



Ministero dello Sviluppo Economico

ITALIA 
Istituto nazionale per il Commercio Estero

L'EXPORT DI CINEMA ITALIANO



Venezia, 6 settembre 2010



La ricerca ANICA

Indagine su **dinamiche, volumi e valori economici dell'esportazione** dei film italiani all'estero. Monitoraggio dei risultati ottenuti nei paesi stranieri dai **film italiani prodotti nel triennio 2006-2008**.

Premesse

- ✓ Il mercato estero, attualmente poco sviluppato, rappresenta uno dei **bacini di espansione** dell'industria cinematografica italiana potenzialmente più importanti.
- ✓ Il mercato estero può rappresentare un'importante **fonte di risorse** economiche anche per completare i budget di produzione dei film a vocazione internazionale
- ✓ Le dinamiche attuali dell'esportazione di cinema mostrano **luci e ombre**, stimolando riflessioni su possibili interventi finalizzati a rendere più efficiente il sistema e più efficaci le misure

Obiettivo della ricerca: costruzione di uno **strumento conoscitivo** per gli operatori e le istituzioni.

Obiettivi specifici:

- ✓ misura della dimensione economica attuale dell'export cinematografico
- ✓ individuazione di Regioni e Paesi in cui il prodotto italiano recente ha registrato il maggior successo
- ✓ verifica della tipologia di diritti su cui si concentrano le operazioni commerciali
- ✓ quantificazione del valore degli accordi, con attenzione alla ripartizione titoli nuovi vs *library*.

La ricerca è stata realizzata da ANICA nell'ambito dell'Accordo di settore stipulato con il Dipartimento per l'Impresa e l'Internazionalizzazione del Ministero dello Sviluppo Economico per il biennio 2009/2010 e rientra nell'Intesa operativa sottoscritta per l'anno 2009 con lo stesso Ministero e l'ICE – Istituto nazionale per il Commercio Estero.

I film: il triennio 2006-2008

La ricerca prende in esame i risultati ottenuti sui mercati esteri dai titoli recenti, includendo in questa categoria i **lungometraggi** prodotti negli anni 2006, 2007 e 2008, sia di produzione italiana al 100% sia coproduzioni con quota italiana superiore o uguale al 15%.

L'insieme di riferimento è composto complessivamente da 357 film, solo **172 dei quali (meno del 50%) sono stati affidati dal produttore a un venditore specializzato** nelle vendite internazionali.

Composizione dell'insieme dei film analizzati

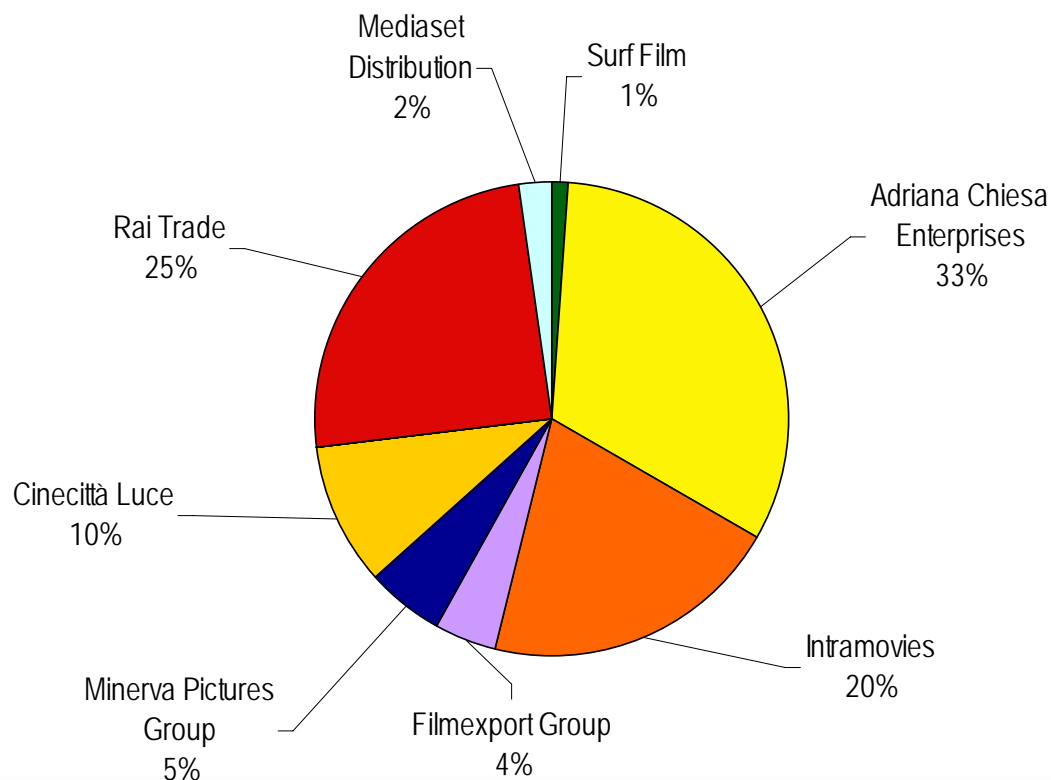
	2006	2007	2008	Triennio
Numero totale titoli, di cui:	114	120	145	379
- film italiani al 100%	91	94	126	311
- co-produzioni con società estere, di cui	23	26	19	68
→ con percentuale italiana $\geq 50\%$	9	13	10	32
→ con percentuale italiana $\geq 15\%$ e $< 50\%$	5	6	3	14
→ con percentuale italiana $< 15\%$	9	7	6	22
Insieme di riferimento*	105	113	139	357

* L'insieme di riferimento è composto dai film 100% italiani e dalle coproduzioni con percentuale italiana $> 15\%$
Fonte: elaborazioni su dati ANICA e MiBAC

I player: società di esportazione italiane

Il catalogo delle società di esportazione italiane nel 2006-2008 conta circa 5.000 film ed è composto per il 98% da titoli di library e per il 2% da titoli recenti.

Suddivisione dei titoli di produzione recente per venditore



Fonte: elaborazione su dati interviste, website società venditrici

Sostegno pubblico all'esportazione di film italiani

A livello nazionale **non esistono fondi pubblici specificamente destinati all'esportazione** di film.

MiSE e ICE attuano molteplici azioni a favore dell'internazionalizzazione delle imprese e della promozione all'estero del prodotto italiano.

Programma MEDIA

Il programma europeo sostiene l'esportazione attraverso due linee di intervento:

- **Supporto alle vendite estere**: destinato alle imprese, **solo una società italiana** ne ha beneficiato nel 2006 e nel 2007; nel 2008 nessuna. I Paesi che nel triennio ne hanno maggiormente beneficiato sono stati Francia, Germania, Paesi Scandinavi e Regno Unito.
- **Supporto alla distribuzione**: centrato sul prodotto, ne hanno beneficiato **distributori europei** che si sono complessivamente impegnati nella distribuzione su diversi territori di **10 film italiani** nel triennio.

Programma Eurimages

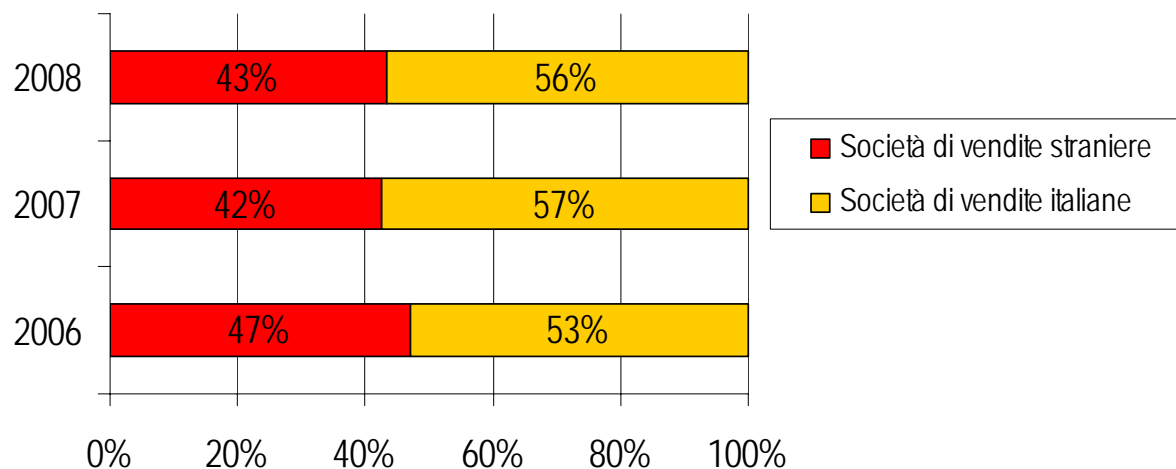
I film italiani che hanno beneficiato del supporto Eurimages alla distribuzione nel triennio sono stati **complessivamente 14**. Beneficiari del supporto sono stati distributori con sede in paesi dell'Europa dell'Est.

Commercializzazione internazionale

172 titoli italiani sono stati affidati a società specializzate in vendite internazionali nel triennio. Gli altri, i cui diritti estero sono rimasti alla gestione del produttore, sono in alcuni casi film a basso budget o che non hanno avuto adeguata distribuzione nemmeno in Italia. In altri casi si tratta di film di produzione 100% italiana, i cui production values risultano appetibili soprattutto per il mercato domestico.

Sono inoltre **basse le percentuali dei film italiani che hanno partecipato a festival** (circa il 40%) e mercati internazionali (sotto il 10% nel 2008, anno migliore nel triennio).

Quasi la metà dei 172 film italiani affidati a operatori specializzati in vendite internazionali è gestita da società non italiane.



Fonte: elaborazione dati ANICA, Cinando.com, IMDB.pro, survey

Risultati delle vendite internazionali dei film italiani

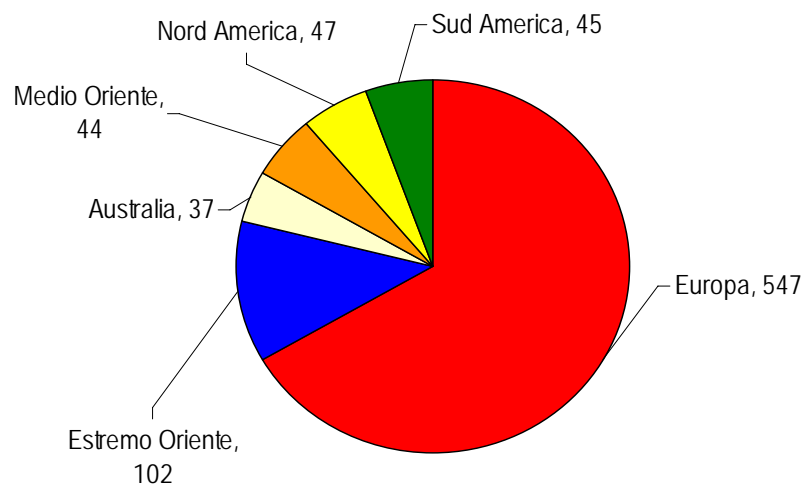
Dei 172 film che hanno avuto una distribuzione estera, sono disponibili dati relativi alle vendite internazionali per un sottoinsieme di 81 titoli, pari al 47% dei film affidati a un venditore e al 23% dell'universo.

Il volume economico generato dalle vendite di questi 81 titoli nel triennio è stato di 15,7 milioni di euro, per una media aritmetica di circa 200mila euro a film.

Ponderando i valori rilevati nelle 822 transazioni esaminate, si può stimare in **26 milioni di euro** il valore complessivo dell'export dei film italiani prodotti nel 2006-2008.

I valori sono riferiti alla cessione di diritti su tutte le piattaforme, escluse tutte le transazioni sui film di library.

Ripartizione delle transazioni commerciali sui titoli italiani 2006-2008 per area geografica

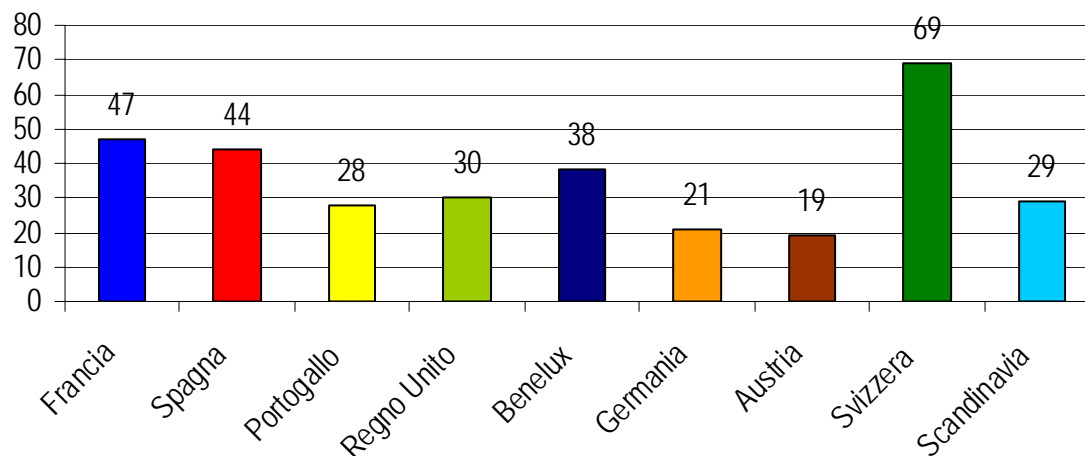


Fonte: Elaborazione dati raccolti attraverso survey, database Lumière, Mojo International, Imdb.pro

Principali mercati per i film italiani

L'Europa rappresenta il principale mercato per l'esportazione dei film italiani. In particolare, i Paesi più ricettivi verso il prodotto italiano sono quelli dell'Europa Occidentale (325 transazioni delle 822 rilevate nel triennio).

Numero di titoli italiani 2006-2008 acquistati nei paesi dell'Europa Occidentale



Fonte: elaborazione su dati di survey, IMDB Pro, Mojo International.

Oltre alla **Svizzera**, favorita per motivi linguistici, la **Francia** è il principale mercato per il prodotto italiano. Nell'area del **Benelux** e della **Scandinavia** il mercato è sempre molto dinamico e i distributori molto attivi. La **Spagna** e la **Germania**, pur se tradizionalmente territori molto ricettivi, vivono un momento di stallo dal punto di vista del valore generato.

Fuori dall'Europa, i principali mercati sono l'**Estremo Oriente** e il **Nord America**, malgrado entrambi abbiano mostrato un calo dei prezzi molto rilevante negli ultimi anni, anche se a fronte di un importante numero di transazioni.

Circolazione internazionale dei film italiani

Osservazioni

- La crisi economica,
 - l'evoluzione dei modelli di fruizione del film,
 - la competizione delle produzioni degli studios americani,
 - la maggiore offerta di prodotti locali,
 - la crescita delle cinematografie di paesi emergenti
- hanno determinato un **forte rallentamento nella pianificazione delle acquisizioni** di titoli internazionali e un parallelo abbassamento dei prezzi di acquisto.

Sintesi valore dei film italiani in alcuni territori

Territorio	Range prezzo tutti i diritti
Francia	60/250.000 €
Spagna e Portogallo	4/10.000€
Regno Unito	50.000/80-100.000 €
Germania, Austria e Svizzera	50/100.000 €
Benelux e paesi scandinavi	30.000/80.000 €
Europa dell'Est	2-4.000/8-10.000 €

Nonostante questo contesto, il prodotto italiano ha visto nell'ultimo decennio:

- una rinnovata **presenza** sullo scenario internazionale,
- un maggior numero di **riconoscimenti** e premi,
- un più vivo **interesse** da parte dei principali distributori indipendenti.

Questi elementi hanno risollevato le sorti e l'immagine dell'industria italiana in Europa, dopo un ventennio di 'buio' rappresentato dalla produzione degli anni '80 e '90.

Osservando l'andamento del **business** generato dalle vendite:

- le cifre più consistenti si concentrano su **pochi titoli di particolare richiamo** (autore/riconoscimenti festivalieri/coproduzioni internazionali di alto profilo), destinati **all'uscita theatrical**, più rischiosa e costosa;
- la maggior parte dei film, pur toccando un discreto numero di territori, si attesta su cifre molto più modeste.

Circolazione internazionale dei film italiani

Film italiani venduti in più di 10 territori, 2006-2008

2006	2007	2008
<ul style="list-style-type: none"> - La stella che non c'è - La Sconosciuta - Anche libero va bene - Nuovomondo - Cuori - Fuoco su di me - Il Caimano - Viaggio segreto - Comediasexi - A casa nostra - Giardini in autunno 	<ul style="list-style-type: none"> - L'ultima legione - Il colore della libertà - L'arte del sogno - Mio fratello è figlio unico - La masseria delle allodole - Seta - Winx - Maradona la mano di Dio - Piano, Solo - Rosso come il cielo - I Vicerè 	<ul style="list-style-type: none"> - Come Dio comanda - Il Divo - Gomorra - Caos Calmo - Pranzo di Ferragosto - Caravaggio - Scusa ma ti chiamo amore

Fra i film italiani più venduti, la maggior parte:

- sono **co-produzioni**,
- sono stati selezionati in sezioni competitive di prestigiosi **festival** internazionali ("garanzia di qualità"),
- hanno avuto proiezioni professionali nei **mercati** specializzati,
- spesso si tratta di opere di **registi** italiani già affermati all'estero.

Conclusioni

Dati positivi

- **Dopo un ventennio di assenza**, il cinema italiano è tornato a circolare all'estero con maggiore regolarità. I risultati del biennio 2009-2010 dovrebbero confermare il trend rilevato per i film del triennio 2006-2008.
- La **partecipazione a festival internazionali** conferma un rinnovato interesse nei confronti della cinematografia italiana e rappresenta un sostegno alla conoscenza e quindi alla commercializzazione estera dei film.

Criticità di prodotto e di sistema

- Soltanto una percentuale variabile dal **45 al 55%** della produzione nazionale annua mostra vocazione internazionale.
- Questo cinema, che viaggia regolarmente all'estero, è rappresentato da co-produzioni artistiche, è quindi **cinema di qualità** director-driven, anche selezionato nelle diverse sezioni dei festival internazionali.
- Le cifre più consistenti si concentrano su **pochi titoli** di particolare richiamo e su **pochi territori**.
- La maggior parte della produzione italiana, la **commedia "popolare d'autore"**, ha pochissime chance di farsi conoscere e nessun sostegno specifico.
- I maggiori ricavi sono stati generati da **vendite a minimo garantito**, inclusive di tutti i diritti, sui cui risultati finali non si ha alcuna visibilità.
- Le **istituzioni sostengono poco e in modo disomogeneo l'export**, perseguendo obiettivi distinti e spesso senza coordinamento tra finalità di promozione culturale e commerciale.

Riflessioni e proposte

- Questa ricerca è in primo luogo frutto di una rinnovata collaborazione istituzionale oltre che di esigenze conoscitive: anche il successo della promozione all'estero non può che essere risultato di **azioni condivise e di strumenti messi a punto sulla specificità del prodotto cinematografico**.
- E' necessario che la **promozione commerciale** diventi un obiettivo importante come la promozione culturale e che tutti gli attori concorrano a perseguirlo: le cinematografie più forti hanno trovato sui mercati esteri le risorse necessarie a crescere.
- La finalità di un **confronto con il mercato estero**, già in fase di produzione, può migliorare sia il risultato artistico del film che le sue chance di redditività economica. Vanno aumentate le occasioni di incontro bi- e multi-laterale tra operatori e professionisti, anche al di fuori dei mercati maggiori. Sia l'attività diplomatica che i trattati di coproduzione possono aiutare moltissimo gli operatori.
- E' necessario studiare un meccanismo di sostegno finanziario che consenta anche alla **commedia contemporanea** di viaggiare.
- E' necessario investire di più sulla **circolazione della produzione recente** e sullo **scouting di nuovi territori**, supplendo con la maggiore quantità di accordi alla diminuzione del valore unitario per transazione.
- ...



Associazione Nazionale delle Industrie Cinematografiche Audiovisive e Multimediali

ANICA è la principale associazione italiana delle imprese del cinema e dell'audiovisivo.

Aderisce a Confindustria e, al suo interno, a Confindustria Cultura Italia, Federazione italiana dell'Industria Culturale.

ANICA rappresenta i produttori cinematografici, i distributori, le imprese tecniche e di servizi al cinema e all'audiovisivo.

ANICA ritiene di grande importanza, tra le sue numerose attività, il ruolo di promotore di studi, approfondimenti e analisi delle dinamiche economiche e della struttura industriale del settore.

G r a z i e !

per informazioni: studi@anica.it

ANICA: Viale Regina Margherita 286 - 00198 Roma - Tel. 06 4425961 - www.anica.it