilienza del cinema? Forse, semplicemente con il fatto che, come diceva un pioniere della video-arte, "il cinema non è vedere, è volare". Il cinema è mezzo e messaggio. È racconto ed è sogno. Nel contesto di una globalizzazione che spinge all'omologazione e alla standardizzazione, il cinema può rispondere alla domanda di differenziazione, di individualità culturale, anche di affermazione di un disagio, personale e sociale. Un'arte emblematica della modernità. Un'arte popolare, capace di rappresentare, secondo la definizione data da Walter Benjamin, il correlato culturale della civiltà delle macchine. Anche di quelle virtuali, non meno foriere di potenziali alienazioni di quelle "fisiche". Il cinema è tutto questo. Allo stesso tempo, il cinema è una realtà economica-produttiva che è cambiata nel tempo, facendo i conti

con i vincoli del mercato e l'evoluzione degli scenari. Perché, anche nell'epoca della post-medialità, il cinema rimane anche "una fila di poltrone davanti a uno schermo che bisogna riempire", come diceva Alfred Hitchcock.

Tra manifattura e cultura, l'industria del cinema in Italia si riposiziona. È un riposizionamento che muove dalle trasformazioni strutturali, di più lungo termine, della tecnologia, della società e dei mercati, e che la lunga stagione di recessione economica rende oggi ancora più urgente. Sei anni di riduzione del PIL, dei redditi e dei consumi delle famiglie italiani hanno segnato duramente anche i conti del cinema. Fatto 100 il dato del 2007, il valore degli incassi del cinema italiani realizzato nel 2012 è stato dell'uno per cento inferiore al livello di cinque anni prima. Parliamo di valori correnti, al lordo dell'inflazione. A prezzi costanti, gli incassi del cinema sono scesi in cinque anni di undici punti percentuali contro un calo di cinque punti del totale del paniere degli acquisti di beni e servizi delle famiglie italiane. È un conto pesante, che è diventato più grave proprio negli ultimi due anni di coda della lunga recessione. È un conto solo in parte temperato dal calo tutto sommato contenuto della presenze del pubblico nelle sale cinematografiche, scese nel 2012 intorno ai 91 milioni, solo il tre per cento in meno rispetto ai 94 milioni di presenze della media 2003-07. Merito dello sforzo, continuato anche in anni difficili, di modernizzazione della rete degli esercizi. Tra il 2003 e il 2012 i cinema che hanno chiuso in Italia sono stati 712 mentre sono stati 133 i nuovi complessi aperti. Diversamente, il numero totale degli schermi è salito di 268 unità. Il processo di digitalizzazione degli schermi è proseguito, ma è ancora lungi dall'essere completato. Gli schermi digitalizzati sono oggi in Italia poco più di 2.400, il 61 per cento del totale. Completare e sostenere l'opera di modernizzazione degli esercizi, anche di quelli di minore dimensione e specie delle mono-sale cittadine, è una opportunità su cui lavorare. Ugualmente, la digitalizzazione può rappresentare una leva importante per riscrivere la geografia dei rapporti lungo la filiera cinematografica italiana accorciando le distanze tra produzione e consumo. Un "chilometro zero" per fare efficienza e sviluppo.

Un po' come per l'economia del suo complesso, anche per il cinema il 2013 si rivelerà un anno di transizione. Non ancora di vera ripresa, ma di rallentamento della caduta. Così indicano anche alcuni autorevoli stime compiute sul settore dell'audiovideo lato produzione: un comparto rilevante, composto da una platea di settemila imprese, trentamila addetti e un valore di produzione stimato per quest'anno in 7,5 miliardi di euro. Per ripartire, nel cinema come per l'intera economia, non basta aspettare la ripresa. Occorre lavorare giorno per giorno per cercare di ridurre i divari di competitività a carico delle nostre imprese. Dai difetti di dimensione aziendale e di capitalizzazione ai problemi, particolarmente avvertiti nel settore, di concorrenza sleale e di tutela della proprietà intellettuale. Migliorare la competitività, guardare all'export e all'internazionalizzazione, innovare. Vale per il cinema non meno che per altri comparti. E fare leva, qui forse più che altrove, sull'immenso talento del nostro capitale umano, specie dei giovani, dalle professionalità tecniche a quelle di attori, autori e registi. Un miscuglio di tecnica, precisione e improvvisazione. Così, una volta, definì il cinema Federico Fellini. Tecnica, precisione e improvvisazione per un futuro di rinnovato successo del cinema italiano.

Il cinema italiano tra recessione e innovazione

Simona Costagli ☎ 06-47027054 – simona.costagli@bnlmail.com

I lunghi anni di contrazione del Pil e del reddito delle famiglie in Italia non potevano non avere un'influenza anche nel settore della cultura e ricreazione. Nel 2012 solo un italiano su due si è recato al cinema almeno una volta, un valore che in Europa ci colloca allo stesso livello della Spagna ma sotto la Francia dove la frequentazione dei cinema è ancora maggiore. Il calo complessivo delle presenze nelle sale cinematografiche in Italia nel biennio 2011-2012 è stato pari a circa il 19%.

Anche in un periodo complesso come quello attuale la produzione cinematografica italiana è risultata in aumento: nel 2012 sono stati 166 i film di nazionalità italiana prodotti, contro i 155 del 2011. Per la maggior parte si tratta di produzioni totalmente italiane, e in misura minore di coproduzioni maggioritarie che sono comunque in aumento rispetto al biennio precedente. Il principale partner nelle coproduzioni si conferma di gran lunga la Francia, con 20 contratti nel 2012 contro i 15 dell'anno precedente. Gli Stati Uniti, con una sola coproduzione, si collocano ai margini della classifica.

Il mercato cinematografico in Italia (dati al 2011) nella sua accezione più ampia vale circa 2 miliardi di euro e si compone di circa 9.900 imprese concentrate per lo più nel comparto della produzione. La struttura imprenditoriale del settore replica abbastanza fedelmente quella dell'intera economia italiana, soprattutto nel segmento della produzione, dove si osservano poche grandi imprese e una prevalenza di unità produttive molto piccole e in gran parte sottocapitalizzate. Dal lato della distribuzione il mercato appare invece molto concentrato in termini di quote di mercato. L'attuale assetto della filiera cinematografica potrebbe tuttavia cambiare radicalmente nel prossimo futuro a causa soprattutto del processo di digitalizzazione.

Il Cinema in Italia vive oggi una fase di profonda trasformazione e la sua configurazione futura dipenderà sia dall'utilizzo che si saprà fare delle nuove tecnologie, sia da come verranno affrontati alcuni problemi: accanto a quello sempre presente della ricerca di fonti di finanziamento, nel nostro paese ha ormai raggiunto dimensioni ragguardevoli il fenomeno della pirateria, mentre è ancora molto scarsa la visibilità dei film italiani al di fuori del territorio nazionale.

I numeri del macrosettore

La lunga recessione che ormai da oltre sei anni, con brevi periodi di interruzione, attanaglia l'Italia ha avuto come principale conseguenza un calo dei livelli produttivi che è stato particolarmente accentuato nella manifattura dove il valore aggiunto a prezzi correnti tra il II trimestre del 2008 e il II trimestre di quest'anno è calato del 17%. La situazione è diversa per i servizi: posto pari a 100 il valore aggiunto (sempre espresso a prezzi correnti e stagionalizzato) a metà 2008 questo nel II trimestre 2013 era pari a 101,2.

Anche nell'ambito dei servizi l'andamento è risultato piuttosto eterogeneo, tuttavia la mancanza di dati aggiornati oltre un certo livello di aggregazione non permette di analizzare nel dettaglio realtà che pure sono molto interessanti per il nostro paese (ad esempio il Cinema); alcune riflessioni sono tuttavia possibili.

Secondo i dati Eurostat la branca che include il comparto del Cinema¹ a fine 2011 rappresentava lo 0,7% del valore aggiunto complessivo italiano, un valore che è rimasto praticamente invariato nel corso dei venti anni precedenti e che risulta lievemente superiore sia a quello medio dell'area euro (0,6%), sia a quello tedesco e francese (0,5% in entrambi i casi). Il settore in Italia negli ultimi anni ha mostrato un andamento piuttosto difforme dall'economia in generale, e sembra aver seguito le sorti del paese con un certo ritardo: nel corso del 2009, a fronte di un calo generale del 5,6% del valore aggiunto, il settore registrava un aumento del 2,3%, cui seguiva una lieve crescita (+0,9%) nel 2010, anno in cui il valore aggiunto complessivo in Italia saliva dell'1,7%. Nel 2011, a fronte di un aumento generale dello 0,6%, il comparto che include il Cinema registrava una flessione del 3,1%, che dovrebbe poi essere peggiorata nei trimestri successivi, almeno a giudicare dalla performance del settore servizi di informazione e comunicazione², la macro branca che nelle classificazioni Istat include il comparto del Cinema; questa nel 2012 ha registrato un -4% a/a seguito da un -7,3 e -8,8% rispettivamente nel I e nel II trimestre di quest'anno.

Pur in un periodo complesso come quello attuale la branca che include il cinema secondo Eurostat rappresenta in Italia un discreto bacino di occupazione; nel 2011 (ultimo dato disponibile) il comparto impiegava poco meno di 90mila addetti, un numero di persone analogo a quello occupato ad esempio nel settore delle telecomunicazioni o nella carta e stampa; nel complesso si tratta dello 0,4% del totale degli occupati in Italia a fine 2011, un valore rimasto stabile negli anni e analogo a quello medio europeo.

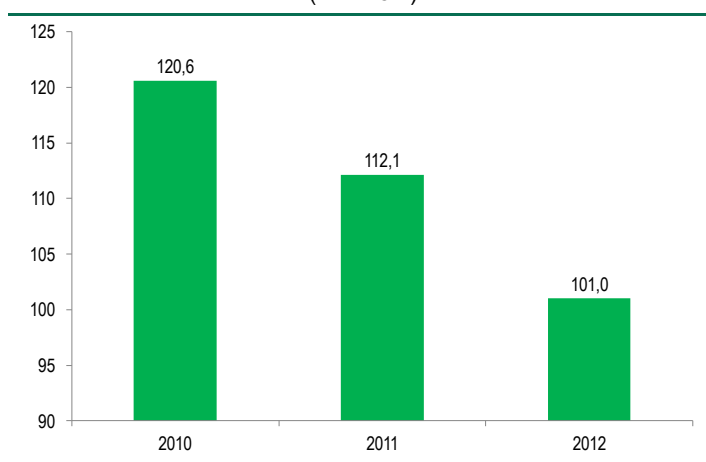
Le difficoltà sul mercato del lavoro e la contrazione del reddito delle famiglie e dei consumi nel corso degli ultimi hanno penalizzato la domanda di beni e servizi per il tempo libero e di conseguenza quella rivolta al Cinema. Secondo l'Istat tra il 2011 e il 2012 la spesa in ricreazione e cultura è scesa dell'1,4%, mentre solo nel 2012 la quota di popolazione che dichiara di essere andata al cinema almeno una volta è scesa al 50%, dal 54% dell'anno precedente, un valore che in Europa ci colloca allo stesso livello della Spagna ma sotto la Francia dove il valore si attesta intorno al 57%. Come conseguenza il calo complessivo delle presenze nelle sale cinematografiche in Italia nel biennio 2011-2012 è stato consistente e pari a circa il 19%, in peggioramento dal -7% del primo biennio di crisi. Tra il 2010 e il 2012 in particolare si è assistito a un calo cumulato del numero di biglietti venduti pari a circa 20 milioni, mentre l'incasso complessivo è risultato pari a 609 miliardi di euro in flessione dai 662 dell'anno precedente. Per il 2013 le prime stime sembrano mostrare un'attenuazione del calo dei biglietti venduti, mentre per capire l'evoluzione a medio-lungo termine sarà fondamentale seguire le sorti del mercato del lavoro e più in particolare della condizione reddituale delle famiglie italiane.

¹ Motion picture, video, television programme production; programming and broadcasting activities.

² La macro branca dei "Servizi di informazione e comunicazione" comprende quella relativa a "Motion picture ..." rilevata da Eurostat ed è pertanto più lontana della precedente dalla definizione del settore "Cinema".

Il Cinema in Italia: biglietti venduti

(in milioni)



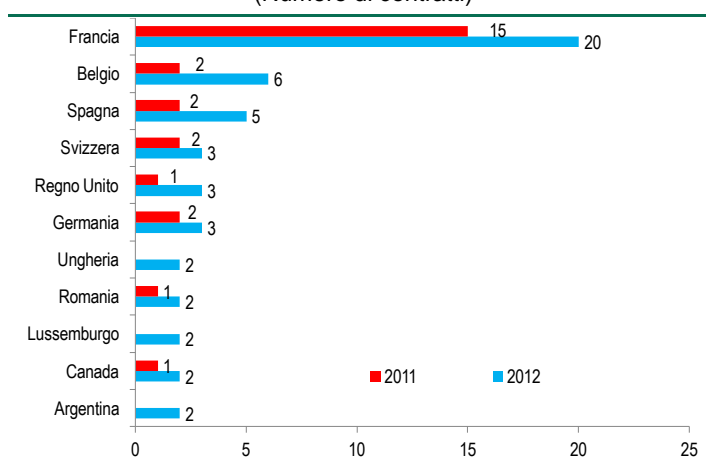
Fonte: SIAE

La produzione e distribuzione di film in Italia

Dal lato dell'offerta è interessante notare come anche in un periodo complesso come quello attuale la produzione cinematografica italiana risulti in aumento: nel 2012 sono stati 166 i film di nazionalità italiana prodotti, contro i 155 del 2011 e i 142 del 2010. Per la maggior parte si tratta di produzioni totalmente italiane, anche se la quota è in diminuzione, seguono poi i film di coproduzione maggioritaria, in aumento rispetto al biennio precedente. Le coproduzioni vedono come partner principale la Francia (20 contratti nel 2012 contro i 15 dell'anno precedente), il Belgio (6 contratti) e la Spagna (5 dai due dell'anno precedente). Gli Stati Uniti, con una sola coproduzione, si collocano ai margini della classifica.

Film di nazionalità italiana coprodotti per paese partner

(Numero di contratti)



Fonte: ANICA

Il costo complessivo dei film di nazionalità italiana nel 2012 si è collocato intorno ai 493 milioni di euro, contro i 423 dell'anno precedente, cosa che ha comportato un lieve aumento del costo medio per film passato da 1,96 milioni del 2011 a 1,99 del 2012. Il

valore medio nasconde tuttavia una distribuzione molto eterogenea, in cui è notevole sia la quota di film costati meno di 200mila euro (il 28% del totale), sia quella di film costati oltre 3,5 milioni (18%).

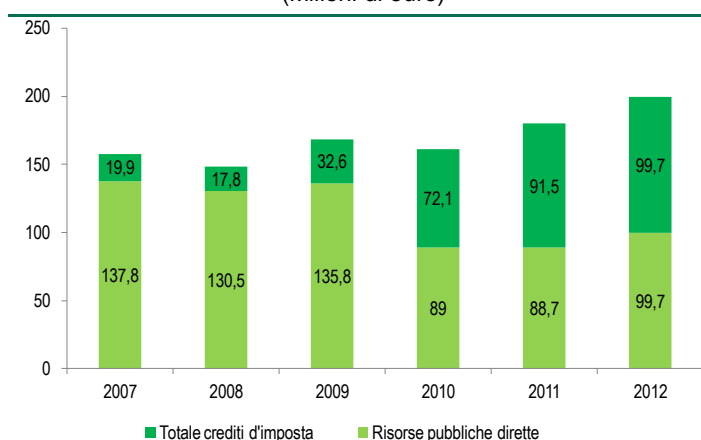
Il mercato cinematografico italiano e i suoi problemi: struttura, finanziamenti, pirateria e mercati esteri

Secondo gli ultimi dati pubblicati da ANICA il mercato cinematografico in Italia (dati al 2011) nella sua accezione più ampia vale circa 2 miliardi di euro e si compone di un numero elevato di imprese, pari a poco più di 9.900, concentrate per lo più nel comparto della produzione (7.222), seguono poi gli esercenti (1.775) e infine i distributori (606). La struttura imprenditoriale del settore replica abbastanza fedelmente quella dell'intera economia italiana, soprattutto nel segmento della produzione, dove si osservano poche grandi imprese e una prevalenza di unità produttive molto piccole e in gran parte sottocapitalizzate. Dal lato della distribuzione il mercato appare invece molto concentrato in termini di quote di mercato. L'attuale assetto della filiera cinematografica potrebbe tuttavia cambiare radicalmente nel prossimo futuro, a causa di una serie di fattori tra cui soprattutto il processo di digitalizzazione. La digitalizzazione rappresenta insieme un'opportunità e una minaccia per molti segmenti del comparto: oltre all'accorciamento della filiera cinematografica che essa potrebbe determinare riducendo drasticamente il ruolo dei distributori, essa minaccia la sopravvivenza di molte piccole sale cinematografiche, soprattutto nelle province minori, poiché l'adeguamento tecnologico richiede un ammontare di investimenti che spesso gli esercenti non sono in grado di sostenere.

Il settore Cinematografico oggi vive una fase di profonda trasformazione e la sua configurazione futura dipenderà sia dall'utilizzo che si saprà fare delle nuove tecnologie, sia da come verranno affrontati alcuni problemi: accanto a quello sempre presente della ricerca di fonti di finanziamento, nel nostro paese ha ormai raggiunto dimensioni ragguardevoli il fenomeno della pirateria, mentre è ancora molto scarsa la visibilità dei film italiani (e più in generale europei) al di fuori del territorio nazionale (e soprattutto negli Stati Uniti).

Il sostegno pubblico al Cinema in Italia: finanziamenti diretti e indiretti

(Milioni di euro)



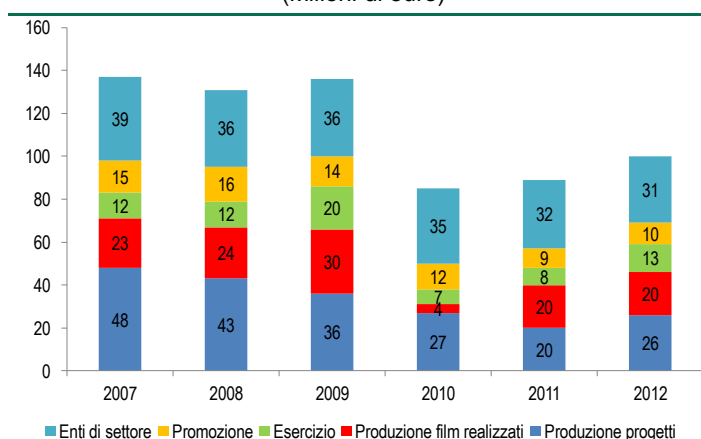
Fonte: DG Cinema, Ministero per i Beni e le Attività Culturali

Relativamente al tema del finanziamento un passo senza dubbio decisivo è stato il decreto legge “Valore cultura” che ha sancito la stabilizzazione, senza scadenza, del *tax credit*, e fissato uno stanziamento annuale fisso. Il settore tuttavia soffre per lo scarso riconoscimento del valore culturale che esso apporta e che è tra gli elementi a cui la Commissione europea pone maggiore attenzione nel valutare i sistemi di aiuto nazionale ai vari settori.

L’evoluzione del sostegno pubblico risulta comunque in crescita, secondo la DG Cinema del Ministero per i Beni e le Attività Culturali nel corso del 2012 circa 200 milioni di euro di risorse pubbliche sono state rese disponibili all’intera filiera cinematografica (sviluppo, produzione, distribuzione, esercizio e promozione) sia sotto forma di agevolazioni fiscali (*tax credit*), sia sotto forma diretta (la cosiddetta “quota cinema” del FUS); quest’ultima componente tuttavia nel corso degli ultimi anni (2007-2012) ha mostrato un andamento decrescente (con una lieve ripresa nel 2012) che ha penalizzato soprattutto i fondi destinati alla produzione (-46%) e alla promozione (-34%), mentre risultano in crescita, soprattutto nel biennio 2011-2012, le risorse dirette al settore dell’esercizio (+73%).

I finanziamenti pubblici al Cinema in Italia per comparto

(Milioni di euro)

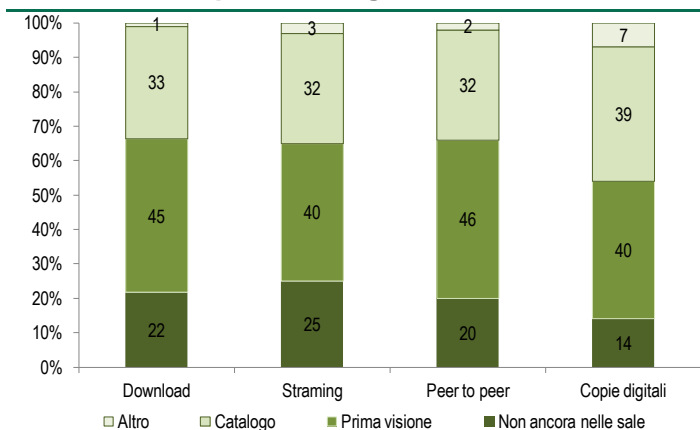


Fonte: DG Cinema, Ministero per i Beni e le Attività Culturali

Uno dei problemi più gravi che affligge il Cinema in Italia è quello della pirateria video che nel nostro paese rappresenta un fenomeno più ampio e diffuso che nel resto d’Europa. Secondo la Federazione anti pirateria audiovisiva (Fapav) sono circa 100 milioni le unità/visioni di soli film perse ogni anno a causa di questo problema; ad essere penalizzato è soprattutto il noleggio (oltre 50 milioni), ma pesante è anche il contributo pagato dal Cinema che si stima perda a causa della pirateria circa 30 milioni di biglietti con una perdita che si aggira intorno ai 530 milioni di euro in un anno. Anche in questo caso l’evoluzione tecnologica gioca un ruolo importante: la digitalizzazione ha infatti accelerato il fenomeno della pirateria rendendo il download la modalità di accesso illegale ai film più diffusa in Italia; ciò non solo ha ridotto la stessa pirateria fisica (acquisto di dvd copiati presso rivenditori non autorizzati), ma ha modificato la percezione stessa della frode riducendola nella mentalità comune a semplice scambio gratuito tra conoscenti di file scaricati da altri via internet. Peraltro, la pirateria digitale

colpisce in modo particolare le prime visioni poiché riguarda nella maggior parte dei casi film non ancora nelle sale.

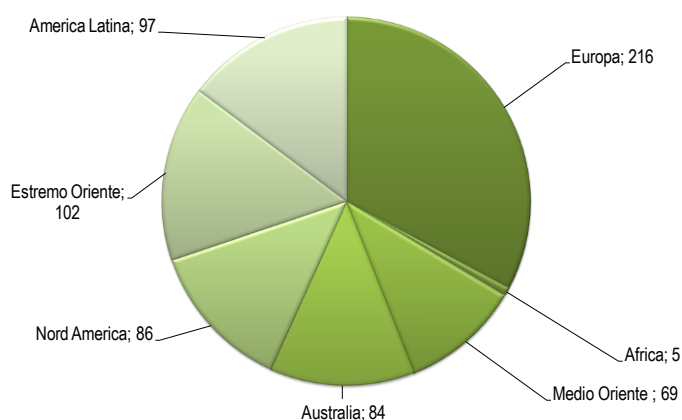
La pirateria digitale in Italia



Fonte: Fapav

Relativamente alla capacità di arrivare sui mercati esteri il cinema italiano ha ancora molte difficoltà; secondo uno studio condotto da ANICA e riferito alla seconda metà degli anni Duemila il mercato estero vale solo 45 milioni di euro e solo il 60% dei film prodotti nel quinquennio risulta commercializzato all'estero. Rapportato al valore degli investimenti privati nei film italiani negli stessi anni il peso dell'export non arriva a superare l'8%. Una maggiore capacità di arrivare sui mercati esteri permetterebbe al comparto di risolvere in parte anche il problema del finanziamento, poiché favorirebbe la nascita di coproduzioni e il ricorso a fonti di finanziamento pubbliche europee.

Film italiani venduti all'estero nella seconda metà degli anni Duemila



Fonte: ANICA

Oggi l'Europa resta ancora il mercato di sbocco più importante sia in termini di numero di film, sia di fatturato realizzato, segue poi l'estremo oriente, l'America Latina e quella

del Nord. In Europa è la Francia il principale acquirente di cinema italiano, seguito da Belgio Lussemburgo e Olanda. Contrariamente alle attese risulta più difficile la vendita di film italiani in Spagna, paese in cui il fenomeno della pirateria digitale è molto diffuso e in cui il film è un genere poco trasmesso dalle televisioni.



Un cruscotto della congiuntura: alcuni indicatori

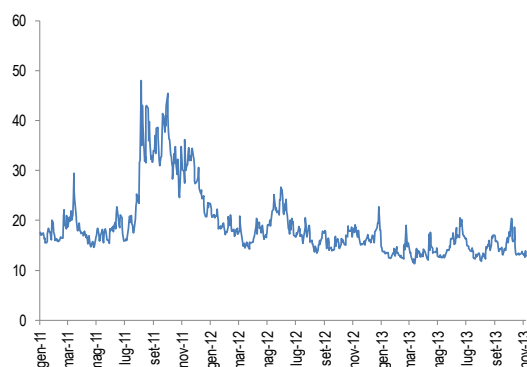
Indice Itraxx Eu Financial



Fonte: Thomson Reuters

I premi al rischio passano da 116 a 106pb.

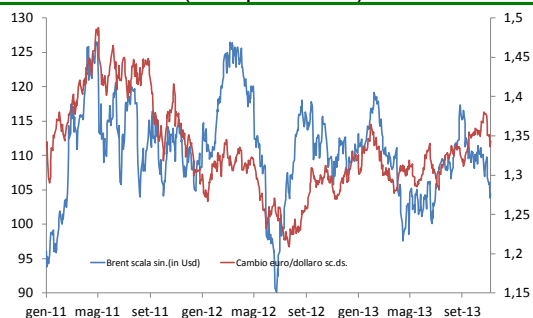
Indice Vix



Fonte: Thomson Reuters

L'indice Vix nell'ultima settimana rimane stabile a 13.

Cambio euro/dollaro e quotazioni Brent (Usd per barile)



Fonte: Thomson Reuters

Il tasso di cambio €/€ a 1,34. Il petrolio di qualità Brent quota \$104 al barile.

Prezzo dell'oro (Usd l'oncia)



Fonte: Thomson Reuters

Il prezzo dell'oro scende sotto la soglia dei 1.300 dollari l'oncia.

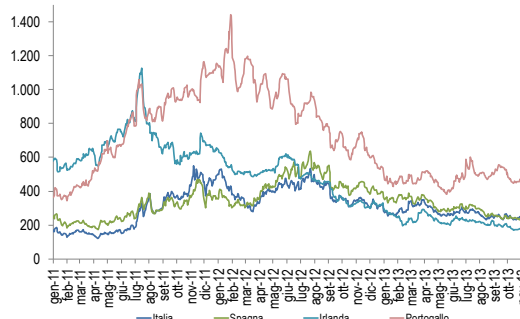
Borsa italiana: indice Ftse Mib



Fonte: Thomson Reuters

Il Ftse Mib torna sotto quota 19.000.

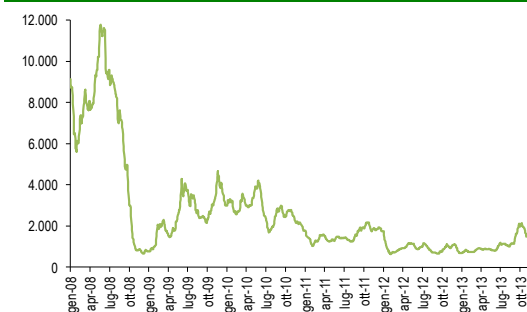
**Tassi dei benchmark decennali:
differenziale con la Germania
(punti base)**



Fonte: elab. Servizio Studi BNL su dati Thomson Reuters

I differenziali con il Bund sono pari a 461 pb per il Portogallo, 180 pb per l'Irlanda, 233 pb per la Spagna e 243 pb per l'Italia.

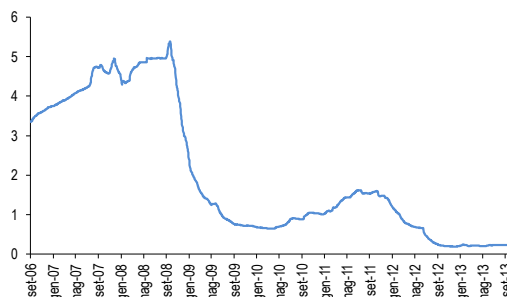
Indice Baltic Dry



Fonte: Thomson Reuters

L'indice Baltic Dry nell'ultima settimana rimane sotto quota 1.600.

**Euribor 3 mesi
(val. %)**



Fonte: Thomson Reuters

L'euribor 3m resta stabile poco oltre 0,20%.

Il presente documento è stato preparato nell'ambito della propria attività di ricerca economica da BNL-Gruppo Bnp Paribas. Le stime e le opinioni espresse sono riferibili al Servizio Studi di BNL-Gruppo BNP Paribas e possono essere soggette a cambiamenti senza preavviso. Le informazioni e le opinioni riportate in questo documento si basano su fonti ritenute affidabili ed in buona fede. Il presente documento è stato divulgato unicamente per fini informativi. Esso non costituisce parte e non può in nessun modo essere considerato come una sollecitazione alla vendita o alla sottoscrizione di strumenti finanziari ovvero come un'offerta di acquisto o di scambio di strumenti finanziari.

