



Direzione  
Generale  
CINEMA



fondazione ente  
dello spettacolo

# RAPPORTO

Il Mercato e l'Industria  
del Cinema in Italia

2015

In collaborazione con



fondazione ente  
dello spettacolo

Presidente: Davide Milani

Direttore Generale: Antonio Urrata

Coordinamento Area Studi: Antonio Urrata

Consulenza scientifica: Redento Mori

Staff Area Studi: Sergio Perugini, Chiara Supplizi, con la collaborazione di Nico Parente

Editing: Chiara Supplizi

Consulenza tecnica: PRC srl Roma, comevoi.com

Impaginazione e grafica: comevoi.com



Direttore Generale Cinema - MIBACT: Nicola Borrelli

Dirigente Ufficio Cinema e Audiovisivo DG Cinema - MIBACT: Maria Giuseppina Troccoli

Coordinatrice Centro Studi DG Cinema - MIBACT: Iole Maria Giannattasio

Il *Rapporto* è scaricabile gratuitamente in versione pdf dal sito [www.cineconomy.com](http://www.cineconomy.com)

## Il cinema italiano e le referenze dell'offerta di prodotto

Nel 2015 il cinema italiano ha conosciuto, in linea con la fase più recente del suo trend di evoluzione, una stagione contrastata: positiva sotto alcuni profili dell'attività industriale e problematica in merito ad alcuni riscontri di mercato. Nel quadro complessivo del comparto delineato dall'ottavo *Rapporto. Il Mercato e l'Industria del Cinema in Italia*, realizzato dalla Fondazione Ente dello Spettacolo e coeditato con la Direzione Generale Cinema del MIBACT, i dati di analisi espongono due elementi centrali del campo di osservazione. Da una parte la relazione che intercorre fra i fattori chiave del processo di sviluppo, ossia il grado di implementazione fra fabbisogno di risorse, ciclo degli investimenti e referenze dell'offerta di prodotto. Dall'altra uno scenario di mercato della domanda che conferma la crescita nel Paese dell'indice di frequentazione delle sale e contestualmente l'espansione dei canali di diffusione secondari (soprattutto in modalità VoD-video on demand), che porta come nel resto d'Europa a consolidare sempre più a valle la formazione dei ricavi.

### UN BOX OFFICE A DOPPIA FACCIA

Nel 2015 il mercato si è ripreso in parte ciò che il 2014 gli aveva tolto, con il terzo peggiore incasso del decennio e un totale di ingressi migliore soltanto (e di poco) rispetto a quello del 2005. I ricavi al botteghino sono saliti del 10,78% per un totale di 637,26 milioni di euro, che è diventato il terzo più consistente di tutti gli anni Duemila, mentre le presenze sono aumentate dell'8,56% sfiorando con 99.362 spettatori la quota di 100mila, superata soltanto tre volte – e in anni che sembravano ormai lontani: 2007, 2010 e 2011 – dal 2000 in poi.

**Ai film di casa la quota più bassa del decennio.** L'altra faccia della medaglia in sede di box office è rappresentata dall'andamento 2015 del film italiano. Incassi e ingressi glo-

TAVOLA 1

### PRESENZE E INCASSI TOTALI NELLE SALE DEL CIRCUITO CINETEL

Dati Cinetel 2010-2015*	CINEMA Totale	GIORNATE Numero	PRESENZE DEL PUBBLICO In milioni	Variazione*	INCASSI AL BOTTEGHINO Milioni di €	Variazione*	PREZZO Medio in €
2010	1.071	1.295.703	109,924	+11,07%	734,634	+17,95%	6,68
2011	1.074	964.657	101,189	-7,94%	660,075	-10,15%	6,53
2012	1.062	1.378.184	91,388	-9,68%	609,532	-8,40%	6,60
2013	1.063	1.444.797	97,434	+6,61%	618,722	+1,50%	6,46
2014	1.065	1.566.142	91,526	-6,13%	575,247	-7,09%	6,02
2015	1.151	1.680.000*	99,362	+8,56%	637,265	+10,78%	6,19

\* Fino al 2005 il circuito Cinetel ha incrementato il numero delle sale aderenti, pertanto le variazioni percentuali relative alle presenze del pubblico e agli incassi al botteghino da un anno all'altro mostrano un andamento talvolta in controtendenza rispetto ai dati SIAE. Il dato relativo alle giornate di programmazione nel 2015 è basato su stime presuntive.

Fonti dell'elaborazione: Annuario Cinetel edizioni dal 2005 al 2014 a cura di Cinetel e Sintesi dati Cinetel (2015) a cura di ANEC-Associazione Nazionale Esercenti Cinema, ANEM-Associazione Nazionale Esercenti Multiplex, Cinetel e ANICA-Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Multimediali (Roma, 2016).



TAVOLA 2

## INGRESSI E SPESA DEL PUBBLICO NEL MERCATO TOTALE SIAE

Totale SIAE 2010-2015	SCHERMI Totale	SPETTACOLI Numero	INGRESSI DEL PUBBLICO		SPESA AL BOTTEGHINO		PREZZO Medio in €
			Milioni	Variazione	Milioni di €	Variazione	
2010	5.435	2.558.481	120,582	+10,39%	772,772	+16,37%	6,41
2011	5.393	2.975.624	112,119	-7,02%	697,209	-9,78%	6,22
2012	5.197	2.983.555	100,145	-10,68%	637,100	-8,62%	6,12
2013	5.132	3.014.542	105,739	+5,58%	643,338	+0,98%	6,08
2014	5.094	3.016.007	98,252	-7,08%	600.067	-6,72%	6,11
2015*	5.065	3.018.000	107,000	+8,90%	645.000	+7,48%	6,13

\* I dati relativi al mercato globale SIAE del 2015 sono frutto di stime presuntive.

Fonti dell'elaborazione: Cinque anni di cinema (2010-2014) e L'attività di spettacolo - 1° semestre 2015 a cura dell'Ufficio Statistica della SIAE-Società Italiana degli Autori ed Editori (Roma, 2016).

bali sono cresciuti in proporzione vistosa (+10,78% e +8,56%), ma le opere domestiche hanno accusato una specie di vuoto d'aria: -15,45% di ricavi in sala e -16,46% di presenze rispetto al 2014. Da notare che l'anno prima il bilancio complessivo di biglietti venduti e di spettatori si era chiuso col segno meno rispetto al 2013 (-7,09% e -6,13%) e i titoli nazionali avevano registrato cali ancora superiori (rispettivamente -16,37% e -17,54%) mentre la loro quota di mercato si era pur sempre assestata al 27,19% dei proventi contro il 30,64% di dodici mesi prima, facendo meglio rispetto a quella dei prodotti *made in USA* che era contemporaneamente decaduta dal 54,03% al 50,22%.

In un 2015 dalle attività in chiara ripresa l'incidenza delle opere italiane è invece precipitata al punto più basso – il 20,74% – dell'ultimo decennio e la leadership statunitense

TAVOLA 3

## LA COMPETIZIONE SUL MERCATO TRA FILM ITALIANI E STRANIERI

Nazionalità dei film*	TITOLI	QUOTA	INCASSI IN EURO		PRESENZE	QUOTA
			2013	2014		
Italia	365	34,1%	189.581.883	30,64%	30.358.501	31,16%
Stati Uniti	380	38,7%	334.304.987	54,03%	51.996.834	53,37%
Totale estero	646	65,9%	429.140.680	69,36%	67.076.287	68,84%
TOTALE GENERALE	981	100,0%	618.722.563	100,00%	97.434.788	100,00%
			2014			
Italia	382	32,2%	156.314.446	27,19%	25.387.642	27,76%
Stati Uniti	385	32,4%	288.569.377	50,22%	45.410.638	49,65%
Totale estero	805	67,8%	418.524.949	72,81%	66.077.957	72,24%
TOTALE GENERALE	1.187	100,0%	574.839.395	100,00%	91.465.599	100,00%
			2015**			
Italia	187	39,5%	132.155.876	20,74%	21.218.298	21,35%
Stati Uniti	200	42,3%	388.515.657	60,97%	59.631.017	60,01%
Totale estero	286	60,5%	505.109.828	79,26%	78.144.369	78,65%
TOTALE GENERALE	473	100,0%	637.265.704	100,00%	99.362.667	100,00%

\* I dati sono riferiti a tutti i film in distribuzione (fino al 31 dicembre per incassi e presenze), compresi i proseguimenti.

Fonte dell'elaborazione: Annuario Cinetel edizioni dal 2010 al 2014 a cura di Cinetel, Sintesi dati Cinetel (2015) a cura di ANEC-Associazione Nazionale Esercenti Cinema, ANEM-Associazione Nazionale Esercenti Multiplex, Cinetel e ANICA-Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Multimediali (Roma, 2016).

ha visto al contrario schizzare la sua al 60,97% (nel frattempo la fetta occupata dagli altri Paesi europei è diminuita dal 16,60% al 15,10%).

**Tutto il deficit matura nell'ambito delle top ten.** Le ragioni risalgono al rendimento dei titoli di punta. A fronte dell'*exploit* di *Sole a catinelle*, leader assoluto con 51,84 milioni di euro di incassi, e della performance di *Il principe abusivo*, terzo con 14,35 milioni nel 2013, l'anno successivo erano state tre le opere italiane (*Un boss in salotto*, *Il ricco, il povero e il maggiordomo* e *Sotto una buona stella*, piazzatesi rispettivamente al secondo, quinto e settimo posto) a ottenere entrate superiori a 10 milioni di euro, con un "tesoretto" cumulativo di 33,46 milioni di euro contro i 66,19 milioni del precedente. Nel 2015 soltanto *Si accettano miracoli* è entrato nella *top ten*, posizionandosi al settimo posto e incassando più di 10 milioni: 15,47, totale inferiore alla metà dei proventi a otto cifre conseguiti dai film "tricolori" nel 2013 ed equiparabile a meno di un quarto di quelli ottenuti nel 2014.

**TAVOLA 4**

**FILM ITALIANI E STRANIERI NELLA TOP TEN ASSOLUTA**

Ultimi 3 anni	FILM ITALIANI IN TOP TEN			FILM ESTERI IN TOP TEN		
	Titoli	Presenze	Incassi	Titoli	Presenze	Incassi
2013						
Top 3	1	8.005.352	51.845.978	2	4.687.246	32.041.446
Top 5	2	10.385.827	66.195.407	3	6.657.914	44.933.374
Top 10	2	10.385.827	66.195.407	8	15.364.627	59.189.623
2014						
Top 3	1	1.888.662	12.311.441	2	4.017.240	26.023.255
Top 5	2	3.475.956	23.196.986	3	5.504.833	37.498.530
Top 10	3	5.129.401	32.505.775	7	11.100.370	74.924.741
2015						
Top 3	0	0	0	3	10.261.105	68.981.146
Top 5	0	0	0	5	15.908.154	107.685.253
Top 10	1	2.353.256	15.474.362	9	25.438.028	172.667.716

Fonte dell'elaborazione: Annuario Cinetel edizioni dal 2013 al 2014 a cura di Cinetel, Sintesi dati Cinetel (2015) a cura di ANEC-Associazione Nazionale Esercenti Cinema, ANEM-Associazione Nazionale Esercenti Multiplex, Cinetel e ANICA-Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Multimediali (Roma, 2016).

**Senza campioni d'incasso il mercato interno entra in sofferenza.** A segnalare il debito d'ossigeno accusato dal film italiano nell'ultima stagione non è solo il confronto con i film statunitensi (nelle hit parade degli ultimi tre anni figura un solo titolo non prodotto da una delle *major* USA: la coproduzione inglese *Maleficent* [*Id.*], prima nel 2014). Lo rivela anche il grado d'incidenza della *top ten* italiana sul totale della produzione nazionale. Quando manca il traino di qualche opera domestica di successo tutto il mercato interno – in linea con il resto d'Europa – entra in sofferenza, come mostra il divario fra le quote di ingressi e incassi realizzati dai primi dieci titoli nell'ultimo biennio. Dal 20% del 2013, nel 2015 i valori sono scesi sotto il 10%.

TAVOLA 5

## INCIDENZA DELLA TOP TEN ITALIANA SUL MERCATO TOTALE

Ultimi 3 anni	PRESENZE DI SPETTATORI			VALORE INCASSI IN EURO		
	Numero	% su totale	Media a film	Euro	% su totale	Media a film
2013						
Top 3	11.505.870	11,80%	3.835.290	75.497.014	12,20%	25.165.671
Top 5	14.211.373	14,58%	2.842.274	93.109.098	15,04%	18.621.819
Top 10	19.072.608	19,57%	1.907.260	124.544.270	20,27%	12.454.427
2014						
Top 3	5.129.041	5,60%	1.709.680	33.509.775	5,83%	11.169.925
Top 5	7.696.173	8,41%	1.539.234	49.352.566	8,58%	9.870.513
Top 10	12.245.384	13,38%	1.224.538	77.686.726	13,51%	7.768.672
2015						
Top 3	4.278.521	4,30%	1.426.173	28.485.664	4,47%	9.495.221
Top 5	6.111.166	6,15%	1.222.233	40.309.263	6,32%	8.061.852
Top 10	9.714.510	9,77%	971.451	62.635.400	9,82%	6.263.540

Fonte dell'elaborazione: Annuario Cinetel edizioni dal 2013 al 2014 a cura di Cinetel, Sintesi dati Cinetel (2015) a cura di ANEC-Associazione Nazionale Esercenti Cinema, ANEM-Associazione Nazionale Esercenti Multiplex, Cinetel e ANICA-Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Multimediali (Roma, 2016).

Nel 2014 il film italiano aveva registrato il più alto numero di sempre di titoli (37) con ricavi superiori a 1 milione di euro, ma il loro rendimento medio in sala era stato il più basso in assoluto: 3,61 milioni. Nel 2015 le opere "milionarie" hanno superato di poco – 3,66 milioni – questa media, tuttavia a scendere è stato il loro numero – 28 – e l'incasso cumulato di 102,5 milioni di euro è risultato il peggiore dal 2009 in poi.

TAVOLA 6

## CINQUE ANNI DI FILM ITALIANI CON INCASSI MILIONARI

Ultimi 5 anni*	FILM CON INCASSI SUPERIORI A 1 MILIONE DI EURO					VALORE INCASSI IN EURO	
	Da 1 a 5	Da 5 a 10	Da 10 a 15	Oltre 15	Totale film	Totale annuo	Media a film
2011	18	6	4	3	31	191,7	6,18
2012	18	8	1	1	28	137,9	4,92
2013	14	8	1	1	24	164,3	6,85
2014	26	7	3	-	37	133,6	3,61
2015	22	5	0	1	28	102,5	3,66

\* I dati si riferiscono ai risultati conseguiti al box office dai film 100% italiani fra il 1° gennaio e il 31 dicembre di ogni anno.

Fonte dell'elaborazione: Annuario Cinetel edizioni dal 2011 al 2014 a cura di Cinetel, Sintesi dati Cinetel (2015) a cura di ANEC-Associazione Nazionale Esercenti Cinema, ANEM-Associazione Nazionale Esercenti Multiplex, Cinetel e ANICA-Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Multimediali (Roma, 2016).

**Quale propellente dai film di successo.** Dal momento che è convinzione consolidata in tutti i settori d'attività che sia sempre la risposta del pubblico a qualificare l'ampiezza dell'offerta, il 2015 va archiviato come un anno di tribolata transizione. Anche perché la stagione 2016 è stata sospinta fin dall'inizio dal clamoroso successo del film *Quo Vado?* interpretato da Checco Zalone e diretto da Gennaro Nunziante e il cinema nazionale ha

conseguito la miglior quota di mercato d'inizio anno della storia: 69,79% nei primi 17 giorni (nel 2015 era stata pari al 30,00%). La *top ten* del primo semestre vede al secondo posto *Perfetti sconosciuti* e all'ottavo *The Little Prince (Il piccolo principe)* con 13,5 milioni di biglietti venduti e 91,9 milioni di euro di proventi contro, rispettivamente, 11,2 e 74,2 milioni degli altri sette blockbuster *made in USA*.

## SPESA E CONSUMI: CRESCE LA RISPOSTA DEL PUBBLICO

Il nuovo successo della ditta Zalone-Nunziante sta a dimostrare che la domanda in sala è sempre sostenuta e disposta a consumare film. Analizzato sul versante di quello che può essere considerato il suo stato patrimoniale (il patrimonio di base, costituito dagli spettatori che frequentano le sale), il mercato registra una risposta del pubblico in crescita. L'ultima indagine multiscope sugli *Aspetti della vita quotidiana* che l'Istat ha condotto nel 2015 su un campione di 20mila famiglie ha riscontrato ad esempio un aumento della frequentazione annuale delle sale dal 47,8% al 49,7% di tutte le persone con almeno 6 anni di età.

### TAVOLA 7

#### C'È SEMPRE IL CINEMA AL VERTICE DEGLI INTRATTENIMENTI

Fruizione ogni 100 persone*	FRUIZIONE DI INTRATTENIMENTO DA PARTE DELLE PERSONE DI ALMENO 6 ANNI NEL 2015*							
	Proiezioni cinema	Eventi sportivi	Discoteche e ballo	Spettacoli teatrali	Musica non classica	Musica classica	Musei mostre	Siti archeo monumenti
ITALIA	49,7	25,7	20,1	19,6	19,3	9,7	29,9	23,6
NORD	49,3	27,0	20,1	21,2	20,1	11,1	35,9	26,9
CENTRO	52,9	27,0	20,5	22,4	20,0	10,7	33,2	26,8
SUD E ISOLE	48,3	23,4	19,2	15,9	17,9	7,4	20,0	17,6

\* I dati indicano il numero di chi – ogni 100 persone di 6 anni e più – ha fruito almeno una volta all'anno di un'attività culturale, d'intrattenimento, di spettacolo e ricreativa o di una manifestazione sportiva.

Fonte: indagine multiscope *Aspetti della vita quotidiana*, sezione "Attività culturali e ricreative", a cura dell'Istat (Roma, 2016).

**Da due anni più donne che uomini in sala.** In base alla valutazione per quote percentuali, la maggioranza dei frequentatori del grande schermo è costituita – e con un discreto margine – dalla componente maschile: 51,1 uomini su 100 rispetto alle 48,3 donne. Ma in realtà da due anni ormai prevale in platea la parte femminile. In Italia si contano infatti 31,29 milioni di donne (51,47% nel 2015, contro il 51,49% del 2014) e 29,50 milioni di uomini (48,53%) e pertanto i relativi indici di frequentazione ponderati in valori assoluti rivelano una composizione di genere opposta a quella espressa in quote percentuali.

**Anche l'alta frequenza parla al femminile.** Le statistiche Istat attestano che il 57,6% dei fruitori di cinema assiste da una a tre proiezioni all'anno, mentre il 18% arriva ad almeno sette visioni annuali. Anche in questo caso la parte di pubblico più fedele risulta quella femminile.

**È under 24 la platea dei grandi fruitori.** In merito alla composizione anagrafica i dati confermano come siano soprattutto i giovani fino a 24 anni (la quota media complessiva è del 78,2%) ad andare al cinema e in particolare quelli tra i 18 e i 19 anni, che fanno re-

TAVOLA 8

## DA DUE ANNI PIÙ DONNE CHE UOMINI AL CINEMA

Ultimi sei anni	UOMINI		DONNE		TOTALE PUBBLICO	
	Numero	% su 100	Numero	% su 100	Numero	% su 100
COMPOSIZIONE DEL PUBBLICO SECONDO IL GENERE						
2010	14.925	54,5	14.634	50,2	29.559	52,3
2011	15.198	55,9	15.071	51,6	30.269	53,8
2012	14.232	52,1	13.990	47,9	28.223	49,9
2013	13.539	49,2	13.239	45,1	26.778	47,1
2014	13.705	49,5	13.726	46,5	27.431	48,0
2015	14.183	51,1	14.254	48,3	28.437	49,7

Fonte: indagine multiscopo Aspetti della vita quotidiana, sezione "Attività culturali e ricreative", a cura dell'Istat (Roma, 2016).

TAVOLA 9

## QUANTE VOLTE GLI ITALIANI VANNO AL CINEMA

Numeri in .000	ALMENO 1 VOLTA		DA 1 A 3 VOLTE		7 VOLTE E PIÙ	
	Numero	% su 100	Numero	% su 100	Numero	% su 100
2010	29.559	52,3	32.304	56,4	13.338	23,6
2011	30.269	53,8	27.680	49,2	13.221	23,5
2012	28.223	49,9	30.768	54,4	11.142	19,7
2013	26.778	47,1	32.406	57,0	10.176	17,9
2014	27.431	48,0	33.146	58,0	10.001	17,5
2015	28.437	49,7	32.957	57,6	10.299	18,0
FREQUENZA DEL PUBBLICO SECONDO IL GENERE*						
Quota % su 100*	MASCHI			FEMMINE		
	1 volta	1-3 volte	7 e più	1 volta	1-3 volte	7 e più
2014	49,2	58,0	17,3	46,4	58,1	17,4
2015	51,1	56,9	18,0	48,3	58,4	18,1

\* I dati indicano il numero di chi - ogni 100 persone di 6 anni e più - ha frequentato le sale nel corso dell'anno.

Fonte: indagine multiscopo Aspetti della vita quotidiana, sezione "Attività culturali e ricreative", a cura dell'Istat (Roma, 2016).

gistrare la punta più alta in assoluto dell'84,7%. Da 11 a 24 anni, ossia nelle classi di età che possono essere definite ad alto consumo, è ancora una volta il genere femminile a mostrare quote superiori.

**Nel Mezzogiorno c'è la crescita maggiore.** Nelle analisi di mercato le mappe che disegnano la distribuzione territoriale degli incassi e degli ingressi registrati annualmente vengono in genere costruite sulla base dei valori assoluti e le quote di ripartizione maggiori coincidono con il Lazio e le Regioni settentrionali. In termini relativi (rispetto al numero di abitanti) l'indagine Istat non riscontra differenze rilevanti nell'afflusso alle strutture di proiezione dei diversi perimetri amministrativi e in particolare delle macroaree nazionali. Segnala al contrario come sia proprio il Mezzogiorno a denunciare i maggiori incrementi fra il 2014 e il 2015.

Questa crescita è rappresentata anche dalle variazioni del numero di persone dai 6 anni e più che hanno frequentato almeno una volta all'anno le sale. Nelle due macroaree del



TAVOLA 10

## COM'È COMPOSTO IL PUBBLICO DELLE SALE

PER CLASSI DI ETÀ OGNI 100 PERSONE													
% su 100*	6-10	11-14	15-17	18-19	20-24	25-34	35-44	45-54	55-59	60-64	65-74	+75	Totale
2013	66,8	76,9	81,5	84,3	79,3	66,3	54,8	47,0	36,7	29,3	19,5	6,4	47,0
2014	70,6	75,8	79,8	82,7	79,7	66,4	56,5	48,3	36,1	30,5	21,6	7,2	47,8
2015	70,3	75,4	82,7	84,7	82,0	68,7	58,2	51,2	40,7	34,1	22,4	8,3	49,7

  

PER CONDIZIONE E POSIZIONE PROFESSIONALE										
% su 100*	Occupato	Imp.-dir.	Quadro	Operaio	Autonomo	Casalino	Studente	Pensionato	Non lavoro	Totale
2013	57,8	67,1	67,4	46,0	50,8	23,4	85,1	17,2	17,4	44,7
2014	58,6	67,5	68,4	47,9	51,0	24,7	84,7	17,8	20,7	45,5
2015	59,8	67,0	69,4	50,1	51,7	27,0	86,9	18,8	23,7	47,3

\* I dati indicano il numero di chi – ogni 100 persone di 6 anni e più – ha fruito almeno una volta all'anno di un'attività culturale, d'intrattenimento, di spettacolo o sportiva. Le quote relative alla condizione e posizione professionale sono riferite al totale di ogni singola qualifica o categoria (la voce "Imp.-Dir." fra gli occupati corrisponde a imprenditori, dirigenti e liberi professionisti).

Fonte: indagine multiscope Aspetti della vita quotidiana, sezione "Attività culturali e ricreative", a cura dell'Istat (Roma, 2016).

TAVOLA 11

## FREQUENZA DEGLI SPETTATORI NELLE SALE D'ITALIA

Persone da 6 anni e più	FREQUENZA 2014			FREQUENZA 2015		
	Almeno 1	Da 1 a 3	7 e più	Almeno 1	Da 1 a 3	7 e più
ITALIA	47,8	58,0	17,5	49,7	57,6	18,0
NORD-OVEST	48,3	57,2	18,4	49,7	56,3	18,7
NORD-EST	46,6	59,1	17,7	48,7	57,9	20,2
CENTRO	53,3	52,2	21,5	52,9	53,4	20,4
SUD	44,6	62,0	13,6	48,3	60,4	15,6
ISOLE	45,1	62,4	14,0	49,7	57,6	18,0

Fonte: Sezione "Attività culturali e ricreative", dell'indagine multiscope Aspetti della vita quotidiana a cura dell'Istat (Roma, 2016).

Sud e delle Isole si riscontra una crescita di 790mila frequentatori, contro l'incremento di 383mila riscontrabile per Nord-Ovest e Nord-Est, mentre al Centro è attribuita una perdita di 66mila fruitori.

**Spettatori unici: il grande serbatoio dei piccoli Comuni.** La risposta all'offerta cinematografica è naturalmente più elevata dove la disponibilità infrastrutturale è maggiore, ossia nei Comuni delle aree metropolitane (58,7% di fruizione) e nelle loro periferie (54,9%). Se si valuta però lo stesso campo d'osservazione in termini numerici si constata che il bacino principale del patrimonio di spettatori per così dire "unici" è costituito dai Comuni con una popolazione compresa fra 10 e 50mila abitanti (7,41 milioni di persone e 26,07% del totale). In seconda fila si colloca il numero di Comuni da 2 a 10mila persone, con 5,83 milioni di frequentatori, pari al 20,50% della popolazione. Insieme rappresentano il 46,57% del popolo di fruitori di film e superano (13,24 milioni contro 8,96) quello di tutte le aree metropolitane – pari al 31,48% – considerate tradizionalmente centrali nell'analizzare le dimensioni del mercato della domanda.

TAVOLA 12

## DOVE È PIÙ ALTO IL CONSUMO DI CINEMA

Numeri in .000	NORD-OVEST		NORD-EST		CENTRO		SUD		ISOLE			
	Numero	% su 100	Numero	% su 100	Numero	% su 100	Numero	% su 100	Numero	% su 100		
RIPARTIZIONE PER MACROAREE												
2013	7.147	47,1	5.054	47,4	5.855	46,6	6.052	53,0	2.560	40,3		
2014	7.369	48,0	5.122	48,6	6.097	46,9	5.963	53,7	2.880	45,2		
2015	7.546	49,7	5.328	49,7	6.031	48,7	6.453	52,9	3.080	48,3		
Numeri in .000	CENTRO*		PERIFERIA*		FINO A 2.000*		2001-10.000*		10.001-50.000*		PIÙ DI 50.000*	
	Numero	%	Numero	%	Numero	%	Numero	%	Numero	%	Numero	%
SUDDIVISIONE PER AREE COMUNALI												
2013	4.771	56,4	3.732	54,8	1.130	35,8	5.512	41,1	6.783	44,9	4.850	49,6
2014	4.667	55,1	3.773	53,9	1.300	40,5	5.734	42,4	7.126	46,5	4.832	50,2
2015	5.086	58,7	3.879	54,9	1.128	35,9	5.831	43,9	7.413	48,3	5.101	52,1

\* Nelle rilevazioni Istat le aree comunali sono distinte in: centri dell'area metropolitana; periferia dell'area metropolitana; Comuni fino a 2mila abitanti; da 2.001 a 10mila; da 10.001 a 50mila; con più di 50mila abitanti.

Fonte: indagine multiscope Aspetti della vita quotidiana, sezione "Attività culturali e ricreative", a cura dell'Istat (Roma, 2016).

## SEMPRE AL VERTICE DELLA PRODUZIONE INTERNAZIONALE

Dal 2010 la produzione cinematografica nel mondo è in continua crescita e da 6mila titoli è arrivata a 6.762. L'Italia, rientrata nella *top ten* nel 2014 con il record storico di 201 film prodotti, ha conservato la decima posizione nonostante il numero di opere sia sceso a 185 e che nel computo degli altri Paesi europei confluiscono anche i documentari (111 in Spagna, 91 in Germania, 47 in Francia e Gran Bretagna). Valutata in funzione dei film d'iniziativa nazionale – 100% domestici e coproduzioni maggioritarie – la *top ten* d'Europa vede così l'Italia al terzo posto.

## L'INVERSIONE DI TENDENZA NEL CICLO DEGLI INVESTIMENTI

Tra i cambiamenti più significativi che hanno accompagnato la produzione nel 2015 si segnala l'inversione di tendenza maturata nel ciclo degli investimenti. Fra il 2009 e il

TAVOLA 13

## TOP TEN MONDIALE

## TOP TEN D'EUROPA

Film per nazionalità			Film d'iniziativa nazionale		
1.	INDIA	2.055	1.	FRANCIA	192
2.	STATI UNITI	791	2.	GRAN BRETAGNA	139
3.	CINA	686	3.	ITALIA	135
4.	GIAPPONE	581	4.	SPAGNA	127
5.	FRANCIA	300	5.	GERMANIA	100
6.	COREA DEL SUD	269	6.	PAESI BASSI	44
7.	GERMANIA	236	7.	ROMANIA	35
8.	SPAGNA	255	8.	POLONIA	32
9.	GRAN BRETAGNA	201	9.	BELGIO	30
10.	ITALIA	185	10.	SVEZIA	28

Fonte: World Film Market Trends a cura dell'Osservatorio europeo dell'audiovisivo di Strasburgo.

2014, dopo un primo triennio sostanzialmente stabile, seppure in lieve discesa da 439,5 a 423,1 milioni di euro nel 2011, l'afflusso di risorse era prima salito a 493,1 milioni nel 2012 e poi crollato a 334,9 nel 2013 e quindi a 319,5 milioni nel 2014, portando il costo medio industriale delle opere al minimo storico di 1,59 milioni di euro. Nel 2015 l'apporto di capitali di rischio ha di nuovo ripreso consistenza con una raccolta di 338,82 milioni di euro, restituendo ossigeno ai *business plan* per una media pari a 1,85 milioni.

**Mai così tante risorse ai prodotti nazionali.** Nella composizione del fabbisogno 2015 si distingue il finanziamento nei 135 film d'iniziativa italiana – 275,22 milioni di euro –, che risulta il più elevato dal 2003. Anche la raccolta a supporto delle coproduzioni, che nel solo triennio 2012-2014 si era inaridita di 183,7 milioni (-77,57%) falciando in pratica il monte risorse totale del comparto, è aumentata di 10,5 milioni di euro (+19,66%).

**TAVOLA 14**

**TUTTI I CAPITALI INVESTITI NELLA PRODUZIONE NAZIONALE**

Risorse e opere	TOTALE FILM DI NAZIONALITÀ ITALIANA				FILM D'INIZIATIVA ITALIANA			COPRODUZIONI CON L'ESTERO		
	Film	Trend	Milioni €	Trend	Milioni €	Quota	Trend	Milioni €	Quota	Trend
2009	131	-14,93%	439,5	-1,08%	218,9	49,81%	-13,58%	220,6	50,19%	+21,54%
2010	141	+7,63%	424,0	-3,52%	254,7	60,07%	+16,35%	169,3	39,93%	-23,25%
2011	155	+9,93%	423,1	-0,21%	258,1	61,00%	+1,32%	165,0	49,00%	-2,54%
2012	166	+7,09%	493,1	+16,54%	256,2	52,96%	-0,73%	236,8	47,04%	+43,51%
2013	167	+0,60%	334,9	-32,08%	257,8	76,98%	+0,62%	77,1	23,02%	-67,44%
2014	201	+20,36%	319,5	-4,59%	266,3	83,36%	+3,29%	53,1	16,42%	-31,13%
2015	185	-7,96%	338,8	+5,69%	275,2	81,23%	+3,31%	63,6	18,77%	+19,66%

Fonte dell'elaborazione: Il cinema italiano in numeri (anni solari 2009-2011) e Tutti i numeri del cinema italiano (2012-2015) a cura dell'Ufficio Studi Ced/ANICA (2009-2010), dell'Unità di studi congiunta DGCinema-ANICA (2011-2014) e della Direzione Generale Cinema del MiBACT (2015).

**TUTTE LE CLASSI DI COSTO COL SEGNO PIÙ**

La sovrapproduzione di opere del 2014 (record assoluto di 201 titoli) si era riflessa sulla loro caratura, con un costo industriale di 1.589.701 euro per ciascun film di nazionalità italiana, che rappresenta il minimo storico degli ultimi tredici anni. Soltanto 25 progetti erano stati realizzati con budget superiori a 3,5 milioni di euro, in quella che può essere considerata la *business class* del film italiano, che ne difende il *benchmark* più rappresentativo in termini di qualità, di successo al box office e di competitività sul piano internazionale.

**Segnali di ripresa per i film con grandi budget.** Nel 2015 la provvista al servizio del *cluster* superiore si è rialzata in misura significativa (+15,82%) e pur in presenza di quattro titoli in più rispetto ai dodici mesi precedenti ha consentito di mantenere quasi inalterato il costo medio (-0,15%) e di riposizionare la porzione d'appannaggio sulla raccolta complessiva di capitali oltre la soglia del 60%, rispetto alla percentuale del 53,36% dell'anno precedente, adagiata al suo più basso grado d'incidenza.

TAVOLA 15

## CARATURA DEI FILM D'INIZIATIVA ITALIANA PER CLASSI DI COSTO

Valori in .000 €	COSTO MEDIO A FILM IN .000 €				COSTO INDUSTRIALE IN .000 €			
	2012	2013	2014	2015	2012	2013	2014	2015
STIMA DEI COSTI A BUDGET PER I FILM PRODOTTI								
Fino a 200mila €	83	115	114	129	3.072	6.126	1.951	2.204
201-800mila €	502	426	455	488	14.067	11.516	18.660	17.584
801-1.500mila €	1.163	1.108	1.174	1.134	27.920	21.065	30.532	31.764
1.501-2.500mila €	1.867	1.915	1.868	1.901	26.136	38.302	35.502	32.324
2.501-3.500mila €	2.839	2.932	2.958	3.035	36.912	29.329	35.500	24.280
Oltre 3.500mila €	6.621	5.826	5.769	5.760	225.117	151.479	144.231	167.058
TOTALE*	2.221	1.663	1.902	2.038	333.225	257.820	266.378	275.216

\* I valori sono stimati sui costi industriali dei film d'iniziativa italiana (100% italiani e coproduzioni maggioritarie e paritarie).

Fonti d'elaborazione: Tutti i numeri del cinema italiano (2012-2015) a cura dell'Unità di studi congiunta DGCinema-ANICA (2012-2014) e della Direzione Generale Cinema del MiBACT (2015).

TAVOLA 16

## SUDDIVISIONE DEI FILM PER CLASSI DI COSTO

In .000 €	FINO A 200	201-800	801-1.500	1.501-2.500	2.501-3.500	OLTRE 3.500	TOTALE
NUMERO DELLE OPERE D'INIZIATIVA ITALIANA							
2012	37	28	24	14	13	34	151
2013	53	25	21	15	13	29	155
2014	17	41	26	19	12	25	140
2015	17	36	28	17	8	29	135
QUOTA SUL TOTALE DEI FILM PRODOTTI							
2012	24,67%	18,67%	16,00%	9,33%	8,66%	22,67%	100,0%
2013	34,19%	16,13%	13,55%	9,68%	8,39%	18,06%	100,0%
2014	12,14%	29,29%	18,57%	13,57%	8,57%	17,86%	100,0%
2015	12,59%	26,67%	20,74%	12,59%	5,93%	21,48%	100,0%
INCIDENZA PER CLASSI SUL TOTALE DEI COSTI							
2012	0,92%	4,22%	8,38%	7,84%	11,08%	67,56%	100,0%
2013	2,38%	4,46%	8,17%	14,86%	11,38%	58,75%	100,0%
2014	1,97%	7,11%	11,30%	13,13%	13,13%	53,36%	100,0%
2015	0,80%	6,39%	11,54%	11,75%	8,82%	60,70%	100,0%

Fonti d'elaborazione: Tutti i numeri del cinema italiano (2012-2015) a cura dell'Unità di studi congiunta DGCinema-ANICA (2012-2014) e della Direzione Generale Cinema del MiBACT (2015).

## SCENDE IN EUROPA LA SINDROME DEL BASSO PROFILO

Il problema di alimentare la raccolta di fondi del comparto e di sostenere al contempo il budget medio al servizio dei singoli film è comune ai mercati europei e nel 2014 si era riproposto con una certa recrudescenza nei cosiddetti "big five", cioè nei Paesi delle principali cinematografie del continente: Francia, Italia, Gran Bretagna, Spagna e Germania. La criticità maggiore si legava al crescente numero di produzioni a basso costo e al relativo contenimento del numero di film a più alto budget e soprattutto del livello medio dei loro piani d'investimento. Nel 2015 la sindrome da *overbooking* di low budget è ancora presente, ma i dati disponibili ne indicano la parziale attenuazione.

## DUE FATTORI CHIAVE NEL FLUSSO E NELL'IMPIEGO DI CAPITALI

Il *Rapporto* offre una comparazione delle fonti d'approvvigionamento nei Paesi (Italia, Francia e Gran Bretagna) per i quali sono disponibili dati di riferimento, sia pure non del tutto omogenei. Dal confronto, particolarmente articolato e complesso, emerge un sostanziale equilibrio dell'apporto in valori percentuali dei quattro principali tasselli che compongono la dotazione finanziaria dei progetti: capitali privati, aiuti pubblici, apporto dei network tv e risorse estere. Alle rispettive quote d'incidenza corrispondono però valori assoluti di entità profondamente diversa.

**Perché i partner esteri sono determinanti.** Un primo aspetto riguarda l'immissione dei capitali stranieri che confluiscono nelle coproduzioni. Dal momento che si avvalgono del concorso di più finanziamenti, i budget delle opere realizzate in compartecipazione con operatori esteri si collocano nella fascia alta di costo e pertanto generano una quota di contributo economico in grado di dare consistenza agli investimenti medi a film.

In questo perimetro negli ultimi tre anni l'industria italiana sconta una caduta verticale dell'attività. Le coproduzioni si sono ridotte da 37 del 2012 a 29 nei dodici mesi seguenti e quindi a 21 nel 2014, per riprendersi in parte nel 2015 risalendo a 28. In particolare sono andate in debito d'ossigeno quelle d'iniziativa straniera, falcidiate da 16 a 11 (più una paritaria), poi a 7 e infine a 6.

TAVOLA 17

### APPORTO DI CAPITALI NEI FILM D'INIZIATIVA STRANIERA

Valori in milioni €	ITALIA*		FRANCIA		GRAN BRETAGNA**	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Film d'iniziativa straniera	7	6	55	66	16	15
Quota su totale film	5,00%	4,44%	21,31%	22,00%	8,60%	10,26%
Monte investimenti	53,15	63,60	194,95	200,38	58,70	59,91
Quota su totale risorse	16,63%	18,77%	24,39%	19,57%	16,60%	20,91%
Budget d'iniziativa straniera	7,59	10,60	3,54	3,03	3,66	3,99
Budget d'iniziativa nazionale	1,90	2,03	3,93	4,37	1,28	1,82

\* Tutti i dati relativi all'Italia corrispondono ai valori accertati per le produzioni che hanno presentato regolare DIL (denuncia di inizio lavorazione): 126 film 100% nazionali, 14 coproduzioni maggioritarie e 7 minoritarie per un totale di 147 nel 2014; 135 titoli d'iniziativa nazionale (113 opere 100% nazionali e 22 coproduzioni maggioritarie) e 6 d'iniziativa straniera per un totale di 141 nel 2015.

\*\* L'incidenza dei film d'iniziativa straniera per la Gran Bretagna è stata valutata in rapporto al totale dei film d'iniziativa inglese, comprensivo delle opere "domestic" (100% nazionali) e delle "majority co-production", escludendo i titoli "inward investment", sia "independent" sia "US studio backed".

Fonte dell'elaborazione: per l'Italia Tutti i numeri del cinema italiano (2014-2015) a cura dell'Unità di studi congiunta DGCINEMATICA (2014) e della Direzione Generale Cinema del MIBACT (2015); per la Francia Bilan du CNC a cura del CNC-Centre national du cinéma et de l'image animée di Parigi; per la Gran Bretagna Statistical Yearbook a cura del BFI-British Film Institute di Londra.

Il raffronto fra il budget medio dei film d'iniziativa straniera e quello dei titoli d'iniziativa italiana permette di percepire quanto respiro, non solo finanziario, le coproduzioni minoritarie siano in grado di infondere all'industria nel suo complesso. È emblematico il caso della Francia. Dopo il grande crollo da 1.1019,22 a 799,18 milioni (l'importo più basso degli ultimi dieci anni) del 2014, il film francese ha recuperato al suo monte re-



tributivo 224,61 milioni di euro grazie in buona misura ai 164,17 milioni di euro in più (106,88 dei quali di capitali stranieri) investiti nelle coproduzioni. Conforta il fatto che i produttori d'Oltralpe siano i primi partner dei colleghi italiani con 10 collaborazioni nel 2014 e 17 nel 2015 e che nell'ambito di queste partnership i progetti di paternità dei cineasti italiani siano rispettivamente ben 9 e 10.

## TAX CREDIT: ANELLO DI CONGIUNZIONE E PRIMA LEVA FINANZIARIA

Ancor più essenziali si dimostrano i finanziamenti indotti – nel quadro delle sovvenzioni e agevolazioni pubbliche nazionali – dalla disponibilità all'accesso al credito d'imposta, che continua a rivelarsi uno strumento fondamentale per convogliare nella dotazione complessiva d'investimento altri fondi elargiti da imprese e soggetti privati. Il quadro di distribuzione delle risorse per i film d'iniziativa italiana secondo l'origine dei capitali mostra come la crescita in valori assoluti dell'apporto privato avvenuta fra il 2013 e il 2015, pari al 5,06%, sia sostanzialmente in linea con l'incremento del 6,75% del fabbisogno complessivo. Sotto il profilo delle provenienze si delinea però una netta divaricazione. A svilupparsi in effetti è la posta relativa alle risorse indotte tramite il ricorso al tax credit, che passa da 73,40 a 117,57 milioni, grazie in particolare al contributo finanziario degli investitori esterni al comparto, in ascesa da 41,69 milioni del 2013 a 67,08 nel 2014 e a 82,28 nell'ultimo anno con una performance nel periodo espressa nel +97,36% della variazione percentuale.

**TAVOLA 18**

### RISORSE AL SERVIZIO DELLA PRODUZIONE ITALIANA

Apporti ai film d'iniziativa italiana	2013 - 155 FILM		2014 - 140 FILM		2015 - 135 FILM	
	Milioni €	Trend	Milioni €	Trend	Milioni €	Trend
<b>RAPPORTO TRA CAPITALI D'ORIGINE PRIVATA E CONTRIBUTI PUBBLICI</b>						
VALORE TOTALE	257,82	-22,63%	266,38	+3,20%	275,22	+3,32%
Capitali privati	229,92	-8,92%	232,07	+0,93%	241,57	+4,09%
Contributi pubblici	27,90	-0,17%	34,31	+22,07%	33,65	-1,96%
Film d'iniziativa italiana	Milioni €	Quota	Milioni €	Quota	Milioni €	Quota
<b>INVESTIMENTI DA CREDITO D'IMPOSTA</b>						
VALORE TOTALE	73,40	28,47%	99,55	37,37%	117,57	42,72%
Apporto investitori esterni	41,69	16,17%	67,08	25,18%	82,28	29,90%
Tax credit produzione	31,71	12,30%	32,47	12,19%	35,29	12,82%

*Fonte dell'elaborazione: Tutti i numeri del cinema italiano (2013-2015) a cura dell'Unità di studi congiunta DG Cinema-ANICA (2013-2014) e della Direzione Generale Cinema del MiBACT (2015).*

Dal momento che la chiave del modello di business del comparto risiede nel portafoglio di investimenti, il credito d'imposta è il principale strumento che permette di elevare la disponibilità di risorse e, alzandone il livello, agisce come ulteriore propulsore della leva finanziaria a budget, su cui contare per sostenere il piano di business.

## QUANTO SI È ALLARGATO IL PERIMETRO DEL CREDITO D'IMPOSTA

Nell'ultimo biennio i capitali indotti dal ricorso al credito d'imposta e investiti al servizio

della realizzazione di nuovi progetti sono aumentati di 20,76 milioni di euro con un progresso nel 2015 del 38,50% rispetto al 2013. In particolare a registrare tassi di crescita più sostenuti è stato l'apporto di risorse in regime di tax credit da parte dei soggetti che operano all'esterno della filiera, con un incremento nel biennio di 16,03 milioni, che è andato in pratica a raddoppiare la contribuzione di 16,88 milioni rilevata nel 2013.

**TAVOLA 19**  
**CINQUE ANNI DI TAX CREDIT PER I FILM ITALIANI**

Dati annuali	OPERE DI NAZIONALITÀ ITALIANA			VALORE IN € DELLE RICHIESTE DI CREDITO D'IMPOSTA			
	Richieste	Quota*	Variazione	Milioni €	Variazione	Media in €	Trend
<b>TOTALE DELLE RICHIESTE DI CREDITO D'IMPOSTA</b>							
2011	170	109,68%	-	53.030	-	311.941	-
2012	200	120,48%	+17,64%	60.060	+13,25%	300.300	-3,73%
2013	197	117,96%	-1,50%	53,920	-12,05%	273.705	-8,85%
2014	260	176,87%	+31,98%	64,720	+20,02%	248.884	-9,07%
2015	284	201,41%	+9,23%	74,680	+15,39%	262.957	+5,41%
<b>FILM CON ALMENO UNA RICHIESTA DI CREDITO D'IMPOSTA</b>							
2011	100	68,49%	-	53,030	-	530.030	-
2012	106	63,85%	+6,00%	60,060	+13,25%	566.603	+6,79%
2013	96	57,48%	-9,43%	53,920	-12,05%	561.771	-0,85%
2014	125	85,03%	+30,21%	64,720	+20,02%	517.680	-7,85%
2015	123	87,23%	-1,60%	74.680	+15,39%	607.154	+17,28%

\* La quota percentuale delle richieste (parte alta della tavola) esprime il rapporto virtuale fra il totale di istanze di credito d'imposta presentate e il numero effettivo dei film d'iniziativa nazionale (2011-2013) o dei film italiani dichiarati ammissibili (2014-2015) prodotti nell'anno. La quota percentuale relativa alle opere (seconda parte della tavola) esprime invece l'incidenza effettiva del numero di film per i quali è stata presentata almeno una richiesta d'investimento con accesso al regime di tax credit rispetto al totale dei titoli italiani "ammissibili" prodotti nell'anno.

Fonte dell'elaborazione: Il cinema italiano in numeri (anno solare 2011) a cura dell'Ufficio Studi Ced/ANICA e Tutti i numeri del cinema italiano (2012-2015) a cura dell'Unità di studi congiunta DG/Cinema-ANICA (2011-2014) e della Direzione Generale Cinema del MiBACT (2015).

**Decisivo per attrarre film stranieri.** Al bilancio generale si affianca in positivo il rendimento degli investimenti favoriti dal sistema d'incentivazione fiscale per i film stranieri in lavorazione in Italia.

**TAVOLA 20**  
**TAX CREDIT PER FILM STRANIERI NEL TRIENNIO 2013-2015**

Ultimi 3 anni	NUMERO PAESI		RICHIESTE		MEDIA A FILM		INVESTIMENTO		MEDIA A FILM	
	FILM	ESTERI	Milioni €	Trend	Importo €	Trend	Milioni €	Trend	Importo €	Trend
<b>FILM E PAESI NEI ULTIMI TRE ANNI</b>										
2013	14	9	3,810	-58,64%	272.142	-57,35%	15.220	-42,42%	1.087.142	-57,42%
2014	30	12	16,710	+338,58%	557.000	+104,67%	66,840	+339,15%	2.228.000	+104,94%
2015	24	13	21,220	+26,99%	883.166	+58,55%	84,990	+27,15%	3.541.250	+58,94%

Fonte dell'elaborazione: Tutti i numeri del cinema italiano (2012-2015) a cura dell'Unità di studi congiunta DG/Cinema-ANICA (2011-2014) e della Direzione Generale Cinema del MiBACT (2015).

**Ora è aperto anche a tv e web.** L'accesso al credito d'imposta è stato aperto per la prima volta nel 2015 anche alle opere prodotte per i canali televisivi e per il web. Sono 104 i progetti per i quali è stata richiesta da parte di 49 società l'ammissione al tax credit, per un

totale di 54,20 milioni di euro e per un valore complessivo dei relativi investimenti eleggibili valutato in 357,10 milioni di euro. I titoli destinati alla tv superano abbondantemente – 95 a 9 – quelli rivolti alla diffusione via Internet: l'83% delle richieste è stato presentato da Rai (78%) e Mediaset.

**TAVOLA 21**  
**TAX CREDIT PER OPERE AUDIOVISIVE AMMISSIBILI**

TOTALE OPERE	PIATTAFORMA TV				PIATTAFORMA WEB				
	Fiction	Doc	Animazione	Totale tv	Fiction	Doc	Animazione	Totale web	
TITOLI PER PIATTAFORMA E GENERE									
104	76	12	7	95	8	1	0	9	
TOTALE MILIONI €	Fino a 100mila	100-500mila	500-1 milione	1-2 milioni	2-3 milioni	4-5 milioni			
OPERE PER FASCIA DI TAX CREDIT RICHIESTO									
54,2		26	34	18	23	2		1	
Gruppo Rai	Mediaset	ARD	Espresso	Discovery	Disney	BBC	Netflix	tv Svizzera	Altri
RIPARTIZIONE DEI TITOLI PER CANALI DI DIFFUSIONE									
78%	5%	3%	2%	1%	1%	1%	1%	1%	2%

Fonte dell'elaborazione: Tutti i numeri del cinema italiano (2015) a cura della Direzione Generale Cinema del MiBACT (2016).

## COME SI EVOLVE L'INTERVENTO PUBBLICO

Come già rilevato nelle ultime edizioni del *Rapporto* è l'adozione di questa forma di incentivazione fiscale ad aver reso ancora sostenibile nel periodo più recente il livello del fabbisogno finanziario del cinema nazionale, fino a riportare sopra la quota di 2 milioni di euro la media del costo industriale di tutti i film d'iniziativa italiana prodotti nel 2015. E a fronte dei risultati ottenuti, il pacchetto di agevolazioni fiscali, su proposta del Ministro Dario Franceschini, titolare del dicastero MiBACT, è stato rafforzato dal Governo con l'iniezione di ulteriori 25 milioni di euro nel fondo di dotazione, salito per il 2016 a 140 milioni. Dopo due cali consecutivi, nel 2015 sono saliti in misura considerevole anche i contributi diretti erogati attraverso il FUS-Fondo Unico per lo Spettacolo, che alimentano le attività di promozione e diffusione svolte dalla comunità cinematografica lungo tutto il territorio. Gli aiuti sono aumentati di 21,46 milioni di euro, con una variazione pari al 24,21%.

**I nuovi contributi agli autori under 35.** Nell'ambito dei contributi diretti ai progetti in produzione era prevista per il 2015 una contrazione del numero complessivo (143 nel 2014) ma ai 124 film delle tradizionali categorie d'assegnazione si sono aggiunti i 51 della nuova sezione dedicata ai giovani autori under 35, portando la somma cumulativa a 175.

**La filiera come missione di destino.** Nel quadro globale dell'azione pubblica è la filiera cinematografica, nel suo complesso, che vede progressivamente aumentare l'azione nei confronti del proprio sostegno, alimentato principalmente attraverso il ricorso degli investitori al credito d'imposta, in grado di conferire oltre il 60% dell'apporto di risorse generate attraverso l'intervento statale.

**TAVOLA 22****EVOLUZIONE DEL FUS CINEMA PER OBIETTIVI**

Milioni di euro	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Produzione progetti	43,300	36,160	27,400	19,690	25,892	22,050	21,800	30,090
Contributi sugli incassi	23,500	30,000	4,295	20,000	20,000	18,000	18,000	18,880
Esercizio	11,505	19,689	10,400	7,700	13,281	8,200	7,600	9,900
Promozione	16,251	13,739	11,865	9,415	10,029	12,366	11,311	12,410
Enti di settore*	35,911	36,291	35,000	31,900	30,540	32,500	29,908	38,800
<b>TOTALE SOSTEGNI DIRETTI FUS CINEMA</b>								
SOSTEGNI FUS	130.467	135,829	88,960	88,705	99.742	93,116	88,619	110.080

\* Sono tre: Centro Sperimentale di Cinematografia, Istituto Luce-Cinecittà e Fondazione la Biennale di Venezia.

Fonte dell'elaborazione: Sostegno economico al cinema italiano nel 2014 e Tutti i numeri del cinema italiano (2015) a cura della Direzione Generale Cinema del MiBACT (2014-2015).

**TAVOLA 23****QUANTI CONTRIBUTI DIRETTI AI PROGETTI DI PRODUZIONE**

Contributi in milioni di €	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>PROGETTI RICONOSCIUTI ELEGGIBILI AL SOSTEGNO FUS</b>								
Opere sostenute	121	121	128	122	161	130	143	175
Contributi deliberati	43,3	36,2	27,4	19,7	25,9	22,0	21,5	24,5
Contributi in milioni di €	Interesse Culturale	Opere prime e seconde	Cortometraggi	2015				
<b>FILM REALIZZATI NEL 2015 DA GIOVANI AUTORI UNDER 35</b>								
Opere sostenute		3		21			27	51
Contributi deliberati		0,90		4,05			0,67	5,62
Importo medio in .000		300,0		192,8			24,8	110,2

Fonte dell'elaborazione: Sostegno economico al cinema italiano nel 2014 e Tutti i numeri del cinema italiano (2015) a cura della Direzione Generale Cinema del MiBACT (2014-2015).

**TAVOLA 24****QUANTE RISORSE ALLA FILIERA DA FUS E TAX CREDIT**

Milioni di euro	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
TOTALE GENERALE*	148,234	168,404	161.076	180,220	199,476	187,356	203,046	266,100
Parziale filiera**	96,072	118,421	114,211	138,905	158,906	145,672	171.924	219,510
Quota filiera	64,81%	70,32%	70,90%	77,07%	79,66%	77,75%	84,67%	82,49%
Quota sostegni FUS	88,02%	80,66%	55,23%	49,22%	50,01%	48,75%	43,60%	39,63%
Quota tax credit	11,98%	19,34%	44,77%	50,78%	49,99%	51,25%	56,40%	60,37%

\* I valori relativi ai totali sono arrotondati in base agli importi inferiori alle migliaia di euro.

\*\* Oltre agli importi relativi al credito d'imposta per tutti i segmenti del comparto (160,64 milioni di euro, pari al 60,37% del supporto statale globale), l'ammontare parziale dei sostegni destinati alla filiera produttiva comprende nell'ambito dei contributi FUS le voci "produzione progetti", "film realizzati" ed "esercizio", corrispondenti a 46,59 milioni e a una quota del 39,63%.

Fonte dell'elaborazione: Sostegno economico al cinema italiano nel 2014 e Tutti i numeri del cinema italiano (2015) a cura della Direzione Generale Cinema del MiBACT (2014-2015).

**DALLA PRODUZIONE AL CONSUMO**

Continua a salire il numero dei film in programmazione (981 nel 2013, 1.187 nel 2014 e 1.285 nel 2015) e cresce anche l'offerta di prime uscite, arrivate a superare nell'ultimo anno la quota di 500. In termini percentuali, sono soprattutto i titoli italiani ed europei a

incrementare il loro apporto, mentre la produzione USA tende a limitare le sue proposte, anche se nel novero dei debutti europei ed esteri figurano anche numerose pellicole (target Gran Bretagna o Australia, Canada e Nuova Zelanda) materialmente realizzate dagli studios statunitensi.

**TAVOLA 25**  
**SEMPRE PIU' PRIME USCITE PROPOSTE DAL MERCATO**

Ultimi 5 anni	TOTALE TITOLI	FILM ITALIANI		FILM STRANIERI		FILM USA		FILM EUROPEI		ALTRI FILM ESTERI	
		Titoli	Quota	Titoli	Quota	Titoli	Quota	Titoli	Quota	Titoli	Quota
2011	386	133	34,46%	253	65,54%	155	40,15%	78	20,21%	20	5,18%
2012	364	127	34,89%	237	65,11%	130	35,71%	88	24,18%	19	5,22%
2013	452	162	35,84%	290	64,16%	148	32,74%	114	25,22%	28	6,20%
2014	470	171	36,38%	299	63,62%	141	30,00%	118	25,11%	40	8,51%
2015*	504	187	37,10%	317	62,90%	132	26,19%	136	26,99%	49	9,72%

\* Il totale comprende 473 film e 31 film in 3D.

Fonti dell'elaborazione: Annuario Cinetel edizioni dal 2011 al 2014 e I dati del mercato cinematografico 2015 a cura di Cinetel (2016).

**L'intera stagione in 30 titoli.** A un'offerta di prodotto molto elevata corrisponde la attenta selezione operata sul mercato del consumo in sala dalla risposta del pubblico. Al di là della presenza o meno (come nel 2014) di blockbuster d'assoluto impatto, gli esiti stagionali si decidono attorno a una ristretta cerchia di titoli: la *top 10* – meno dell'1% dei film in visione – concentra quasi il 30% delle scelte e la *top 30* (con una quota inferiore in genere al 3%) è sufficiente a coprire il 50% dello share globale.

**TAVOLA 26**  
**CONCENTRAZIONE DELLO SHARE NELLE PRIME USCITE DI SUCCESSO**

Ultimi 5 anni	ANNO 2011		ANNO 2012		ANNO 2013		ANNO 2014		ANNO 2015	
	% Film	% Presenze	% Film	% Incassi	% Film	% Presenze	% Film	% Presenze	% Film	% Presenze
TOP 10	1,10%	26,88%	0,95%	27,06%	1,02%	26,49%	0,84%	17,99%	0,78%	27,97%
TOP 20	2,20%	41,43%	1,91%	41,33%	2,04%	39,34%	1,68%	29,90%	1,55%	39,92%
TOP 30	3,30%	51,96%	2,86%	51,74%	3,06%	48,47%	2,52%	41,02%	2,33%	48,27%
TOP 40	4,40%	59,19%	3,82%	60,16%	4,08%	55,80%	3,37%	49,60%	3,11%	55,04%
TOP 50	5,50%	64,59%	4,77%	66,11%	5,10%	61,98%	4,21%	56,52%	3,89%	60,56%

Fonti dell'elaborazione: I dati del mercato cinematografico (2011-2015) a cura di Cinetel (2016).

## È IN DISTRIBUZIONE LA CHIAVE DELLE STRATEGIE

I parametri di *rating* espressi dal circuito dell'esercizio indicano quanto sia strategicamente sempre più determinante il mercato della distribuzione, in particolare per individuare il posizionamento delle copie nella mappa delle sale lungo il territorio, rispetto ai target di riferimento dei film. In Italia si registra un progressivo contenimento degli operatori nazionali (mai prima d'ora la quota era scesa sotto il 40%) e il contestuale rafforzamento delle quattro filiali delle *major* statunitensi. Il problema è comune al resto d'Europa (in Gran Bretagna la quota USA arriva all'82,0%) e a gran parte del mondo. Se-



condo i dati del suo ultimo rapporto *Theatrical Market Statistics 2015*, MPA-Motion Picture Association of America – che riunisce le sei *major* Universal Studios, 20th Century Fox, Warner Bros., Paramount Pictures, Walt Disney e Sony Pictures – detiene una quota del 40% al box office sul mercato mondiale, che è valutata in 38,3 miliardi di dollari (circa 28,0 miliardi di euro).

**TAVOLA 27**

**CINQUE ANNI DI COMPETIZIONE NEL CIRCUITO DISTRIBUTIVO**

Quote annuali	01 E MEDUSA*		TOTALE ITALIA*		FILIALI USA**		TOTALE ESTERE	
	Incassi	Ingressi	Incassi	Ingressi	Incassi	Ingressi	Incassi	Ingressi
<b>QUOTE DI MERCATO NELLA DISTRIBUZIONE IN SALA</b>								
2011	35,01%	37,13%	47,57%	50,54%	44,69%	41,79%	52,43%	49,46%
2012	27,68%	26,40%	43,64%	40,97%	50,99%	53,74%	40,97%	59,03%
2013	26,45%	26,84%	42,00%	43,34%	54,04%	52,10%	58,00%	56,66%
2014	20,43%	20,63%	42,56%	43,86%	53,95%	51,38%	57,44%	56,14%
2015	16,94%	17,38%	34,36%	35,75%	61,61%	59,96%	65,64%	64,25%

\* Oltre alle due mini-major nazionali 01 Distribution (gruppo Rai) e Medusa (gruppo Fininvest), figurano stabilmente fra le prime 20 case di distribuzione le altre italiane Lucky Red, Notorious Pictures, Videac-CDE, BIM Distribuzione, Teodora Film, Nexo Digital, Microcinema, Adler Entertainment, Officine UBU e da due anni Good Films.

\*\* Le filiali degli studios USA sono Universal, Warner Bros., Walt Disney e 20th Century Fox. Dal 2014 Universal distribuisce anche i titoli Cattleya e Filmauro e i contenuti aggiuntivi di The Space Movies. Solo altre due società estere compaiono annualmente fra le prime 20 case distributive: Eagles Pictures e Koch Media.

Fonte dell'elaborazione: I dati del mercato cinematografico (2011-2015) a cura di Cinetel (2016).

**IL RENDIMENTO DEL CIRCUITO THEATRICAL**

Agli operatori dell'esercizio la stagione 2015 ha riservato un trend in ripresa di grande spessore dopo una stagione tutta in terreno negativo. Le variazioni percentuali sui fronti degli ingressi e degli incassi portano per qualsiasi tipologia di impianto del circuito Cinetel, dai monosala ai multiplex, tutte il segno positivo.

**Si risveglia il bacino dei monosala.** I risultati sono in parte influenzati dai flussi *in & out* dei complessi compresi di anno in anno nel circuito Cinetel, ma il confronto fra gli incassi medi a schermo conferma il cambio di passo maturato nel 2015 (quelli per struttura sono passati da 537.614 a 553.662 euro). Grazie anche a un processo di digitalizzazione giunto ormai al suo completamento, l'aumento di 81 impianti e 87 schermi rispetto al 2014 è dovuto quasi interamente, come suggeriscono i numeri stessi delle sale, all'incremento dei monosala, ridiventati oltre 600 (erano 612 nel 2008). È un ulteriore segnale degli assestamenti che stanno modificando la fisionomia del circuito dell'esercizio.

**Come cambia la dotazione di schermi.** In base ai dati rilevati dalla SIAE sul mercato totale, il turnover in atto investe soprattutto gli schermi attivi meno di 60 spettacoli all'anno: -74 (-5,84%) contro la perdita nello stesso 2014 dei 14 (-0,36%) attivi per più di 60 spettacoli. Le dismissioni non riguardano però le piccole strutture, bensì quelle di maggiore taglia. Le sale con meno di 100 posti continuano infatti ogni anno ad aumentare,

**TAVOLA 28****INCASSI E PRESENZE DAI MONOSALA AI MULTIPLEX CINETEL**

Circuito Cinetel	MONOSALA		TRA 2 E 4 SALE		TRA 5 E 7 SALE		MULTIPLEX (+7)		TOTALE SALE	
	Incassi	Ingressi	Incassi	Ingressi	Incassi	Ingressi	Incassi	Ingressi	Incassi	Ingressi
MILIONI DI EURO E DI SPETTATORI PER TIPOLOGIA										
2011	56,771	9,651	118,757	19,261	116,785	17,516	360,365	54,914	661,679	101,343
2012	47,433	8,134	105,650	17,016	111,621	16,473	344,825	49,763	609,531	91,388
2013	47,226	8,318	104,448	17,156	117,657	18,257	349,020	53,647	618,353	97,380
2014	44,238	7,914	95,803	15,873	111,561	17,565	323,643	50,172	575,247	91,526
2015	50,776	8,934	102,016	16,746	126,632	19,728	357,866	53,957	637,265	99,362

Fonte dell'elaborazione: Annuario Cinetel edizioni dal 2011 al 2014 e I dati del mercato cinematografico (2011-2015) a cura di Cinetel (2016).

**TAVOLA 29****VARIAZIONI DELL'ANDAMENTO FRA IL 2014 E IL 2015**

Cinetel	MONOSALA	TRA 2 E 4 SALE	TRA 5 E 7 SALE	MULTIPLEX (+7)	TOTALE SALE
Complessi	+14,55%	+0,33%	+2,88%	-0,81%	+7,47%
Schermi	+14,55%	0,00%	+3,26%	-0,85%	+2,66%
Incasso	+14,78%	+6,48%	+13,51%	+10,57%	+10,78%
Presenze	+12,88%	+5,50%	+12,31%	+7,54%	+8,56%
CONFRONTO FRA GLI INCASSI MEDI A SCHERMO					
€ 2014	82.534	124.259	199.736	278.712	176.132
€ 2015	82.698	116.691	181.696	249.918	190.058

Fonte dell'elaborazione: Annuario Cinetel edizioni dal 2011 al 2014 e I dati del mercato cinematografico (2011-2015) a cura di Cinetel (2016).

**TAVOLA 30****STRUTTURA DEL CIRCUITO CINETEL DELL'ESERCIZIO**

Circuito Cinetel	MONOSALA		TRA 2 E 4 SALE		TRA 5 E 7 SALE		MULTIPLEX (+7)		TOTALE SALE	
	Impianti	Schermi	Impianti	Schermi	Impianti	Schermi	Impianti	Schermi	Impianti	Schermi
NUMERO DI STRUTTURE DEL CIRCUITO CINETEL PER TIPOLOGIA										
2010	548	548	308	846	93	551	122	1.272	1.071	3.217
2011	548	548	308	841	96	556	122	1.272	1.074	3.217
2012	532	532	308	832	99	585	124	1.291	1.063	3.240
2013	530	530	308	835	102	605	123	1.286	1.063	3.256
2014	536	536	306	821	104	614	124	1.295	1.070	3.266
2015	614	614	307	821	107	634	123	1.284	1.151	3.353

Fonte dell'elaborazione: Annuario Cinetel edizioni dal 2011 al 2014 e I dati del mercato cinematografico (2011-2015) a cura di Cinetel (2016).

mentre prosegue con intensità la chiusura degli insediamenti da 300 a 599 posti e con oltre 600 poltrone, che rappresentano attualmente soltanto il 30,01% della dotazione complessiva rispetto al 37,37% del 2007.

**CHE COSA COMPORTA IL RIASETTO DELL'ESERCIZIO**

Funzionale a valorizzare l'offerta di prodotto, il frazionamento dimensionale del parco di

TAVOLA 31

## QUALE EVOLUZIONE NELL'UNIVERSO DELLE SALE IN ATTIVITÀ

Schermi SIAE 2010-2014	ATTIVI MENO DI 60 SPETTACOLI			ATTIVI + DI 60 SPETTACOLI			TOTALE SCHERMI ATTIVI	
	Numero	Quota	Trend	Numero	Quota	Trend	Numero	Trend
SALE DI PROIEZIONE IN ATTIVITÀ SUL MERCATO TOTALE SIAE								
2010	1.483	27,28%	+3,63%	3.952	72,72%	-2,08%	5.435	-0,58%
2011	1.335	24,75%	-9,79%	4.058	75,25%	+2,68%	5.393	-0,77%
2012	1.252	24,09%	-6,21%	3.945	75,91%	-2,78%	5.197	-3,53%
2013	1.266	24,66%	+1,11%	3.866	75,34%	-2,00%	5.132	-1,25%
2014	1.192	23,63%	-5,84%	3.852	76,37%	-0,36%	5.044	-1,71%

Fonti dell'elaborazione: Cinque anni di cinema (2010-2014) a cura dell'Ufficio Statistica della SIAE (Roma, 2016).

TAVOLA 32

## COME CAMBIA LA MORFOLOGIA DELLE SALE ITALIANE

Sale SIAE	MENO DI 100 POSTI		DA 100 A 299 POSTI		DA 300 A 599 POSTI		CON 600 POSTI E OLTRE	
	Sale	Quota	Sale	Quota	Sale	Quota	Sale	Quota
CLASSI DI CAPIENZA DELLE SALE IN ATTIVITÀ								
2010	428	7,87%	3.077	56,61%	1.485	27,32%	445	8,19%
2011	448	8,30%	3.110	57,67%	1.443	26,76%	392	7,27%
2012	454	8,74%	3.029	58,28%	1.350	25,98%	364	7,00%
2013	474	9,23%	3.019	58,83%	1.312	25,57%	327	6,37%
2014	486	9,63%	2.994	59,36%	1.259	24,96%	305	6,05%

Fonte dell'elaborazione: Cinque anni di cinema (2010-2014) a cura dell'Ufficio Statistica della SIAE (Roma, 2016).

impianti si riflette sul rendimento complessivo del circuito *theatrical*. L'incidenza dei monosala in termini di incassi e ingressi aumenta in corrispondenza di quella ricoperta per numero di impianti. Il *cluster* tra 5 e 7 sale mostra un ritorno economico in ascesa, nonostante la sua consistenza sia percentualmente in diminuzione da quattro anni. Per i multiplex e i complessi tra 2 e 4 schermi entrambi i trend delle loro quote d'incidenza sono invece in graduale calo dal 2011.

**Migliora la resa economica anche sul secondo mercato extra-Cinetel.** Al netto dei 6 schermi virtualmente confluiti nel campione Cinetel nel 2014, il circuito dell'esercizio nazionale ha accusato nel corso dell'anno, secondo le rilevazioni della SIAE, 179 dimissioni. Il forte processo di selezione ha così indotto una perdita di 1,58 milioni di ingressi rispetto al 2013. A tutta evidenza una diversa politica di prezzo (e probabilmente di programmazione, conseguente allo switch off digitale) ha però portato a un netto miglioramento della resa economica per schermo: +11,86%, equivalente a 1.556 euro.

### QUANTO CRESCE L'OFFERTA DI SPETTACOLI

Un indicatore sintetico degli effetti indotti dal cambiamento in atto nella morfologia del parco sale affiora dai dati relativi all'attività di programmazione. Nel 2014 la SIAE ha ri-

scontrato un altro aumento (seppure lieve) del numero di spettacoli effettuati, cui si è contrapposta la diminuzione delle giornate di attività. Il combinato disposto è che è salita da 2,70 a 2,77 la media di proiezioni giornaliere sugli schermi del Paese.

**TAVOLA 33**

**INCIDENZA PER TIPOLOGIA E RENDIMENTO DELLE STRUTTURE CINETEL**

Circuito Cinetel	MONOSALA		TRA 2 E 4 SALE		TRA 5 E 7 SALE		MULTIPLEX (+7)	
	Incassi	Ingressi	Incassi	Ingressi	Incassi	Ingressi	Incassi	Ingressi
<b>QUOTE PERCENTUALI DI INCASSI E INGRESSI</b>								
2011	8,58%	9,52%	17,95%	19,01%	17,65%	17,28%	55,62%	54,19%
2012	7,78%	8,90%	17,33%	18,62%	18,31%	18,03%	56,57%	54,45%
2013	7,64%	8,54%	16,89%	17,62%	19,02%	18,74%	56,45%	55,10%
2014	7,69%	8,65%	16,65%	17,34%	19,39%	19,19%	56,26%	54,82%
2015	7,97%	8,99%	16,01%	16,85%	19,87%	19,85%	56,15%	54,30%
Circuito Cinetel	MONOSALA		TRA 2 E 4 SALE		TRA 5 E 7 SALE		MULTIPLEX (+7)	
	Complessi	Schermi	Complessi	Schermi	Complessi	Schermi	Complessi	Schermi
<b>INCIDENZA PER TIPOLOGIA DEGLI IMPIANTI</b>								
2011	51,02%	16,98%	26,68%	26,06%	8,94%	17,54%	11,36%	39,42%
2012	50,05%	16,42%	28,97%	25,68%	9,91%	18,06%	11,67%	39,85%
2013	49,86%	16,28%	28,97%	25,64%	9,60%	18,58%	11,57%	39,50%
2014	50,09%	16,41%	28,60%	25,14%	9,72%	18,80%	11,59%	39,65%
2015	53,34%	18,31%	26,67%	24,49%	9,30%	18,91%	10,69%	38,29%

Fonte dell'elaborazione: Annuario Cinetel edizioni dal 2011 al 2014 e I dati del mercato cinematografico (2011-2015) a cura di Cinetel (2016).

**TAVOLA 34**

**QUALE MERCATO FUORI DAL CAMPIONE CINETEL**

Dati annuali	EXTRA-CINETEL		INGRESSI		INCASSI IN EURO		INGRESSI A SCHERMO		INCASSI A SCHERMO	
	Schermi	Quota	Milioni	Quota	Milioni	Quota	Presenze	Variazione	Euro	Variazione
2010	2.217	40,19%	10,539	8,74%	37,488	4,85%	4.754	+6,21%	16.909	-5,30%
2011	2.176	40,35%	10,775	9,61%	35,529	5,09%	4.952	+4,16%	16.328	-3,43%
2012	1.957	37,66%	11,244	10,96%	27,569	4,33%	5.745	+16,01%	14.087	-13,72%
2013	1.876	36,55%	8,304	7,85%	24,615	3,83%	4.427	-22,94%	13.121	-9,36%
2014	1.691	33,52%	6,725	6,84%	24,819	4,13%	3.977	-10,16%	14.677	+11,86%

Fonte dell'elaborazione: Cinque anni di cinema (2010-2014) a cura dell'Ufficio Statistica SIAE e Annuario Cinetel edizioni dal 2010 al 2014 a cura di Cinetel.

**TAVOLA 35**

**QUANTO CAMBIA L'OFFERTA NELLE SALE DELL'UNIVERSO SIAE**

Totale SIAE 2011-2014	NUMERO DI SPETTACOLI	VARIAZIONE PERCENTUALE	GIORNATE DI ATTIVITÀ	VARIAZIONE PERCENTUALE	PROIEZIONI MEDIE A GIORNO
<b>ATTIVITÀ ANNUA DI PROGRAMMAZIONE SUGLI SCHERMI DEL MERCATO TOTALE</b>					
2011	2.975.624	+16,31%	1.121.797	+1,90%	2,65
2012	2.983.555	+0,25%	1.110.294	-1,02%	2,68
2013	3.014.642	+1,04%	1.114.189	+0,35%	2,70
2014	3.016.007	+0,04%	1.087.085	-2,43%	2,77

Fonte dell'elaborazione: Cinque anni di cinema (2010-2014) a cura dell'Ufficio Statistica SIAE (2016).

**TAVOLA 36****TOP TEN AL BOX OFFICE DEL MERCATO MONDIALE**

Numero schermi		Ingressi in milioni		Incassi in miliardi di \$ us	
1. Stati Uniti	43.661	1. India	2.016	1. Stati Uniti	10,93
2. Cina	31.627	2. Stati Uniti	1.197	2. Cina	6,81
3. India	11.139	3. Cina	1.260	3. Gran Bretagna	1,90
4. Messico	5.977	4. Messico	286	4. Giappone	1,80
5. Francia	5.741	5. Corea del Sud	217	5. India	1,50
6. Italia	5.044	6. Francia	205	6. Francia	1,48
7. Germania	4.692	7. Russia	174	7. Corea del Sud	1,37
8. Gran Bretagna	4.046	8. Brasile	173	8. Germania	1,29
9. Russia	4.021	9. Gran Bretagna	171	9. Australia	0,89
10. Spagna	3.588	10. Giappone	167	10. Messico	0,84

Fonte: World Film Market Trends a cura dell'Osservatorio europeo dell'audiovisivo di Strasburgo.

**TAVOLA 37****TOP TEN AL BOX OFFICE DEL MERCATO EUROPEO**

Numero schermi		Ingressi in milioni		Incassi in miliardi di €	
1. Francia	5.741	1. Francia	205,3	1. Gran Bretagna	1,38
2. Italia	5.044	2. Russia	174,1	2. Francia	1,33
3. Germania	4.692	3. Gran Bretagna	171,9	3. Germania	1,17
4. Gran Bretagna	4.046	4. Germania	139,2	4. Italia	0,64
5. Russia	4.021	5. Italia	107,0	5. Spagna	0,57
6. Spagna	3.588	6. Spagna	94,6	6. Russia	0,53
7. Polonia	1.256	7. Polonia	44,7	7. Paesi Bassi	0,24
8. Paesi Bassi	888	8. Paesi Bassi	33,0	8. Turchia	0,22
9. Svezia	802	9. Svezia	17,0	9. Polonia	0,16
10. Rep. Ceca	557	10. Austria	15,9	10. Svizzera	0,15

Fonte: World Film Market Trends a cura dell'Osservatorio europeo dell'audiovisivo di Strasburgo.

**QUALI POSIZIONI OCCUPA L'ITALIA NEL RANKING MONDIALE**

Nel panorama mondiale della cinematografia vi sono sei mercati in costante ascesa: Cina e India in modo impetuoso, Brasile, Corea del Sud, Russia e Messico in misura più attenuata. La loro crescita porta a continui spostamenti delle posizioni nel ranking mondiale fra un anno e l'altro. L'Italia occupa tutt'ora un posto di rilievo in merito alla dotazione di schermi. È sesta considerando i dati totali del circuito SIAE, mentre sarebbe nona in riferimento ai soli schermi attivi (3.852) per almeno 60 spettacoli annui. In termini di incassi e ingressi figura invece rispettivamente tredicesima e undicesima. Resta di contro sempre nella parte alta della classifica per quanto riguarda l'ambito europeo.

**QUANTO BUSINESS ANCORA NELL'HOME THEATER**

Per la prima volta dopo dieci anni è tornato a crescere l'home video, reduce da una lunga recessione costata fino al 2014 la perdita di 618 milioni di euro di volumi d'affari (-63,48%). Nel 2015 i ricavi da *home entertainment* sono saliti del 5,14% a 368 milioni di euro (296 nei supporti fisici, per 27,9 milioni di pezzi; 36 nel digitale e 36 nel noleggio, per



TAVOLA 38

## SPESA DEGLI ITALIANI IN AUDIOVISIVI

Milioni di euro	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>AREA VENDITA - VOLUME D'AFFARI IN MILIONI DI EURO</b>									
Vendite dirette*	443	382	344	336	281	240	216	214	225
DVD	436	368	321	295	232	192	172	168	169
Blu-ray disc	3	11	23	40	49	48	44	46	56
Altri supporti**	4	2	1	1	0	0	0	0	0
Edicola	307	261	201	164	130	115	80	70	71
<b>TOTALE</b>	<b>750</b>	<b>642</b>	<b>545</b>	<b>500</b>	<b>411</b>	<b>355</b>	<b>296</b>	<b>284</b>	<b>296</b>
<b>AREA NOLEGGIO - VOLUME D'AFFARI IN MILIONI DI EURO</b>									
Noleggio	218	161	115	90	75	52	46	41	36
<b>AREA E-COMMERCE - VOLUME D'AFFARI IN MILIONI DI EURO</b>									
Digitale	-	-	-	-	9	13	18	25	36
<b>TOTALE</b>	<b>968</b>	<b>803</b>	<b>660</b>	<b>590</b>	<b>495</b>	<b>420</b>	<b>360</b>	<b>350</b>	<b>368</b>

\* I canali di commercializzazione per le vendite dirette sono rappresentati dai negozi specializzati in tecnologia di consumo, dai punti vendita specializzati in entertainment e dagli ipermercati e supermercati della grande distribuzione organizzati.

\*\* Gli altri supporti corrispondono a VHS, UMD e HD-VHS.

Fonte dell'elaborazione: Rapporto Univideo sullo stato dell'editoria audiovisiva a cura di Prometeia e Univideo (edizioni 2007 e 2008), e a cura dell'Ufficio Studi e della Commissione Statistica di Univideo (edizione 2009) e Rapporto Univideo sullo stato dell'home entertainment in Italia a cura di Prometeia su dati GfK Retail & Technology (edizioni 2010-2011) e di GfK Retail & Technology (2012-2015), tutti editi da Univideo (Unione Italiana Editoria Audiovisiva).

26,4 milioni di operazioni) e hanno superato anche il fatturato registrato nel 2013. I titoli d'origine cinematografica rappresentano il 93,8% del valore delle vendite dirette, dell'e-commerce e degli atti di noleggio, fra lungometraggi (58,4%), film d'animazione (21,6%), documentari (2,8%) e serie tv (10,4%). Il mercato ha registrato la prima impennata di crescita del decennio in tutta Europa, ma il giro d'affari dell'home theater negli altri Paesi ha subito nel tempo erosioni inferiori al 30%. In Francia è tutt'ora pari a 707,6 milioni di euro (per 70 milioni di passaggi), in Gran Bretagna a 1,41 miliardi (143 milioni di transazioni), in Germania a 1,83 miliardi (199,9 milioni di operazioni).

### AUMENTANO I RICAVI A VALLE DELLA FILIERA

Nel 2015, come già nel 2014, il mercato mostra i maggiori tassi d'incremento nei canali secondari di distribuzione, in modalità video on demand (VoD, per visioni uniche, o Svod, se in abbonamento) sulle piattaforme Internet e tv. L'EAO-European Audiovisual Observatory di Strasburgo ha contato 2.563 servizi audiovisivi attivi nei Paesi dell'Unione europea e valutato in quasi 3 miliardi di euro il volume d'affari generato, che si sta avvicinando a grandi passi (nel 2009 era ancora fermo a 248 milioni) al monte ricavi di 6,28 miliardi conseguito al box office e di 5,99 miliardi maturato nel perimetro UE dell'home video. In Italia il giro d'affari – stimato in 75 milioni – è ancora lontano dalle dimensioni raggiunte in Germania, Gran Bretagna e Francia, dove i proventi 2015 variano fra 330 e 317 milioni di euro, mentre le distanze appaiono più ravvicinate (400 milioni rispetto a un range di 600-700 milioni) per quanto riguarda i proventi da pay tv. Sono

differenti anche i numeri dei servizi accessibili: 103 (77 dei quali nazionali o europei) contro oltre 300 (oltre la metà dei quali extraeuropei) dei tre Paesi.

**Ricadute economiche effettive o virtuali?** È tuttavia comune il problema legato proprio all'origine e alla base geografica d'insediamento delle piattaforme d'offerta. Come ha riscontrato l'EAO, nelle attività complessive del VoD la fruizione dei titoli europei corrisponde al 15,4% contro il 68,8% di quelli *made in USA*, la cui incidenza nei listini dei canali d'accesso è passata in cinque anni dal 45% al 59%, contro una quota dei film europei ridotta dal 36% al 27%. La valutazione dell'effettivo impatto economico dell'attuale e – secondo le proiezioni di mercato – futuro sviluppo discende in sostanza dalla posizione predominante dei big player Google Play, iTunes, Microsoft Film e TV, Amazon e Apple TV.

## LE SOCIETÀ DI CINEMA E LA STRUTTURA D'IMPRESA

A inizio 2016 risultano iscritte al Registro delle Imprese 10.012 società cinematografiche, 6.112 delle quali (pari al 61,05%) di capitali. Quasi tre su quattro (72,35%) appartengono al segmento della produzione; 359 a quello di post-produzione; 618 all'area di distribuzione; 1.671 all'ambito dell'esercizio (120 sono quelle indistinte). 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. La ripartizione per classi dimensionali ne delinea la relativa consistenza: 5.482 appartengono alla fascia da 0 a 9 addetti (3.812 ne sono del tutto prive); 245 al *cluster* 10-19 addetti; 139 contano da 20 a 49 forze lavoro; 47 dispongono da 50 a 249 occupati; soltanto 5 grandi gruppi impiegano oltre 250 persone.

**I risultati economici.** Complessivamente le imprese cinematografiche hanno sviluppato nel 2013 un valore della produzione di 4.185,33 milioni di euro, con un'incidenza del 29,85% sul settore audiovisivo (comprensivo dei comparti radiotv e musica), del 18,09% sul macrosettore dei media (che include tutta l'editoria) e dello 0,19% sul PIL, il prodotto interno lordo del Paese, che corrisponde a 2,142 miliardi di euro. Alla formazione del fatturato globale del comparto, valutato dall'Istat in 3.725,38 milioni di euro, contribuisce principalmente il segmento della produzione con 2.017,1 milioni (54,15% del totale), mentre il concorso delle altre aree di attività è pari a 811,0 milioni per la distribuzione, 701,7 per l'esercizio e 195,3 milioni di euro per il segmento di post-produzione.

## IL CORPO SOCIALE E LA COMUNITÀ PROFESSIONALE

Nella cinematografia nazionale risultano direttamente impegnati, a vario titolo, 93.740 operatori. Gli imprenditori censiti nell'archivio Asia 2014 dell'Istat (Archivio statistico delle imprese attive) sono 5.010 (2.716 dei quali titolari di ditte individuali); i soci e amministratori che compongono gli organi sociali delle aziende assommano a 14.428; le risorse artistiche impiegate a progetto nella realizzazione delle opere filmiche e audiovisive sono – secondo il repertorio dell'Enpals, l'ente per la previdenza e l'assistenza dei

lavoratori dello spettacolo – 45.210 e gli addetti delle aree tecniche, operative e amministrative 29.092. Fra questi ultimi si contano 19.173 dipendenti d'impresa: 10.170 a tempo indeterminato e 8.993 a tempo determinato (in riferimento al regime contrattuale, 14.745 lavorano a tempo pieno e 4.418 part time). Si stima che le attività indotte in vari settori – dell'industria e soprattutto del terziario – dalla produzione cinematografica generino un'occupazione di pari dimensioni, investendo altri 90mila operatori.

**La comunità professionale.** Dopo tre anni di regressi, la schiera di artisti e tecnici che popolano e fanno il cinema è tornata nel 2014 a infoltirsi e grazie a 164 nuovi ingressi è arrivata a quota 74.302. Nell'ambito dello spettacolo il cinema rappresenta la componente maggiore, con il 29,02% del totale di risorse professionali e il 26,67% del monte retributivo annuo dei compensi cumulati globalmente (749,8 milioni di euro sui 2.811,5 complessivi). Nell'area artistica, creativa e di scena, forte di 45.210 unità, le qualifiche più consistenti sono costituite da 37.439 attori e generici; 3.033 registi, sceneggiatori e aiuto registi; 1.789 scenografi, arredatori e costumisti; 829 truccatori e parrucchieri. Pur rappresentando il 60,80% del totale, gli operatori di questo ambito ricoprono rispetto alla totalità dei compensi generati nel comparto un'incidenza del 33,90%, contro quella del 66,10% rivestita dagli addetti delle aree tecniche, operative, organizzative e amministrative il cui numero – 29.092 – equivale percentualmente al 39,20% del totale.

ISBN 978-88-85095-81-6

Copyright ©2016

by Fondazione Ente dello Spettacolo  
Via Aurelia, 468 - 00165 Roma  
Tel. +39 06 9651 9200  
e-mail: [info@entespettacolo.org](mailto:info@entespettacolo.org)  
[www.cineconomy.com](http://www.cineconomy.com)





5

D5A

6

D6A