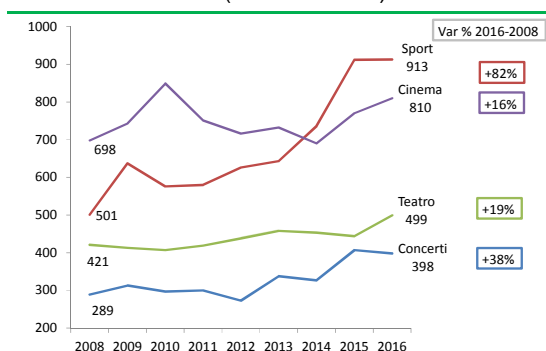
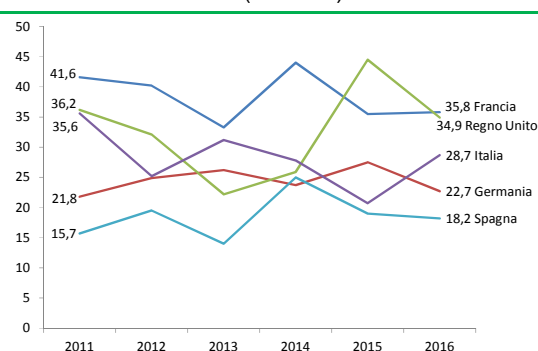


Il settore dell'intrattenimento in Italia: spesa del pubblico (milioni di euro)



Fonte: elaborazione Servizio Studi BNL, dati Siae

Il cinema in Europa: quota di film nazionali sul totale (valori %)



Fonte: elaborazione Servizio Studi BNL, dati Siae, Anec

Il cinema in Italia costituisce la principale forma di intrattenimento per un'ampia platea di persone. Nel 2016 sono stati venduti circa 114 milioni di biglietti, un valore pari a quello relativo a tutti gli altri settori dello spettacolo, della musica, della cultura e dello sport presi congiuntamente. Nel 2016 in Italia sono stati prodotti 223 film (+20% rispetto ai 185 del 2015). Gli ingressi annuali hanno registrato un valore superiore di 7 milioni rispetto a quello dell'anno precedente e **la spesa del pubblico ha raggiunto gli 810 milioni di euro**, con un incremento rispetto al 2015 pari in valore assoluto a 40 milioni di euro.

A frenare un più ampio sviluppo del mercato hanno contribuito vari fattori come un valore assoluto delle presenze ancora contenuto, strutturalmente inferiore a quello degli altri grandi paesi europei, la stagionalità della domanda, la qualità della proposta e il ritardo nel processo di digitalizzazione delle sale fuori dai grandi circuiti. Per cercare di sciogliere alcuni nodi e riorganizzare il settore in modo organico, **a fine 2016 è stata varata una nuova legge sul cinema** che ridisegna complessivamente il quadro normativo di riferimento. L'industria punta inoltre a una politica di incentivazione della domanda intervenendo su vari fronti: differenziazione dei prodotti, varietà dei generi cinematografici, qualità e innovazione, comunicazione pubblicitaria e ricambio generazionale.

n. 38 2 novembre 2017



BNL
GRUPPO BNP PARIBAS

La banca
per un mondo
che cambia

Il cinema italiano: verso uno sviluppo di lungo periodo

S. Ambrosetti – stefano.ambrosetti@bnlmail.com

Il settore dell'intrattenimento in Italia ha attraversato i dieci anni trascorsi dall'avvio della crisi economica in modo migliore rispetto a quanto avvenuto per altri comparti del settore dei consumi. Il cinema in Italia costituisce la principale forma di intrattenimento per un'ampia platea di persone. L'industria cinematografica nel suo complesso si compone di circa 10mila imprese: si tratta di circa 7.500 aziende di produzione, quasi 2mila esercenti e oltre 600 distributori.

Nonostante alcune difficoltà registrate dalle sale cinematografiche negli scorsi anni, nel 2016 sono stati venduti circa 114 milioni di biglietti, un valore pari a quattro volte quello di tutte le manifestazioni sportive compreso il calcio e pari a quello relativo a tutti gli altri settori dello spettacolo, della musica, della cultura e dello sport presi congiuntamente.

Nel 2015, dopo quattro anni di flessione, l'industria del cinema ha cominciato a muoversi lungo un percorso di recupero. I dati relativi al 2016 confermano per tutti i principali indicatori un rafforzamento di questo trend di sviluppo. Nel 2016 in Italia sono stati prodotti 223 film con un incremento del 20% rispetto ai 185 del 2015. Gli ingressi annuali, pur contenuti in valore assoluto rispetto ad altri paesi europei, hanno registrato un valore superiore di 7 milioni rispetto a quello dell'anno precedente e non distante dal picco dell'ultimo decennio (121 milioni nel 2010). Anche la spesa del pubblico ha registrato un aumento del 5% raggiungendo gli 810 milioni di euro, con un incremento rispetto al 2015 pari in valore assoluto a 40 milioni di euro.

A frenare un più ampio sviluppo del mercato hanno contribuito vari fattori come il livello contenuto delle presenze, strutturalmente inferiore a quello degli altri grandi paesi europei, la stagionalità della domanda, la qualità della proposta e il ritardo nel processo di digitalizzazione delle sale fuori dai grandi circuiti.

Per cercare di sciogliere alcuni nodi e riorganizzare il settore in modo organico, a fine 2016 dopo lunghe discussioni è stata varata una nuova legge sul cinema che ridisegna complessivamente il quadro normativo di riferimento. La riforma ridefinisce gli incentivi e le agevolazioni a sostegno del settore, rafforzando la disciplina del *tax credit* ed istituendo un piano per il potenziamento del circuito delle sale e per la digitalizzazione del patrimonio cinematografico. Si punta inoltre a una politica di incentivazione della domanda intervenendo su vari fronti: differenziazione dei prodotti, varietà dei generi cinematografici, qualità e innovazione, comunicazione pubblicitaria e ricambio generazionale.

Nel 2016 per il secondo anno consecutivo il settore dello spettacolo presenta un tasso di sviluppo positivo e più accentuato rispetto a quello evidenziato da altri comparti dell'economia italiana. I dati evidenziano come le famiglie italiane anche nel 2016 abbiano continuato a destinare una quota crescente del loro reddito ai consumi culturali premiando gli sforzi compiuti dal lato dell'offerta nel tentativo di sviluppare e consolidare il mercato nazionale.

Il settore dell'intrattenimento in Italia ha attraversato i dieci anni trascorsi dall'avvio della crisi economica in modo migliore rispetto a quanto avvenuto per altri comparti del settore dei consumi. Nonostante il consolidarsi della ripresa economica, il prodotto

interno lordo in Italia presenta un valore inferiore di ancora sei punti percentuali rispetto a quello registrato prima dell'avvio della crisi del 2008 e la spesa complessiva per i consumi delle famiglie italiane, pur avendo acquisito progressivamente maggior slancio negli ultimi trimestri, presenta ancora un ritardo di tre punti percentuali rispetto al valore pre-crisi.

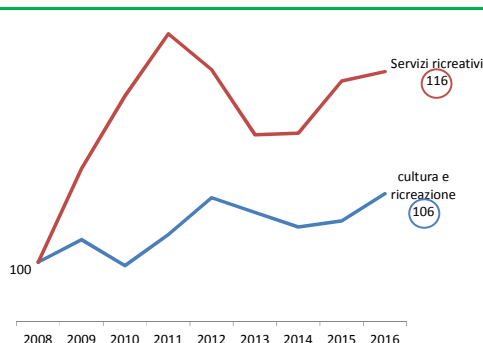
Osservando nello stesso arco temporale il comparto dei consumi riferiti alla cultura e ricreazione (che in termini assoluti ammonta a circa 68 mld di euro l'anno) è possibile osservare una dinamica più favorevole. Nel 2016 si arriva ad un valore superiore di sei punti percentuali rispetto al 2008. Concentrandosi sulla branca dei servizi ricreativi (pari a uno stock di 29 mld di euro) in cui rientra il settore italiano dell'intrattenimento la crescita sale a 16 punti percentuali.

Di fatto in un ambito di rimodulazione della spesa delle famiglie, la quota destinata al settore della ricreazione e della cultura è progressivamente aumentata, in particolare quella destinata ai servizi ricreativi. Per effetto di questa dinamica il peso relativo dei servizi ricreativi nel comparto è aumentato dal 37 al 42 per cento.

Il settore dell'intrattenimento nel 2016 ha fatto registrare complessivamente una spesa del pubblico pari a 6,5 mld di euro. Fanno parte del settore un ampio spettro di attività: quelle cinematografiche, teatrali, concertistiche, sportive, il ballo, il segmento delle mostre e delle esposizioni e il settore degli spettacoli viaggianti e dei parchi a tema.

Spesa delle famiglie per i servizi ricreativi

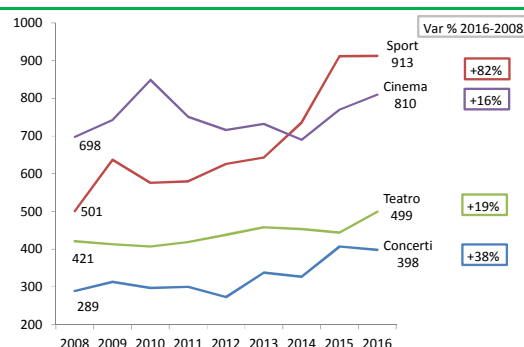
(numero indice; 2008=100)



Fonte: elaborazioni Servizio Studi Bnl, dati Istat

Il settore dell'intrattenimento in Italia: spesa del pubblico

(mln di euro)



Fonte: elaborazioni Servizio Studi Bnl, dati Siae

In generale tutte le principali categorie evidenziano un notevole trend di crescita nell'ultimo decennio. La spesa per gli eventi sportivi è aumentata dell'80%, quella per i concerti del 40%, mentre le attività cinematografiche (+16%) e quelle teatrali (+19%) hanno messo a segno incrementi meno sostenuti ma comunque significativi.

Il cinema in Italia: ai segni di ripresa occorre affiancare uno sviluppo

Il cinema in Italia costituisce la principale forma di intrattenimento per un'ampia platea di persone. Nonostante le sale cinematografiche abbiano registrato alcune difficoltà negli scorsi anni, il numero di biglietti venduti nel 2016 ammonta a circa 114 milioni, un valore pari a quattro volte quello di tutte le manifestazioni sportive compreso il calcio e pari a quello relativo a tutti gli altri settori dello spettacolo, della musica, della cultura, dello sport considerati congiuntamente.

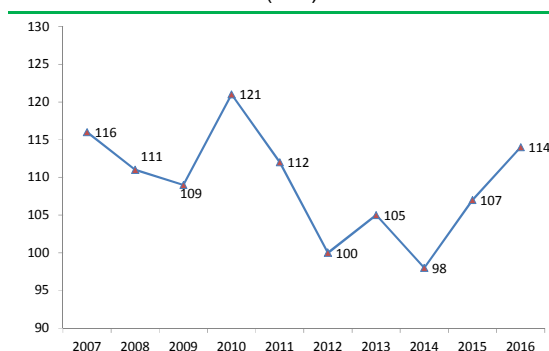
Il ruolo del cinema non si esaurisce nelle sale, il prodotto cinematografico viene fruito anche attraverso altri canali: si calcola che considerando la *pay tv*, i canali generalisti, quelli digitali, il noleggio, l'acquisto e il *download* si arrivi a un numero di visioni pari a circa quindici milioni di film ogni giorno.

Di fatto il cinema inteso come grande schermo e il comparto legato alla fruizione dei film fuori dalle sale rappresentano due poli di uno stesso settore. Il primo creando contenuti di qualità alimenta il potenziale di sviluppo dell'industria, il secondo consente, attraverso una molteplicità di canali, la diffusione del prodotto tra il grande pubblico e la creazione di un più vasto indotto.

Nel 2015, dopo quattro anni di flessione, l'industria del cinema ha cominciato a muoversi lungo un percorso di recupero. L'obiettivo prefissato era quello di invertire la rotta dopo la flessione degli incassi e dell'esportazione del cinema italiano all'estero. Lo sforzo compiuto da registi e produttori per ripensare l'offerta ha trovato riscontro in un maggior favore del pubblico.

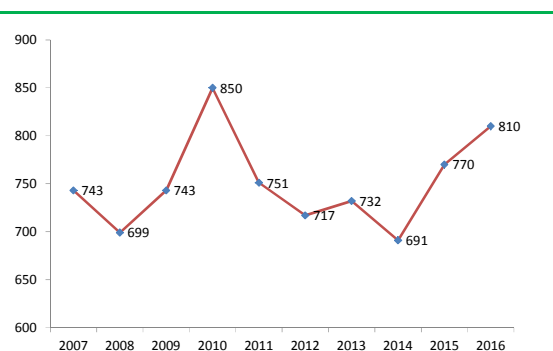
I dati relativi al 2016 confermano per tutti i principali indicatori un rafforzamento del trend di ripresa. Gli ingressi annuali, in crescita del 4,2% sono stati pari a 114 milioni, un valore superiore di 7 milioni rispetto a quello dell'anno precedente e non distante dal picco dell'ultimo decennio raggiunto nel 2010 (121 milioni). Anche la spesa del pubblico ha registrato un aumento del 5% raggiungendo gli 810 milioni di euro, con un incremento rispetto al 2015 pari in valore assoluto a 40 milioni di euro.

Il cinema in Italia: numero di ingressi annuali
(mln)



Fonte: elaborazioni Servizio Studi Bnl, dati Siae

Il cinema in Italia: spesa del pubblico
(mln di euro)



Fonte: elaborazioni Servizio Studi Bnl, dati Siae

Il confronto con i grandi mercati europei

Tra i grandi mercati europei la Francia si posiziona al primo posto con 213 mln di presenze annuali in sala evidenziando un valore quasi doppio rispetto a quello italiano. Il Regno Unito occupa invece il secondo posto con 168 mln di presenze, seguito dalla Germania con 121 mln. Tra i grandi paesi europei solo la Spagna si posiziona dietro l'Italia con 101 mln di biglietti.

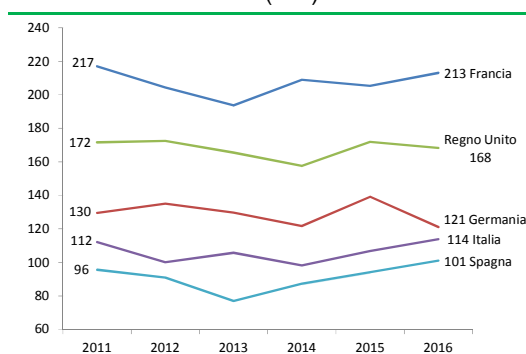
In Italia, nonostante le chiusure di molte sale negli ultimi anni si registra una buona densità di schermi rispetto alla popolazione. Il numero di schermi per milione di abitanti in Italia ammonta a 65, un valore in linea con quello del Regno Unito (64), superiore a quello tedesco (58) ma inferiore ai valori che si registrano in Spagna (74) e Francia (90).

Nonostante un buon livello di densità degli schermi la fruizione degli stessi da parte del pubblico rimane contenuta. In media, secondo i dati Unic, le presenze annuali pro-capite nelle sale cinematografiche ammontano a 1,8, poco più che in Germania (1,5) ma al di sotto dei valori registrati in Spagna (2,2), Regno Unito (2,6) e poco più della metà rispetto a quanto accade in Francia (3,3).

I dati dell'Eurostat evidenziano come in Italia il 48% dei cittadini nella fascia 25-64 anni dichiara di non andare al cinema neanche una volta l'anno. Ammonta solo al 52% chi assiste a una proiezione almeno una volta l'anno, si scende al 39% per un valore da una a sei volte e al 13 % per una frequenza superiore alle sei volte. Si tratta per quasi tutte le frequenze di valori inferiori rispetto a quelli registrati negli altri grandi paesi europei.

Il cinema in Europa: numero di ingressi annuali

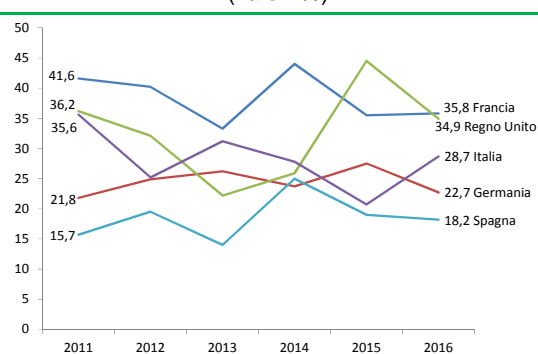
(mln)



Fonte: Siae, Anec

Il cinema in Europa: quota di film nazionali sul totale

(valori %)



Fonte: Siae, Anec

Si arriva a risultati ancora più interessanti osservando la segmentazione per età. Tra coloro che dichiarano di andare al cinema da 1 a 6 volte si riscontra una percentuale nell'ordine del 45% nella fascia di età più giovanile (25-44 anni), un valore in linea con quello della Germania anche se otto punti percentuali inferiore a quello del Regno Unito; ad abbassare la media totale contribuisce la fascia di età più adulta (45-65 anni), nella quale la percentuale scende al 31% in Italia a fronte del 37% in Germania e del 41% del Regno Unito.

Oltre a considerazioni di carattere socio-economico, il minor slancio che si registra in Italia da parte delle classi di età più avanzate suggerisce una riflessione anche in merito alla programmazione e alle scelte operate dal lato dell'offerta.

Cresce la produzione cinematografica: l'Italia nella top ten mondiale

A partire dal 2010 la produzione cinematografica nel mondo ha evidenziato una crescita costante passando da 6mila titoli l'anno a quasi 7mila. I primi quattro paesi della graduatoria producono circa il 60% dei film mondiali. L'India, con oltre duemila titoli l'anno, ha un peso pari a oltre il 30% del totale, seguono gli Stati Uniti (circa 800 titoli), la Cina (circa 700) e il Giappone (circa 600). Il primo paese europeo in questa graduatoria è la Francia che segue al quinto posto con circa 300 titoli l'anno.

L'Italia a partire dal 2014 è rientrata nelle prime dieci posizioni, con circa 200 titoli l'anno, un valore prossimo a quello di Gran Bretagna, Spagna e Germania che la precedono in graduatoria, ma notevolmente inferiore a quello francese.

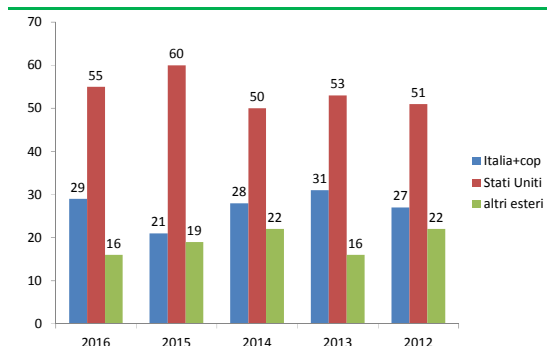
Nel 2016 in Italia sono stati prodotti 223 film con un incremento del 20% rispetto ai 185 del 2015. Di questi 129 sono di produzione al 100% italiana (113 nel 2015) e 36 di coproduzione (a fronte di 28 l'anno precedente). La Francia anche nel 2016 si conferma come principale partner di coproduzione per il cinema italiano con un totale di 18 pellicole, segue la Svizzera con sei, la Polonia con cinque e il Belgio e il Regno Unito con tre. I film italiani e quelli coprodotti rappresentano tuttavia una quota contenuta rispetto al totale dei film distribuiti in Italia che nel 2016 sono stati 554 (+15% rispetto al 2015).

Da questo punto di vista è possibile osservare come in assenza di uno o più grandi film in grado da soli di far registrare numeri molto elevati di presenze e incassi, i valori medi fatti registrare dagli altri rimangono piuttosto contenuti. Il 2016 ad esempio è stato trainato dal grande successo di un film italiano (Quo Vado) che da solo ha venduto oltre 9 milioni di biglietti e registrato un incasso di 65 mln di euro, un valore pari a circa il 9% degli incassi dell'intero anno. Nella graduatoria italiana dei primi 25 film per incassi figurano 5 film italiani (ai primi due posti), 19 statunitensi ed uno del Regno Unito.

In assenza di un traino così forte, il primo semestre del 2017 ha presentato risultati meno brillanti rispetto al 2016. In termini di incassi il peso relativo del cinema italiano che nel 2016 aveva toccato un valore pari al 29% del totale (a fronte del 21% del 2015) nel primo semestre del 2017 ha visto la propria quota di mercato scendere al 17% a fronte di un valore pari quasi al 70% per le produzioni statunitensi.

Il cinema in Italia: quota di produzione nazionale ed estera

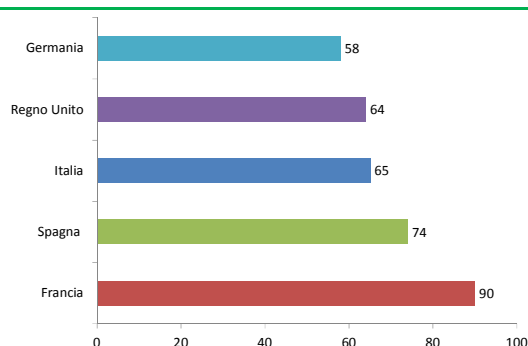
(quota % sul totale degli incassi)



Fonte: elaborazioni Servizio Studi Bnl, dati Siae

Densità degli schermi

(schermi per mln di abitanti)



Fonte: elaborazioni Servizio Studi Bnl, dati Unic

Più in generale il cinema italiano continua ad essere caratterizzato da due criticità: un numero contenuto di titoli che fanno registrare incassi elevati e la riduzione degli incassi medi di alcune tipologie di film che in altri anni avevano registrato risultati elevati. Il fenomeno è comune anche ad altri paesi: i titoli in cima alla classifica continuano a crescere come incassi penalizzando gli incassi dei titoli di medio livello. Il problema è legato principalmente al fatto che i fruitori del cinema tendono a rimanere stabili come numero pertanto, orientando le proprie preferenze, decretano il successo di un film a scapito di un altro senza un ampliamento del mercato.

In Italia uno dei nodi da sciogliere per aumentare le presenze è rappresentato dalle criticità della stagione estiva. La scorsa estate, pur non trattandosi di una stagione di grandi eventi sportivi internazionali, è stata una delle peggiori degli ultimi anni. Solo nel mese di agosto si è registrata una flessione del 24% degli incassi e del 23% delle

presenze. Le scelte distributive hanno portato ad esempio a ritardare a dopo l'estate l'uscita in Italia di alcuni film statunitensi che in altri paesi sono stati proiettati nel mese di giugno riscuotendo un buon successo. Inoltre l'assenza di pellicole italiane al festival di Cannes non ha prodotto l'uscita estiva nelle sale di film con un buon potenziale, diversamente da quanto accaduto in Francia.

Senza un rilancio del terzo trimestre dell'anno, che consenta alla stagione estiva di acquisire un peso maggiore nel bilancio annuale, diventa difficile pensare a uno sviluppo sostenuto del settore cinematografico. L'incidenza della stagione estiva in Italia rimane molto limitata. Le presenze del trimestre giugno-agosto costituiscono il 10-12% di quelle annuali a fronte di valori che nel Regno Unito, in Francia e Spagna oscillano tra il 20 e il 25%.

Una delle priorità che si assegna al settore cinematografico ormai da anni è proprio quella di rimodulare la stagionalità cinematografica attraverso un coordinamento di produttori, distributori ed esercenti. Per arrivare a questo gli sforzi devono essere orientati in due direzioni, da un lato incentivare i consumatori di cinema, inducendo un incremento delle presenze pro-capite in sala, dall'altro intercettando i bisogni di almeno una parte di quel 52% di italiani che non va al cinema neppure una volta l'anno.

L'industria cinematografica italiana e la nuova legge sul cinema

L'industria cinematografica nel suo complesso si compone di circa 10mila imprese. A inizio 2016 risultano iscritte al registro delle imprese circa 7.500 aziende di produzione, quasi 2mila esercenti e oltre 600 distributori. In base alle ultime rilevazioni dell'Istat (aggiornate al 2013) le imprese attive sono 5.918, suddivise fra 4.085 aziende di produzione, 794 di post-produzione, 240 di distribuzione e 799 di proiezione. Il fatturato globale del comparto, valutato dall'Istat in 3,7 mld di euro, è attribuibile per oltre la metà al segmento della produzione (2 mld di euro), mentre le altre attività contribuiscono per circa 800 mln di euro per la distribuzione, circa 700 mln per l'esercizio e 200 mln per il segmento di post-produzione.

I rapporti fra autori, produttori, distributori ed esercenti cinematografici sono peraltro fortemente condizionati anche dall'ingresso in campo di nuovi soggetti e piattaforme di distribuzione e dallo sviluppo di forme alternative di accesso e fruizione di contenuti cinematografici e audiovisivi.

In particolare il cinema si deve confrontare con realtà, come le piattaforme di *streaming* che stanno diffondendosi in modo molto più rapido rispetto al recente passato. Queste piattaforme in molti casi presentano delle produzioni realizzate *ad hoc*, caratterizzate da cast e qualità del prodotto analoghe a quelle cinematografiche, ma che non passano per le sale. Lo sviluppo tecnologico si muove inoltre di pari passo con il fenomeno della pirateria che in Italia continua a presentare una dimensione più ampia rispetto a quella registrata in altri paesi europei erodendo una parte dei possibili proventi.

Per cercare di sciogliere alcuni nodi e riorganizzare il settore in modo organico, a fine 2016 dopo lunghe discussioni è stata varata una nuova legge sul cinema che ridisegna complessivamente il quadro normativo del settore. La riforma ridefinisce gli incentivi e le agevolazioni a sostegno del settore, rafforzando la disciplina del tax credit ed istituendo un piano per il potenziamento del circuito delle sale e per la digitalizzazione del patrimonio cinematografico.

Tra le principali innovazioni possono essere annoverate:

- a) L'istituzione del "Fondo per lo sviluppo degli investimenti nel cinema e l'audiovisivo", che funziona attraverso incentivi fiscali e contributi automatici che unificano le attuali risorse del Fus Cinema e del Tax Credit.

Il fondo, costruito sul modello francese, si alimenta attraverso alcuni canali quali gli introiti erariali derivanti dalle attività di: programmazione e trasmissione televisiva, distribuzione cinematografica, proiezione cinematografica; erogazione di servizi di accesso ad internet da parte delle imprese telefoniche e di telecomunicazione. Pertanto, a decorrere dal 2017, una percentuale fissa (11%) del gettito Ires e Iva di questi settori costituirà la base di calcolo delle risorse statali destinate al finanziamento del Cinema e dell'audiovisivo. Di fatto la legge istituisce un meccanismo di "autofinanziamento" della filiera produttiva che viene incentivata a investire e innovare e che fa scomparire l'attuale incertezza annuale sui fondi destinati al cinema: il nuovo fondo non potrà mai scendere sotto i 400 milioni di euro annui.

- b) L'introduzione di un sistema di incentivi automatici per le opere di nazionalità italiana. Accanto alle agevolazioni fiscali, vengono introdotti i contributi automatici la cui quantificazione avviene tenendo conto dei risultati economici, artistici e di diffusione come i premi ricevuti e il successo in sala. I produttori e i distributori cinematografici e audiovisivi riceveranno i contributi per realizzare nuove produzioni.
- c) L'istituzione di contributi "selettivi" dedicati al finanziamento di opere promettenti del cinema italiano. Di fatto fino al 18% del nuovo Fondo Cinema è dedicato ogni anno al sostegno di: opere prime e seconde, giovani autori, start-up, piccole sale.
- d) L'accesso dell'audiovisivo al Fondo di garanzia per le PMI attraverso l'istituzione di una sezione speciale del Fondo di garanzia per le PMI, dotata di contabilità separata, destinata a garantire operazioni di finanziamento di prodotti audiovisivi. La sezione ha una dotazione iniziale di 5 milioni di euro a valere sul Fondo per lo sviluppo degli investimenti nel cinema e nell'audiovisivo.

Un ulteriore tassello a sostegno del cinema italiano è costituito dall'approvazione, lo scorso 2 ottobre di un decreto legislativo che accentua gli obblighi di programmazione e investimento per le emittenti televisive a favore del cinema italiano.

La norma prevede una quota minima di programmazione giornaliera per emittente riservata a opere italiane che salirà fino al 30% nel 2020 per la Rai e al 20% per le emittenti private. Nel *prime time* le reti private dovranno prevedere almeno un film, una fiction, un documentario o un cartone animato italiano a settimana, mentre per le reti pubbliche l'obbligo sale a due. Inoltre per le reti pubbliche anche la quota di ricavi da investire in film, fiction e programmi di produzione europea dovrà arrivare al 20% nel 2020 e al 5% per le opere cinematografiche. Per le reti private i limiti saranno del 15% per le produzioni europee e del 4,5% per le opere italiane. Di fatto la tutela e la promozione del cinema nazionale, specie nel caso del servizio pubblico, vengono considerate come delle finalità legittime da perseguire anche in un'ottica di tutela del patrimonio culturale del paese.

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. Autorizzazione del Tribunale di Roma n. 159/2002. Le opinioni espresse non impegnano la responsabilità della banca.

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

