



2° Rapporto sulla produzione audiovisiva nazionale

— . . .



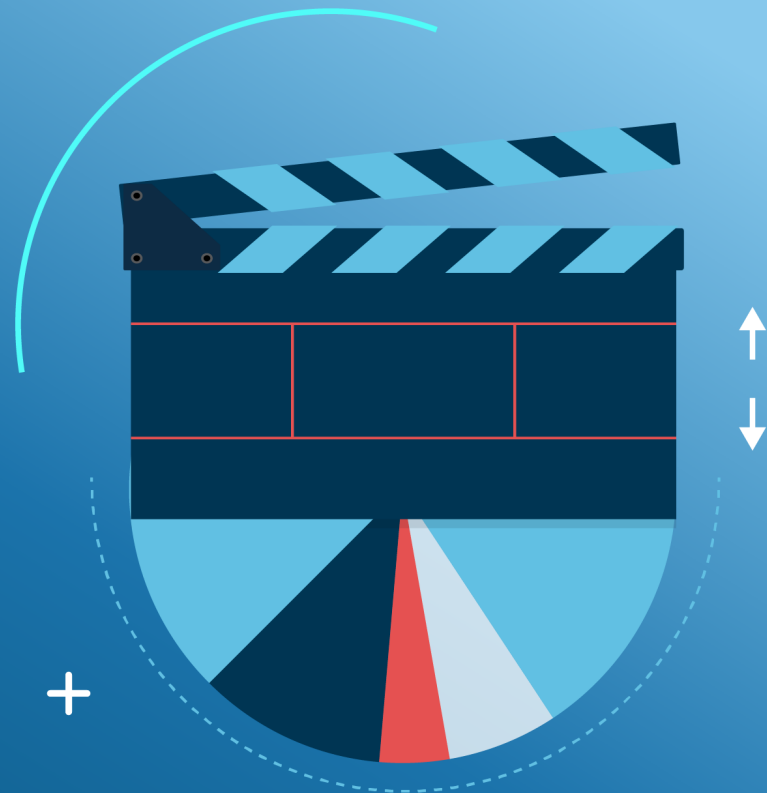
Ministero
per i beni e le
attività culturali
e per il turismo

2020



Italian Original - La produzione audiovisiva nazionale

Valori economici, tendenze
e sfide di un settore in rapido sviluppo.

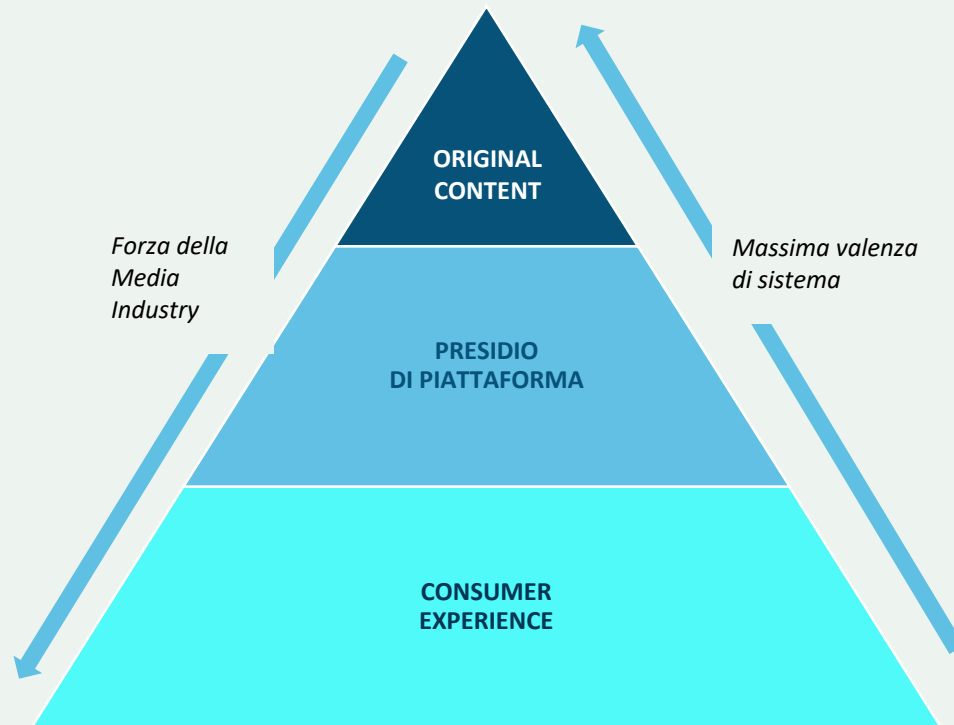


Il valore strategico della produzione

Nel contesto evolutivo della nuova economia delle piattaforme audiovisive, la capacità di produrre **original content** costituisce uno dei principali obiettivi strategici per il sistema dei media e per l'intero Paese.

Una **produzione audiovisiva di valore**, in grado di attrarre i diversi pubblici nei vari segmenti di genere e di circolare su tutte le piattaforme, anche a livello globale, **risulta centrale ai fini di uno sviluppo sempre più qualificato della Digital Economy nazionale.**

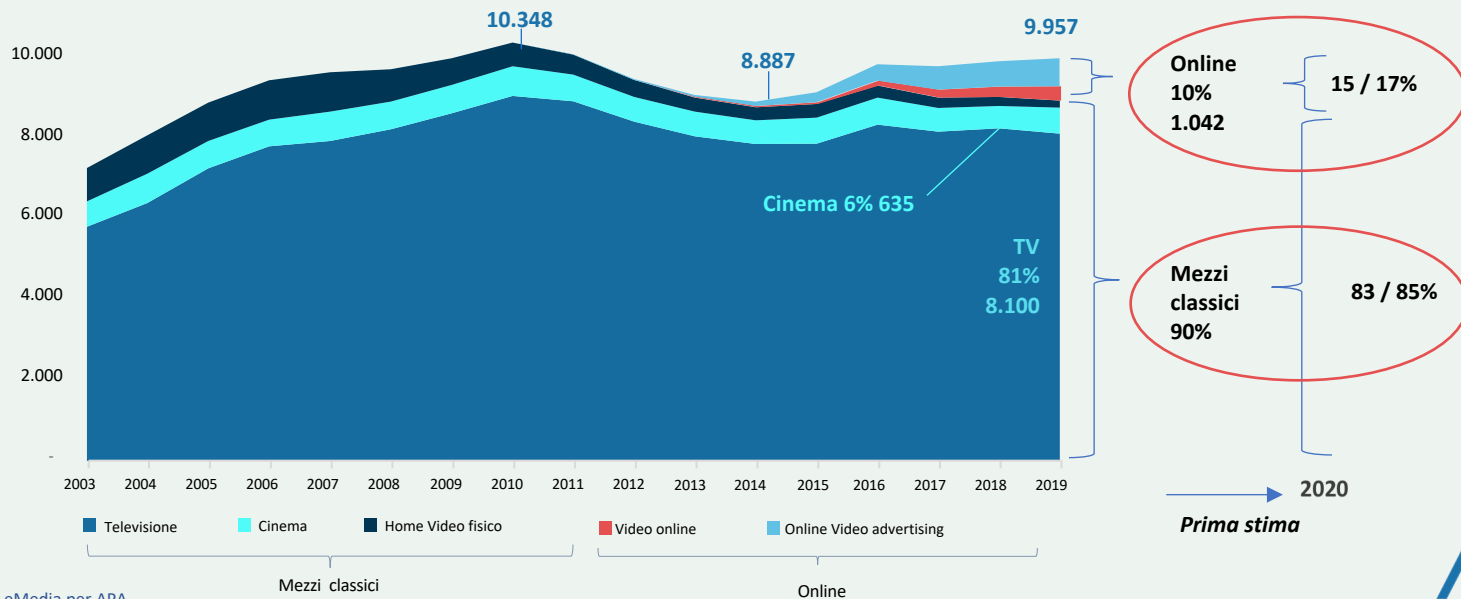
Senza un **original content** di valore, si indebolisce progressivamente anche l'intero sistema **Broadcast – Broadband** delle piattaforme distributive **Direct to Consumer.**



Il mercato audiovisivo in Italia

La televisione rimane il medium centrale nel sistema audiovisivo ma prosegue e si accentua la rapida crescita dell'ambiente online video. Già da vari anni crescono quasi esclusivamente i ricavi delle offerte Internet VOD-OTT. Si tratta di una tendenza già evidenziata nel corso del 2019 e ancor di più nel corso del 2020, anche a seguito della pandemia Covid-19.

STRUTTURA ED EVOLUZIONE DEI RICAVI DEL MERCATO AUDIOVISIVO IN ITALIA 2003 – 2019 E PRIMA STIMA 2020 (€ milioni e %)



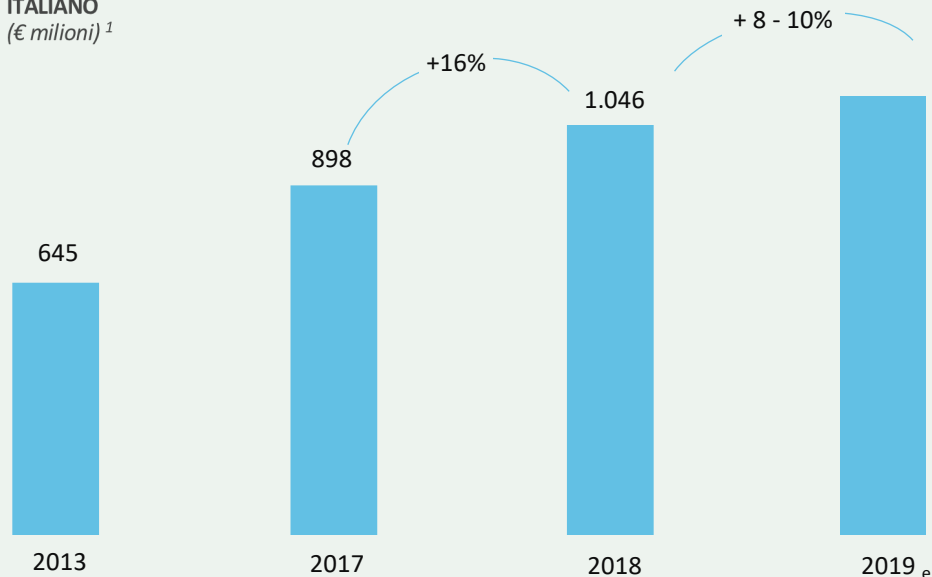
Crescita delle imprese di produzione

Per l'intero 2019 il settore della produzione audiovisiva continua ad essere caratterizzato da un significativo trend positivo che si configura come una vera e propria «onda lunga» di crescita pur in un contesto di generale stagnazione dell'economia nazionale. Le tendenze positive già emerse nel biennio 2016 – 2017 hanno assunto, nel periodo 2018-2019, una maggiore rilevanza e una dimensione che appare strutturale.

Fra le tendenze in atto si segnalano:

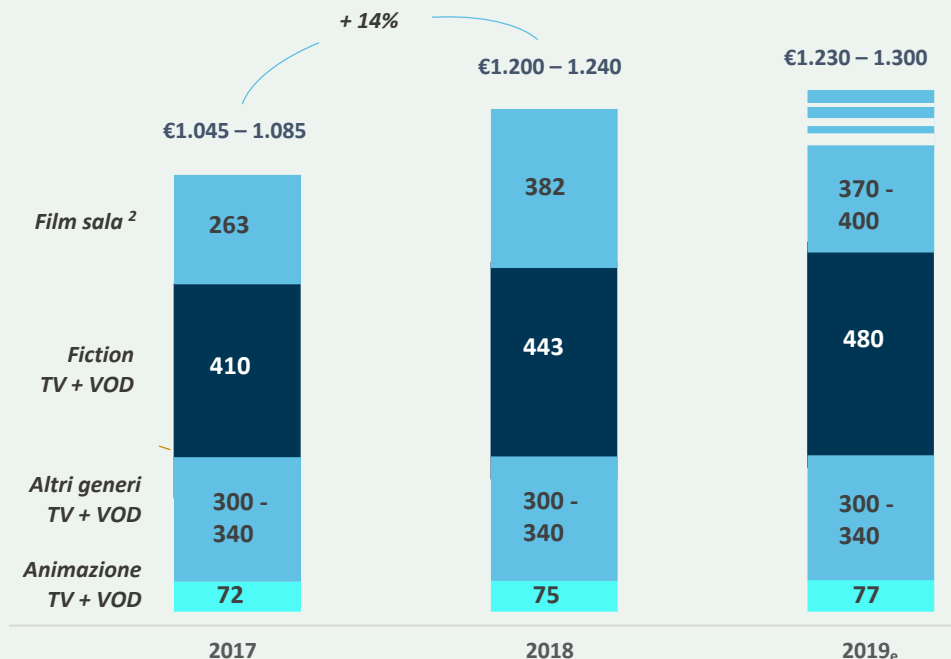
1. la crescita dell'interesse per il prodotto italiano sui mercati esteri;
2. l'espansione delle attività di M&A anche transfrontaliere;
3. Gli effetti positivi del tax credit per il prodotto televisivo come leva per lo sviluppo del settore;
4. La crescita significativa e ben sopra delle iniziali previsioni della committenza degli operatori VOD.

RICAVI CUMULATI DELLE PRIME 50 SOCIETÀ DI PRODUZIONE CINE-VIDEO-TELEVISIVA SUL MERCATO ITALIANO
(€ milioni) ¹



La produzione audiovisiva 2017-2019/1

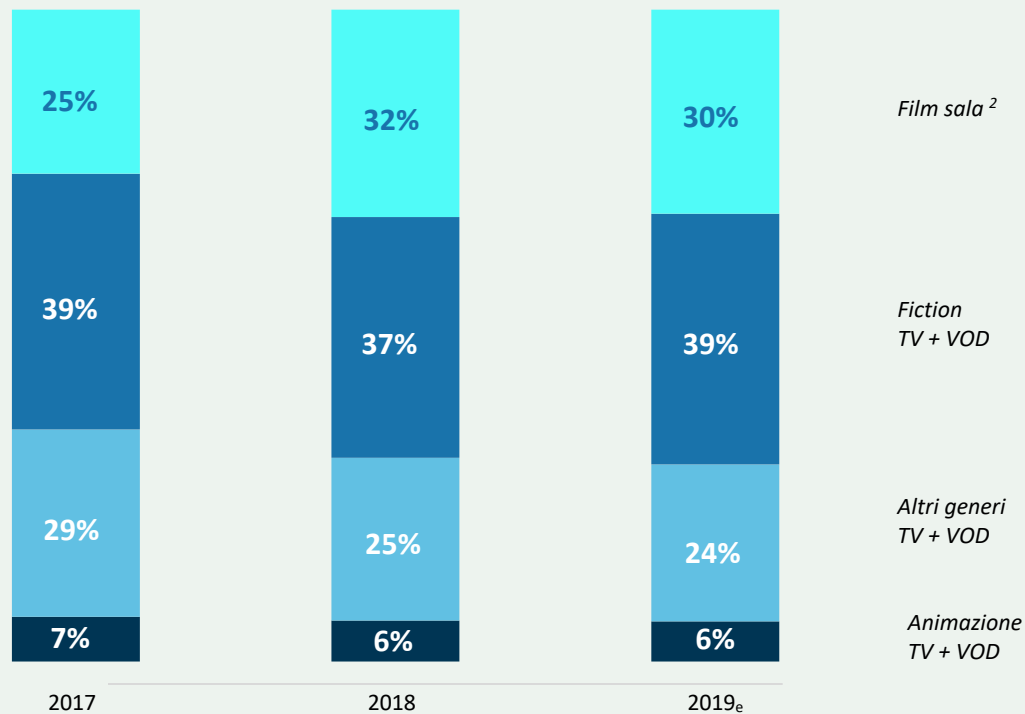
VALORE DELLA PRODUZIONE AUDIOVISIVA NAZIONALE PER MACRO-AREA DI GENERE (INCLUDE LE COPRODUZIONI) ANNI 2017 - 2018 E PRIMA STIMA 2019 (€milioni)



- La produzione audiovisiva nazionale (cinema per la sala, TV e prodotti VOD, esclusi i programmi di flusso dei generi news e sport), ha raggiunto nel corso del 2018 il valore di circa €1,2 miliardi registrando un incremento significativo, pari a circa il 14%, rispetto al 2018.
- Il valore del VOD nel 2019 è di oltre 70 milioni rispetto ai 50 milioni del 2018.
- Misurata per macro-aree di genere editoriale, la produzione audiovisiva evidenzia anche nel 2018 un primato della fiction (film-TV, serie, mini-serie, sitcom, soap-opera, telefilm) destinate a TV e piattaforme VOD.
- Gli altri generi televisivi (programmi di intrattenimento, talk show, documentari, programmi culturali e di approfondimento etc.) e in parte VOD si collocano complessivamente attorno a un valore compreso fra €300 e €340 milioni. In questo segmento il genere di maggior peso è quello dei programmi di intrattenimento.
- I valori riferiti all'anno 2019 sono indicativi e frutto di una prima stima in assenza di dati definitivi (bilanci delle imprese, dati Mibact riferiti al cinema e al valore complessivo del tax credit). I dati 2019 sono essenzialmente basati su dichiarazioni degli operatori (produttori e operatori TV).

La produzione audiovisiva 2017-2019/2

LA PRODUZIONE AUDIOVISIVA NAZIONALE PER MACRO-AREA DI GENERE (INCLUDE LE COPRODUZIONI) ANNI 2017 - 2018 E PRIMA STIMA 2019
(valori in %)

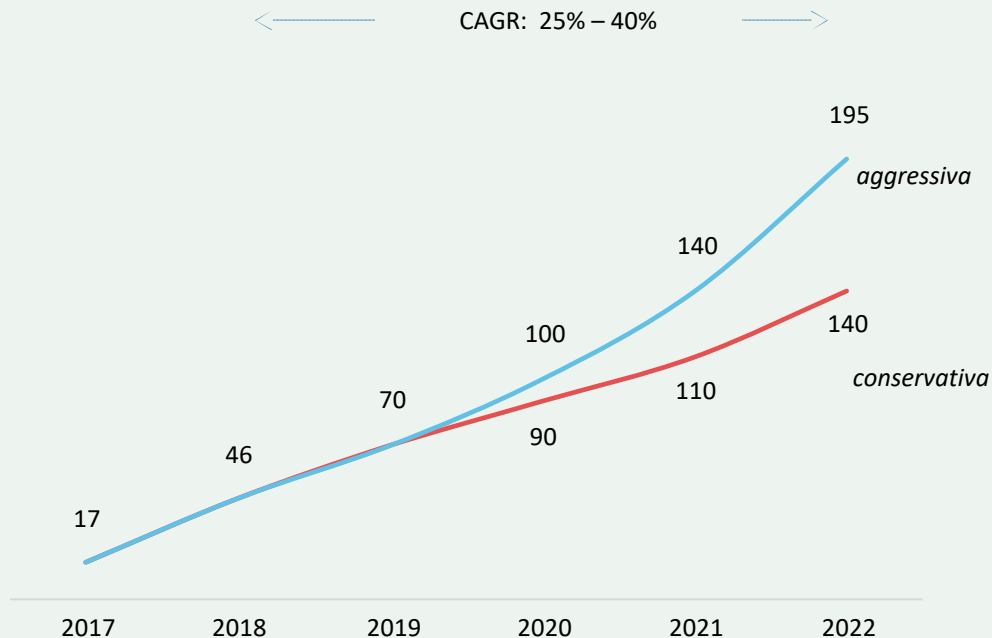


Fonte: eMedia per APA



Il peso degli operatori VOD

STIMA DEL VALORE DEGLI INVESTIMENTI IN PRODUZIONE AUDIOVISIVA DEGLI OPERATORI VOD SUL MERCATO ITALIANO (€milioni)



Gli investimenti degli operatori VOD sul mercato italiano della produzione audiovisiva (indirizzati prevalentemente verso il genere Fiction) potrebbero crescere fra il 2020 e il 2022 a un tasso annuo medio composto del 25% (stima conservativa) o del 40% (stima aggressiva).

La crescita degli investimenti dei singoli operatori e del numero degli attori di mercato trainerà il volume complessivo della spesa degli operatori VOD che nel corso del 2018 rappresenta il 4% del totale e si dovrebbe attestare fra €90 e €100 milioni nel 2020.

Ipotizzando un valore complessivo della produzione audiovisiva nazionale pari a circa €1.400 milioni, la contribuzione degli operatori VOD potrebbe essere compresa fra il 9 e il 13% del totale.

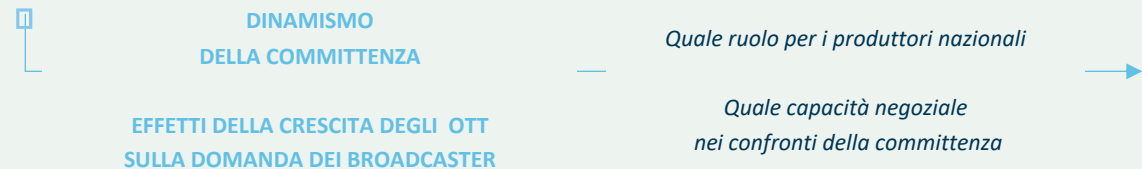
Si tratta di una valutazione indicativa anche a causa della forte contrazione e incertezza evolutiva che interessa a partire dal 2020 in generale il mercato dei media audiovisivi (con esclusione dello stesso segmento VOD).

Le tendenze in atto

- 1 *Una sempre maggiore consapevolezza anche da parte dei decisori politici dell'importanza culturale del prodotto televisivo nazionale (soprattutto fiction, documentari e animazione) in ambito domestico e internazionale*



- 2 *Sviluppo degli investimenti degli operatori VOD (soprattutto Netflix, Amazon, Disney)*

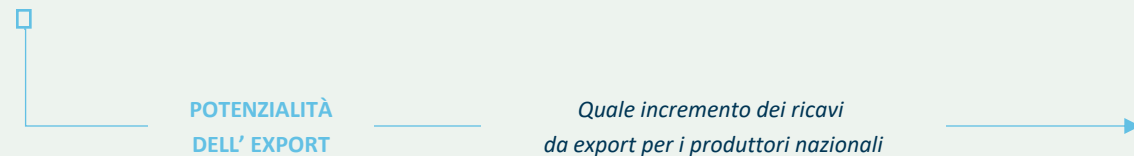


Le tendenze in atto /2

- 3 Un processo importante di aggregazione d'impres (M&A) che vede anche l'ingresso di capitali esteri



- 4 Un maggiore interesse per il prodotto italiano sui mercati esteri

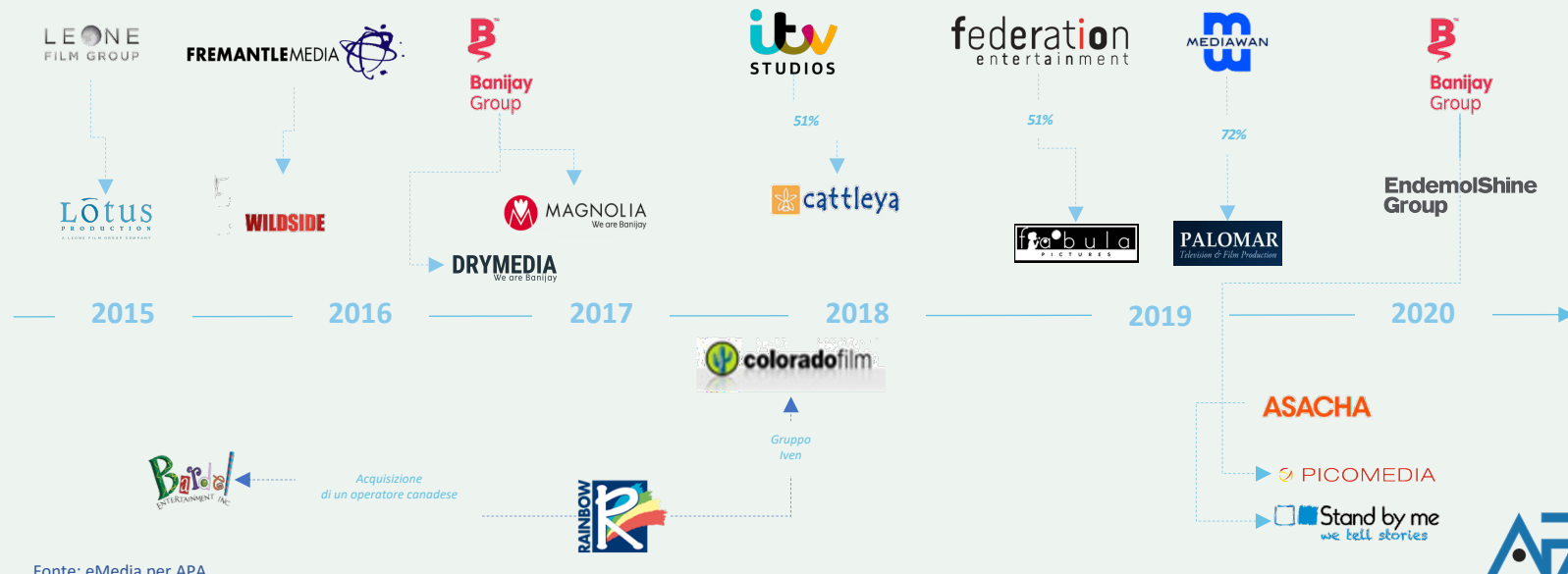


Dinamismo M&A

Anche il 2019 ha fatto registrare importanti M&A che hanno riguardato il mercato italiano già interessato da due linee di evoluzione: l'aggregazione fra le imprese nazionali e l'ingresso dei gruppi esteri che mirano a un presidio esteso e sempre più globale.

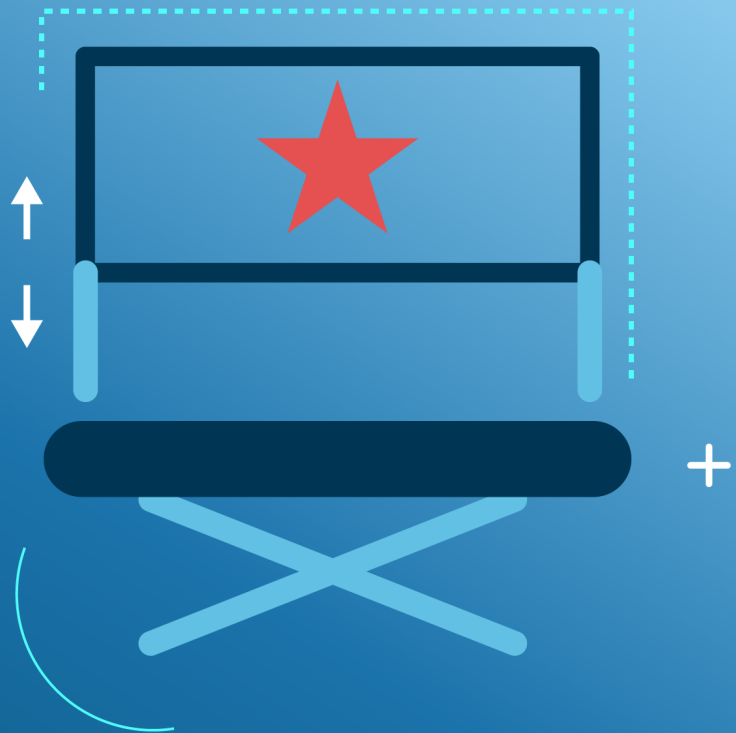
Questo processo potrebbe proseguire anche in aree di nicchia della produzione video-televisiva (operatori di piccola dimensione)

e in diverse aree di genere nelle quali la committenza potrebbe crescere per soddisfare la domanda proveniente dalla coda lunga delle nuove offerte TV e VOD.



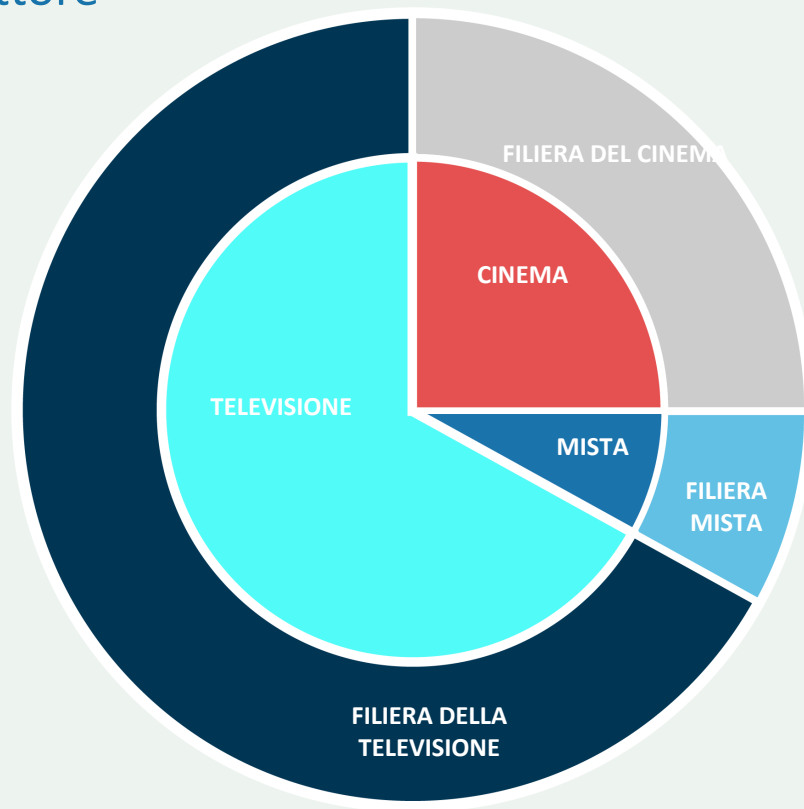
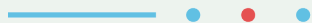


Le imprese di settore della filiera audiovisiva



La ricostruzione della filiera dell' audiovisivo

Le imprese del settore

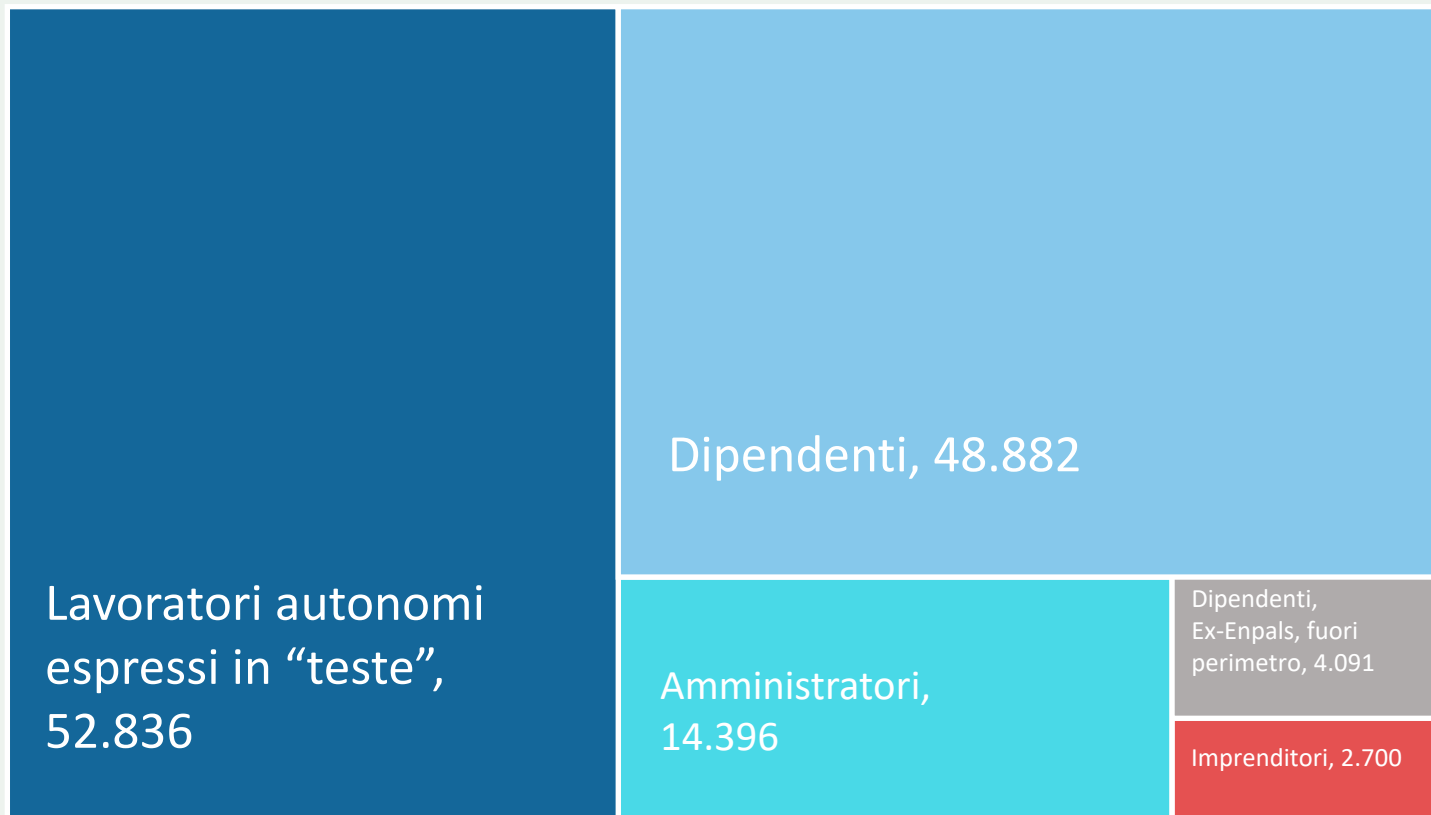


Imprese attive del core audiovisivo per classi di fatturato

VALORI ASSOLUTI (ANNO 2018)

	0 - 100 MILA €	100 MILA - 500 MILA €	500 MILA - 1 MILIONE €	1 - 5 MILIONI €	PIÙ DI 5 MILIONI €	TOTALE
PRODUZIONE CINEMATOGRAFICA, DI VIDEO E DI PROGRAMMI TV	3.285	825	171	194	83	4.558
POST-PRODUZIONE CINEMATOGRAFICA, DI VIDEO E DI PROGRAMMI TV	793	168	50	55	9	1.075
DISTRIBUZIONE CINEMATOGRAFICA, DI VIDEO E DI PROGRAMMI TV	106	68	24	31	22	251
PROIEZIONE CINEMATOGRAFICA	288	283	70	99	29	769
PROGRAMMAZIONE E TRASMISSIONI TV	425	214	72	79	23	813
TOTALE CORE AUDIOVISIVO	4.897	1.558	387	458	166	7.527

122.905 persone coinvolte nelle attività dell'audiovisivo (escluso l'indotto)



Andamento delle iscrizioni e delle cessazioni d'impresa durante il 2020

Anno 2020 (valori assoluti e differenze rispetto all'analogo periodo dell'anno precedente)

Valori assoluti - 2020								
Codice Ateco	Iscrizioni				Cessazioni			
	I trimestre	II trimestre	Luglio - agosto	Gennaio - agosto	I trimestre	II trimestre	Luglio - agosto	Gennaio - agosto
5911	87	47	15	149	141	62	58	261
5912	18	12	2	32	11	5	5	21
5913	0	3	0	3	5	2	0	7
5914	2	1	3	6	11	3	2	16
6020	0	4	0	4	6	3	1	10
Core audiovisivo	107	67	20	194	174	75	66	315
Totale economia	96.629	57.922	43.236	197.787	133.140	44.513	35.676	213.329

Valori assoluti - 2020 vs 2019								
Codice Ateco	Iscrizioni				Cessazioni			
	I trimestre	II trimestre	Luglio - agosto	Gennaio - agosto	I trimestre	II trimestre	Luglio - agosto	Gennaio - agosto
5911	-20	-7	-13	-40	4	3	20	27
5912	-6	-6	-6	-18	-4	3	-2	-3
5913	0	3	0	3	3	0	0	3
5914	0	-2	3	1	-11	-4	-2	-17
6020	-3	3	0	0	-1	2	-4	-3
Core audiovisivo	-29	-9	-16	-54	-9	4	12	7
Totale economia	-17.781	-34.228	-456	-52.465	-11.703	-25.327	-1.909	-38.939

Fonte: Symbola su dati infocamere per APA





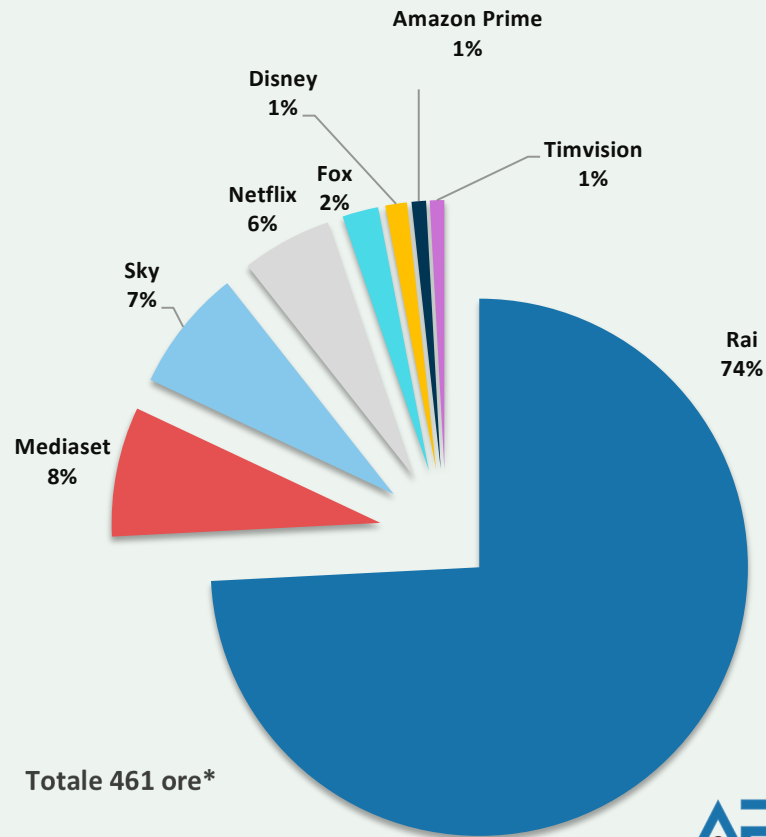
Fiction: bilancio della stagione 2019-2020



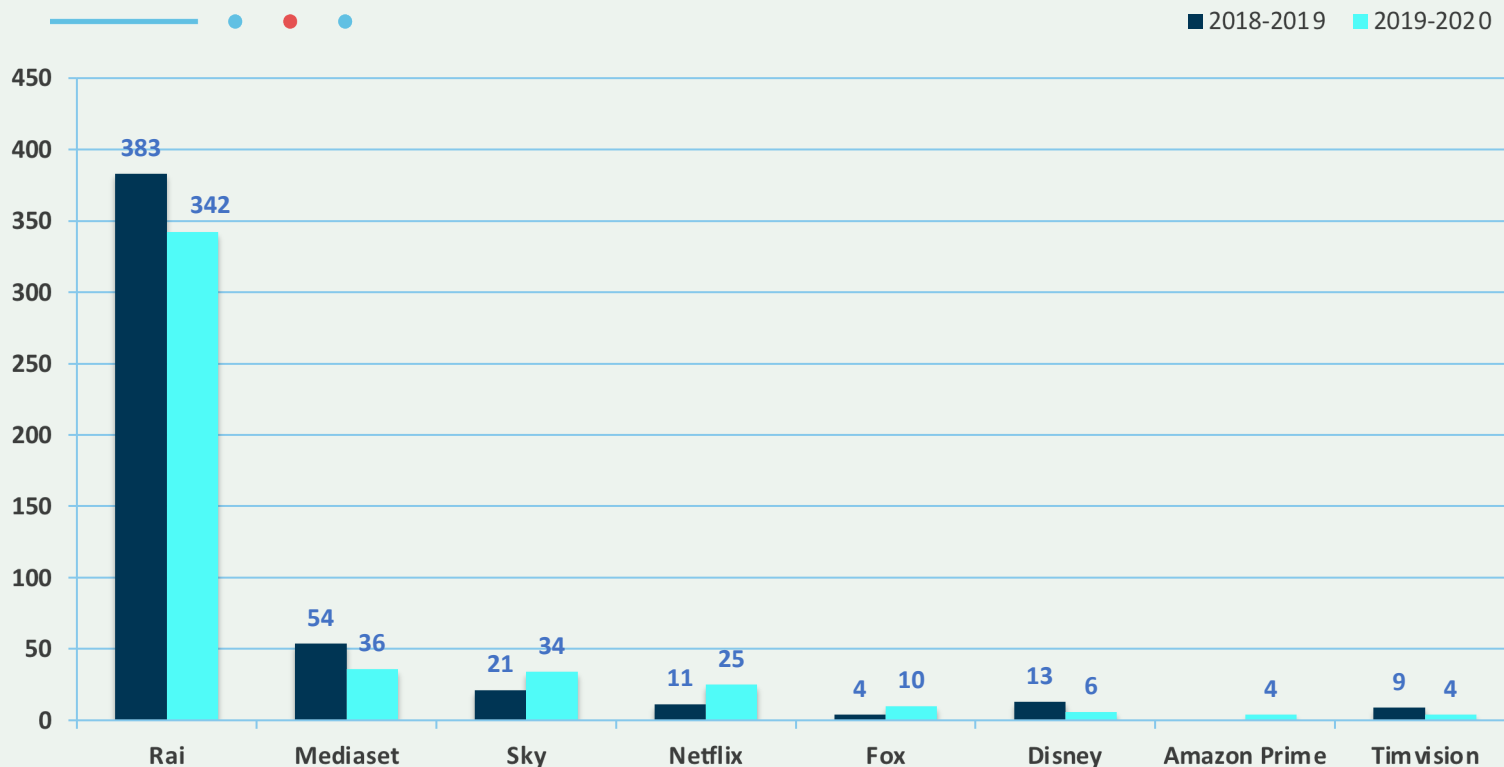
Offerta di fiction stagione 2019-2020 (ore) Quote di mercato (prime visioni)



In un mercato che vede aumentare il numero dei committenti e la crescita di peso di new come piattaforme VOD, Rai si conferma leader assoluta nella produzione di fiction italiana, offrendo i tre quarti delle ore stagionali.



Offerta di fiction stagione 2019-2020 (ore) Confronto interstagionale (prime visioni)



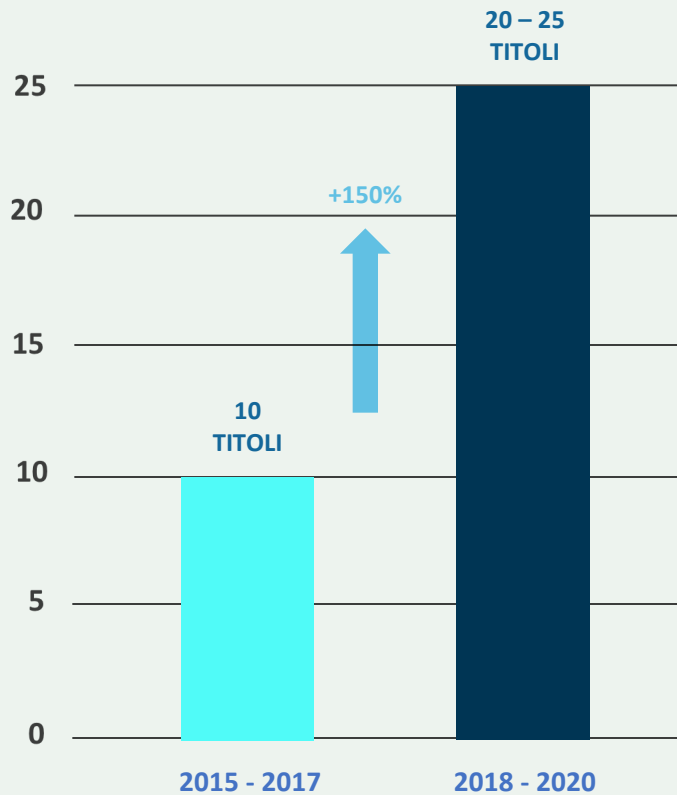
Fonte: Ofi per APA



Fiction prodotti internazionali e coproduzioni di successo



I titoli dei prodotti internazionali
di serialità



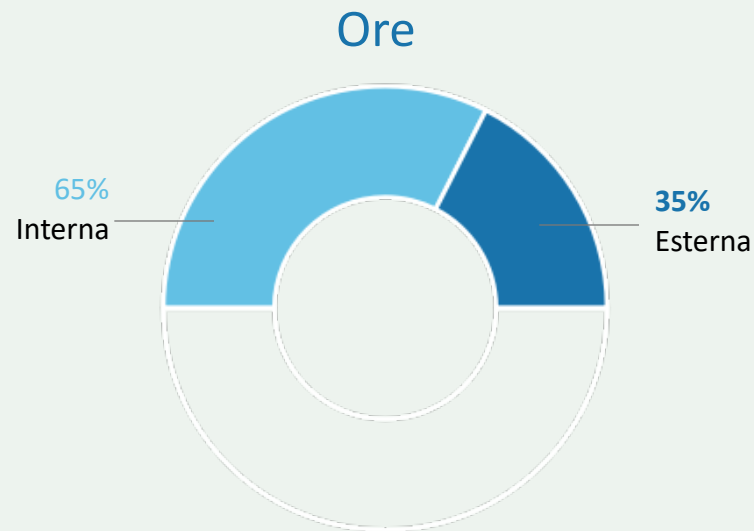
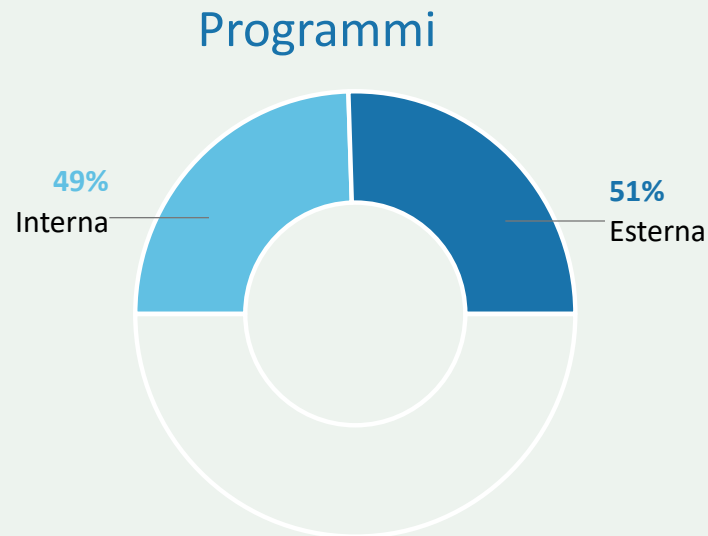


Trend.Tv - Rapporto sulla produzione audiovisiva nazionale Intrattenimento



Intrattenimento: produzione interna ed esterna

A parità di titoli, il volume delle ore premia la produzione interna. La produzione indipendente cresce in ore (+2) rispetto al passato.



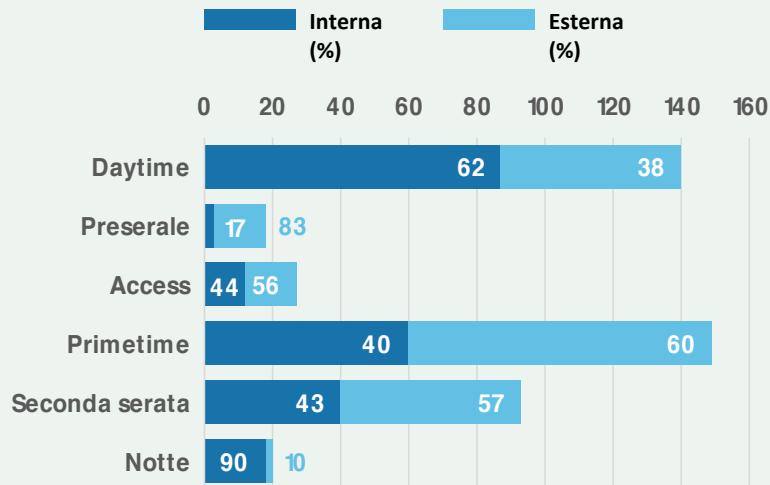
Produzione interna: interamente realizzata dal broadcaster

Produzione esterna: commissionata o coprodotta assieme a una casa di produzione indipendente

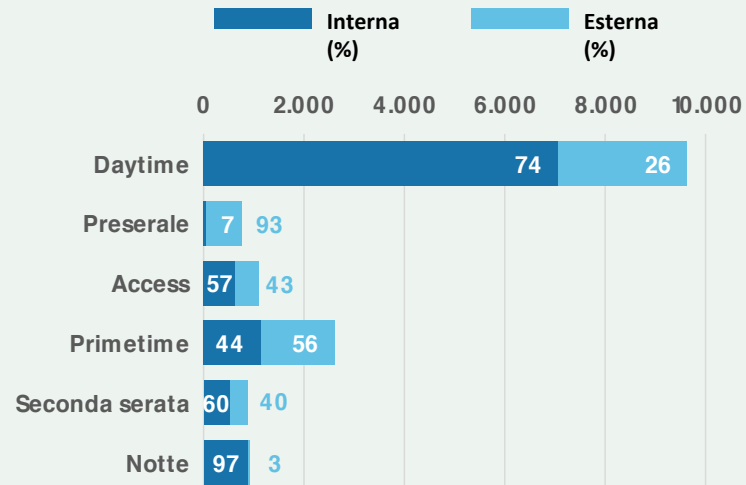
Fasce orarie: produzione interna ed esterna

Ruolo decisivo dell'intrattenimento (e della produzione indipendente) sul Primetime. Il Daytime premia l'attività in-house.

Programmi



Ore

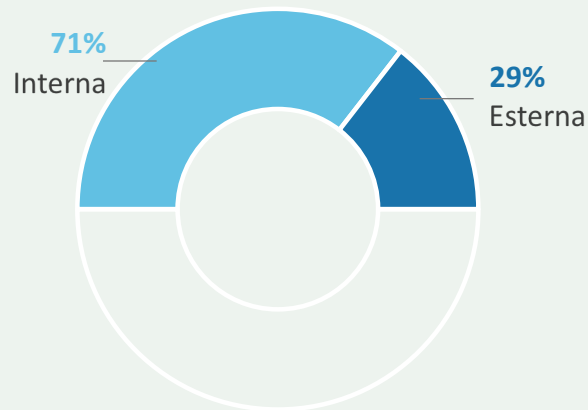


Due modelli produttivi: generalista vs multi-channel

I Broadcaster tradizionali (Rai e La7 in particolare) privilegiano l'autoproduzione, gli altri quella indipendente.

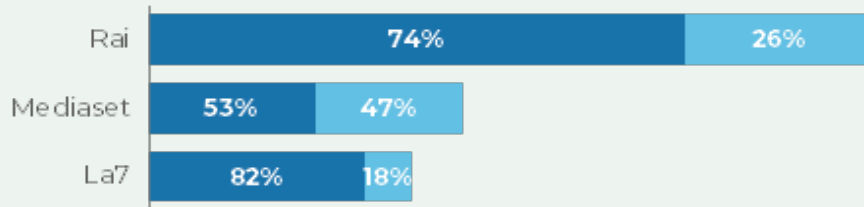
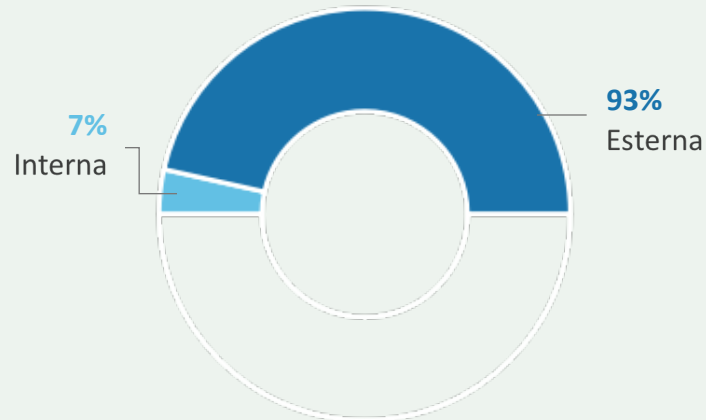
Modello generalista

(Rai1, Rai2, Rai3, Rete4, Canale5, Italia1, La7)



Modello multi-channel

(Nove, TV8, Real Time, SKY1 etc.)



Fonte: CeRTA per APA

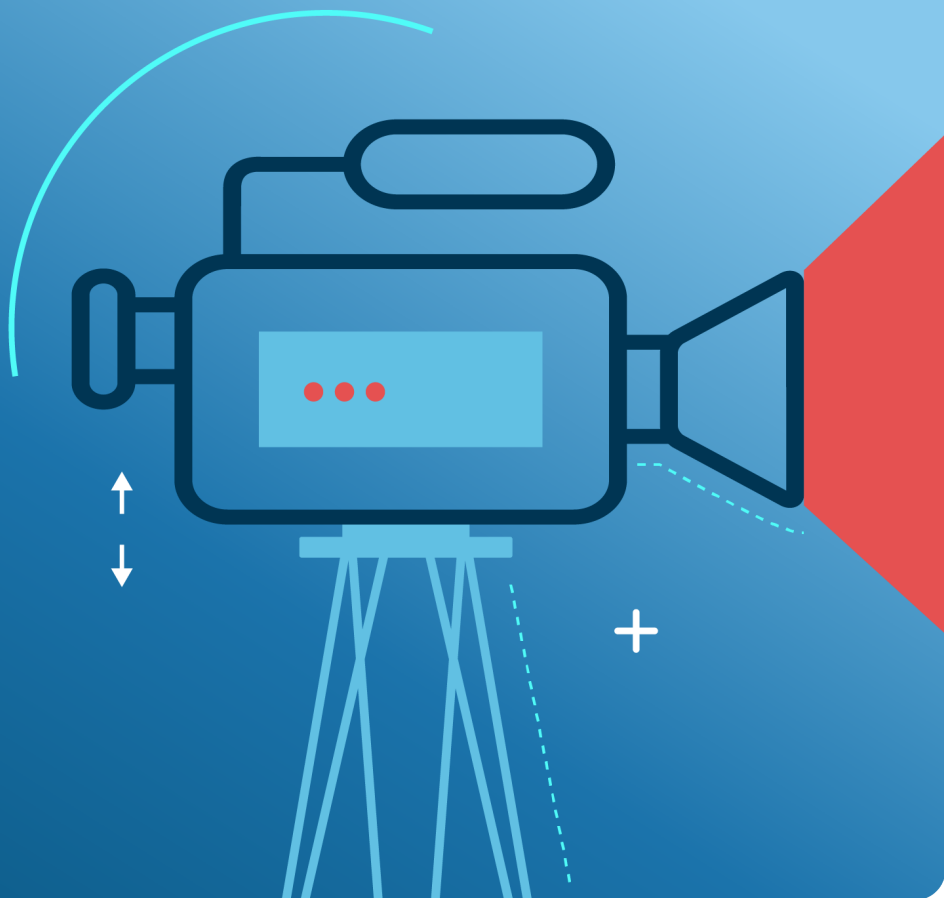




L'industria dei documentari in Italia



Work in progress



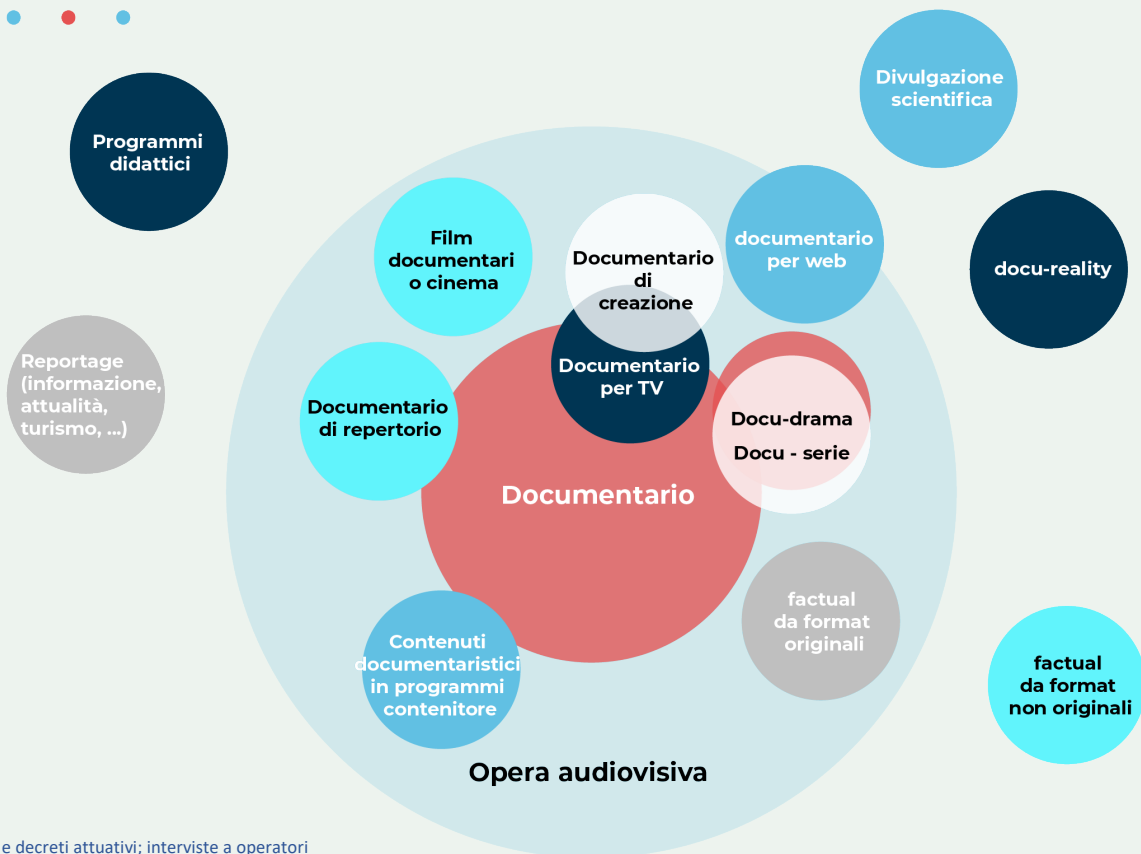
L'industria dei documentari in Italia - Work in progress

PROGETTO DI RICERCA E PRIMI RISULTATI

1. **Perimetro di riferimento**
2. **Il contesto normativo** e la struttura di mercato
3. L'offerta: la produzione di documentari in Italia (anni 2018/2020)
4. **La domanda** di documentario in Italia (smav) (anni 2018/2020)
5. Focus: confronto internazionale
6. conclusioni: Input strategici per la Committenza e i Decisions Makers

Chiusura ricerca: **aprile
2021**

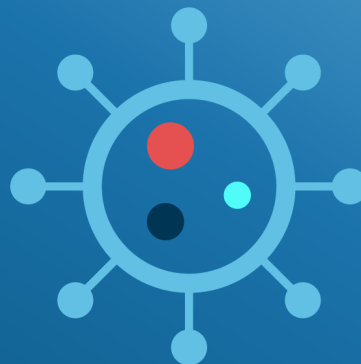
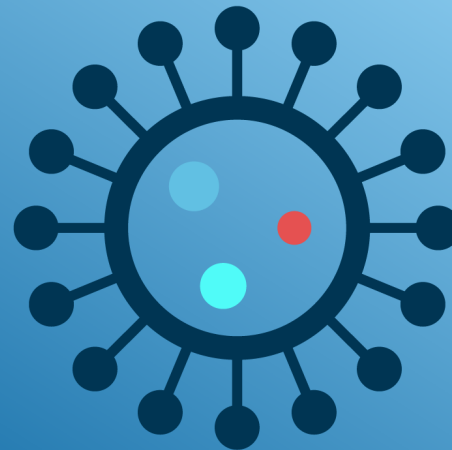
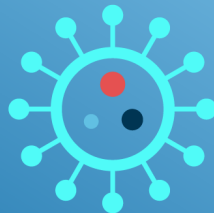
Il genere documentario: le diverse definizioni





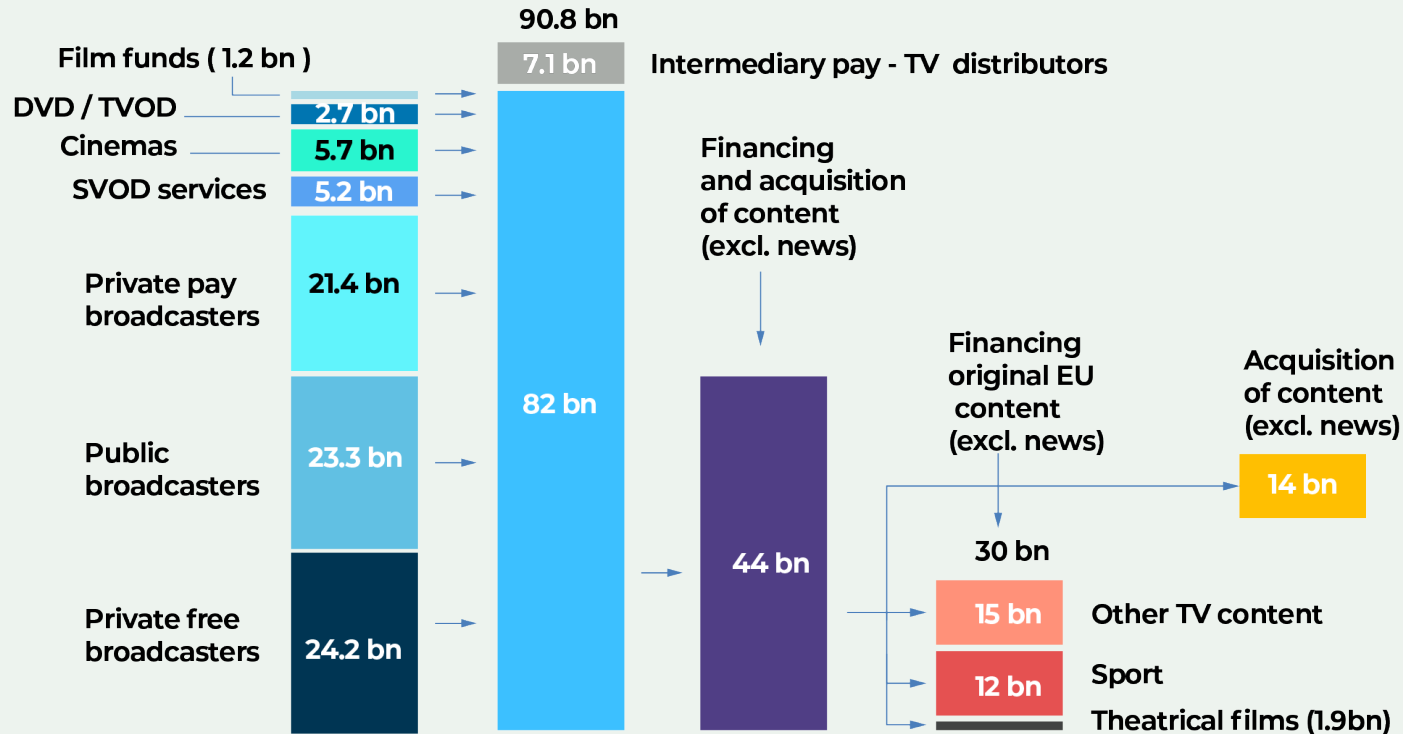
Ipotesi di scenario nell'era COVID

European Audiovisual Observatory



Money flows from audiovisual end-market players and film funds to financing original European content (excluding news) – 2019.

Estimated values in EUR billion.



Hypothesis for the development of AV end-market revenues in the EU in 2020 and 2021.

Segment	Overview	Revenues 2020 vs 2019	Revenues 2021 vs 2019
State budget	Immediate savings required from PSBs and Film funds in H2 2020. Austerity translates in 10% cuts in 2021.	3%	-10%
TV advertising	10% recession in 2020 leads to a 20% drop in TV advertising. 5% recession (vs. 2019) implies a 10% drop of TV advertising revenues in 2021 (vs. 2019) as advertisers primarily cut into advertising expenses.	-20%	-8%
Pay - TV subscriptions	Long-term contracts, discounts on sport packages, bundling with broadband access mitigate the impact in 2020. Economic crisis and 2020 boost of SVOD services translate in more cord-cutting and decrease in revenues.	-5%	-7%
SVOD subscriptions	SVOD growth accelerated by lockdown and continues in a context of cord-cutting.	30%	60%
Box office	Strong constraints on the cinemas' capacities, reluctance of moviegoers to go back to cinemas, additional lockdown periods, imply that close to pre-crisis box office revenues are not reached before the end of 2021.	-70%	-40%
Home video	The lock down boosts TVOD and provisionally stops the decline of home video revenues. Back to decline in 2021.	0%	-5%

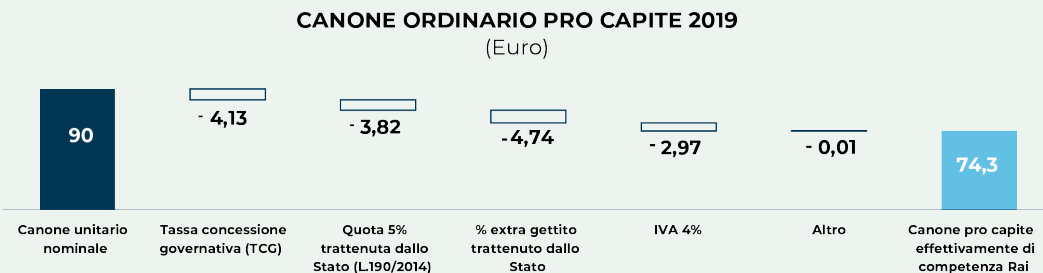
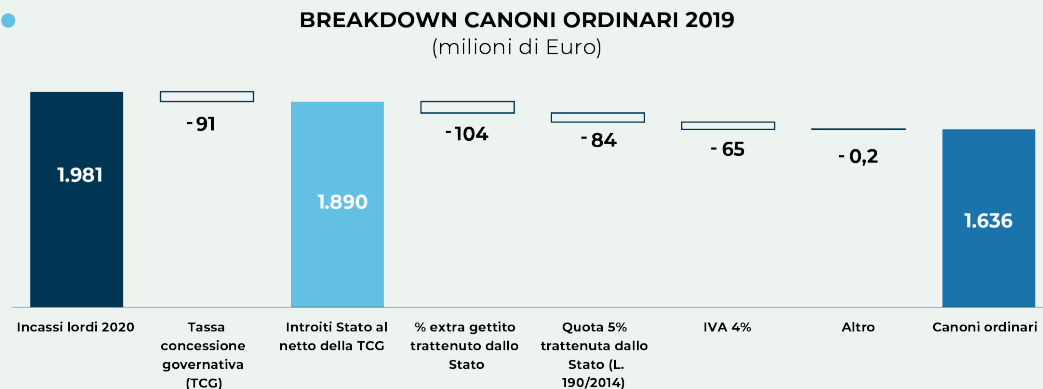
Evolution of EU end market revenues.

Estimated values in EUR billion.

	2015	2016	2017	2018	2019 <i>(est.)</i>	2020 <i>(prev.)</i>	2021 <i>(prev.)</i>
Public funding	21,8	22,2	22,2	22,4	21,9	21,2	19,7
TV advertising	24	25	25,8	26,3	26,8	21,4	24,7
Pay - TV subscriptions	26	26	27,3	27,9	28,5	27,1	26,5
SVOD subscriptions	1,1	1,8	2,7	4,0	5,2	6,8	8,3
Box office	6	6	5,6	5,3	5,7	1,7	3,4
Home video	3,3	3,1	2,9	2,8	2,7	2,7	2,6
Total	81,5	83,9	86,5	88,7	90,8	80,9	85,2

Appello al governo: abolire il prelievo del canone Rai

€180 milioni per investimenti in cinema, audiovisivo e cultura



Tax credit per cinema e audiovisivo

→ **Fondo straordinario per il 2021**

Recovery Fund

→ **Individuare risorse da destinare
alla produzione e alla distribuzione
di contenuti audiovisivi, cinema e media**