



SOVVENZIONE GLOBALE FINALIZZATA AL CONSOLIDAMENTO E TRASFERIMENTO DI COMPETENZE
DEGLI OPERATORI DEL SETTORE AUDIOVISIVO PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE

P.O.R. LAZIO FSE , OB. 2 COMPETITIVITÀ REGIONALE E OCCUPAZIONE 2007/2013
ASSE I ADATTABILITÀ OBIETTIVO SPECIFICO C)

MOVIEUP
SOVVENZIONE GLOBALE PER L'AUDIOVISIVO

REPORT DI RICERCA

ATI tra



ASSFORSEO
FORMAZIONE
SVILUPPO
OCCUPAZIONE

SOCIETÀ CONSORTILE ASS.FOR.SEO A R.L.



SERCAMM
servizi di consulenza alle amministrazioni

SERCAMM S.R.L.

MOVIE **UP**

RAPPORTO Ass.For.SEO

ATI tra
Società Consortile Ass.For.SEO a rl
SERCAMM srl

INDICE

CAPITOLO 1 Analisi socio-economica del settore audiovisivo nel Lazio

- 1.1. Il settore audiovisivo: qualche numero
- 1.2. Mappatura del territorio romano e regionale: zone di concentrazione delle imprese di produzione.
- 1.3. Concentrazione dei distributori
- 1.4. L'evoluzione tecnologica e il settore cinematografico: nuovi trend in Europa
- 1.5. L'evoluzione tecnologica in Italia
- 1.6. Sale digitali e 3D nel Lazio e a Roma

CAPITOLO 2 Indagine sulla produzione cinematografica e audiovisiva nel 2011

- 2.1 Definizione del campione
- 2.2 Bilancio di produzione
- 2.3 Analisi delle voci di spesa
- 2.4 Il settore cinematografico
- 2.5 Il settore audiovisivo

CAPITOLO 3

- 3.1 Professionalità
- 3.2 Cinema
- 3.3 Audiovisivo
- 3.4 Trend sulla delocalizzazione
- 3.5 I moltiplicatori di reddito

BIBLIOGRAFIA

INTRODUZIONE

L'introduzione nel mercato di una nuova tecnologia può essere un evento alla base di una radicale ridefinizione degli assetti industriali e dei modelli di business adottati dalle imprese che vi operano. La fase di passaggio da uno standard tecnologico a un altro genera un periodo di confusione operativa, in quanto le strutture organizzative che caratterizzano l'offerta non sono più adeguate a soddisfare le nuove esigenze della domanda. Nel caso dell'industria cinematografica è possibile scandire le principali fasi storiche attraverso l'identificazione di una specifica tecnologia. Con l'introduzione del sonoro i film muti furono quasi completamente soppiantati in quanto il pubblico non si accontentava più solo delle immagini, stesso destino per i film in bianco e nero in seguito alla diffusione di quelli a colori. Oggi stiamo assistendo ad una nuova fase di passaggio, che si manifesta attraverso le nuove tecnologie di proiezione digitale e 3D. Inoltre, il crescente fenomeno di convergenza delle attività connesse ai mass-media, attraverso la diffusione di nuove piattaforme che consentono l'accesso ai prodotti editoriali e audiovisivi, ha portato alla creazione di un nuovo mercato di rete. Unendo la digitalizzazione delle risorse audiovisive alle nuove opportunità derivanti dagli emergenti canali distributivi di prodotti e servizi, l'intera industria della comunicazione di massa va incontro ad una fase di radicale riconfigurazione dei modelli di business. Attraverso un approccio sempre più interattivo con i prodotti multimediali, i consumatori diventano più flessibili ed esigenti, così in risposta a questi cambiamenti le imprese devono concentrarsi sull'innovazione degli *asset* e del *know-how* al fine di sopravvivere, mantenere o instaurare una leadership durante il processo di ridefinizione degli equilibri di mercato.

Questo fenomeno coinvolge l'intera filiera dell'industria audiovisiva, dalla progettazione alla produzione, dal marketing fino alla distribuzione del prodotto finale. In questo modo, vengono concepite nuove professionalità all'interno del settore e si creano interessanti opportunità occupazionali, mentre altre si estinguono inesorabilmente. Le imprese che meglio percepiscono il cambiamento e che sanno quindi adattarsi hanno maggiori possibilità di fare emergere il loro *brand* attraverso nuove strategie di

posizionamento dei prodotti all'interno del mercato e finire con il rivestire un ruolo dominante. Per questi motivi se si vogliono comprendere i possibili risvolti futuri della struttura di un'industria è importante per le imprese concentrarsi sulle dinamiche economiche del settore al fine di massimizzare le potenzialità del cambiamento in corso. Queste nuove tecnologie delineano un contesto in continua evoluzione in cui non è sufficiente investire soltanto nel rinnovamento strutturale, ma anche nella formazione e nell'aggiornamento di professionisti e tecnici, risorsa strategica fondamentale. È necessario definire nuovi modelli di business in grado da una parte di individuare nuovi fattori di vantaggio competitivo e dall'altra capire quali leve utilizzare per garantire un'efficiente gestione dei contenuti offerti.

I tradizionali processi di produzione, distribuzione e comunicazione devono essere ampliati con una formazione orientata a combinare un ampio spettro di competenze eterogenee (giuridico-normative, tecniche di sviluppo, strategie di marketing). In questo modo è possibile andare incontro alle esigenze dell'industria favorendone la competitività. L'espansione delle competenze che qualifica le nuove figure professionali consiste quindi nella ridefinizione dei confini tra le competenze all'interno di un ruolo specifico, mescolando conoscenze sia tecniche che editoriali e sfumando la linea di demarcazione tra progettazione e produzione. Le professionalità coinvolte sono da un lato quelle legate alla produzione audiovisiva in senso classico (e.g. direttore di produzione, organizzatore, produttore esecutivo, responsabile marketing), mentre dall'altro emergono nuovi ruoli derivanti dalla digitalizzazione dei prodotti filmici (e.g. direttore della stereoscopia). Questo insieme di competenze necessita inoltre di una rete che agevoli l'interazione e la cooperazione tra le varie figure permettendo lo scambio di conoscenze al fine di conferire un maggiore valore artistico e commerciale al progetto.

Il presente progetto si compone di due parti e ha l'obiettivo di analizzare il cambiamento dell'industria audiovisiva sotto il profilo economico e professionale in seguito dell'avvento del digitale, per poter comprendere

quali sono i possibili scenari futuri e di conseguenza i risvolti sul territorio del Lazio.

Innanzitutto sarà effettuata un'analisi socio-economica del settore audiovisivo (cinema e televisione) nel territorio laziale al fine di comprendere la struttura e le caratteristiche delle imprese che vi operano. In questo modo, sarà quindi possibile delineare gli scenari evolutivi del settore, soprattutto in termini occupazionali. La ricognizione della struttura del settore audiovisivo sarà effettuata con una mappatura del comparto operante all'interno della Regione Lazio necessaria per ricostruire le relazioni verticali e orizzontali all'interno del settore.

La seconda parte è invece dedicata all'analisi dell'indagine campionaria condotta tra alcune aziende operanti nel territorio regionale al fine di individuare le figure professionali emergenti e i fabbisogni formativi interni. Attraverso l'analisi del flusso di investimenti effettuati nel Lazio nel corso degli ultimi anni è possibile capire se l'assetto normativo e istituzionale sia in grado di incentivare concretamente l'attività di produzione e contrastare la delocalizzazione e ipotizzare eventuali misure alternative che possano garantire un sano sviluppo dell'industria.

Nello sviluppo del progetto, ci siamo avvalsi del contributo di alcuni player chiave -produttori e distributori- del settore cinematografico ed audiovisivo, nonché delle parti sindacali -SLC-CGIL- per delineare con maggiore dettaglio lo stato dell'arte dei settori oggetto dell'analisi. La metodologia utilizzata si basa sull'utilizzo di interviste semi strutturate con i player del settore. La non rappresentatività del campione, impone che non vi sia un capitolo dedicato in modo esclusivo alle interviste con i player, ma l'intero contenuto del progetto si basa sulle testimonianze dei soggetti coinvolti.

CAPITOLO 1

ANALISI SOCIO-ECONOMICA DEL SETTORE AUDIOVISIVO NEL LAZIO

1.1 Il settore audiovisivo: qualche numero

L'andamento economico relativo alle sale cinematografiche europee mostra da un lato un trend positivo degli incassi lordi negli ultimi anni, ma dall'altro un calo delle presenze in sala. La ragione di ciò risiede nel progressivo aumento del prezzo medio del biglietto, dettato dall'introduzione delle proiezioni 3D il cui costo è superiore di circa il 30% rispetto a quello dei film tradizionali. Come è possibile notare in Fig. 1.1 gli incassi mostrano un calo fino al 2008, anno in cui si cominciano a diffondere in modo consistente le sale adeguate alle proiezioni stereoscopiche, trainando il mercato fuori da una crisi ormai consolidata e generando una ripresa senza pari negli ultimi decenni. Il legame tra l'introduzione delle proiezioni digitali e 3D e la forte ripresa economica appare inequivocabile, aprendo nuovi scenari per il futuro professionale dell'industria.

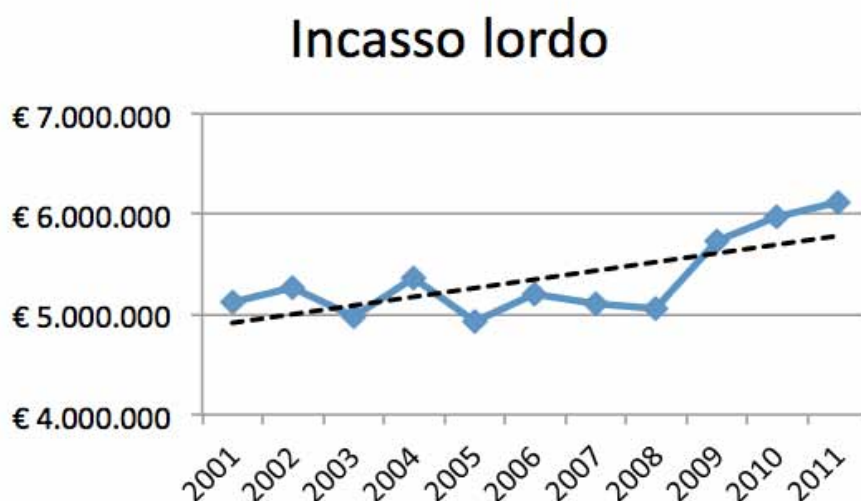


Fig. 1.1 Andamento degli incassi lordi cinematografici in Europa Occidentale. Valori espressi in migliaia. Fonte: Elaborazione da European Cinema Yearbook.

Presenze in sala

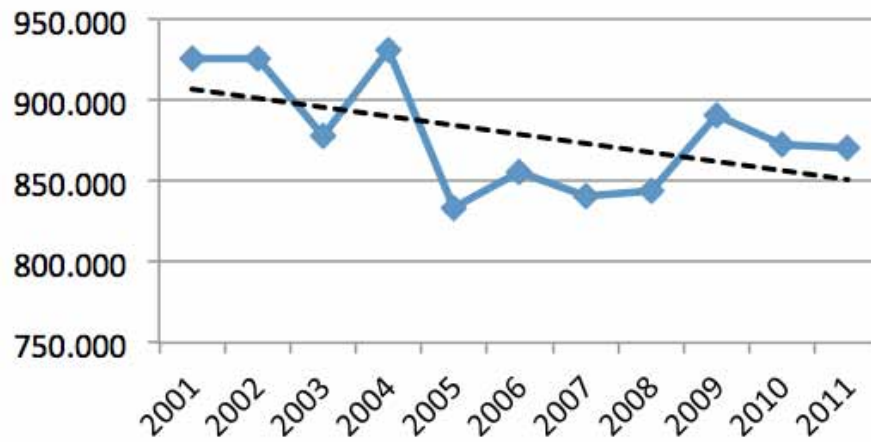


Fig. 1.2 Andamento delle presenze cinematografiche in Europa Occidentale. Valori espressi in migliaia. Fonte: Elaborazione da European Cinema Yearbook.

Prezzo medio del biglietto

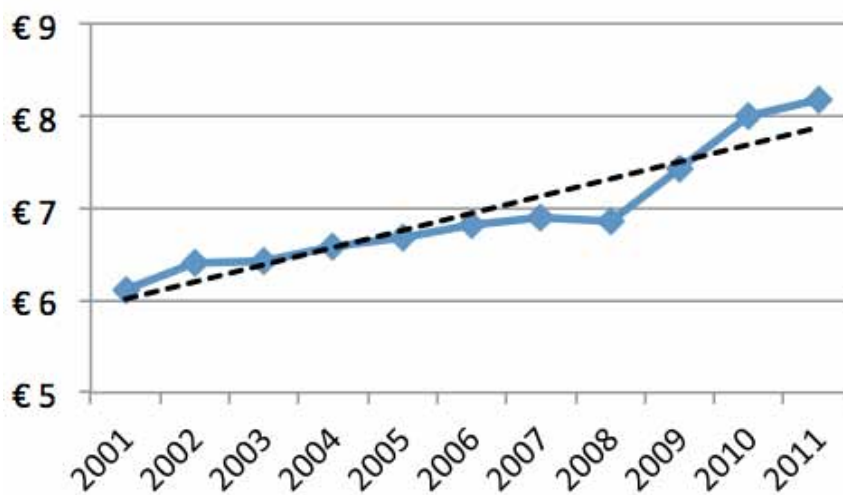


Fig. 1.3 Andamento dei prezzi medi dei biglietti cinematografici in Europa Occidentale. Fonte: Elaborazione da European Cinema Yearbook.

Anche il fenomeno della pirateria multimediale è molto rilevante in questo scenario perché consente l'accesso al prodotto audiovisivo senza costi, fruizione che però, oltre ad essere illegale, non fornisce alcuna garanzia sulla qualità dei contenuti. Le nuove tecnologie hanno inoltre reso più facile la conversione multimediale di un film che, in questo modo, viene reso disponibile sul web poco tempo dopo l'uscita in sala, sottraendo così una quota di ricavi rilevante, specialmente con riferimento ai segmenti di consumatori maggiormente sensibili al fattore prezzo. Le nuove possibilità di accesso al prodotto filmico su nuove piattaforme hanno portato a un ridimensionamento della spesa relativa all'intrattenimento, generando una contrazione del mercato home-video, che mostra un calo drammatico negli ultimi anni specialmente per quanto riguarda il noleggio.

Spesa europea in home-entertainment

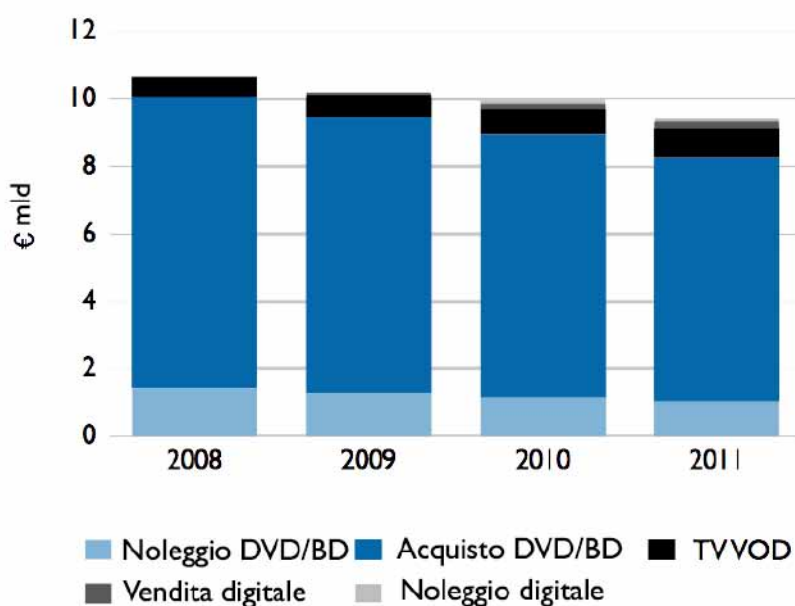


Fig. 1.4 Spesa dei consumatori europei per l'home video entertainment.

Fonte: International Video Federation, European Video Yearbook 2012.

Storicamente la nascita dell'home-video risale agli anni '80, e più precisamente coincide con l'introduzione del Video Home System (VHS). Negli anni '90 il Digital Versatile Disc (DVD) ha sostituito le ormai storiche videocassette. Oggi il Blu Ray sta soppiantando il DVD e tra non molti anni

probabilmente un nuovo supporto qualitativamente più performante finirà per rimpiazzare quest'ultimo. In questo modo la competizione tra formati all'interno del mercato home-video rappresenta un importante fattore che conduce costantemente a una riduzione del prezzo e a un incremento della qualità fornita ai consumatori. Nonostante ciò le vendite del supporto fisico mostrano un forte calo (Fig. 1.4). La spesa europea per DVD e Blu Ray mostra una riduzione nel 2011 pari al 7.7% rispetto all'anno precedente, confermando il trend negativo degli ultimi sette anni e mostrando inoltre un deciso calo nelle transazioni d'acquisto nel 2011 del 2% per i DVD e del 5.6% per i Blu Ray¹. La risposta alla contrazione della domanda è stata una continua riduzione del prezzo medio dei supporti nel tempo. Ad arginare questo declino non sono bastate le nuove strategie di marketing, ad esempio acquistando il DVD o il Blu Ray è possibile ottenere una versione multimediale del film in rete attraverso un codice di registrazione on-line o direttamente sul supporto stesso.

Spesa europea per supporto fisico

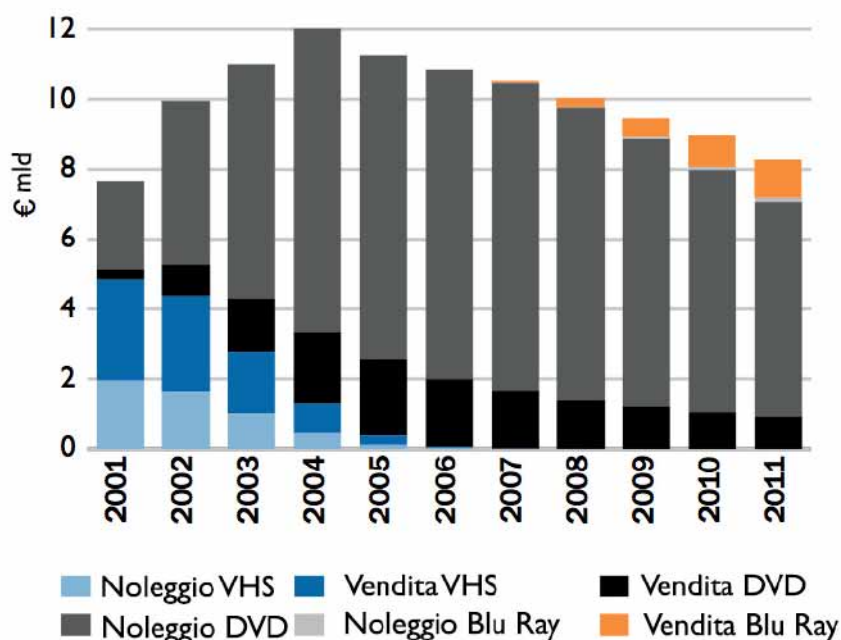


Fig. 1.5 Spesa dei consumatori europei per i supporti fisici del video entertainment.

Fonte: International Video Federation, European Video Yearbook 2012.

¹ European video: the industry overview; European Video Yearbook 2012.

La contrazione più drastica ad ogni modo si rileva per il segmento del noleggio, che presenta una riduzione del 9.7% nel 2011 sulla spesa, passando da un volume d'affari di quasi 1.5 mld€ a 1 mld€ nel giro di soli 4 anni (Fig. 1.6). Al contrario sono in crescita il Video On Demand (VOD) e il noleggio digitale, sottolineando un radicale cambiamento d'approccio verso il consumo dei prodotti audiovisivi da parte del pubblico.

Sono in crescita i consumi sulle nuove piattaforme digitali e online, con un aumento tra il 2010 e il 2011 del 20.1% per un totale di 1,2 mld€. La crescita maggiore è rappresentata dal segmento della distribuzione digitale (+46.6%) arrivando nel 2011 a un valore 208 mln€, seguita dal noleggio digitale (+41.7%). Sono in aumento anche i consumi attraverso la forma dell'abbonamento (+26.5%), formula che ha reso vincenti i servizi offerti da società come Netflix, Hulu o Amazon che, attraverso la ridefinizione dei loro modelli di business, sono andate in contro alle nuove esigenze dei consumatori con servizi di streaming e spedizione postale del supporto fisico, portando all'uscita dal mercato un colosso come *Blockbuster*, un tempo leader del settore. Infine i maggiori ricavi derivanti dalla distribuzione digitale sono legati al VOD televisivo per un totale di 848 mln€ nel 2011 (+12.5%). I tassi di crescita di questi nuovi segmenti sembrano essere molto promettenti, ma i ricavi totali connessi a questi canali digitali non hanno ancora raggiunto la rilevanza di quelli del supporto fisico, che resta un elemento fondamentale dell'economia del prodotto audiovisivo, motivo per il quale le società di produzione e distribuzione esitano ad investire sui nuovi canali di distribuzione mantenendosi invece legate a dei modelli di business che difendono il supporto fisico ma che cominciano a mostrarsi non più in linea con le esigenze di mercato.

Spesa europea per noleggio

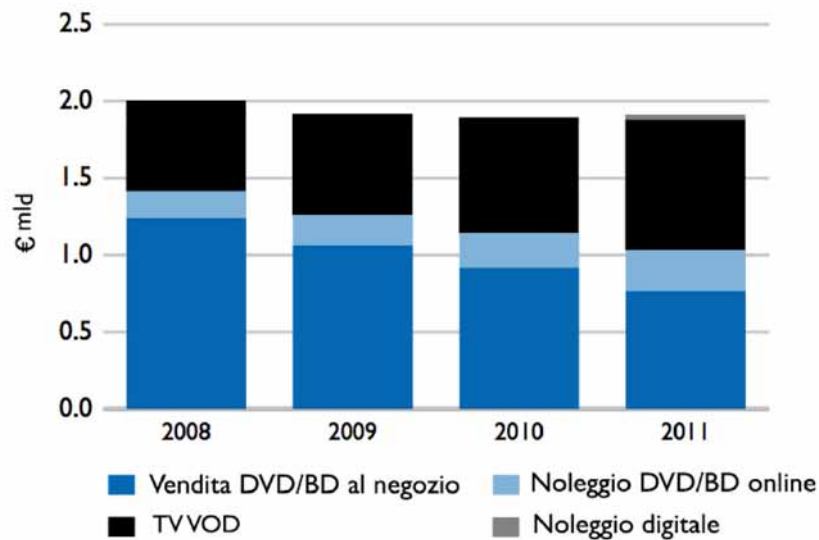


Fig. 1.6 Spesa dei consumatori europei per il noleggio dei prodotti del video entertainment. Fonte: International Video Federation, European Video Yearbook 2012.

Con riferimento invece al mercato broadcasting e TV via cavo, è possibile notare una crescita del 4.5% nel 2010 con un valore di 13,27 mld€. Si stima inoltre che nel 2015 il valore di mercato raggiungerà un valore superiore a 18 mld€². La pubblicità rappresenta il segmento più grande di questo mercato, facendo registrare un valore di mercato totale pari al 48.2% e, come è possibile notare dal grafico sottostante, l'Italia rappresenta il 12% del valore europeo.

² Fonte: Datamonitor

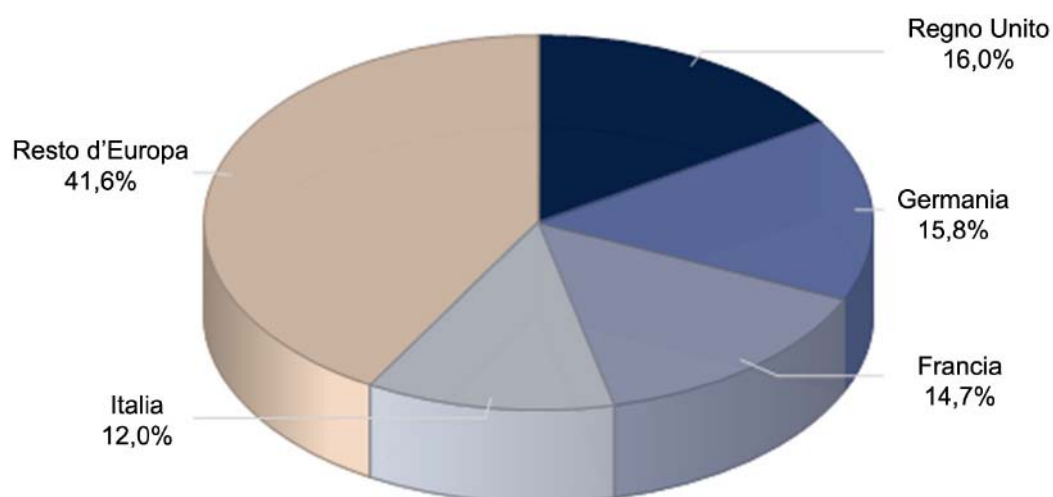


Fig. 1.7 Segmentazione del mercato broadcasting e TV via cavo

Fonte: International Video Federation, European Video Yearbook 2012.

Questi dati mostrano, oltre a una crisi di settore, una rapida evoluzione delle modalità di approccio e fruizione relative al prodotto audiovisivo. Questa contingenza apre nuove opportunità di sviluppo per le imprese in grado di adeguare la propria offerta alle nuove esigenze del pubblico e per le diverse figure professionali coinvolte da questo cambiamento.

Per quanto riguarda invece la situazione del mercato cinematografico in Italia, è possibile osservare un andamento molto positivo, anche rispetto alla media europea. Gli incassi lordi mostrano una robusta tendenza alla crescita, inoltre l'aumento del prezzo medio è strettamente correlato all'introduzione del 3D. L'inflazione si manifesta infatti solo in concomitanza della proliferazione delle sale adibite alle proiezioni stereoscopiche, mentre nel decennio precedente non si registrano sensibili incrementi.

Incasso lordo

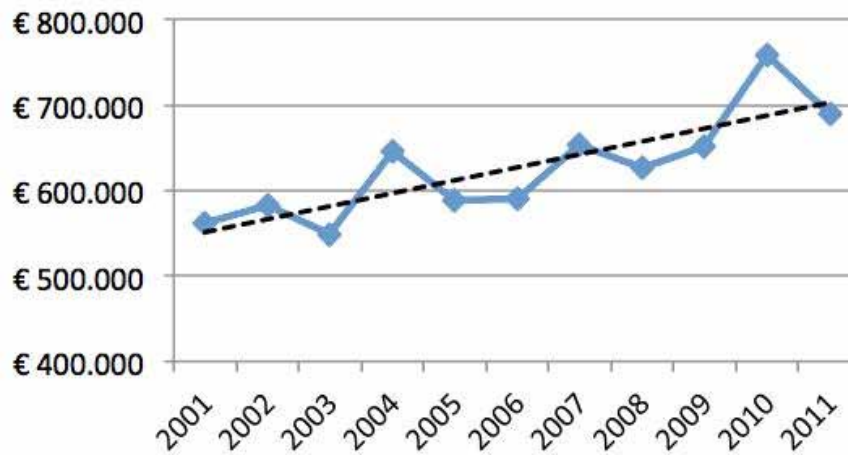


Fig. 1.8 Andamento degli incassi lordi cinematografici in Italia. Valori espressi in migliaia. Fonte: European Cinema Yearbook.

Prezzo medio del biglietto

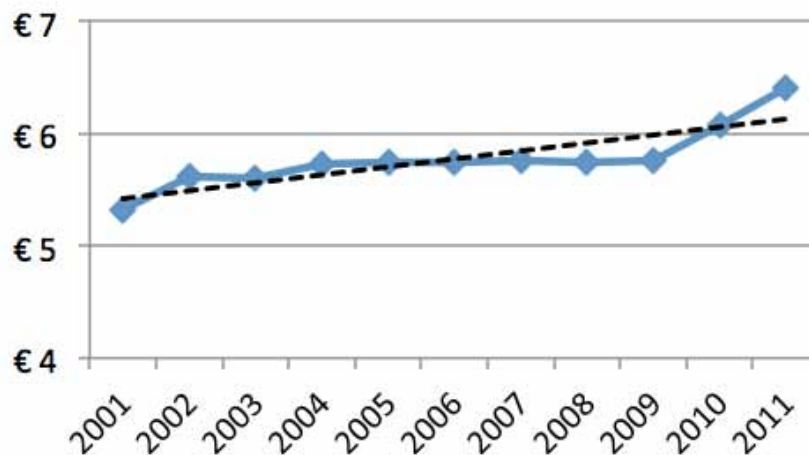


Fig. 1.9 Andamento dei prezzi medi dei biglietti cinematografici in Italia. Fonte: European Cinema Yearbook.

Il numero di produzioni filmiche in Italia mostra una crescita del 26,6% negli ultimi tre anni, dato molto positivo che segnala la buona salute dell'industria cinematografica nostrana, anche se questo dato è affiancato da una parallela riduzione delle co-produzioni. Questo fenomeno indica la

minore attrattività dell'industria nazionale per gli operatori esteri e identifica quindi un aspetto su cui investire al fine di incentivare l'attrazione degli investimenti delle società straniere sul nostro territorio.

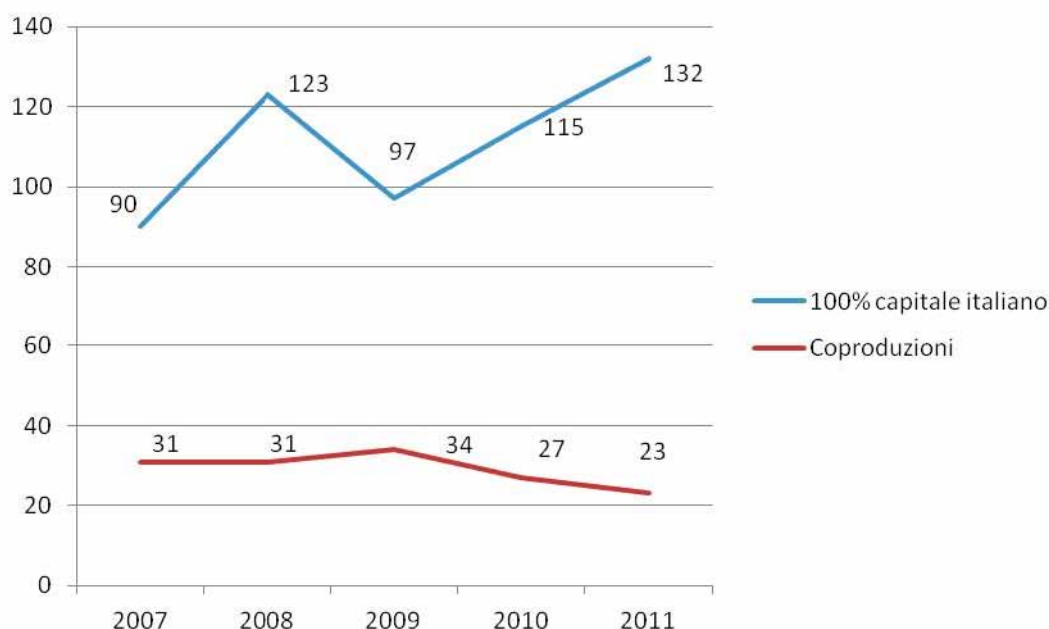


Fig. 1.10 Numero di film prodotti in Italia. Fonte: ANICA.

La crescita dell'intero settore è dimostrata inoltre dall'incremento considerevole registrato del consumo di prodotti audiovisivi via web, stimato intorno al 65% annuo, seguiti dai prodotti audiovisivi somministrati via mobile il cui incremento si attesta intorno al 18% annuo. Il mercato Home Video pare invece destinato a un'ulteriore contrazione (-8% circa all'anno dal 2008 al 2014 per i ricavi degli editori dalla vendita e noleggio di supporti fisici)³.

³ "La Crossmedialità: gli audiovisivi in rete La convergenza al digitale dei Media". A cura di Stefano Misiani e Mirna La Vigna.

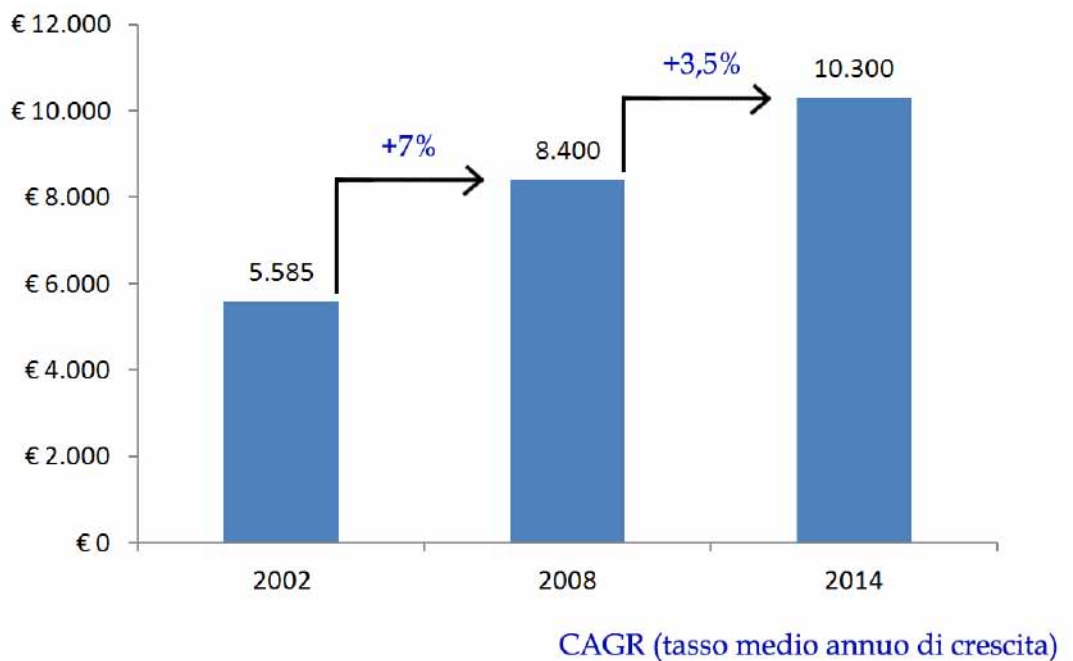


Fig. 1.11 Ricavi complessivi degli editori da servizi audiovisivi in Italia 2002, 2008 e previsioni per il 2014. I valori sono espressi in milioni di euro. Fonte: e-Media Institute.

I tassi di crescita medi degli ultimi anni, analizzati in dettaglio per i diversi canali di sfruttamento del prodotto audiovisivo, forniscono un'altra evidenza della rilevanza acquisita dai consumi on-line e sulle nuove piattaforme (e.g. cellulari e tablet) evidenziando una crescita nettamente superiore dei consumi via internet rispetto all'home video tradizionale, rispettivamente +92% contro +2,3% tra il 2002 e il 2008. Le previsioni future continuano a vedere il web come il canale leader, data la sua crescita, prevedendo una dura contrazione per l'home video.

CAGR	2002 - 2008	CAGR	2008 - 2014
Totale mercato	+7%	Totale mercato	+3,5%
Home Video	+2,3%	Home Video	-8,2%
TV	+7,2%	TV	+3,4%
Internet	+92%	Internet	+65%
Mobile	+51%	Mobile	+18%

Tab. 1.1 Tassi di crescita medi annui dei ricavi degli editori da servizi audiovisivi in Italia 2002-2008, e previsioni 2008-2014. Fonte: e-Media Institute.

La crescita del settore viene però costantemente rallentata ed erosa dalla pirateria, che intacca i ricavi connessi al prodotto filmico riducendone la profittabilità e, di conseguenza, la propensione degli operatori a investire. Le indagini della FAPAV⁴ stimano un fatturato della pirateria fisica in Italia nel 2011 di 375 mln€ con un incremento dell'11,3% rispetto all'anno precedente. In termini generali invece l'impatto finanziario del mercato illegale legato all'audiovisivo raggiunge quasi la cifra di 500 mln€, comportando rilevanti perdite per tutti i diversi canali di sfruttamento (Fig. 1.12).

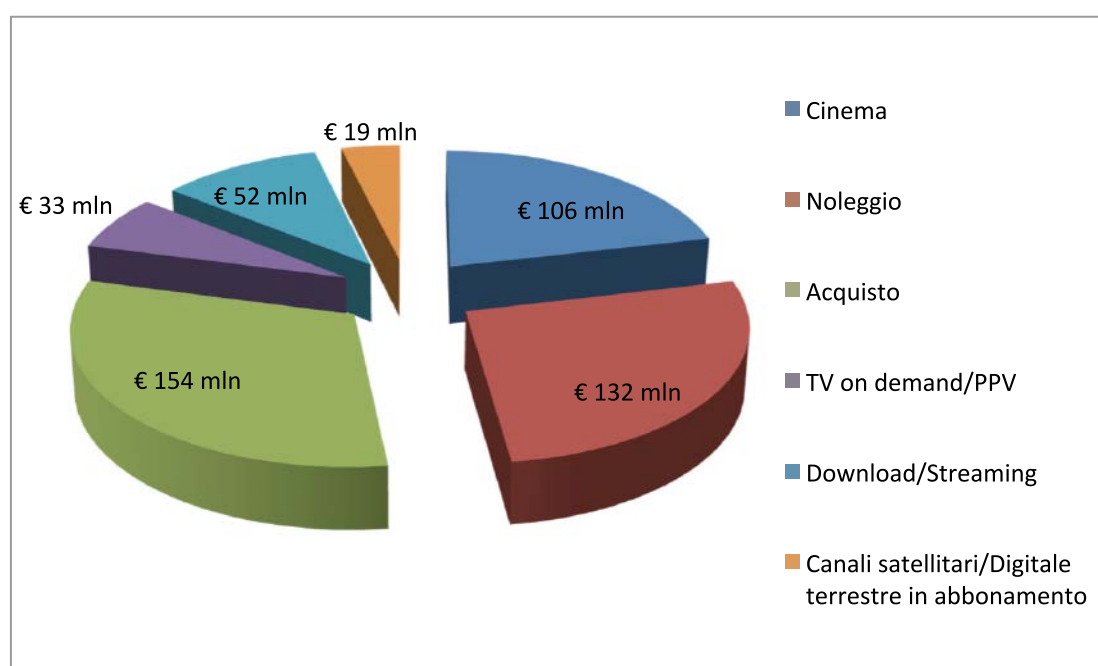


Fig. 1.12 Stima dell'impatto finanziario della pirateria audiovisiva in Italia nel 2011 per i diversi canali di sfruttamento. Fonte: FAPAV.

Queste cifre permettono di comprendere la rilevanza economica del fenomeno e quindi la necessità di un efficace ordinamento normativo che consenta di arginare le perdite garantendo un più sano sviluppo dell'industria. In quest'ottica, i nuovi canali web e on demand possono rivestire un ruolo strategico, poiché attraverso l'applicazione di modelli di business innovativi è possibile attrarre segmenti di consumatori altrimenti soliti alla fruizione abusiva del prodotto, ai quali viene così messa a

⁴ Federazione per la Tutela dei Contenuti Audiovisivi e Multimediali

disposizione un'alternativa legale e appetibile, generalmente sotto forma di abbonamento mensile. La rilevante crescita del consumo di prodotti audiovisivi sotto forma multimediale schiaccia i ricavi del noleggio tradizionale su supporto fisico, causando un graduale, ma costante passaggio di profittabilità verso il canale innovativo a discapito di quello in obsolescenza. In questo modo la nuova offerta in grado di garantire degli standard qualitativi e di library a un prezzo accessibile può sottrarre quote di mercato illegale e aiutare il settore intero riducendo l'economia sommersa. La pirateria ha inoltre delle dirette conseguenze occupazionali, in quanto esercita una pressione a ribasso sui salari incentivando comportamenti poco virtuosi per snellire i costi di produzione che vanno a discapito di alcune fasce di operatori del settore.

1.2 Mappatura del territorio romano e regionale: zone di concentrazione delle imprese di produzione.

La regione Lazio rappresenta uno dei principali distretti dell'industria audiovisiva Italiana e quasi la totalità dei produttori e dei distributori cinematografici con sede nel territorio regionale è situata all'interno del comune di Roma. Questo evidenzia la centralità della capitale per le imprese del settore che decidono di operare nel Lazio. La concentrazione delle società strettamente confinata al territorio comunale è giustificata dalle esternalità positive derivanti dalla vicinanza delle imprese e dai vantaggi conseguenti alla prossimità geografica delle risorse e degli operatori. L'elevata concentrazione inoltre aumenta da un lato la concorrenza e spinge dall'altro a un incremento della competitività. A oggi sul territorio romano si contano più di 250 società di produzione, generalmente di piccola/media dimensione, la cui attività è il più delle volte orientata allo sviluppo di un ridotto numero di progetti. In Fig. 1.13 è possibile osservare la disposizione delle società di produzione, ogni cerchio corrisponde alla relativa sede legale. L'area a maggiore concentrazione è quella del centro nord. Con riferimento al settore cinematografico, i principali distributori dei progetti sviluppati nel Lazio nel 2011 risultano essere Medusa, Fandango, 01 Distribution e Officine UBU. Tra le maggiori società di distribuzione si notano due importanti produttori, ossia Medusa e Rai Cinema⁵, confermando il potenziale di successo del modello di business integrato verticalmente tra società di maggiore dimensione.

⁵ 01 Distribuzione è l'ufficio di distribuzione direttamente legato a Rai Cinema.



Fig. 1.13 Concentrazione delle società di produzione.

Al fine di fornire una dettagliata descrizione dei produttori presenti sul territorio laziale, abbiamo effettuato una riclassificazione degli stessi in termini di budget speso per le produzioni cinematografiche e audiovisive. In questo modo è possibile osservare la composizione delle società secondo la loro dimensione media d'investimento per identificare la loro rilevanza sul territorio. Dai dati riportati in tabella 2.2, si può notare che per il settore cinematografico, il maggiore volume d'investimenti è derivato nel 2011 da società capaci di spendere più di 10 milioni di euro nel corso dell'anno, con un investimento medio nel territorio regionale di circa 17 milioni. I principali investimenti provengono dalle società Medusa, Rai Cinema, Sky

Cinema, Wildside e Cattleya, con una spesa complessiva nel 2011 pari a €96.251.053. Ad ogni modo questa tipologia d'impresе rimane una minoranza nel panorama industriale romano, infatti, le società più numerose risultano essere quelle appartenenti alle prime due classi di budget, ovvero quelle che investono meno di 500.000€ e tra 500.000€ e 2 mln€.

Classe di budget	Numero imprese	Investimento totale	Investimento nel Lazio	Investimento totale medio	Investimento medio nel Lazio
≤500.000€	25	€ 4.441.842	€ 3.632.226	€ 177.673	€ 145.289
tra 500.000€ e 2mln€	28	€ 45.587.920	€ 30.333.334	€ 1.628.140	€ 1.083.333
tra 2mln€ e 5mln€	15	€ 77.696.942	€ 52.622.389	€ 5.179.796	€ 3.508.159
tra 5mln€ e 10mln€	9	€ 99.961.710	€ 62.568.804	€ 11.106.856	€ 6.952.089
≥10mln€	5	€ 122.357.848	€ 86.284.162	€ 24.471.569	€ 17.256.832

Tab. 1.2 Produttori cinematografici riclassificati per classi di investimento.
Campione riferito al 2011.

Classe di budget	Numero imprese	Investimento totale	Investimento nel Lazio	Investimento totale medio	Investimento medio nel Lazio
≤500.000€	23	€ 1.172.309	€ 1.147.692	€ 50.969	€ 49.899
tra 500.000€ e 2mln€	2	€ 3.451.752	€ 3.038.148	€ 1.725.876	€ 1.519.074
tra 2mln€ e 5mln€	4	€ 18.181.418	€ 13.522.090	€ 4.545.354	€ 3.380.522
tra 5mln€ e 10mln€	7	€ 64.817.638	€ 49.701.073	€ 9.259.662	€ 7.100.153
≥10mln€	2	€ 42.047.664	€ 35.801.594	€ 21.023.832	€ 17.900.797

Tab. 1.3 Produttori audiovisivi riclassificati per classi di investimento.
Campione riferito al 2011.

In Tab. 2.3 è invece possibile osservare i valori riclassificati delle imprese operanti nell'audiovisivo, che mostrano una composizione simile a quelle cinematografiche, ma con la differenza che la seconda classe di budget, quella tra 500.000€ e 2 mln€, risulta essere molto meno numerosa, mentre primeggiano le imprese di minori dimensioni la cui spesa è inferiore al mezzo milione di euro. Questa caratteristica è legata anche alla differente composizione dei costi del progetto, essendo mediamente i costi dei prodotti cinematografici superiori a quelli audiovisivi. I principali produttori operanti nell'audiovisivo nel 2011 sono Rai Fiction, Publispei, Wildside, Casanova Multimedia e Magnolia Fiction, i cui investimenti, riferiti al territorio regionale, ammontano a € 61.454.750. Molto rilevante è stato in questo stesso anno il ruolo del nuovo Fondo Regionale di sostegno al cinema e all'audiovisivo istituito dalla Regione Lazio, che ha effettivamente incentivato il volume della produzione sul territorio attraverso una forma di rimborso sulla quota di budget speso nel Lazio, divenendo un'importante alternativa al FUS, che è stato caratterizzato negli ultimi anni da una forte riduzione delle risorse disponibili.

1.3 Concentrazione dei distributori

L'elenco dei distributori cinematografici operanti nel Lazio conta circa sessanta società, alcune delle quali sono anche coinvolte anche nella fase di produzione. Gli operatori integrati verticalmente nella filiera produttiva sono generalmente quelli di maggiori dimensioni (e.g. Rai Cinema, Medusa, Moviemax) che, unendo le funzioni di produzione e pianificazione finanziaria a quelle di distribuzione e marketing, riuniscono all'interno di un'organizzazione più complessa un ampio ed eterogeneo ventaglio di professionalità.



Fig. 1.14 Concentrazione delle società di distribuzione.

Come nel caso delle società di produzione, anche i distributori risultano maggiormente concentrati nel centro di Roma con qualche sporadica eccezione. Non sorprende che tali società si collochino in prossimità di quelle di produzione, rappresentando queste ultime il loro principale committente. Di seguito è riportata una riclassificazione delle società di distribuzione legate ai film prodotti nel Lazio relativamente ai film rilasciati in sala alla data di stesura di questo rapporto.

Classe di budget	Numero imprese	Investimento totale	Investimento nel Lazio	Investimento totale medio	Investimento medio nel Lazio
<500.000	4	€ 1.487.522	€ 1.150.750	€ 371.881	€ 287.687
tra 500.000 e 2mln€	4	€ 13.027.799	€ 8.802.837	€ 3.256.950	€ 2.200.709
tra 2mln€ e 5mln€	8	€ 26.959.082	€ 19.441.625	€ 3.369.885	€ 2.430.203
tra 5mln€ e 10mln€	1	€ 12.768.251	€ 7.091.700	€ 12.768.251	€ 7.091.700
>10mln€	3	€ 65.590.202	€ 47.158.749	€ 21.863.401	€ 15.719.583

Tab. 1.4 Distributori cinematografici riclassificati per classi di investimento.
Campione riferito al 2011.

Distributore	Investimento totale	Investimento nel Lazio	Investimento medio	Investimento medio nel Lazio
Medusa	€ 29.481.193	€ 21.066.447	€ 5.896.239	€ 4.213.289
01	€ 21.457.308	€ 15.728.661	€ 4.291.462	€ 3.145.732
Cinecittà Luce	€ 14.651.701	€ 10.363.641	€ 3.662.925	€ 2.590.910
Lucky Red	€ 12.768.251	€ 7.091.700	€ 4.256.084	€ 2.363.900
Fandango	€ 6.183.067	€ 4.226.734	€ 1.545.767	€ 1.056.683
Altri	€ 35.291.336	€ 25.168.477	€ 2.205.708	€ 1.573.030

Tab. 1.5 Principali distributori cinematografici dei film prodotti nel Lazio.
Campione riferito al 2011.

Con riferimento al settore cinematografico, i principali distributori dei progetti sviluppati nel Lazio nel 2011 risultano essere Medusa, Fandango, 01 Distribution e Officine UBU. Tra le maggiori società di distribuzione si

notano due importanti produttori, ossia Medusa e Rai Cinema⁶, confermando il potenziale di successo del modello di business integrato verticalmente attraverso il successo economico delle società di maggiore dimensione.

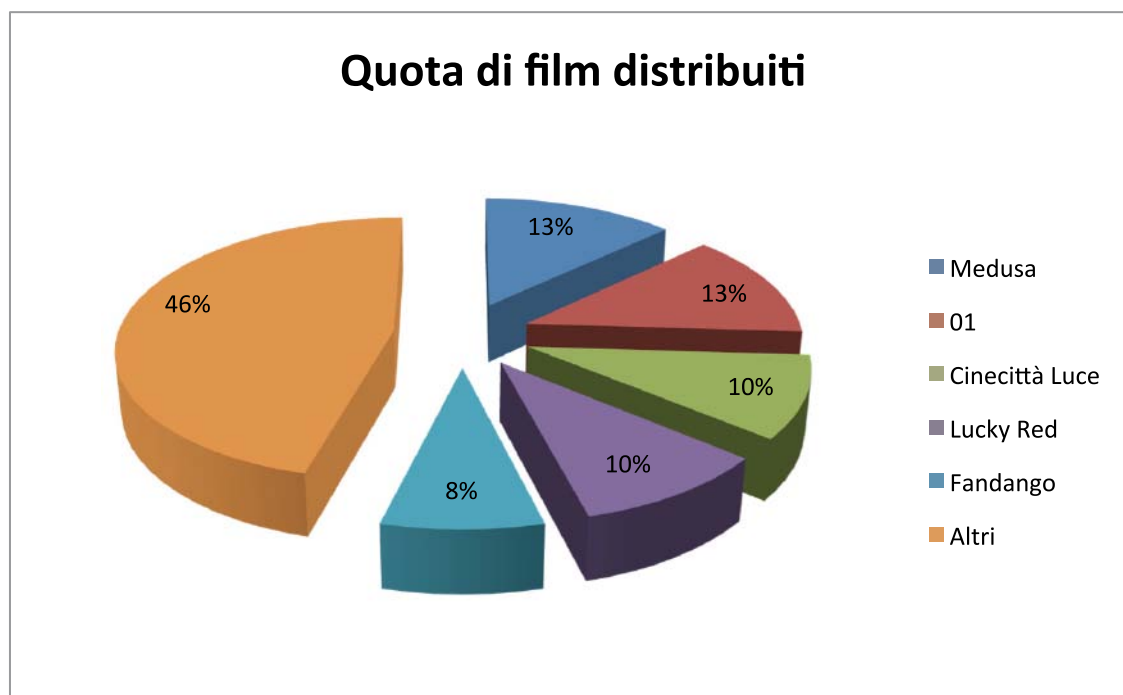


Fig. 1.15 Quote di distribuzione dei film prodotti nel Lazio.
Campione riferito al 2011.

È possibile dunque identificare due gruppi strategici tra le società di distribuzione, il primo composto da 4 o 5 operatori principali e il secondo che comprende tutte le società minori. I maggiori player hanno spesso l'accesso al prodotto filmico in quanto rivestono il ruolo di produttori, mentre le società minori sono generalmente legate a prodotti meno commerciali e a maggiore contenuto culturale. La distribuzione dei prodotti audiovisivi invece avviene soprattutto attraverso le reti televisive e trova la sua fonte di ricavi principalmente nella pubblicità. Successivamente, questi prodotti possono essere resi disponibili per il video on demand e i servizi in streaming sui portali gestiti dalle reti che ne detengono i diritti.

⁶ O1 Distribuzione è l'ufficio di distribuzione direttamente controllato da Rai Cinema.

1.4 L'evoluzione tecnologica e il settore cinematografico: nuovi trend in Europa

La tecnologia tridimensionale, che ha segnato il passaggio a una nuova epoca nella storia della cinematografia, introduce un nuovo linguaggio espressivo portando con sé un miglioramento sia strutturale che occupazionale dell'industria. Nuovi strumenti si stanno diffondendo nel settore dell'audiovisivo, dalla distribuzione cinematografica (sale digitali e 3D) all'home-video entertainment (3D TV e Blu Ray), aumentando le possibilità di sfruttamento del prodotto nei diversi canali attraverso proiezioni 3D e digitali. E' quindi necessario adeguarsi ai nuovi standard tecnologici. Cresce quindi l'importanza rivestita dagli operatori connessi alla vendita, al funzionamento e all'assistenza dei nuovi strumenti digitali. Questa recente innovazione ha avuto un impatto economico tale da contrastare la crisi che ha caratterizzato il settore cinematografico per gli ultimi anni. Storicamente l'invenzione della stereoscopia risale effettivamente a molti anni fa. Già nei primi anni venti i fratelli Lumière sperimentarono tecniche di proiezione tridimensionali basate sul sistema anaglifico⁷, mentre nel 1922 avvenne la prima proiezione 3D in una sala cinematografica⁸. Gli anni '50 vedono un forte aumento della produzione di film tridimensionali, anche se la risposta del pubblico è modesta e i costi di sviluppo per i produttori e i costi di proiezione per gli esercenti sono ancora troppo elevati per garantire un ritorno economico adeguato. Il declino della stereoscopia termina con l'inizio del nuovo millennio, ciò dipende in parte dalla nascita e il conseguente sviluppo delle nuove tecnologie di animazione digitale. L'avvento del 3D ha reso necessaria una radicale ristrutturazione delle sale, al fine di attrezzarle con i nuovi proiettori e a sua volta la diffusione di film 3D ha determinato un aumento proporzionale della

⁷ L'anaglifo è una tecnica che crea l'illusione della tridimensionalità attraverso l'accostamento di due immagini di colore diverso, più precisamente il rosso e il ciano, mediante l'utilizzo di appositi occhiali dotati di filtri con colori complementari l'uno rispetto all'altro.

⁸ Si tratta del film "The Power of Love" del regista Rober F. Elder, proiettato, all'Ambassador Hotel Theater di Los Angeles.

diffusione di proiettori digitali. Si è in questo modo innescata una reazione a catena che si è riflessa sul mercato, con un forte incremento degli schermi digitali e 3D che possono sfruttare l'adeguamento strutturale non solo con i nuovi film stereoscopici ma anche con eventi alternativi, tra cui, concerti ed eventi sportivi. Gli schermi digitali in Europa sono passati negli ultimi 3 anni dal 4% al 52% rispetto al totale⁹, allo stesso modo è cresciuto il volume di investimenti in questa nuova tecnologia. Ad ogni modo la forte eterogeneità culturale tra i paesi europei impedisce un'ampia circolazione dei prodotti domestici, la cui distribuzione rimane spesso limitata ai confini nazionali dei produttori. Inoltre gli alti costi di conversione al digitale rendono quasi impossibile per i cinema più piccoli l'adeguamento al cambiamento. Per questi motivi, per far fronte alla cospicua produzione statunitense, molti paesi europei hanno studiato delle forme di finanziamento per agevolare gli esercenti minori senza però andare contro la libera concorrenza del mercato. In questo contesto è quindi importante il ruolo dell'Unione Europea nella promozione di un sano mercato audiovisivo. Nel 2010 è stato stanziato un pacchetto di incentivi fiscali di 82 milioni di euro destinato all'Italia per le attività di produzione cinematografica. Questi incentivi mirano ad attirare investimenti da parte di attori esterni all'industria e favorire la circolazione del prodotto filmico di interesse culturale. Altro importante strumento adottato a tal fine è quello del Tax Credit, che consente la deduzione di parte degli investimenti ai fini fiscali¹⁰. I motivi che legittimano questo interesse dell'Unione Europea sono lo sviluppo dei mercati interni dei paesi, l'incentivazione alla competitività e la promozione dei prodotti culturali. In questo momento di evoluzione per il settore, l'aumento dell'offerta può generare un'espansione di pubblico e, di conseguenza, un'espansione del mercato. Le nuove forme di distribuzione del prodotto filmico digitale sono divenute dominanti nelle scelte strategiche delle società, in quanto comportano una riduzione dei costi di distribuzione e archiviazione, consentendo l'ingresso di nuovi operatori e, di

⁹ Fonte: Mediasalles.

¹⁰ La terza dimensione. Nuove professioni ed indagini formative; a cura di Stefano Misiani e Mirna La Vigna. Giugno 2010.

conseguenza, portando ad un incremento della competizione all'interno del settore, generando al contempo una pressione sulle altre finestre di sfruttamento (e.g. Pay-TV, home-video). C'è inoltre una stretta correlazione tra l'Internet Video On Demand e il fenomeno del *social networking* che da un lato aiuta il processo di compensazione culturale e dall'altro fornisce nuovi strumenti per comunicare e collocare il prodotto audiovisivo. Esistono diversi modelli di finanziamento al digitale come il Virtual Print Fee (VPF)¹¹ che consiste nell'investimento di soggetti esterni, sia pubblici che privati, sui nuovi macchinari di proiezione. Questi finanziatori recuperano l'esborso attraverso i futuri versamenti da parte degli esercenti e dei distributori. Questo sistema intende creare un legame tra esercenti e distributori attraverso la condivisione degli investimenti e dei relativi proventi.

¹¹ Rapporto Plus Digital Cinema dello European Audiovisual Observatory.

1.5.1 L'evoluzione tecnologica in Italia

Gli schermi digitali in Italia mostrano un sensibile sviluppo e tassi di crescita sorprendenti, passando da 38 nel 2008 a 1813 nel 2012 nonostante la forte recessione economica del periodo, e facendo prevedere la completa sostituzione del proiettore tradizionale nelle sale in tempi brevi. Nelle Fig. 1.16 e 1.17 è rappresentato l'andamento del numero di cinema e di schermi che hanno adottato proiettori digitali e 3D negli ultimi anni. Le prime sale a rendere disponibile questa nuova tecnologia si diffondono a partire dal 2008 per far registrare negli anni successivi una rapida crescita fino ad arrivare ad un picco nel 2010 (Fig. 1.18).

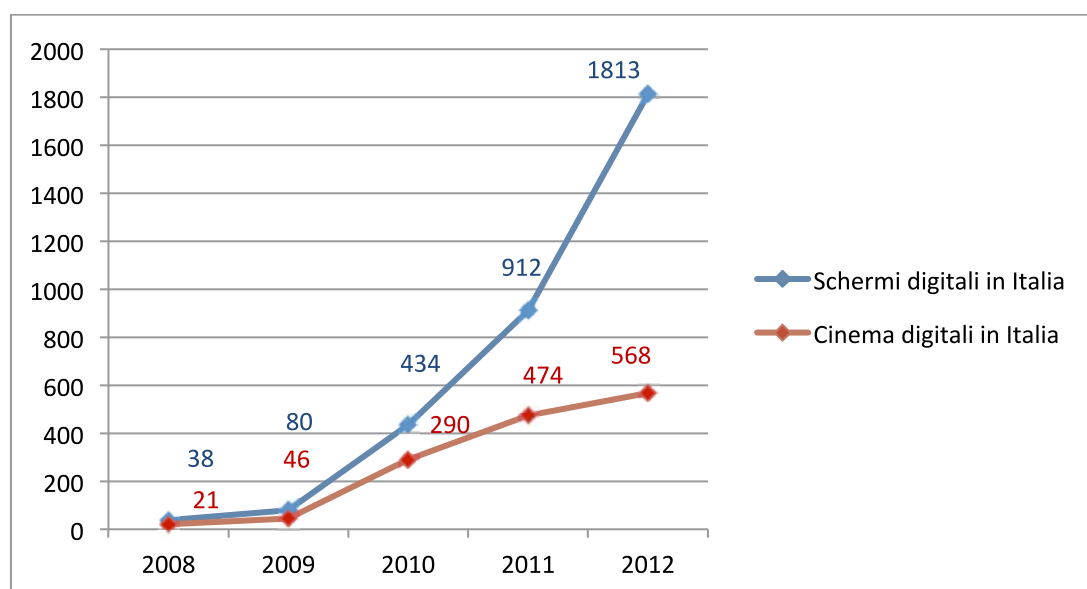


Fig. 1.16 Numero di cinema e schermi digitali in Italia.

Fonte: nostra elaborazione dallo European Yearbook of Cinema.

La forte propensione degli esercenti a investire in questa direzione favorisce la crescita e lo sviluppo dei fornitori di proiettori digitali e 3D e porta ad un consolidamento di un bagaglio di nuove competenze e professionalità. L'intrattenimento cinematografico nelle sale raggiunge dei nuovi standard qualitativi oltre ad ampliare la sua offerta infatti, oltre al film tridimensionale, le sale possono offrire diversi standard qualitativi di proiezione digitale (2k, 4k o 5k). Nonostante una disputa tra i tradizionalisti amanti della tradizionale pellicola 35mm e i fautori del digitale, questa

nuova tecnologia aumenta la flessibilità produttiva della sala e ne riduce i costi di gestione. Secondo il rapporto dello European Yearbook of Cinema presentato al 63° Festival di Berlino ad inizio 2013 gli schermi dotati di tecnologia DPL Cinema o SXRD nel mondo hanno superato le 90.000 unità, presentando un incremento del 43% rispetto all'anno precedente. Essendo gli schermi commerciali stimati intorno a 120.000, è possibile calcolare un tasso di penetrazione pari al 75%. Gli schermi digitali in Europa sono 25.000, preceduta soltanto dagli Stati Uniti che ne contano più di 36.000. In Europa circa 70% degli schermi è dotato di proiettore digitale, tasso leggermente inferiore alla media mondiale. L'evoluzione dell'offerta incrementa inoltre il divario rispetto alla fruizione domestica, in quanto ad oggi i sistemi 3D home video sul territorio sono ancora poco diffusi. Anche il numero di sale 3D mostra un costante incremento negli ultimi 5 anni ma, a differenza di quelle digitali, i tassi di crescita della loro proliferazione sono andati riducendosi drasticamente, specialmente nell'ultimo biennio.

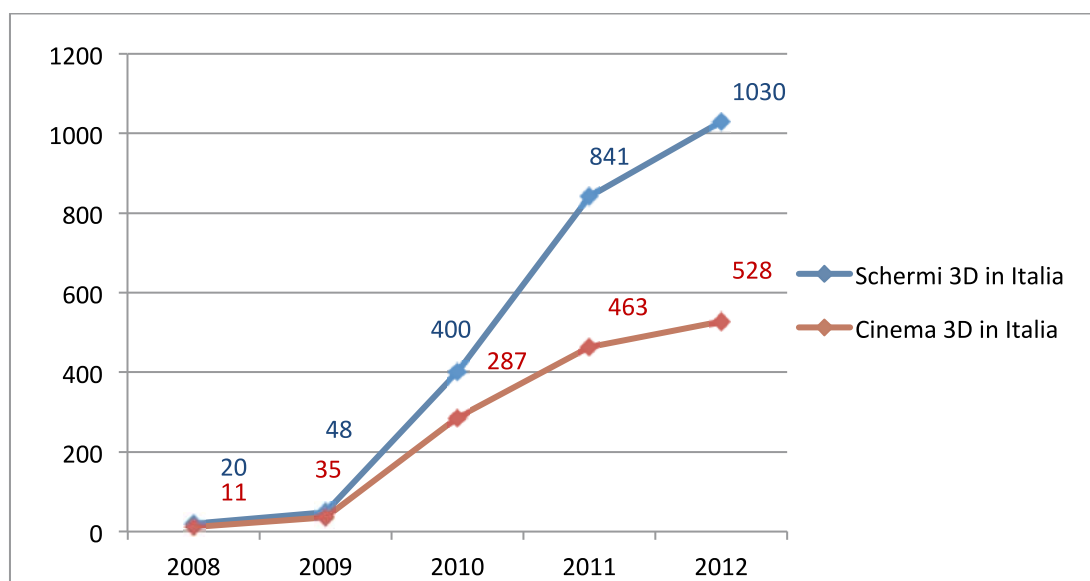


Fig. 1.17 Numero di cinema e schermi 3D in Italia.

Fonte: nostra elaborazione dallo European Yearbook of Cinema.

Questo dipende in primo luogo dal maggiore costo del biglietto di un film 3D, oltre al dilagante fenomeno della pirateria che riduce drasticamente gli introiti della distribuzione *theatrical* e la profittabilità di tutto il comparto industriale dell'audiovisivo. Un ulteriore elemento significativo legato alla

rapida fluttuazione dei tassi di espansione delle sale 3D riguarda l'andamento della domanda da parte del pubblico.

La curiosità dettata dall'introduzione di un nuovo modo di fruire il prodotto filmico ha portato a un vero e proprio boom di crescita della diffusione di sale digitali e 3D con un picco nel 2010. Sulla crescita in questo anno pesa inoltre il contributo degli incentivi europei. Il 2011 continua ad essere un anno di crescita seppure con una forte contrazione rispetto all'anno precedente, specialmente per il 3D. La domanda di pubblico per le proiezioni stereoscopiche si è assestata e nel 2012 si assiste ad un importante fenomeno, ovvero i tassi di crescita del 3D per la prima volta sono inferiori a quelli dei proiettori 2D, evidenziando una minore incisività. Si presuppone quindi che la penetrazione del digitale soppianderà in tempi brevi i vecchi proiettori, mentre quella del 3D si assesterà intorno al 50% e il 60%.

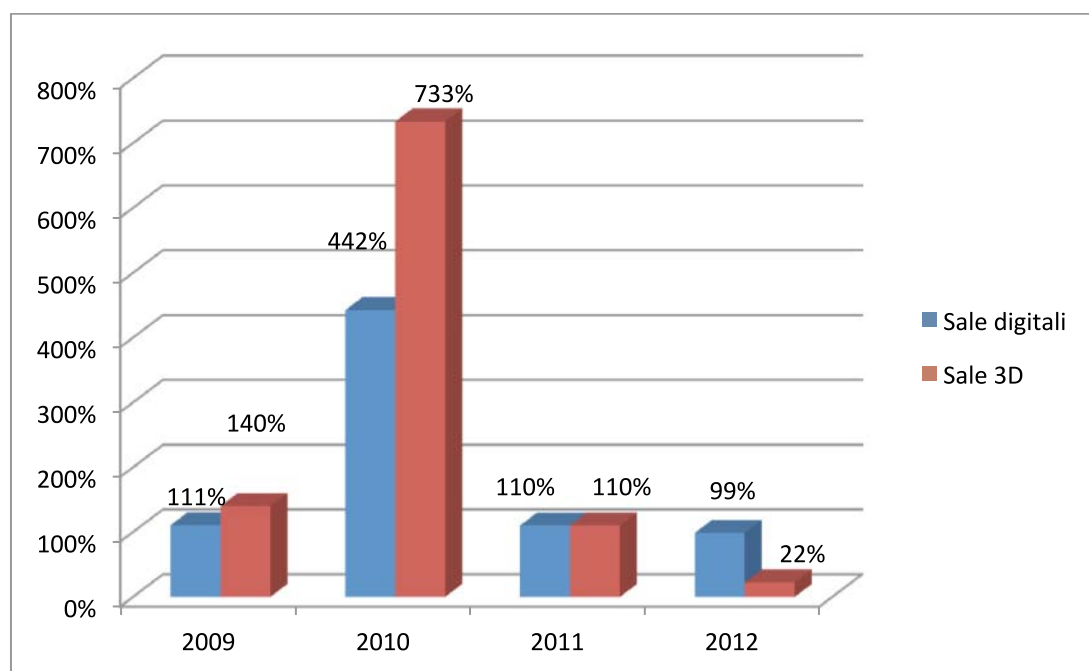


Fig. 1.18 Tassi di crescita del numero di sale digitali e 3D in Italia.

Fonte: European Yearbook of Cinema.

1.6 Sale digitali e 3D nel Lazio e a Roma

La proliferazione delle nuove sale cinematografiche mostra sul territorio regionale gli stessi andamenti riscontrati su scala nazionale. Sia nel caso del digitale che per il 3D è possibile riscontrare un incremento del numero di sale maggiore rispetto a quello di cinema, indicando che gradualmente i complessi multisala stanno adeguando altri schermi ai nuovi standard tecnologici. I cinema caratterizzati da una o poche sale infatti sono quelli che dispongono di minori risorse per poter investire in questa direzione, ma spesso sono anche quelli che prediligono la proiezione di film dal maggiore contenuto culturale. Per questo motivo sono state elaborate delle forme di sussidio che hanno l'obiettivo di non isolare queste fasce di esercenti dal progresso tecnologico, lasciandole indietro rispetto a quelle più prettamente orientate a proiettare film commerciali. Come è possibile vedere in figura 1.6, nel Lazio il massimo incremento delle sale digitali è avvenuto tra il 2009 e il 2010, anno in cui sono passate da 6 a 48, continuando a raddoppiare poi nei due anni successivi.

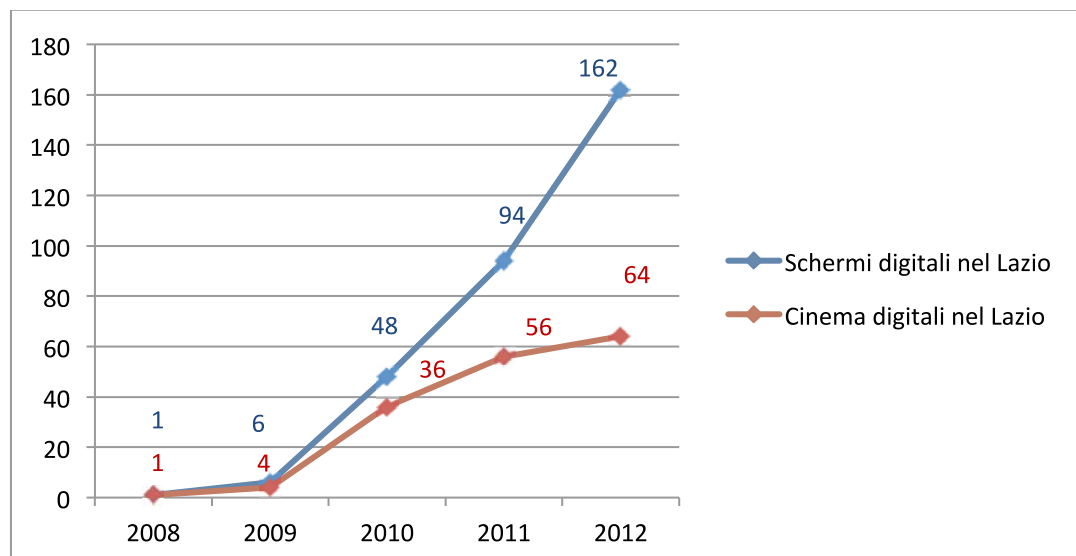


Fig. 1.19 Numero di cinema e schermi digitali nel Lazio. Fonte: nostra elaborazione dallo European Yearbook of Cinema.

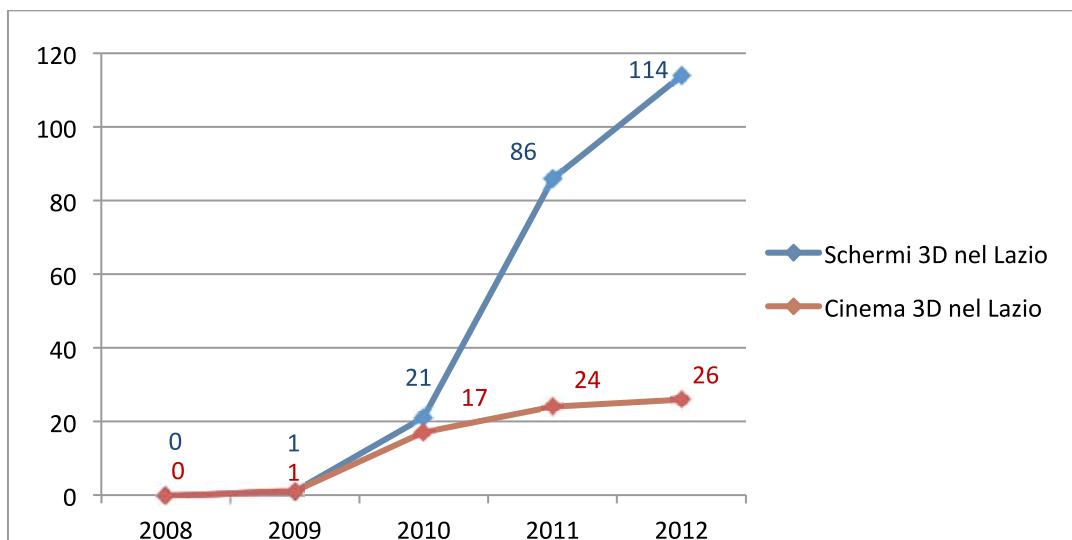


Fig. 1.20 Numero di cinema e schermi 3D nel Lazio.

Fonte: European Yearbook of Cinema.

Con riferimento alle sale 3D nel territorio regionale è invece possibile osservare (Fig. 1.20) una fortissima espansione del 2010, si va da un'unica sala nel 2009 a 21 sale nell'anno successivo. Questa crescita è poi andata riducendosi, specialmente con riferimento al numero di cinema abilitati alle proiezioni tridimensionali. Incrementa quindi rapidamente il numero medio di sale 3D per ciascun cinema che passa da 3,6 nel 2011 a 4,4, comprovando la tendenza quasi esclusiva dei multisala ad investire in questa direzione sul territorio regionale.

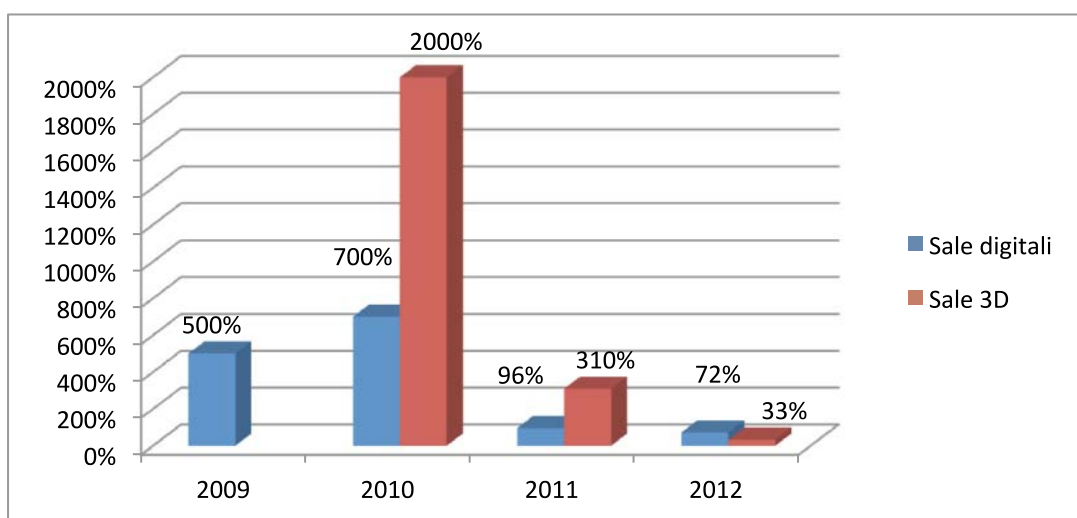


Fig. 1.21 Tassi di crescita del numero di sale digitali e 3D nel Lazio.

Fonte: nostra elaborazione dallo European Yearbook of Cinema.

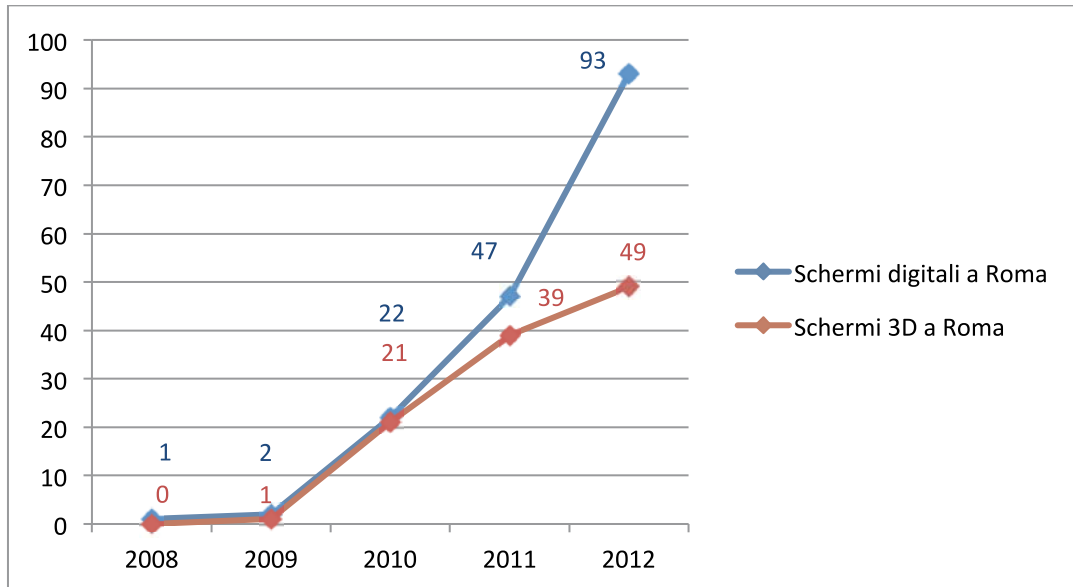


Fig. 1.22 Numero di schermi digitali e 3D a Roma.

Fonte: European Yearbook of Cinema.

Più di metà delle sale abilitate a proiezioni stereoscopiche presenti sul territorio Laziale è ubicata a Roma, ma la media di schermi per cinema è decisamente inferiore rispetto alla media regionale, infatti ogni complesso cinematografico nella città ha mediamente 1,5 sale con proiettore 3D, indicando un grado di adeguamento maggiore da parte degli esercenti minori.

CAPITOLO 2

INDAGINE SULLA PRODUZIONE CINEMATOGRAFICA ED AUDIOVISIVA

2.1 Definizione del campione

Al fine di fornire un'analisi puntuale e dettagliata delle produzioni realizzate nel 2011, abbiamo analizzato le richieste di ammissione al Fondo Regionale per il Cinema e l'Audiovisivo della Regione Lazio pervenute entro i limiti di legge come base campionaria di questa analisi.

I titoli dei progetti audiovisivi e cinematografici complessivamente ammessi al fondo regionale sono stati 114 (vedi Tab. 2.1a e 2.1b), di questi, 12 hanno rinunciato alla richiesta di finanziamento.

Il campione d'analisi utilizzato per il presente rapporto è costituito da 102 titoli, che hanno presentato la rendicontazione utile ai fini del rimborso, così ripartiti:

- **58** relativi al settore cinematografico;
- **44** relativi al settore dell'audiovisivo¹².

I motivi per cui una produzione rinuncia al finanziamento possono essere diversi, ma principalmente riconducibili a due fattori:

- le spese che costituiscono la base per il calcolo del rimborso regionale sono state effettuate in un periodo diverso da quello previsto in origine;
- la produzione ha ricevuto altri finanziamenti a rimborso da enti pubblici con i quali i limiti di ammissibilità ai finanziamenti vengono superati.

¹² I dati relativi al settore audiovisivo da questo momento sono sempre riferiti al comparto delle fiction che hanno fatto domanda di finanziamento al fondo regionale.

ELENCO OPERE CINEMATOGRAFICHE			
1	L'innocenza di Clara	32	S.B. Io lo conoscevo bene
2	E la chiamano estate	33	20 Anni
3	L'amore fa male	34	Art.1
4	Big house - REALITY	35	Nina - già Round Trip
5	Il rosso e il blu	36	Paura 3D - già L'ombra dell'orco 3D
6	L'industriale	37	Lazio: una regione a km 0
7	L'inquinamento	38	Good as you
8	Buzzanca uno nessuno centomila	39	Una donna per la vita
9	La leggenda di Kaspar Hauser	40	La Casa di Ester
10	Una volta fuori	41	La legge di Jennifer**
11	Lezioni di cioccolato 2	42	S.I.N. - La rinascita del territorio
12	Romanzo di una strage	43	Come non detto
13	Acab	44	Il futuro
14	To Rome with love	45	Transeurope hotel
15	Ti stimo fratello	46	Dracula
16	BEN UR	47	Diciott'anni il mondo ai miei piedi**
17	Ci vediamo a casa	48	Dieci regole per fare innamorare
18	Breve storia di lunghi tradimenti	49	Venuto al mondo
19	Con rabbia e con sapere	50	Giovanna Cau - Diversamente giovane
20	La scoperta dell'alba	51	Il volto di un'altra
21	DIAZ - don't clean up this blood	52	Si può fare l'amore vestiti?
22	L'estate sta finendo	53	La mia mamma suona il rock
23	Posti in piedi in Paradiso	54	100 metri dal paradiso
24	Waves - onde	55	Cavalli
25	ITALY love it or leave it	56	Isacco - già Inferis**
26	La kryptonite nella borsa	57	Ex Inferis
27	Buona giornata	58	Profughi a cinecittà
28	Ex amici come prima	59	Com'è bello far l'amore
29	L'ultima foglia	60	Io e te
30	Cesare deve morire già Dalle sbarre al palcoscenico	61	Pasolini, la verità nascosta
31	L'isola dell'angelo caduto	**	Titoli ritirati dal finanziamento regionale

Tab.2.1a. Elenco delle opere cinematografiche ammesse al fondo.

Fonte: Regione Lazio.

ELENCO OPERE AUDIOVISIVE			
1	Il guercino e Roma	28	l'Abbazia di Fossanova
2	Giornata nazionale della musica popolare e amatoriale	29	La città fantasma della sabina**
3	Da Gesù a Cristo - le tentazioni	30	Amici per la vita
4	Roma antica	31	Ce l'hai un minuto?
5	Nerone e la Domus Aurea	32	L'oro di Torvaianica
6	Cesare Mori: il Prefetto di ferro	33	Nel segno del tricolore**
7	13 (la spina di borgo)	34	Don Matteo 8
8	The accomplices	35	Una grande famiglia
9	Europride 2011 - diritti al centro **	36	Confine di sabbia
10	Bentornato Nero Wolfe	37	Roma
11	I am ginnastica artistica	38	A fari spenti nella notte
12	Post	39	Il giovane Montalbano
13	Cloro	40	Gli sgommati
14	Nati per correre	41	Tutti i giorni della mia vita
15	Unicità d'Italia	42	Tutti pazzi per amore 3
16	Morire d'amore aka la prima legge di Newton	43	Casco in volo
17	Case Chiuse	44	Aspettando Alex il costruttore di salute
18	La vita che corre	45	Pasta Nera
19	Caravaggio la bottega del genio**	46	Un lago di vino
20	La bottega del genio	47	Sarò sempre tuo padre
21	Artemisia: una donna appassionata	48	Un uomo mediocre**
22	REX / v	49	L'arte a Roma**
23	Bonifacio VIII prigioniero della terra di Saturno**	50	I grandi artisti italiani Lorenzo Lotto
24	Viterbo, la città dei Papi**	51	un bianco in nero
25	Anita	52	Natale per due
26	Roma capitale dell'Italia Unita**	53	Famiglia Italiana
27	La storia sono loro	**	Titoli ritirati dal finanziamento regionale

Tab.2.1b. Elenco delle opere audiovisive ammesse al fondo.

Fonte: Regione Lazio.

2.2 Bilancio di produzione

Il prodotto cinematografico/audiovisivo è considerabile unico e non riproducibile, essendo il risultato di un processo ad alto valore aggiunto che poco si presta alla standardizzazione (Salvemini e Delmestri, 2000; Boschetti et al., 2002). La natura prototipale di questo prodotto richiede l'adozione di una struttura organizzativa a progetti. Inoltre, la sua complessità impone il coordinamento e l'integrazione di un ampio spettro di competenze e risorse specialistiche tra loro anche molto diverse (Faulkner e Anderson, 1987). Per risorse ed attività *core* di un prodotto cinematografico o audiovisivo si intendono tutte le componenti fondamentali che ne determinano il successo, tra cui: lo script, la produzione e il cast.

Un film o una fiction generalmente coinvolgono dalle 50 alle 100 unità lavorative sul set, cui si aggiungono le diverse figurazioni, la compagine amministrativa e produttiva¹³ (Boschetti et al., 2002, Perretti & Negro, 2003).

Al fine di analizzare il contributo che le diverse risorse *core* apportano all'interno di un prodotto filmico o audiovisivo, abbiamo utilizzato lo schema di bilancio fornito nella documentazione per la richiesta del finanziamento alla Regione Lazio, come in Tab. 2.2.

¹³ Boschetti, C., Corrado, R., Ferriani, S. (2002).

RIEPILOGO CONTABILE	
SOPRA LA LINEA	
A.1	Soggetto e Sceneggiatura
A.2	Direzione
A.3	Attori principali
Sub totale sotto la linea	
SOTTO LA LINEA	
A.4	Produzione
A.5	Regia
A.6	Montaggio
A.7	Personale Tecnico
A.8	Maestranze
A.9	Personale Artistico
A.10	Costumi
A.11	Scenografia
A.12a	Teatri e costruzioni
A.12b	Teatri di posa localizzati nella Regione Lazio
A.13	Interni dal vero
A.14	Mezzi Tecnici
A.15	Esterni
A.16	Trasporti
A.17	Pellicole
A.18	Lavorazione Pellicola
A.19	Edizione
A.20	Musica
A.21	Preorganizzazione
A.22	Assicurazioni, garanzie e finanziamenti
A.23	Spese varie (per la parte direttamente imputabile al film)
Sub totale sotto la linea	
Sub totale sotto e sopra la linea	
A.24	Spese generali e imprevisti (max 7,5%)
A.25	Producer Fee (max 7,5%)
TOTALE	

Tab.2.2 Riepilogo esempio schema di bilancio cinematografico e audiovisivo Regione Lazio. Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

Dal riepilogo indicato in Tab.1.2 si distinguono tre macro aree:

- **sopra la linea**
- **sotto la linea**
- **spese generali e imprevisti / producer fee.**

Il “sopra la linea” comprende tutte le risorse artistiche (c.d. talent) che incidono in maniera più evidente sul successo del prodotto filmico/audiovisivo.

Il “sotto la linea” comprende tutte le voci relative al personale (cast tecnico¹⁴ e maestranze), fornitori e servizi. A queste due macro aree si aggiungono inoltre: le “spese generali e imprevisti” e il “producer fee”, che possono avere un’incidenza massima sul totale preventivato del 15% (7.5% per ciascuna delle due voci).

Lo schema di bilancio riporta inoltre:

- tutte le voci di spese previste in totale,
- tutte le spese sostenute nella Regione Lazio.

Tutte le analisi riportate nel rapporto seguiranno questa distinzione.

Le Fig. 2.1 e 2.2, descrivono l’incidenza delle due macro aree di bilancio relative al totale e alla Regione Lazio. Come si può vedere, il sotto la linea è caratterizzato da una maggiore eterogeneità e numerosità di risorse, risultando essere circa quattro volte superiore rispetto al valore del sopra la linea.

¹⁴ Rientra in questa categoria, tutto il personale specializzato di supporto al sopra la linea (eg. aiuto regia, organizzazione generale, ecc.).

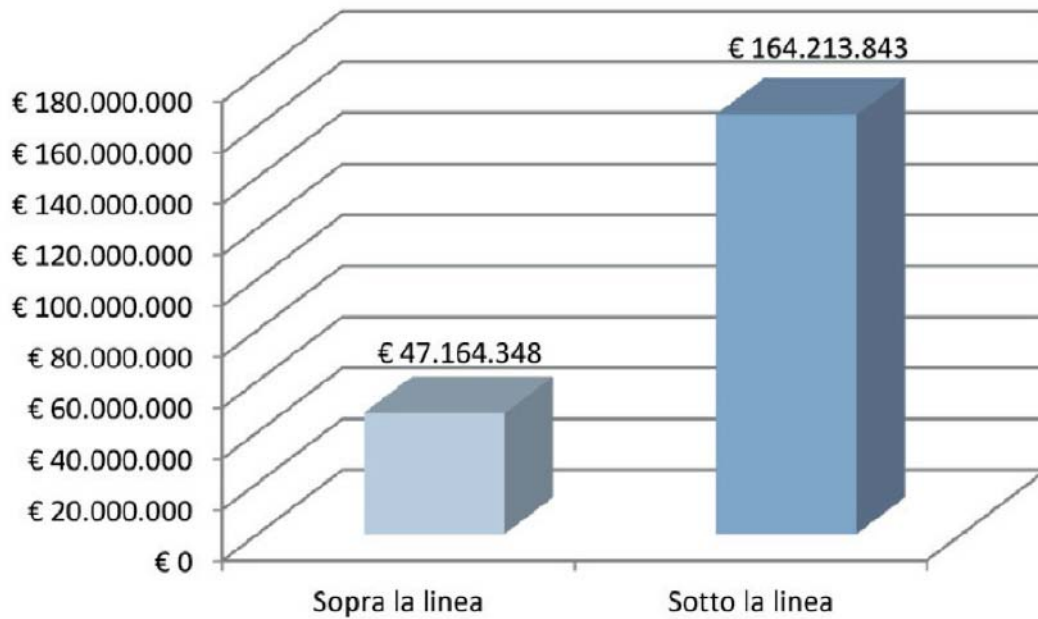


Fig. 2.1. Ripartizione spesa totale tra sopra e sotto la linea totale.

Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

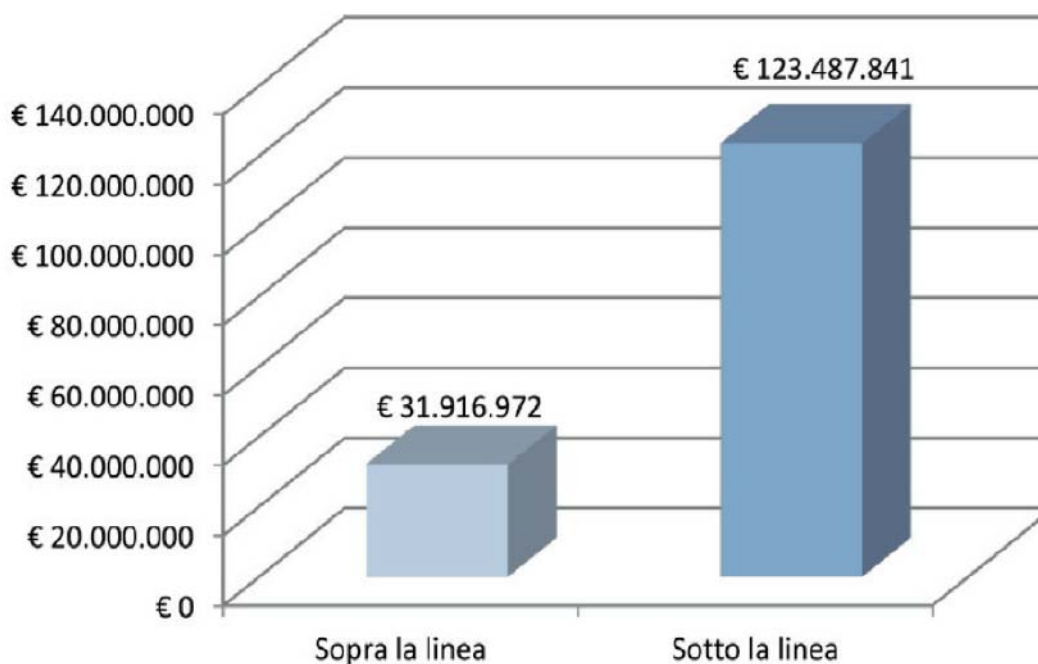


Fig. 2.2. Ripartizione spesa totale nel Lazio tra sopra e sotto la linea.

Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

2.3 Analisi delle voci di spesa

Per analizzare la struttura delle produzioni nella Regione Lazio abbiamo rapportato tra loro diverse categorie di spesa, basandoci sui valori contabili di ciascun prodotto ammesso al fondo. Dall'elaborazione di questi dati, sono emerse 4 categorie di indici:

1. sopra e sotto la linea;
2. spese totali e spese effettuate nel Lazio;
3. spese effettivamente pagate e spese sostenute;
4. spese dichiarate e spese sostenute

I rispettivi valori sono stati calcolati utilizzando la media delle singole voci di bilancio.

2.3.1 Sopra e sotto la Linea

Questo indice fornisce informazioni relative alla ripartizione fra la spesa sostenuta per il cast artistico e quella relativa alle maestranze e al cast tecnico. Ai fini del calcolo, è stata analizzata la ripartizione fra gli investimenti totali e regionali per il sopra e sotto la linea.

Gli investimenti totali di queste due macro aree, sono rappresentati in Fig. 2.3a e 2.3b. Il sotto la linea risulta nettamente superiore al sopra (404%) e questo andamento si riscontra sia a livello regionale che totale.

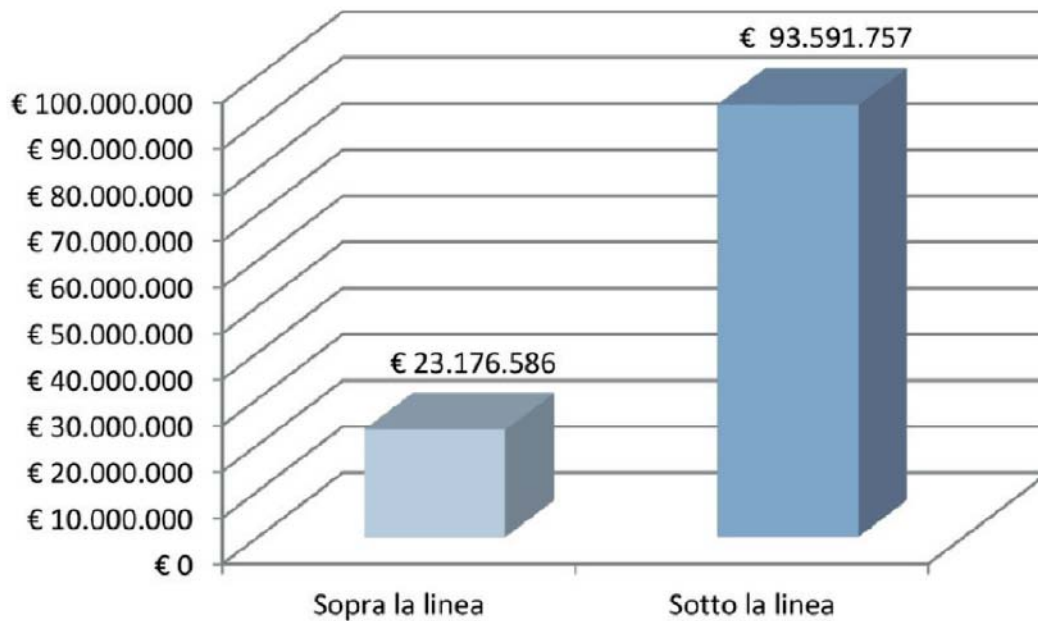


Fig. 2.3a Ripartizione spesa totale tra sopra e sotto la linea (cinema).

Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

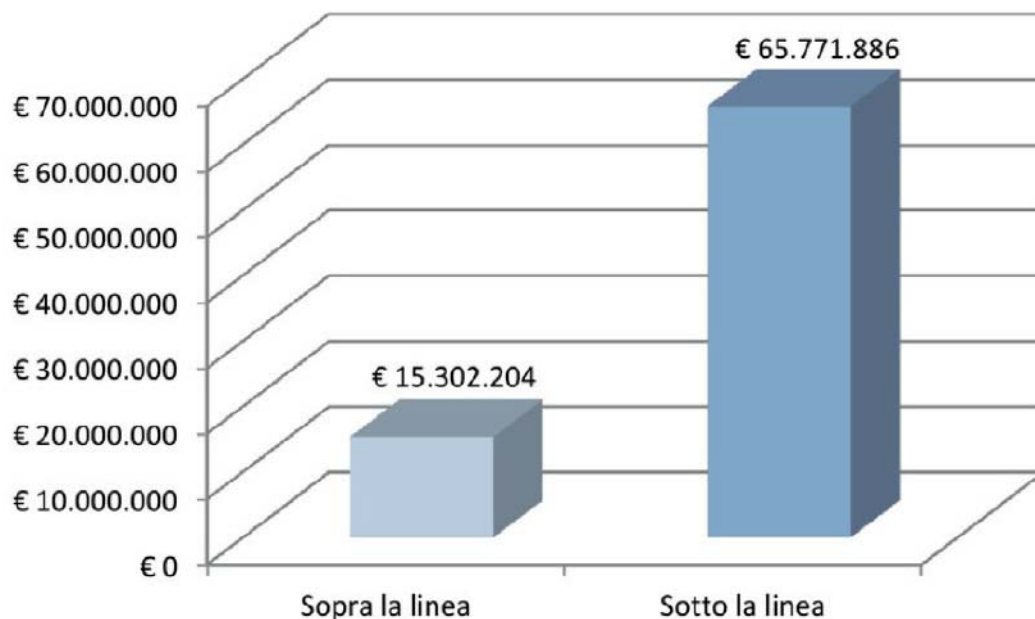


Fig. 2.3b Ripartizione spesa nel Lazio tra sopra e sotto la linea (cinema).

Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

Questi dati ci forniscono la base di calcolo per la costruzione dell'indice sopra/sotto la linea per il settore cinematografico. L'andamento dell'indice sia per il totale (26,67%) che per il Lazio (25,51%), Tab.2.3, risulta essere

molto simile e basso, dimostrando che il peso esercitato dal cast artistico rispetto a quello tecnico comprese le maestranze è inferiore. Questo risultato è legato a una maggiore numerosità delle voci di spesa presenti all'interno del sotto la linea. Ciò è confermato dalle caratteristiche dell'industria cinematografica italiana che attribuisce minor peso al cast artistico, diversamente da quella americana che è fortemente integrata e radicata nel modello di business dello "star system".

CINEMA	
Sopra la linea/sotto la linea	
Spesa totale	26,67%
Spesa nel Lazio	25,51%

Tab.2.3 Rapporto sopra e sotto la linea (cinema). Dati: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

Le Fig.2.4a e 2.4b indicano la ripartizione della spesa totale e nel Lazio per il settore audiovisivo. Analogamente al settore cinematografico, il sotto la linea risulta quattro volte più grande.

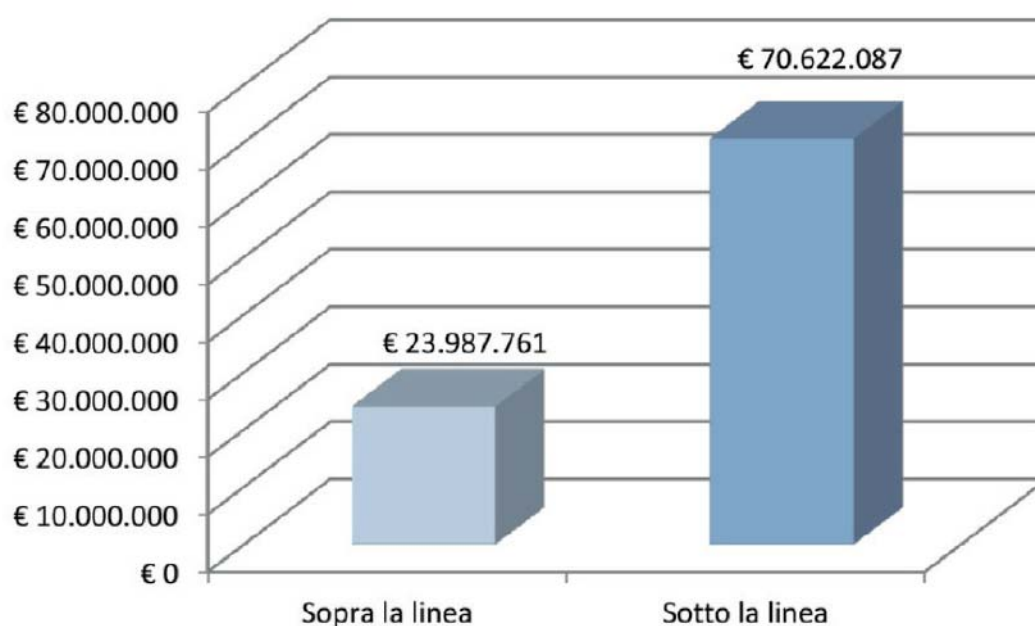


Fig. 2.4a Ripartizione spesa totale sopra e sotto la linea (audiovisivo).

Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

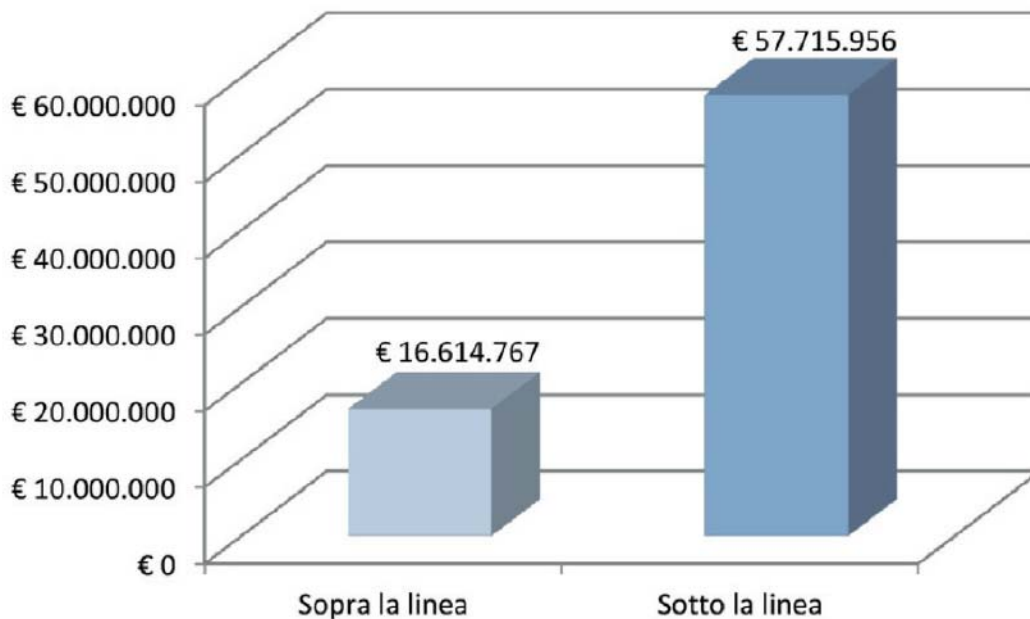


Fig. 2.4b Ripartizione spesa nel Lazio tra sopra e sotto la linea (audiovisivo).

Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

L'indice, indicato in Tab.2.4 non rivela particolari scostamenti rispetto a quanto rilevato per il settore cinematografico. All'origine di questa omogeneità di risultati c'è la condivisione dello stesso assetto industriale, in cui la totalità degli investimenti è ripartita in maniera tale da attribuire un peso maggiore al cast tecnico e maestranze rispetto al cast artistico.

AUDIOVISIVO	
Sopra la linea/sotto la linea	
Spesa totale	23,12%
Spesa nel Lazio	22,64%

Tab.2.4 Rapporto fra sopra e sotto la linea (audiovisivo).

Dati: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

2.3.2 Spese totali e spese effettuate nel Lazio

Questo indice rapporta gli investimenti nel Lazio rispetto a quelli totali. Da quest'analisi emerge che la propensione a spendere nel territorio laziale risulta lievemente maggiore per le voci relative al sotto la linea rispetto a quelle del sopra la linea, in entrambi i settori analizzati (Tab.2.5a e 2.5b). Questo fenomeno, oltre alla natura del fondo è spiegabile dalla tipologia stessa delle voci di spesa relative al cast tecnico e maestranze, la cui specializzazione e presenza fortemente radicata sul territorio ne favoriscono la concentrazione degli investimenti nel territorio regionale.

CINEMA	
Spese nel Lazio/Spese totali	
a. Sopra la linea	68,85%
b. Sotto la linea	68,25%
Valore medio	68,55%

Tab.2.5a Rapprto spese sostenute nel Lazio su spese totali (cinema).

Dati: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

AUDIOVISIVO	
Spese nel Lazio/Spese totali	
a. Sopra la linea	68,09%
b. Sotto la linea	85,27%
Valore medio	76,68%

Tab.2.5b Rapporto spese sostenute nel Lazio su spese totali (audiovisivo).

Dati: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

2.3.3 Spese effettivamente pagate e spese sostenute.

Analizzando il rapporto tra le spese effettivamente pagate e quelle sostenute dalle società di produzione ammesse al fondo regionale, si nota che in media alla data di presentazione¹⁵ dei bilanci, risulta pagato circa il 90% delle spese per il settore dell'audiovisivo e il 95% per il cinema.

Un forte incentivo a effettuare i pagamenti è rappresentato dal fondo stesso, il cui rimborso nominale per progetto è calcolato sulle spese sostenute, ma il rimborso effettivo è misurato sulla base delle spese pagate. Nel caso in cui la società di produzione adempia ai propri obblighi successivamente alla data della presentazione del bilancio, il rimborso regionale viene erogato in proporzione alla quota di spese sostenute e pagate. La rimanente parte di finanziamento è eventualmente dilazionata in una seconda soluzione, a condizione che la produzione abbia completato i pagamenti residui.

Sia per il cinema che per l'audiovisivo, le spese sotto la linea sono state effettivamente sostenute in misura maggiore rispetto a quelle sopra la linea. Questo risultato potrebbe dipendere dal fatto che i pagamenti per il cast tecnico e le maestranze non sono soggette a dilazione nel tempo. La leva del credito è quindi maggiormente adoperata nei contratti per il cast artistico.

CINEMA		
Spese pagate/Spese sostenute		
Sopra la linea	Spese totali	90,27%
	Spese nel Lazio	93,39%
Sotto la linea	Spese totali	97,84%
	Spese nel Lazio	97,91%

Tab.2.6a Rapporto fra spese effettivamente pagate e spese totali sostenute a livello totale e regionale (cinema). Dati: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

¹⁵ La data ultima per la presentazione della documentazione utile all'ammissione al fondo è stata il 10 Luglio 2012.

AUDIOVISIVO		
Spese pagate/Spese sostenute		
Sopra la linea	Spese totali	87,19%
	Spese nel Lazio	88,68%
Sotto la linea	Spese totali	91,26%
	Spese nel Lazio	90,09%

Tab.2.6b Rapporto fra spese effettivamente pagate e spese totali sostenute a livello totale e regionale (audiovisivo). Dati: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

Utilizzando un sistema di assi cartesiani possiamo osservare la distribuzione puntiforme delle spese delle società di produzione cinematografiche e audiovisive alla data di presentazione dei bilanci. Ogni punto sul grafico rappresenta la percentuale di completamento dei pagamenti totali (asse delle ascisse) e sostenuti nel Lazio (asse delle ordinate) per ogni progetto finanziato dal Fondo Regionale.

Confrontando i due grafici a dispersione (Fig.2.5a e 2.5b) si evince una importante differenza tra sopra e sotto la linea. Nel primo caso, diversamente dal sotto la linea, assistiamo a un maggiore numero di punti in prossimità degli assi; ciò indica che per un ampio numero di progetti il pagamento delle spese, totali e nel Lazio, dove i punti risultano essere maggiormente compatti, distanti dagli assi e concentrati in due zone del grafico: la zona 1 in cui le due percentuali sono >80%; la zona 2 in cui le percentuali sono >60%. Tale circostanza evidenzia una maggiore omogeneità delle spese sotto la linea e soprattutto una tendenza a liquidare rapidamente le spese.

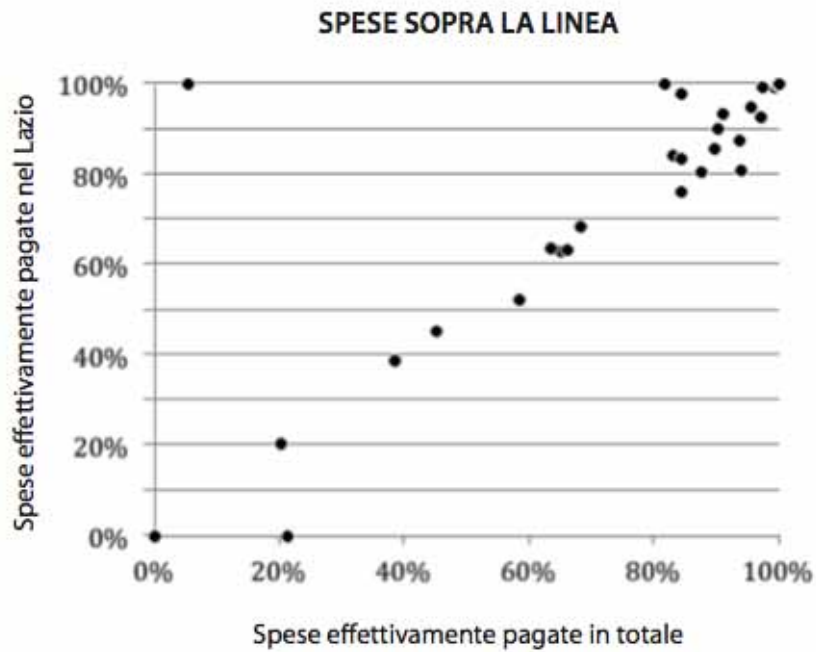


Fig. 2.5a Grado di dispersione per le spese totali e nel Lazio sopra la linea. Nostra elaborazione.

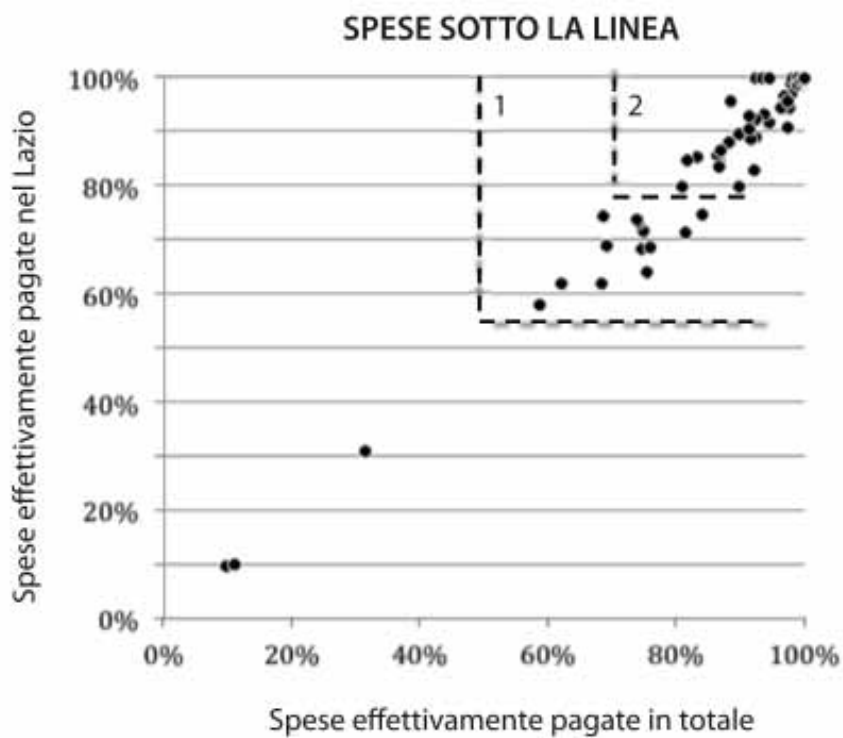


Fig. 2.5b Grado di dispersione per le spese per le spese totali e nel Lazio sotto la linea. Nostra elaborazione.

2.3.4 Spese dichiarate e spese sostenute

Dall'analisi dei bilanci, si evidenzia una riduzione tra la media delle spese dichiarate in fase preventiva e quelle poi effettivamente sostenute e presentate nel consuntivo di bilancio. Tale divario risulta essere decisamente maggiore nell'audiovisivo, in cui le previsioni di spesa superano di circa il 16% i costi effettivi, mentre per il cinema tale divario è di circa il 5%. All'origine di questo comportamento potrebbero esserci due fattori:

- la difficoltà di alcune società a dimostrare, attraverso dei validi documenti contabili, tutte le spese sostenute. Essendo infatti, una condizione fondamentale per l'accesso al finanziamento regionale, le società di produzione non in grado di esibire documenti validi, sarebbero portate a stornarle dal consuntivo;
- l'adozione di un principio di valutazione contabile, in sede preventiva, basato sul principio di prudenza, secondo cui sarebbero imputate le spese anche solo probabili.

CINEMA
Spese dichiarate/Spese sostenute
105,29%

Tab.2.7a Rapporto spese dichiarate/spese sostenute.
Dati: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

AUDIOVISIVO
Spese dichiarate/Spese sostenute
116,28%

Tab.2.7b Rapporto spese dichiarate/spese sostenute.
Dati: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

2.4 Il settore cinematografico

Analizzando più nel dettaglio i titoli cinematografici, l'ammontare totale investito risulta pari a €124.231.690,90, di questi, il 69,43% è stato investito nel Lazio, come indicato nella Tab.2.8. Questo risultato è legato all'introduzione del fondo, che è riuscito ad attirare nel territorio laziale un gran numero di produzioni, arginando il fenomeno della delocalizzazione¹⁶.

INVESTIMENTI CINEMATOGRAFICI		
Totale	Regionale	% Regionale sul totale
€ 124.231.690,90	€ 86.252.560,83	(69,43%)

Tab.2.8 Totale investimenti (cinema).
Fonte: Regionale Lazio.

Dalla Fig. 2.6, si può notare come l'investimento medio per film sostenuto nella Regione Lazio è pari a €1.487.113,12, a fronte di una media totale di €2.141.925,71.

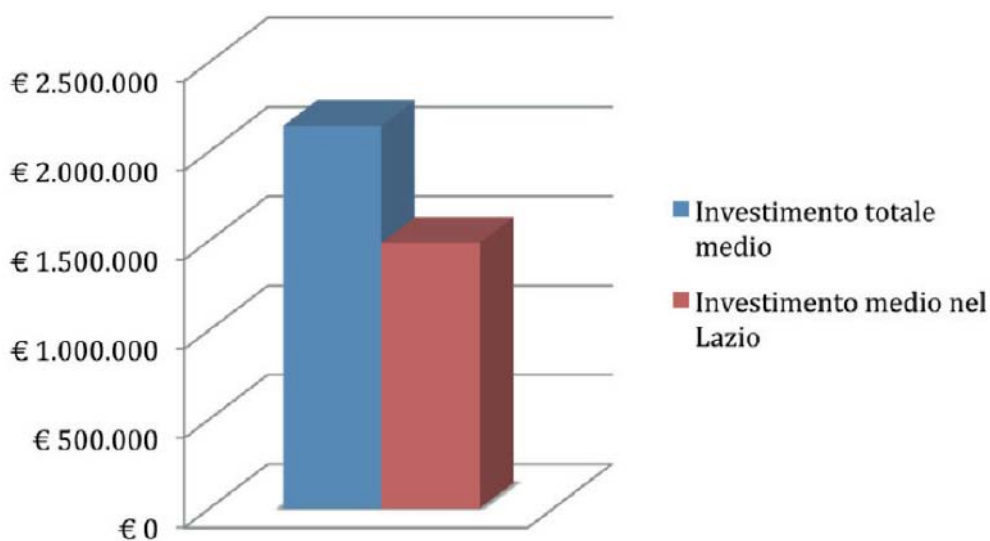


Fig.2.6 Investimenti medi cinematografici delle opere ammesse a livello regionale.
Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

¹⁶ Si veda il Par. 3.1 per un maggiore approfondimento del fenomeno della delocalizzazione produttiva.

Per un'analisi più puntuale dell'investimento medio nel territorio laziale, abbiamo effettuato una riclassificazione dei budget di produzione, individuando 5 macro classi di spesa, così ripartite:

- fino a €500.000;
- da €500.000 a 2mln€;
- da 2mln€ a 5 mln€;
- da 5 mln€ a 10 mln€;
- >10mln€.

La prima classe di spesa (Fig.2.7), che comprende il 34% dei titoli, è la più numerosa ed indica che la maggior parte dei progetti ha avuto a disposizione un budget limitato.

La seconda e la terza classe si attestano al 27.6% dei titoli cinematografici per ciascuna classe. Questo risultato sintetizza il modello di business maggiormente adottato dalle società di produzione cinematografiche italiane, che mediamente investono dai €500.000 ai €5.000.000. La quarta classe rappresenta il 9% confermando che il budget a disposizione per i film italiani difficilmente supera la soglia dei 5mln€. Infine, la quinta classe è composta da un solo titolo. Questo dato può essere considerato comunque positivo, perché al momento pur rappresentando un'unicità, fa ben sperare che in futuro sia un modello di produzione maggiormente diffuso.

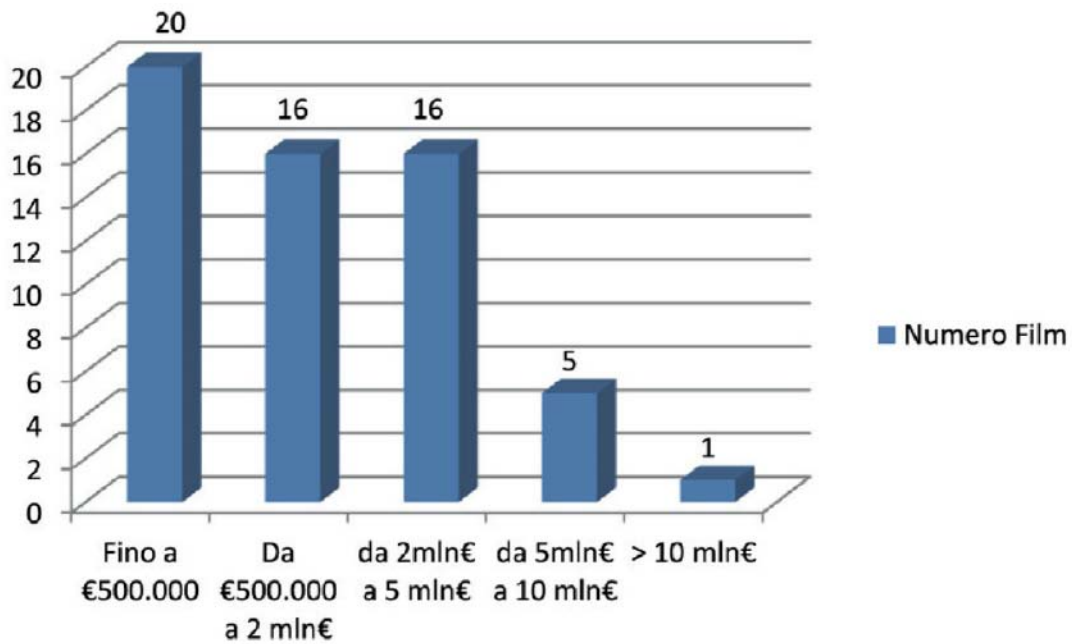


Fig.2.7 Numero di progetti per classi di spesa. Fonte: Regione Lazio.
Nostra elaborazione

Procedendo all'analisi delle classi di budget rispetto agli investimenti effettuati, sia totali che regionali, si può notare che le percentuali relative alla propria categoria sono molto simili in tutte le classi, Fig.2.8a.

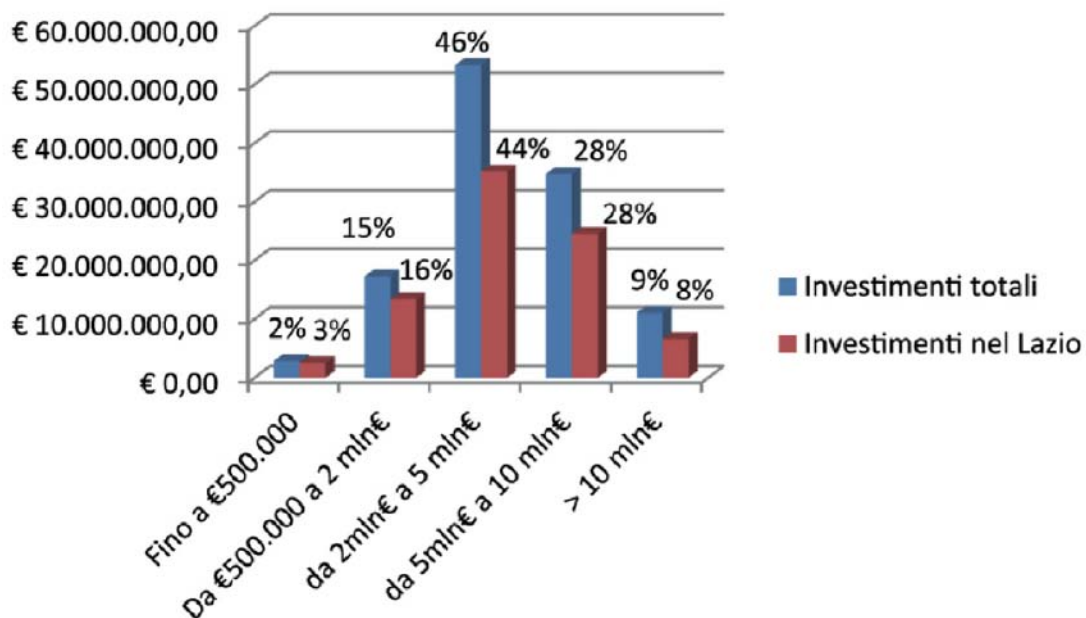


Fig.2.8a Ammontare complessivo per classi di spesa. Fonte: Regione Lazio.
Nostra elaborazione.

L'analisi degli investimenti medi, effettuata per le classi di spesa per ciascuna categoria, conferma la proporzionalità già indicata nel grafico precedente, Fig.2.8b.

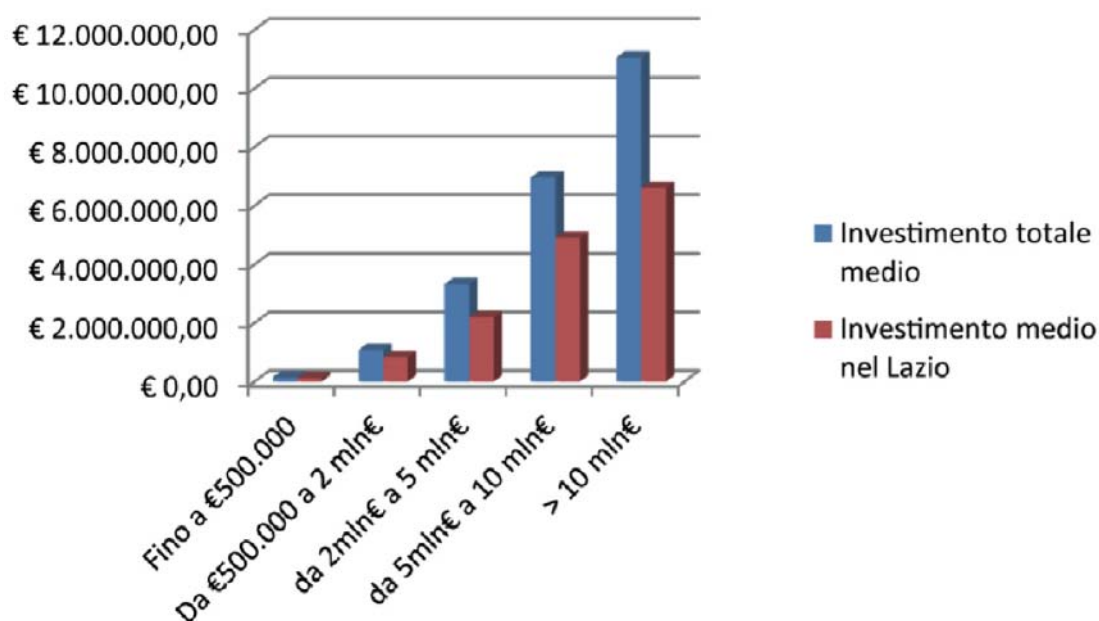


Fig.2.8b Suddivisione per classi di budget (valori medi). Fonte: Regione Lazio.
Nostra elaborazione.

Analizzando il finanziamento medio ottenuto per classe di budget, si nota un incremento dei valori per le ultime due classi. Ad un aumento delle spese sostenute nel Lazio, corrisponde un maggior finanziamento fino ad un massimo di €500.000. Questo trend è confermato sia a livello totale che regionale, come evidenziato nella Fig. 2.9.

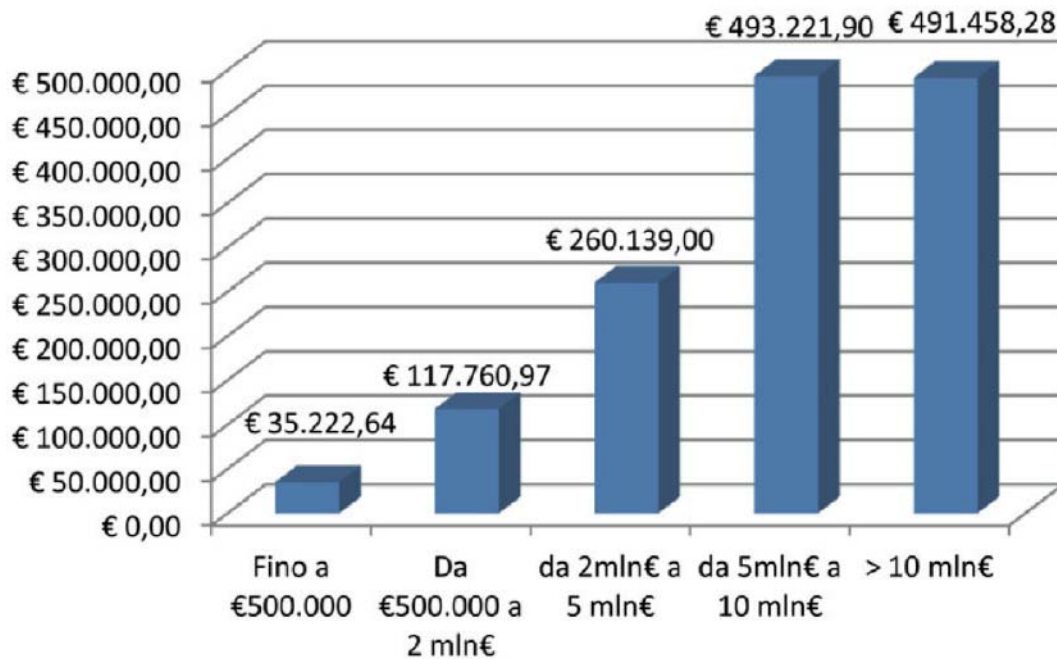


Fig. 2.9. Finanziamento medio ottenuto per classi di budget.

Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

La suddivisione in classi di budget è stata utilizzata per calcolare ulteriori indici:

- spesa sopra la linea/numero giorni di ripresa;
- spesa sotto la linea/numero giorni di ripresa;
- compenso attori/numero giorni di ripresa;
- compenso regista/numero giorni di ripresa;
- altre spese/numero giorni di ripresa.

necessari per analizzare l'andamento dei volumi di produzione, misurati in termini di giorni di ripresa per il settore cinematografico a livello totale e regionale. In questo modo, abbiamo identificato il costo medio giornaliero per categorie di spesa.

Nelle tabelle 2.9a e 2.9b sono mostrati i valori per ciascun indice. Si può notare che il costo medio giornaliero sopra e sotto la linea per le riprese nel Lazio è superiore rispetto ai loro valori complessivi. Osservando gli altri tre indici, si nota un andamento non costante dell'incidenza dei costi giornalieri sostenuti in totale rispetto a quelli sostenuti sul territorio regionale. Inoltre

i giorni di riprese nella Regione Lazio risultano essere 1049, pari al 60% del totale.

TOTALE	Spesa sopra la linea/ n. giorni ripresa	Spesa sotto la linea/n. giorni ripresa	Compenso attori/n. giorni ripresa	Compenso regista/n. giorni ripresa	Altre spese/ numero giorni di ripresa
Fino a € 500.000	€ 1.224,81	€ 9.385,13	€ 311,09	€ 234,29	€ 4.075,64
Da € 500.000 a 2mln€	€ 6.428,88	€ 39.151,56	€ 2.660,26	€ 1.421,38	€ 19.944,03
da 2mln€ a 5mln€	€ 17.770,65	€ 59.295,42	€ 9.392,04	€ 3.254,95	€ 33.740,46
da 5mln€ a 10mln€	€ 34.477,57	€ 101.952,42	€ 5.366,09	€ 17.404,82	€ 56.353,37
> 10mln€	€ 18.610,80	€ 127.318,51	€ 3.398,21	€ 6.666,67	€ 63.341,47

Tab.2.9a Prospetto indici misurati in termini di giorni di ripresa per il totale.

Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

REGIONALE	Spesa sopra la linea/ n. giorni ripresa	Spesa sotto la linea/n. giorni ripresa	Compenso attori/n. giorni ripresa	Compenso regista/n. giorni ripresa	Altre spese/ numero giorni di ripresa
Fino a € 500.000	€ 1.318,53	€ 9.062,16	€ 276,87	€ 300,31	€ 3.710,97
Da € 500.000 a 2mln€	€ 4.803,82	€ 46.709,92	€ 2.100,60	€ 928,67	€ 22.073,35
da 2mln€ a 5mln€	€ 27.570,78	€ 144.714,40	€ 7.996,76	€ 5.258,34	€ 85.716,30
da 5mln€ a 10mln€	€ 24.681,56	€ 87.396,36	€ 3.327,24	€ 11.493,19	€ 51.291,68
> 10mln€	€ 51.477,43	€ 263.652,31	€ 0,00	€ 23.014,62	€ 106.809,10

Tab.2.9b Prospetto indici misurati in termini di giorni di ripresa per la Regione Lazio.

Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

2.5 Il settore audiovisivo

L'ammontare degli investimenti in prodotti audiovisivi sul territorio regionale rispetto al totale investito è pari all'80%, sottolineando l'importanza che il settore audiovisivo riveste nella Regione Lazio, che da anni rappresenta il principale distretto produttivo. In Tab.2.10, è indicata la ripartizione degli investimenti fra il valore totale e quello regionale.

INVESTIMENTI AUDIOVISIVO		
Totali	Regionale	% Regionale sul totale
€ 102.228.155,08	€ 81.810.225,51	80,02%

Tab.2.10. Totale investimenti (audiovisivi), 2011. Fonte: Regione Lazio.
Nostra elaborazione

L'investimento medio per la realizzazione di una fiction a livello totale è pari a €2.323.367,16, mentre quello nella Regione Lazio è €1.859.323,31.

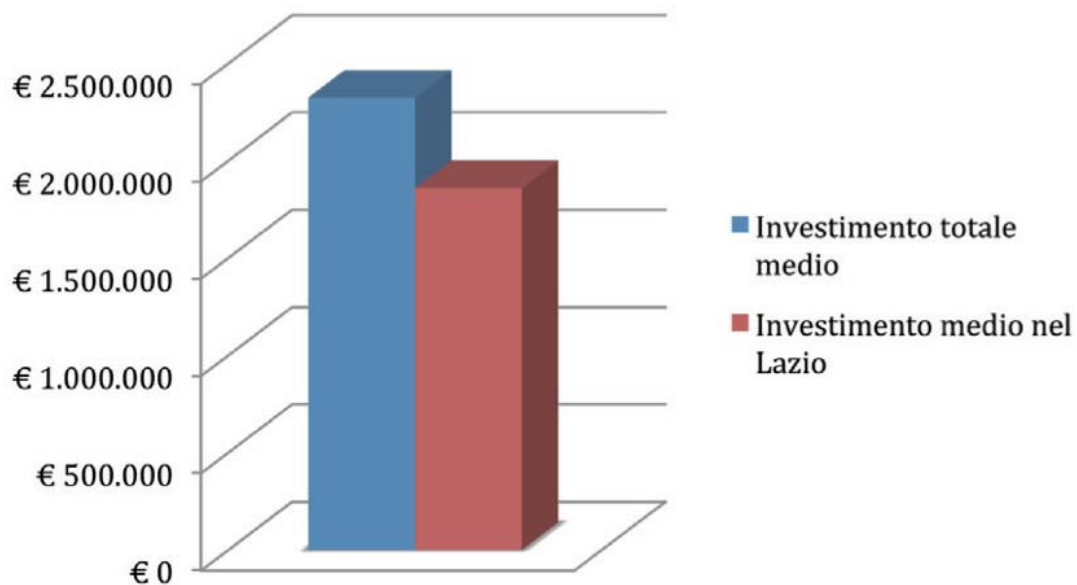


Fig.2.10 Investimenti medi effettuati (audiovisivo). Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

Per rendere omogenea l'analisi relativa al settore cinematografico e audiovisivo, abbiamo riclassificato gli investimenti medi in base alle 5 macro classi di spesa:

- fino a €500.000;
- da €500.000 a 2mln€;
- da 2mln€ a 5 mln€;
- da 5 mln€ a 10 mln€;
- >10mln€.

Come si può notare dal grafico riportato in Fig.2.11, il 65% dei titoli si concentra nella prima classe di budget (fino a €500.000). Questo vuol dire che sul territorio sono stati realizzati piccoli progetti cui si aggiunge la presenza di produttori indipendenti, che il fondo incentiva e tutela in modo specifico, al fine di evitare che la loro attività diventi anti-economica a causa dell'incremento dei costi di produzione. La quarta classe (da 5 a 10 mln€) rappresenta un risultato molto positivo perché il totale dei finanziamenti investiti nella realizzazione dei progetti in questa classe (8 progetti) è oltre il 50% del totale, che coinvolgono l'impiego di numerose risorse. In questa classe troviamo il 18% dei titoli. Le altre tre classi hanno un andamento molto simile rappresentando il 4,54% (terza e quinta) e il 6,81% (seconda) del totale.

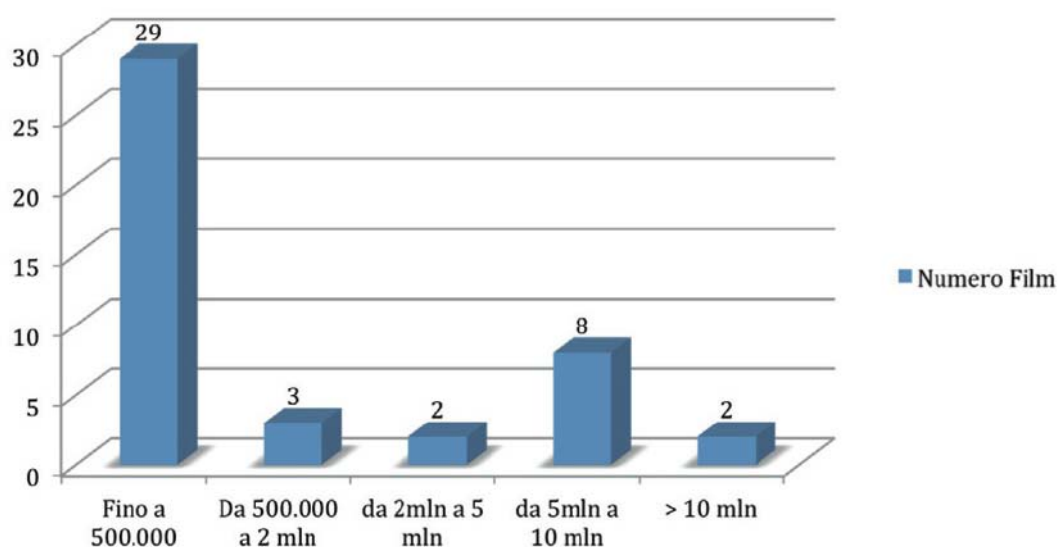


Fig.2.11 Numeri di progetti per classe di spesa (audiovisivo).

Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

nella Fig.2.12 è possibile confrontare, la composizione delle varie classi di budget rispetto agli investimenti, sia totali che regionali. L'andamento è molto simile in tutte le classi, nella prima e nella quarta, coincide.

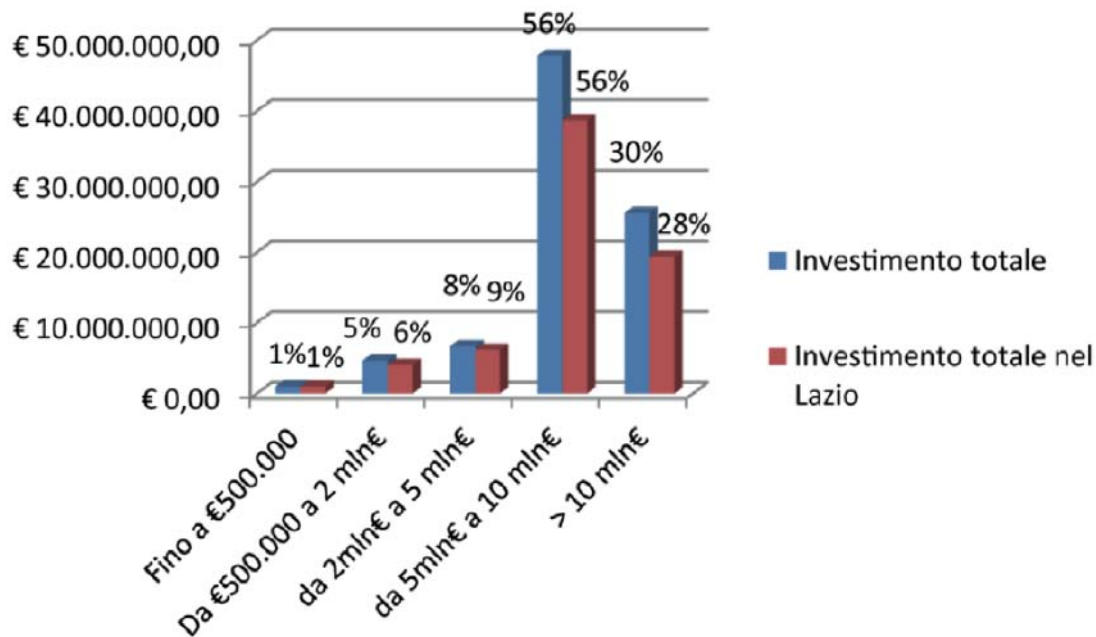


Fig. 2.12 Suddivisione degli investimenti totali per classi di spesa (audiovisivo).
Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

Analizzando i valori medi degli investimenti, l'ultima classe di budget presenta un valore del differenziale (€3.087.000) superiore rispetto alle altre, nonostante abbia soltanto due titoli al suo interno.

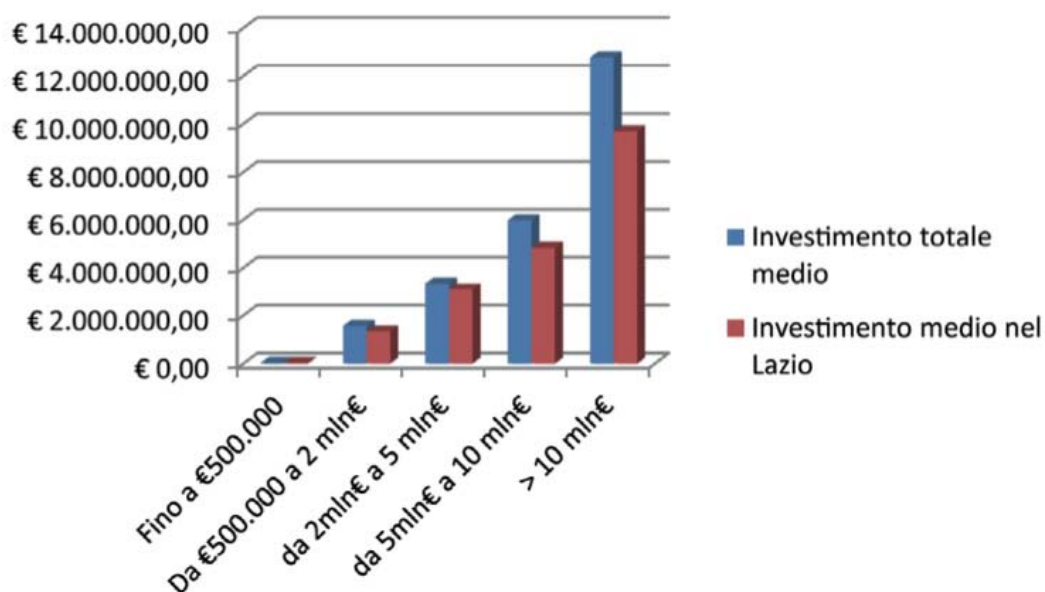


Fig.2.13 Suddivisione degli investimenti medi per classi di spesa (audiovisivo).
Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

Analizzando il finanziamento medio ottenuto per classe di budget, si nota un incremento dei valori per le ultime due classi di budget: ad un aumento delle spese sostenute nel Lazio, corrisponde infatti, un maggior finanziamento fino ad un massimo €500.000. Questo trend è confermato sia a livello totale che regionale, come evidenziato nella Fig.2.14.

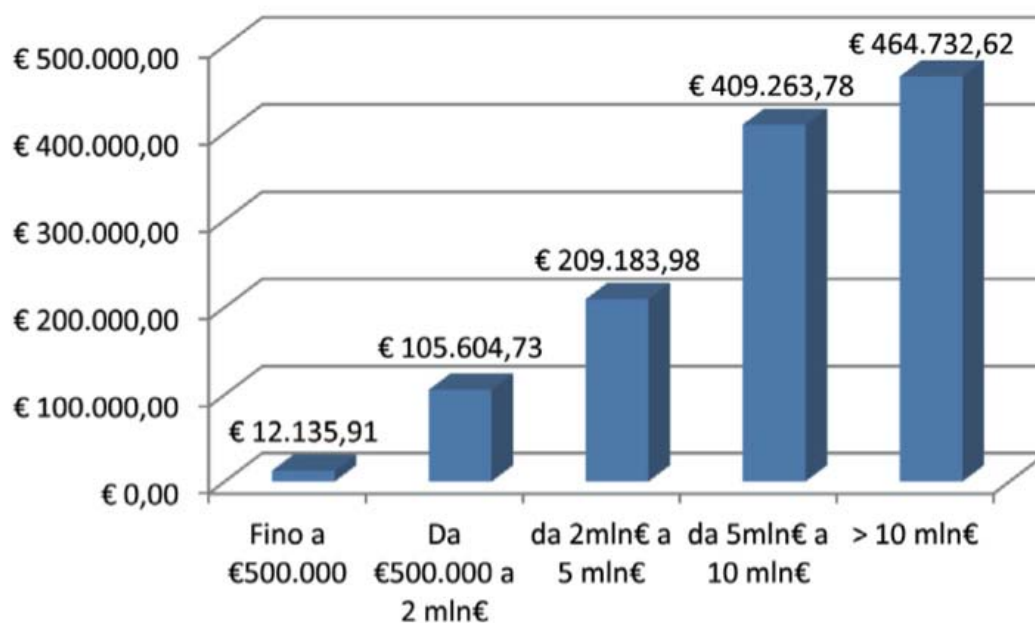


Fig.2.14 Finanziamento medio per classi di budget (audiovisivo).
Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

La suddivisione in classi di budget è stata utilizzata per calcolare ulteriori indici:

- spesa sopra la linea/numero giorni di ripresa;
- spesa sotto la linea/numero giorni di ripresa;
- compenso attori/numero giorni di ripresa;
- compenso regista/numero giorni di ripresa;
- altre spese/numero giorni di ripresa.

necessari per analizzare l'andamento dei volumi di produzione, misurati in termini di giorni di ripresa per il settore cinematografico a livello totale e regionale. In questo modo, abbiamo identificato il costo medio giornaliero per categorie di spesa.

Nelle tabelle 2.11a e 2.11b sono mostrati i valori dettagliati per ciascun indice. Differentemente dal settore cinematografico, nell'analisi degli indici relativi al sopra e al sotto la linea rispetto al numero di giorni di riprese, non si riscontra una preponderanza dei costi sostenuti nella Regione Lazio rispetto al totale. I giorni di riprese nel territorio laziale risultano essere 1.237, pari all'80% del totale.

TOTALE	Spesa sopra la linea/ n. giorni ripresa	Spesa sotto la linea/n. giorni ripresa	Compenso attori/n. giorni ripresa	Compenso regista/n. giorni ripresa	Altre spese/ numero giorni di ripresa
Fino a 500.000€	€ 653,75	€ 4.826,38	€ 73,17	€ 283,13	€ 2.573,29
Da 500.000€ a 2mln€	€ 9.018,03	€ 34.894,71	€ 3.861,51	€ 1.534,93	€ 16.765,23
da 2mln€ a 5mln€	€ 18.110,24	€ 69.409,15	€ 7.681,53	€ 4.351,37	€ 33.309,46
da 5mln€ a 10mln€	€ 32.827,08	€ 123.131,70	€ 14.434,23	€ 8.142,60	€ 65.315,58
> 10mln€	€ 165.627,10	€ 252.103,82	€ 126.972,36	€ 16.483,39	€ 115.161,83

Tab.2.11a Prospetto indici misurati in termini di giorni di ripresa per il totale (audiovisivo).Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

REGIONALE	Spesa sopra la linea/ n. giorni ripresa	Spesa sotto la linea/n. giorni ripresa	Compenso attori/n. giorni ripresa	Compenso regista/n. giorni ripresa	Altre spese/ numero giorni di ripresa
Fino a 500.000€	€ 661,40	€ 5.064,05	€ 83,06	€ 273,92	€ 2.749,90
Da 500.000€ a 2mln€	€ 7.564,73	€ 29.924,00	€ 2.688,17	€ 1.534,93	€ 15.653,01
da 2mln€ a 5mln €	€ 21.061,04	€ 99.184,35	€ 7.408,40	€ 6.492,72	€ 46.908,18
da 5mln€ a 10mln€	€ 44.682,98	€ 197.215,95	€ 14.847,76	€ 9.070,61	€ 106.454,00
> 10mln€	€ 12.604,62	€ 283.194,25	€ 9.105,12	€ 1.676,72	€ 133.332,66

Tab.2.11b Prospetto indici misurati in termini di giorni di ripresa (audiovisivo) per la Regione Lazio. Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

CAPITOLO 3

IL RUOLO DELLE PROFESSIONALITÀ: NUOVE OPPORTUNITA' DI CRESCITA

In questo contesto di sviluppo e innovazione del settore cinematografico e audiovisivo, il ruolo delle professionalità non può essere trascurato. È necessario strutturare in modo più razionale ed efficiente la formazione professionalizzante giacché oggi, è sempre più richiesto agli operatori del settore il possesso di competenze multidisciplinari.

L'attuale offerta formativa non risulta qualitativamente e quantitativamente adeguata a coprire le esigenze delle società di produzione in ambito digitale. I tassi di crescita del cinema italiano su questo fronte sono ancora ridotti rispetto alla media europea, nonostante la diffusione e la penetrazione delle nuove tecnologie abbia subito un incremento positivo. Di conseguenza, le risorse umane altamente specializzate nell'utilizzo di tecnologie 3D risultano essere ridotte e soprattutto legati da rapporti di lavoro occasionali e non ben definiti.

Eppure l'utilizzo di nuovi strumenti legati alle tecnologie digitali consentirebbe una maggiore versatilità di alcune figure professionali, come ad esempio, gli animatori digitali che attraverso la conoscenza di software non strettamente specifici possono trovare sbocco professionale negli ambienti del design, della comunicazione o del rendering architettuale.

Nel contesto italiano, un grafico 3D è considerato un generalista, nel senso che è in grado di operare, con la stessa competenza, in diversi ambiti professionali. Negli Stati Uniti invece, gli elevati investimenti garantiscono la costituzione di team molto numerosi, che comportano una maggiore specializzazione dei singoli professionisti (Rapporto La terza dimensione: nuove professioni ed esigenze formative, 2010).

Puntare sull'ICT comporterebbe per l'intero comparto audiovisivo la creazione di nuove opportunità occupazionali e ruoli professionali¹⁷ (e.g.

¹⁷ "La Crossmedialità: GLI audiovisivi in rete La convergenza al digitale dei Media". A cura di Stefano Misiani e Mirna La Vigna.

direttore della stereografia), senza comunque tralasciare la riqualificazione e l'aggiornamento delle figure tradizionali.

Secondo i dati forniti dalla Direzione Generale Formazione della Regione Lazio (2006) sono annoverate come figure professionali nel settore audiovisivo:

- **Produttore esecutivo del progetto:** definito come *“colui che si occupa dello sviluppo e della realizzazione di un progetto di produzione cine-audiovisiva. In particolare, si occupa della pianificazione, del coordinamento e del controllo di tutte le fasi dell'attività produttiva, assicurando il raggiungimento degli obiettivi nel rispetto di tempi, costi e qualità tecnica/artistica del prodotto”* (Direzione Regionale Formazione Prof.le, FSE e altri interventi finanziari, Regione Lazio).
- **Operatore nella movimentazione di mezzi di trasporto cinematografici ed audiovisivi:** definito come: *“colui in grado di provvedere alla movimentazione dei mezzi di trasporto cinematografici e audiovisivi e di curare il corretto funzionamento e la manutenzione dei veicoli e dei servizi a bordo (Direzione Regionale Formazione Prof.le, FSE e altri interventi finanziari, Regione Lazio)”*. Le competenze ascrivibili a questa figura professionale sono riconducibili a: gruppisti, roulottisti, autisti e cameraman, autista sartoria, autista di vetture di produzione, autista scenografia e autista arredamento.
- **Creatore/realizzatore di effetti speciali scenici:** è *“colui in grado di ideare, realizzare, attraverso l'adozione di specifiche tecniche, materiali e attrezzature, diverse tipologie di effetti speciali al fine di simulare eventi, fenomeni e situazioni, reali o di natura spettacolare e illusionistica, in coerenza con le indicazioni tecnico-artistiche e le caratteristiche delle ambientazioni prescelte”*. Le competenze maturate nello svolgimento di questa attività professionale sono altresì riconducibili a: supervisore di effetti speciali, responsabile di preparazione effetti speciali, responsabile di set effetti speciali, tecnico di preparazione effetti speciali e tecnico di set effetti speciali.
- **Macchinista cinematografico ed audiovisivo:** si occupa *“dell'ideazione e della realizzazione di soluzioni tecniche a supporto della*

regia, dei sistemi di ripresa e di illuminazione, in coerenza con le indicazioni tecnico artistiche e le caratteristiche delle ambientazioni prescelte, mediante la costruzione, installazione e messa in opera di strutture attrezzate". Le competenze sviluppate da questa figura professionale sono riconoscibili nel ruolo del: caposquadra macchinisti, carrellista, gruista/crane operator, macchinista di preparazione, macchinista di scena, macchinista addetto al ciak.

- **Amministratore di produzione cinematografica e audiovisiva:** questa figura si occupa *"della gestione e del controllo dell'attività contabile, amministrativa e finanziaria di una produzione cine-audiovisiva, nel rispetto della normativa vigente e dello svolgimento dei processi tecnico-produttivi specifici"*. Le competenze sviluppate sono individuabili nei ruoli di: Amministratore di produzione, assistente amministratore di produzione, aiuto amministratore di produzione.

- **Acconciatore cinematografico ed audiovisivo:** si occupa *"dell'ideazione e della realizzazione in funzione del contesto storico e del tema proposto dal copione, la caratterizzazione di un personaggio attraverso interventi di acconciatura coerenti con il trucco, i costumi e le caratteristiche fisiche e estetiche dei personaggi"*. Le competenze acquisite sono ascrivibili ai seguenti ruoli: supervisore parrucchiere, capo reparto parrucchiere, parrucchiere, assistente parrucchiere.

- **Truccatore cinematografico ed audiovisivo:** si occupa *"dell'ideazione e della realizzazione, in funzione del contesto storico e del tema proposto dal copione, della caratterizzazione di un personaggio attraverso intervento di trucco coerenti con i costumi, l'acconciatura, le caratteristiche fisiche ed estetiche dei personaggi"*. Le competenze sviluppate sono riconducibili ai ruoli del: supervisore trucco, capo reparto truccatore, truccatore e assistente truccatore.

- **Tecnico esperto nell'illuminazione cinematografica ed audiovisiva:** si occupa *"della realizzazione di soluzioni tecniche di illuminazione provvedendo alla messa in opera e manutenzione di impianti e dispositivi illuminanti, in coerenza con le indicazioni tecnico-artistiche e le caratteristiche dell'ambientazione prescelta"*. Le competenze maturate

sono rinvenibili nei ruoli di: caposquadra elettricisti, secondo elettricista, elettricista di scena, caposquadra elettricisti di preparazione e consollista.

- **Attrezzista cinematografico ed audiovisivo:** si occupa *“di realizzare e predisporre gli elementi necessari all’ambientazione e alle scene di un prodotto cinematografico ed audiovisivo, provvedendo all’approntamento e alla disposizione dell’arredamento e dell’oggettistica prescelta”*. In questo caso, le competenze sono riconoscibili nei ruoli di attrezzista di preparazione, di scena e assistente attrezzista.

La vigente normativa prevede che all’interno di ciascuna categoria descritta siano collegabili alcuni profili ulteriori, rendendo molto più vasta ed eterogenea la categoria di riferimento secondo il sistema di riferimento prescelto. Ad esempio, nella categoria del produttore esecutivo, rientrano anche registi e direttori artistici secondo il sistema classificatorio ISTAT, oppure dirigenti di area produzione e addetti alla segreteria secondo il sistema classificatorio ISCO. Secondo il sistema Excelsior, rientrerebbero in questa categoria i responsabili dell’area produzione in altri settori dei servizi (e.g Direttore di produzione tv e cinema), gli specialisti dello spettacolo e della cultura e gli addetti alla segreteria. Secondo il Ministero del Lavoro, nella categoria sono inscrivibili l’Ispettore di produzione cinematografica, il Direttore di produzione, il Direttore Esecutivo, il tecnico di programmazione e il segretario di produzione. Il sistema del Repertorio delle Professioni (ISFOL) adotta un criterio più stringente prevedendo nella categoria principale esclusivamente il Direttore di Produzione.

Prescindendo dal Sistema adottato, questa commistione di ruoli all’interno delle categorie professionali comporta una frammentazione delle competenze e una riduzione del valore intrinseco della risorsa umana così importante in settori ad elevato contenuto di capitale umano come quello cinematografico ed audiovisivo.

Per ovviare a questo problema, è oggi al vaglio delle parti sindacali la rinegoziazione del contratto di lavoro per il settore spettacolo - comprendendo sia cinema che audiovisivo- con lo scopo di razionalizzare il numero effettivo delle professionalità. Secondo il nuovo contratto si renderebbe obbligatorio il conseguimento di una sorta di patentino per tutti

gli operatori del settore con differenziazione secondo la categoria professionale rappresentata ed ottenibile esclusivamente mediante l'iscrizione a corsi di formazione specializzati. In questo modo, si eviterebbe la cristallizzazione delle categorie con un continuo rinnovamento dei contenuti e una certificazione effettiva dell'autenticità di appartenenza ad una determinata categoria. Il provvedimento agirebbe su due fronti differenti: da una parte ridurrebbe la frammentazione delle categorie professionali presenti attualmente nel settore e dall'altra introdurrebbe dei criteri di omogeneizzazione all'interno delle singole categorie professionali. Questi provvedimenti porterebbero ad un efficientamento delle competenze ascrivibili a ciascuna categoria con un considerevole miglioramento delle condizioni lavorative per ciascun ruolo.

3.1 ANALISI DELLE PROFESSIONALITÀ NEL BILANCIO

Per analizzare in dettaglio quali professionalità sono maggiormente coinvolte nei settori oggetto del presente progetto, sono stati aggregati i valori di spesa per ciascuna voce di bilancio, rapportandola al valore totale degli investimenti.

Come si può vedere dalle Fig. 3.1a, 3.1b e 3.1c, le voci di spesa per le professionalità sono: attori principali e regista (sopra la linea), spese generali e imprevisti, producer fee, oneri sociali e previdenziali per cast tecnico e maestranze e attori secondari (sotto la linea).

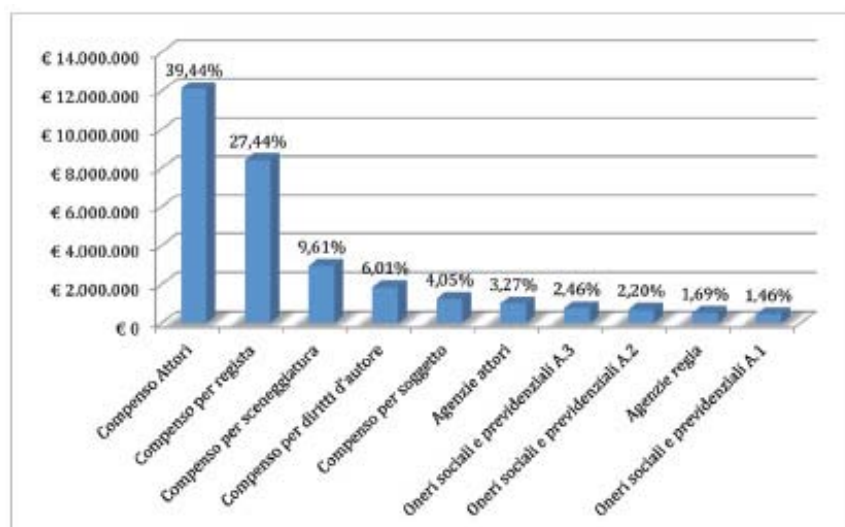


Fig. 3.1a Principali voci di spesa sopra la linea aggregate nella Regione Lazio (cinema e audiovisivo). Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

Dall'analisi del sotto la linea, emerge che alcune voci relative al cast tecnico e maestranze hanno un'incidenza maggiore rispetto al personale gestionale e manageriale. Queste evidenze sono legate ad una condizione strutturale del lavoro secondo cui le professionalità tecniche sono scelte nel territorio in cui si effettuano le riprese per una maggiore razionalizzazione delle risorse impiegate. Alcune voci relative al personale tecnico (e.g. capo sarta, musicisti esecutori e compositore) pur incidendo molto sulla qualità di un prodotto audiovisivo o cinematografico, risultano avere una rilevanza di spesa relativamente bassa.

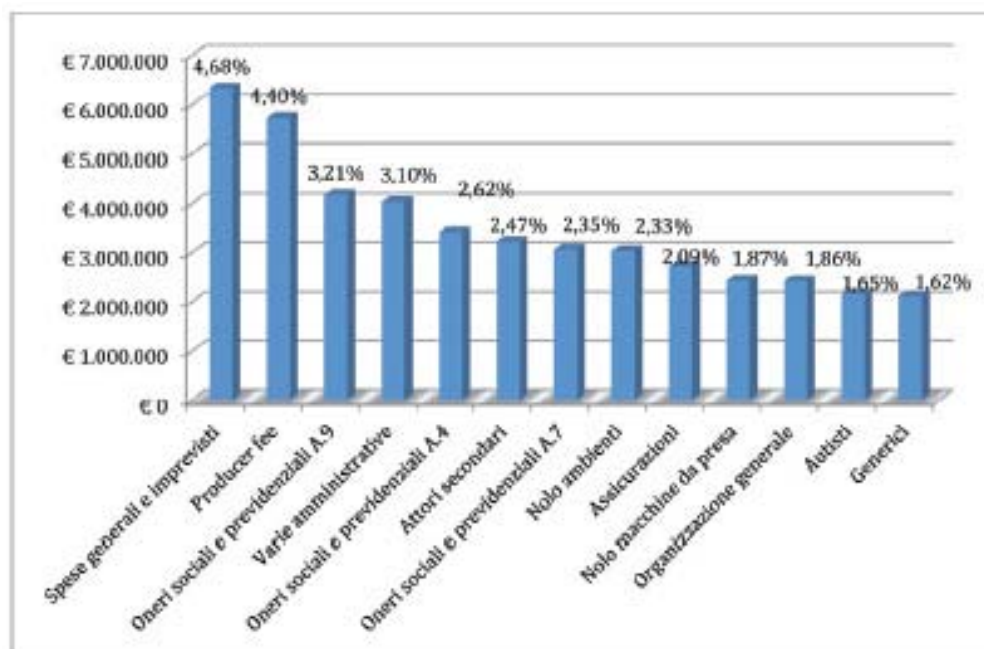


Fig. 3.1b Principali voci di spesa sotto la linea aggregate nella Regione Lazio (cinema e audiovisivo). Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

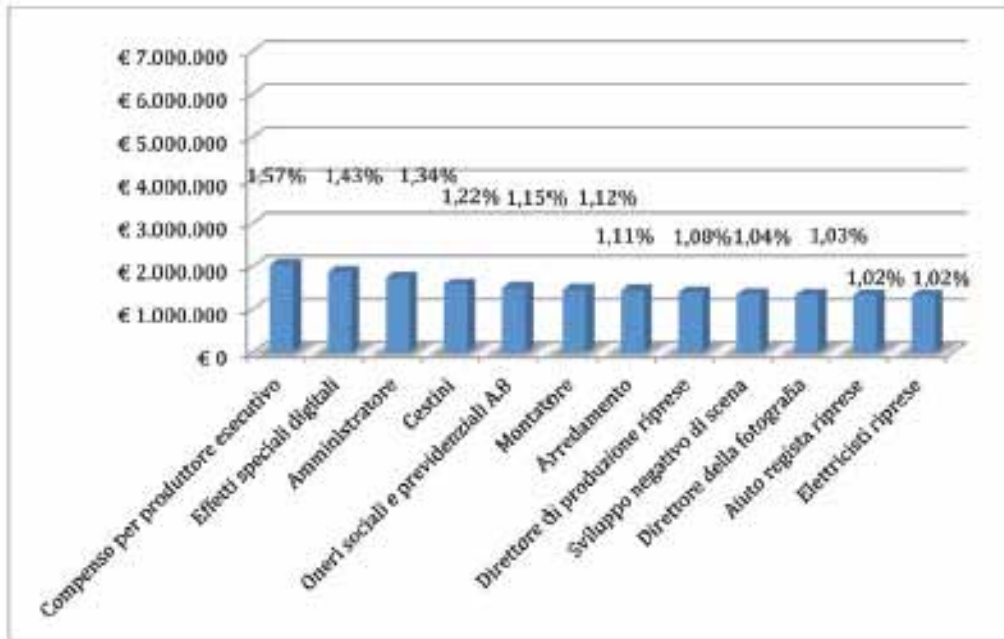


Fig. 3.1c Principali voci di spesa sotto la linea aggregate nella Regione Lazio (cinema e audiovisivo). Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

Al fine di fornire un'analisi più precisa, abbiamo valutato successivamente l'incidenza di spesa delle principali professionalità nel settore cinematografico e audiovisivo.

Per quanto riguarda il cinema, come si può vedere nella Fig. 3.2a, le spese dominanti nel sopra la linea sono quelle del regista e degli attori principali. Seguono poi le spese per sceneggiatura e per l'acquisizione dei diritti d'autore.

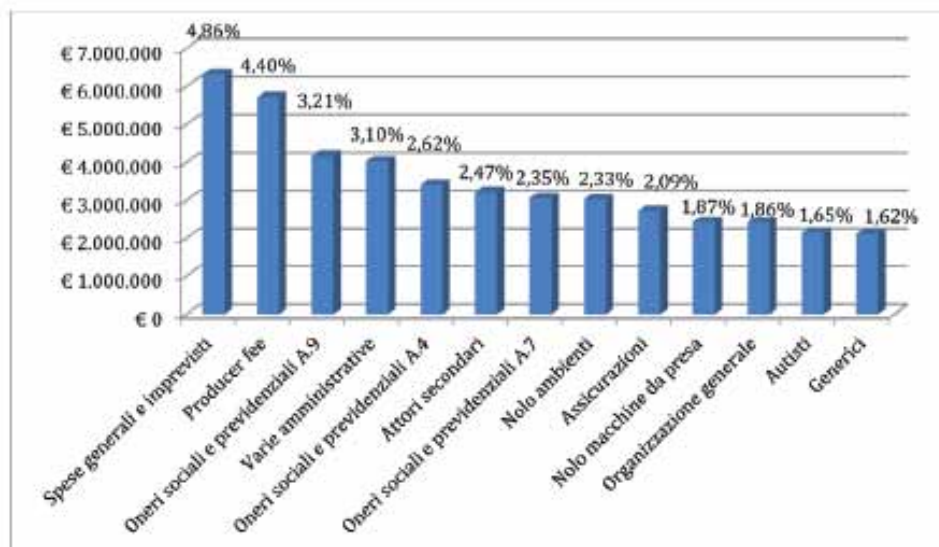


Fig. 3.2a Principali voci di spesa sopra la linea nella Regione Lazio (cinema). Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

Per quanto riguarda il sotto la linea, Fig. 3.2b e 3.2c, le principali voci di spesa sono: spese generali e imprevisti, commissione del produttore, oneri sociali e previdenziali per produzione e personale tecnico. La composizione di queste voci di spesa è di natura prettamente amministrativa ed organizzativa. Tra le prime dieci voci l'unica che fa riferimento al personale tecnico è quella degli attori secondari.

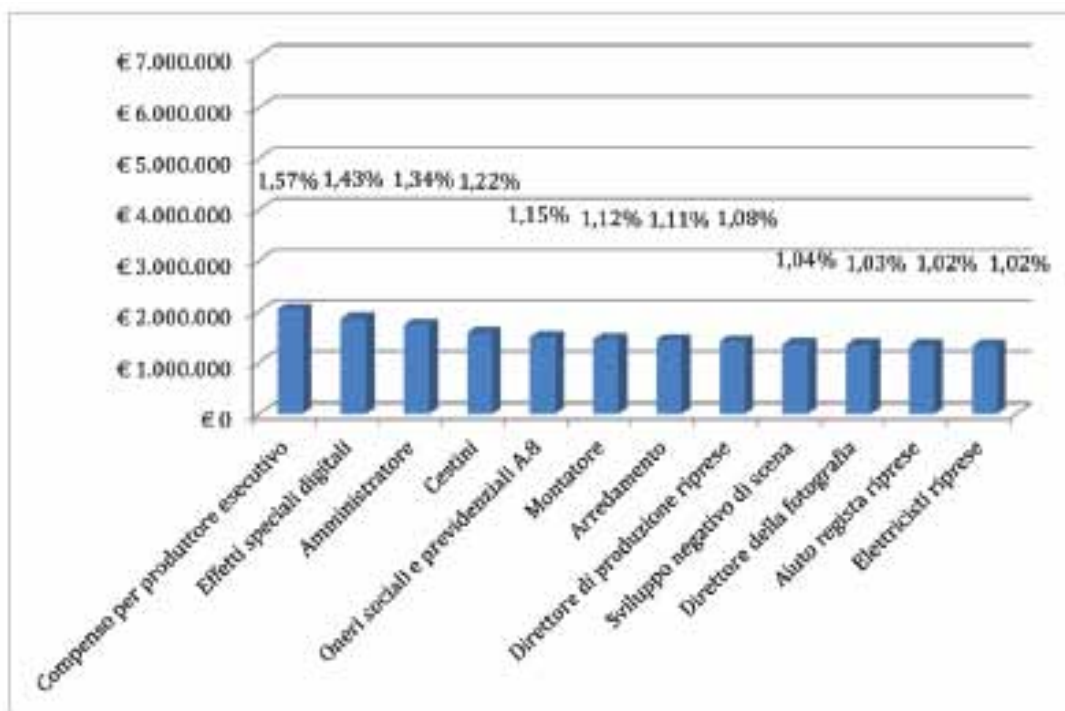


Fig. 3.2b Principali voci di spesa sotto la linea aggregate nel Lazio (cinema). Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

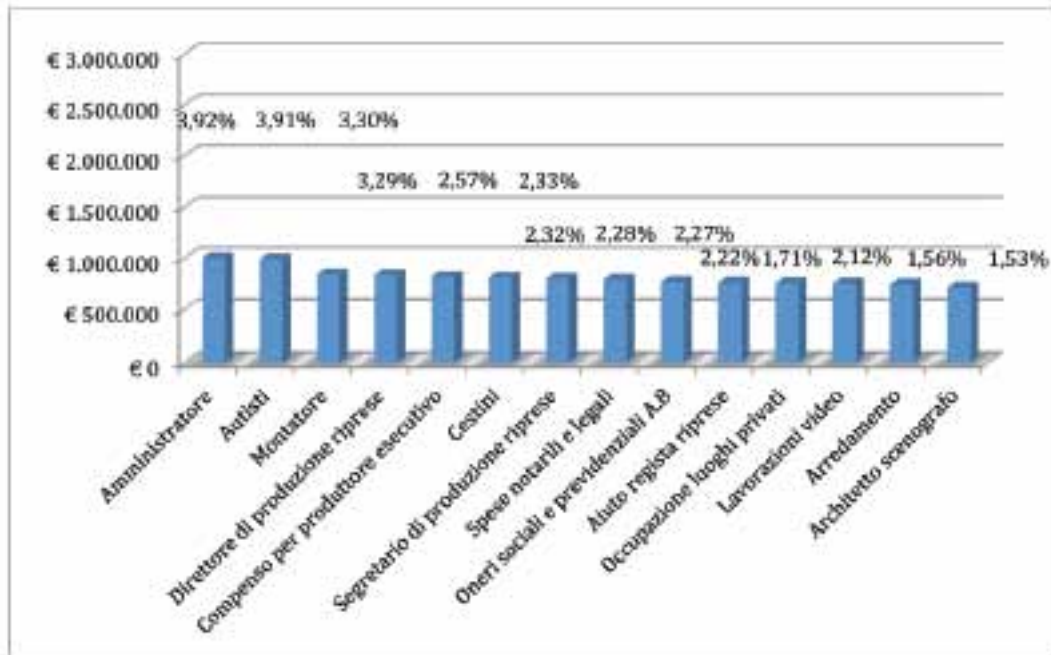


Fig. 3.2c (segue) Principali voci di spesa sotto la linea aggregate nel Lazio (settore cinematografico). Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

Raggruppando le voci di spesa nelle macro categorie di appartenenza, in modo da indicare il peso che ciascuna di esse ha nel Lazio rispetto al totale investito per il settore cinematografico.

Si può notare che la composizione del sotto la linea è molto eterogenea. Le voci che hanno un impatto maggiore sono: lavorazione delle pellicole, la cura dell'edizione del prodotto cinematografico (87,23%) e i mezzi tecnici. Seguono quindi il montaggio (83,93%) e le spese relative ad assicurazioni, garanzie e finanziamenti (83,16%). La produzione (78,49%) e la regia (69,86%), pur avendo un ruolo fondamentale, presentano però valori percentuali inferiori rispetto agli altri Tab.3.1.

CATEGORIA	VOCE DI SPESA	RAPPORTO
Sopra la Linea		
A.1	Soggetto e Sceneggiatura	66,98%
A.2	Direzione	73,57%
A.3	Attori Principali	58,51%
Sotto la Linea		
A.4	Produzione	78,49%
A.5	Regia	69,86%
A.6	Montaggio	83,93%
A.7	Personale tecnico	67,96%
A.8	Maestranze	73,16%
A.9	Personale artistico	59,27%
A.10	Costumi	76,68%
A.11	Scenografia	67,71%
A.12a	Teatri e costruzioni	73,73%
A.12b	Teatri di posa localizzati nella Regione Lazio	41,31%
A.13	Interni dal vero	55,38%
A.14	Mezzi tecnici	87,19%
A.15	Esterni	39,04%
A.16	Trasporti	71,53%
A.17	Pellicole	45,55%
A.18	Lavorazione Pellicola	88,61%
A.19	Edizione	87,23%
A.20	Musica	30,18%
A.21	Preorganizzazione	56,23%
A.22	Assicurazioni, garanzie e finanziamenti	83,16%
A.23	Spese varie	77,24%
A.24	Spese generali e imprevisti (max 7,5%)	77,53%
A.25	Producer Fee (max 7,5%)	59,73%

Tab.3.1 Incidenza delle macro aree di budget nel Lazio rispetto al totale (settore cinematografico). Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione

Analizzando l'incidenza delle professionalità sul totale per il settore audiovisivo, per il sopra la linea è possibile notare che gli attori hanno un peso considerevole se confrontati con le altre voci di bilancio. La serialità che caratterizza le fiction attribuisce un ruolo molto rilevante degli attori principali, non soltanto in veste del loro contributo artistico, ma anche del potere di fidelizzazione nei confronti dello spettatore. Seconda voce più rilevante in termini di spesa è il regista, seguito da quelle riferite ai costi relativi al soggetto, alla sceneggiatura e ai diritti d'autore.

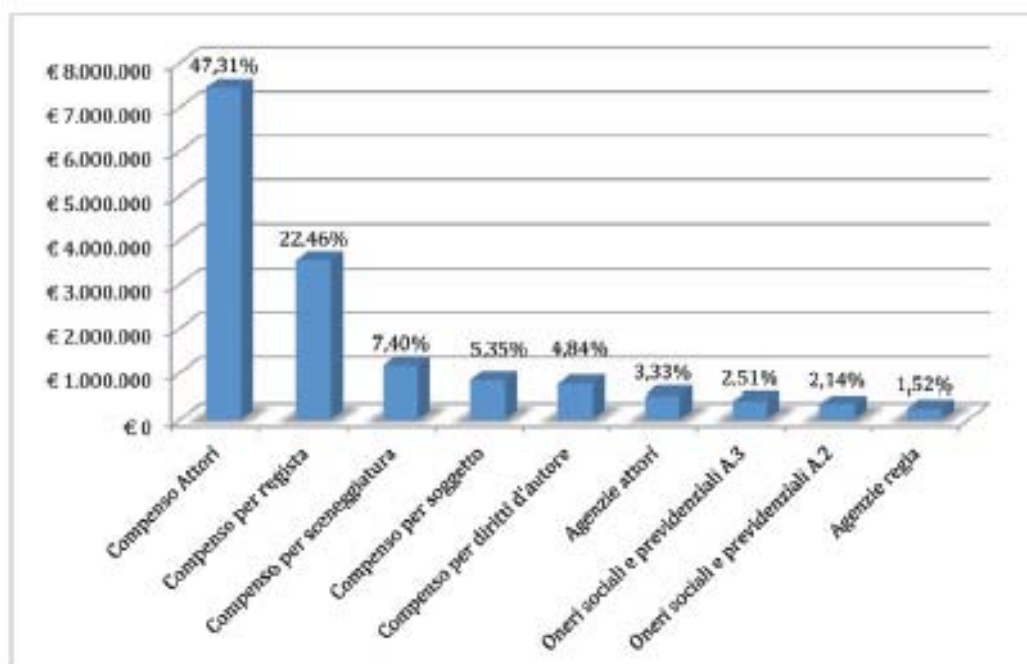


Fig. 3.3a Principali voci di spesa sopra la linea aggregate nel Lazio (audiovisivo).

Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

Con riferimento al sotto la linea, si nota che l'andamento delle principali voci di spesa, mostra la stessa composizione del settore cinematografico dove i maggiori costi sono concentrati in ambito amministrativo e organizzativo.

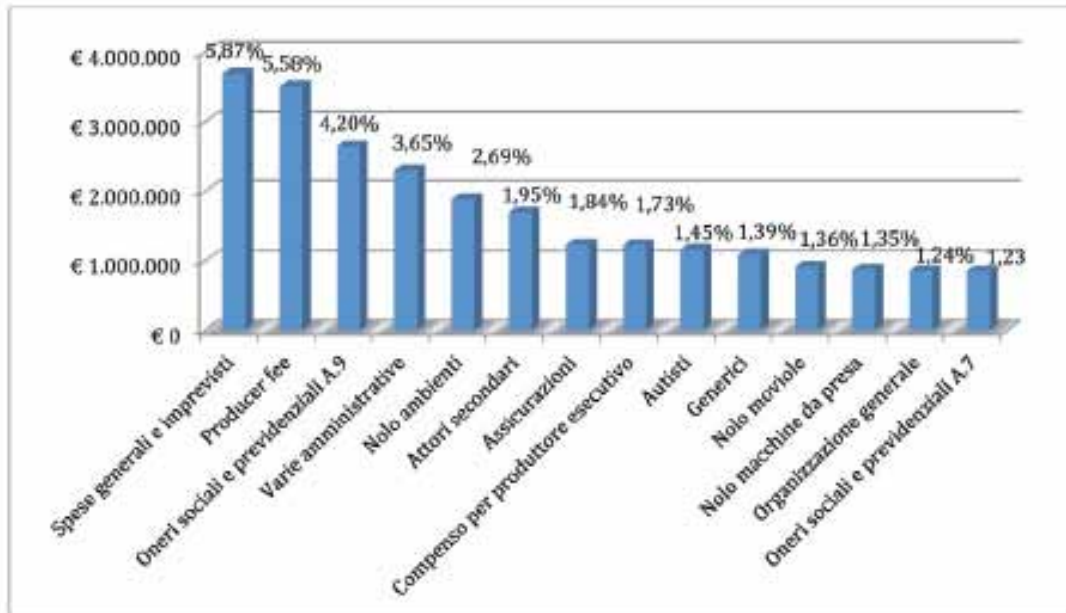


Fig. 3.3b Principali voci di spesa sotto la linea aggregate nel Lazio (audiovisivo).

Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

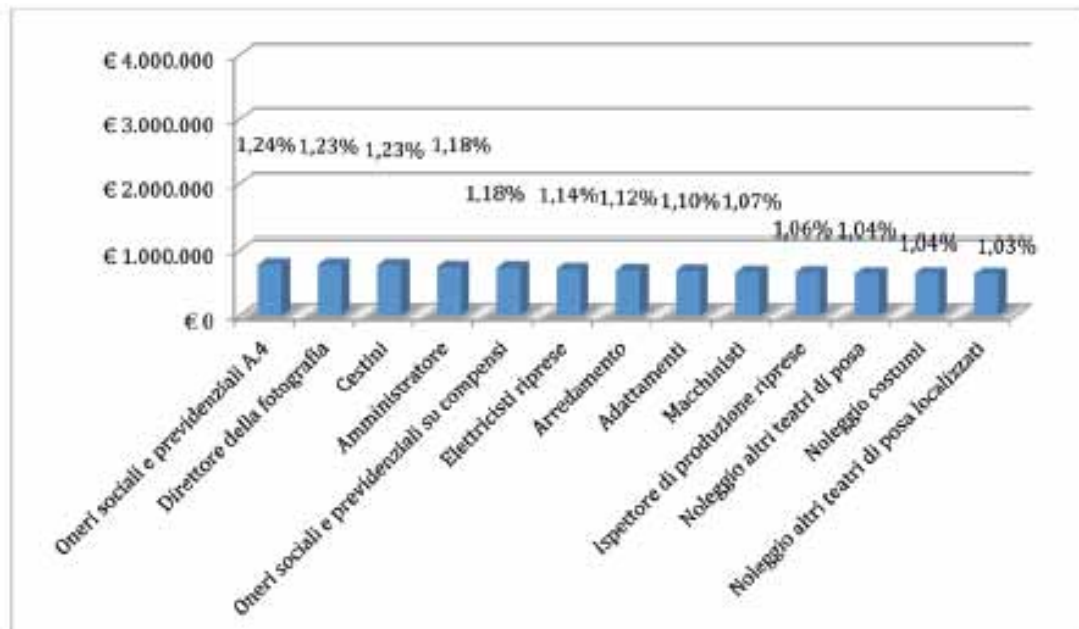


Fig. 3.3c (segue) Principali voci di spesa sotto la linea aggregate nel Lazio (audiovisivo).

Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

Raggruppando le singole voci di spesa nelle macro categorie di appartenenza, in modo da indicare il peso che ciascuna di esse ha nel Lazio rispetto al totale per il settore audiovisivo.

Dall'analisi del sotto la linea, è possibile notare che le voci A.12a e A.12b hanno nella Regione Lazio un'incidenza maggiore rispetto al totale. Esattamente come accade per il settore cinematografico, le spese relative alla lavorazione della pellicola e alla cura dell'edizione del prodotto audiovisivo nella Regione Lazio hanno un peso molto elevato sul totale di spesa. Inoltre, un peso considerevole è rappresentato dalla voce A.24 (spese generali e impreviste) che risulta totalmente investito nel territorio regionale ,Tab.3.2.

CATEGORIA	VOCE DI SPESA	RAPPORTO
Sopra la Linea		
A.1	Soggetto e Sceneggiatura	83,12%
A.2	Direzione	83,84%
A.3	Attori Principali	58,76%
Sotto la Linea		
A.4	Produzione	83,58%
A.5	Regia	80,47%
A.6	Montaggio	77,59%
A.7	Personale tecnico	86,11%
A.8	Maestranze	89,50%
A.9	Personale artistico	69,42%
A.10	Costumi	89,59%
A.11	Scenografia	82,01%
A.12a	Teatri e costruzioni	99,74%
A.12b	Teatri di posa localizzati nella Regione Lazio	99,54%
A.13	Interni dal vero	87,78%
A.14	Mezzi tecnici	92,63%
A.15	Esterni	55,67%
A.16	Trasporti	86,13%
A.17	Pellicole	78,60%
A.18	Lavorazione Pellicola	97,96%
A.19	Edizione	94,38%
A.20	Musica	81,14%
A.21	Preorganizzazione	85,24%
A.22	Assicurazioni, garanzie e finanziamenti	98,51%
A.23	Spese varie	90,14%
A.24	Spese generali e imprevisti (max 7,5%)	100,00%
A.25	Producer Fee (max 7,5%)	93,60%

Tab.3.2 Incidenza delle macro aree di budget nel Lazio rispetto al totale (audiovisivo).

Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione

3.2 LE PROFESSIONALITA' NEL SETTORE CINEMATOGRAFICO

Per capire come si ripartiscono gli investimenti nel settore cinematografico, sia a livello totale che nel Lazio, abbiamo riclassificato le voci di spesa come segue:

- lavoro;
- fornitori;
- servizi.

I dati relativi a queste voci sono riportati in Tab.3.3a, 3.3b e 3.3c.

LAVORO		
Totale	Regionale	% Regionale sul totale
€ 71.905.753,37	€ 50.305.607,19	69,97%

Tab.3.3a Ammontare della voce lavoro a livello totale e regionale.

Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

FORNITORI		
Totale	Regionale	% Regionale sul totale
€ 15.365.684,16	€ 10.416.355,64	67,79%

Tab.3.3b Ammontare della voce fornitori a livello totale e regionale.

Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

SERVIZI		
Totale	Regionale	% Regionale sul totale
€ 31.991.156,45	€ 21.434.468,51	67,00%

Tab.3.3c Ammontare della voce servizi a livello totale e regionale.

Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

Al fine di fornire una maggiore comprensione delle tre voci di spesa, abbiamo calcolato il peso percentuale di ognuna sia sul totale che sul Lazio. Si può notare una ripartizione molto simile sia per le spese totali che nella Regione Lazio in ciascuna delle classi considerate.

Le principali voci di spesa della categoria servizi sono: agenzie, noleggi, trasporti, uffici e camerini. Tra le voci principali relative ai fornitori identifichiamo: macchine da presa, pellicole, costumi, materiali di scena,

cestini. Infine, nella categoria lavoro distinguiamo: cast artistico, tecnico e maestranze.

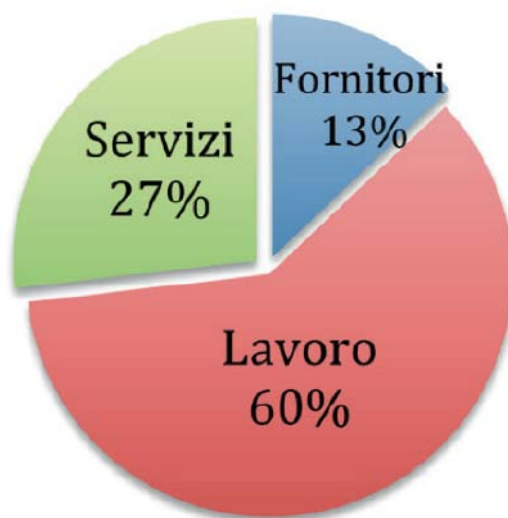


Fig. 3.4a Riclassificazione spese totali (cinema).

Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

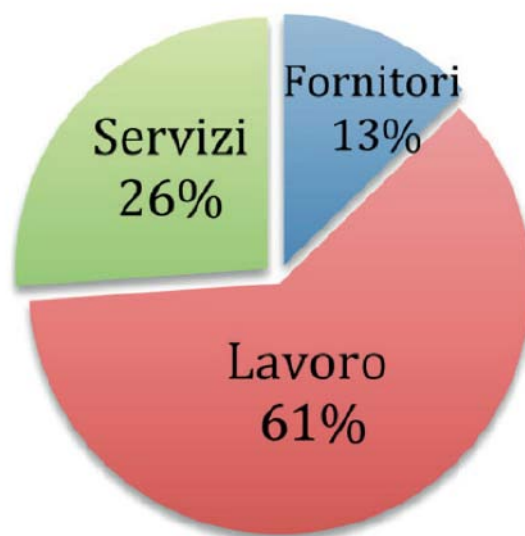


Fig. 3.4b Riclassificazione spese nel Lazio (cinema).

Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

Abbiamo proceduto ad una successiva riclassificazione delle categorie di spesa, considerate nei loro valori medi, in rapporto alle classi di budget.

Come si può vedere in Fig. 3.5, le spese per servizi e lavoro risultano avere un andamento più che proporzionale poiché all'aumentare della presenza di

personale artistico, manageriale e maestranze, ci sarà un considerevole aumento anche dei servizi connessi. Non si verifica comunque lo stesso per la categoria dei fornitori in quanto sono presenti due componenti: una fissa (e.g. pellicole) ed una variabile (e.g. costumi). Nelle prime due classi di budget, la componente fissa dei fornitori incide maggiormente sul lavoro e sui servizi. Al contrario, all'aumentare del budget le voci lavori e servizi aumentano più che proporzionalmente, mentre il peso dei fornitori incide in misura minore.

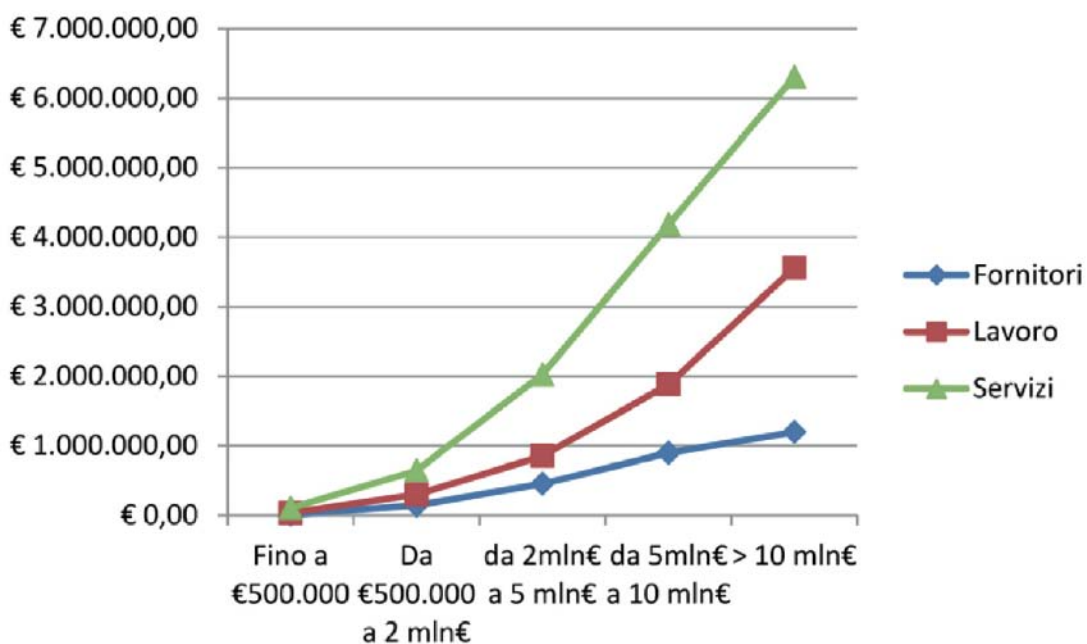


Fig.3.5 Riclassificazione categorie di spesa totale per classi di budget (cinema).

Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

Focalizzando la nostra analisi sulle singole categorie del lavoro rispetto alle classi di budget, possiamo notare un fenomeno molto interessante. Mentre per le prime quattro classi le tre componenti mostrano una crescita proporzionale, nel passaggio all'ultima la rilevanza del personale gestionale manageriale aumenta in maniera più che proporzionale rispetto al personale diretto artistico. Questo risultato è spiegabile attraverso il maggiore costo di gestione necessario per sostenere un'organizzazione sempre più complessa e articolata.

Analizzando invece il dato aggregato delle voci stesse, si evince che il peso del personale diretto artistico risulta inferiore a quello del personale

gestionale manageriale.

In seguito abbiamo messo in corrispondenza la classe di spesa lavoro con quella dei servizi, considerati nei loro valori medi, al fine di capire l'andamento di queste classi in rapporto alla classe di budget.

Come si può vedere in Fig.3.6, la spesa per servizi risulta essere piatta rispetto a quella per il lavoro nelle prime due classi di budget, mentre dalla terza all'ultima classe seguono lo stesso andamento. Questo è dato da una componente maggiore di costi fissi nella classe servizi.

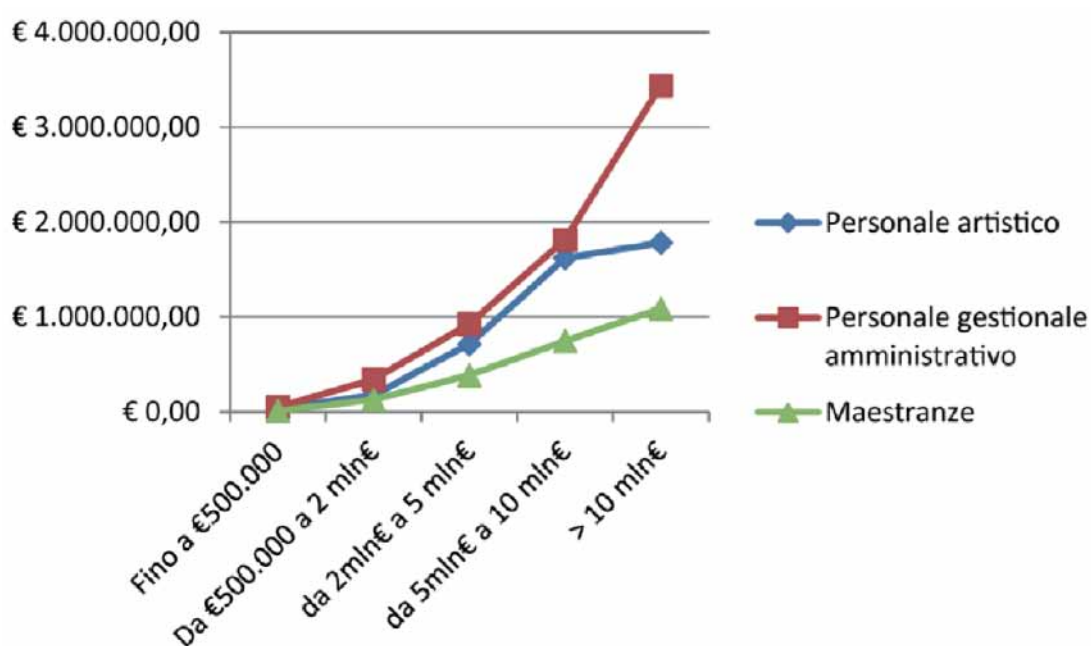


Fig. 3.6 Riclassificazione del lavoro totale per classi di budget (cinema).

Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

Scomponendo ulteriormente la categoria lavoro in:

- personale diretto artistico;
- personale gestionale manageriale;
- maestranze;

emerge che le spese che incidono maggiormente su un prodotto cinematografico, sia per il totale che per il Lazio, sono quelle riferite al personale gestionale manageriale, seguito da quelle del personale diretto artistico e per ultimo le maestranze (Fig.3.6). Risulta particolarmente

interessante in quanto è possibile riscontrare una maggiore rilevanza in termini di spesa del personale gestionale manageriale rispetto a quello diretto artistico.

Sebbene le singole voci di costo per attori principali e regia (sopra la linea) sono superiori alle singole componenti di costo del personale gestionale manageriale (sotto la linea), tuttavia nel complesso il personale gestionale manageriale avrebbe maggiori risorse.

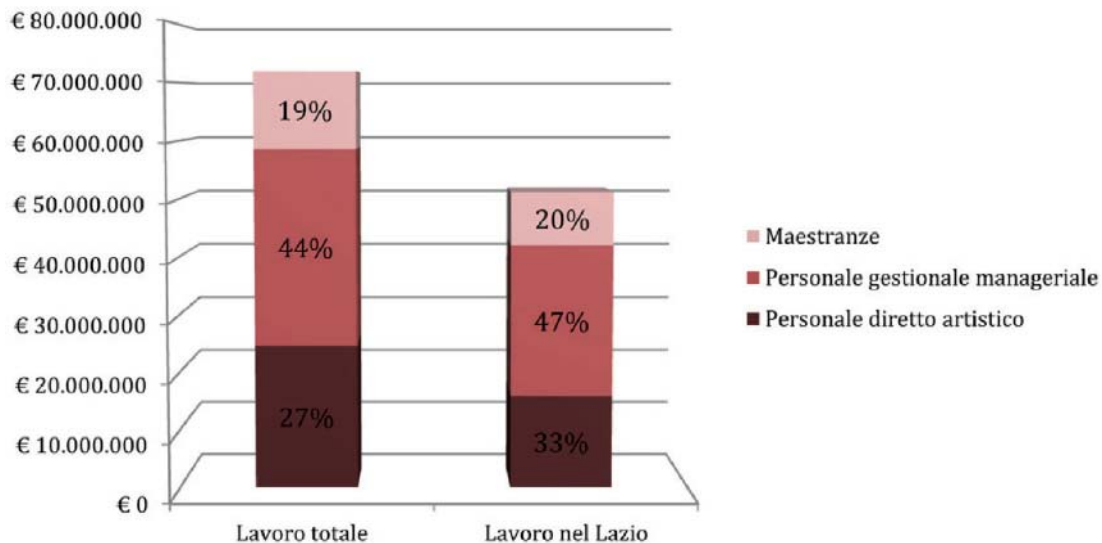


Fig.3.7 Riclassificazione del lavoro totale e nel Lazio.

Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

La scomposizione nelle classi di lavoro appena identificate, ci permette di calcolare tre ulteriori indici:

- spese personale gestionale manageriale/numero giorni di riprese;
- spese personale diretto artistico/numero giorni di riprese;
- spese maestranze/numero giorni di riprese.

Questi indici sono calcolati attraverso la media delle singole spese giornaliere per ciascuna categoria di lavoro. Le tabelle 3.4a e 3.4b mostrano il rispettivo valore. Possiamo notare che in media il costo giornaliero per queste categorie di lavoro, risulta essere maggiore nel territorio laziale pur non mostrando un andamento omogeneo tra le classi di budget sia a livello totale che regionale.

TOTALE	Spesa personale gestionale manageriale/ n. giorni ripresa	Spesa personale diretto artistico/n. giorni ripresa	Spesa maestranze/n. giorni ripresa
Fino a € 500.000	€ 210,83	€ 1.984,78	€ 787,43
Da € 500.000 a 2mln€	€ 838,04	€ 7.802,94	€ 5.775,52
da 2mln€ a 5mln€	€ 2.806,08	€ 18.814,00	€ 9.861,01
da 5mln€ a 10mln€	€ 9.904,39	€ 36.005,79	€ 15.348,23
> 10mln€	€ 6.444,09	€ 23.771,71	€ 14.489,01

Tab. 3.4a Sintesi indici su media delle singole spese giornaliere per categoria di lavoro rispetto al totale. Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

REGIONALE	Spesa personale gestionale manageriale/ n. giorni ripresa	Spesa personale diretto artistico/n. giorni ripresa	Spesa maestranze/n. giorni ripresa
Fino a € 500.000	€ 4.243,02	€ 2.147,86	€ 751,64
Da € 500.000 a 2mln€	€ 22.021,44	€ 6.626,76	€ 6.772,51
da 2mln€ a 5mln€	€ 98.302,07	€ 26.147,35	€ 16.594,51
da 5mln€ a 10mln€	€ 42.366,04	€ 24.748,52	€ 13.264,54
> 10mln€	€ 163.644,48	€ 64.853,19	€ 38.970,03

Tab. 3.4b Sintesi indici su media delle singole spese giornaliere per categoria di lavoro rispetto alla Regione Lazio. Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

3.3 LE PROFESSIONALITÀ NEL SETTORE AUDIOVISIVO

In questa sezione analizziamo la ripartizione degli investimenti nel settore audiovisivo sia a livello totale che nel Lazio, riclassificando le voci di spesa come segue:

- lavoro;
- fornitori;
- servizi;

emergono i valori indicati nelle Tab.3.5a, 3.5b e 3.5c.

LAVORO		
Totale	Regionale	% Regionale sul totale
€ 63.996.738,98	€ 49.972.247,16	78,08%

Tab.3.5a Ammontare della voce lavoro a livello totale e regionale (audiovisivo).

Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

FORNITORI		
Totale	Regionale	% Regionale sul totale
€ 11.047.883,03	€ 9.295.762,30	84,14%

Tab.3.5b Ammontare della voce fornitori a livello totale e regionale (audiovisivo).

Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

SERVIZI		
Totale	Regionale	% Regionale sul totale
€ 21.739.927,84	€ 19.288.762,68	88,72%

Tab.3.5c Ammontare della voce servizi a livello totale e regionale (audiovisivo).

Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

Analizzando il peso percentuale di ciascuna voce sul totale speso, si nota una ripartizione molto simile sia nel Lazio che nel totale. La voce maggiore risulta essere il lavoro perché considera il personale artistico, il personale gestionale manageriale e quello relativo alle maestranze, seguito dai servizi ed infine i fornitori, non mostrando quindi, alcuna differenza sostanziale con il settore cinematografico. Tuttavia, è da sottolineare che, anche a causa della natura delle produzioni audiovisive maggiormente stabili, la quota dell'investimento nella Regione Lazio è decisamente superiore rispetto alla produzione cinematografica.

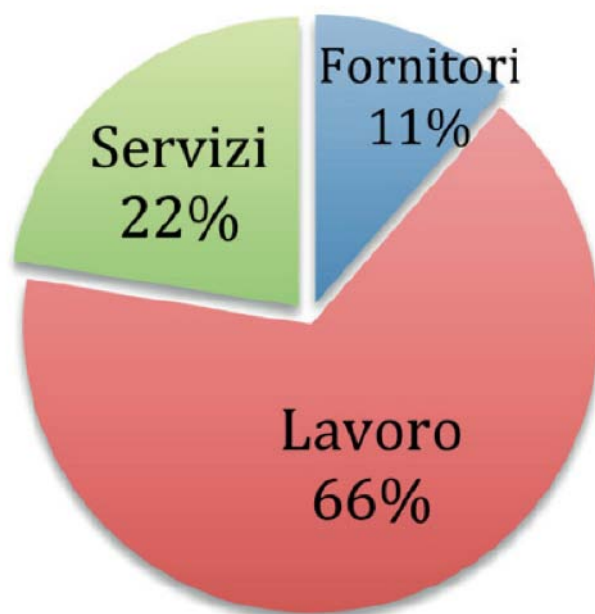


Fig.3.8a Riclassificazione spese totali (audiovisivo).

Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

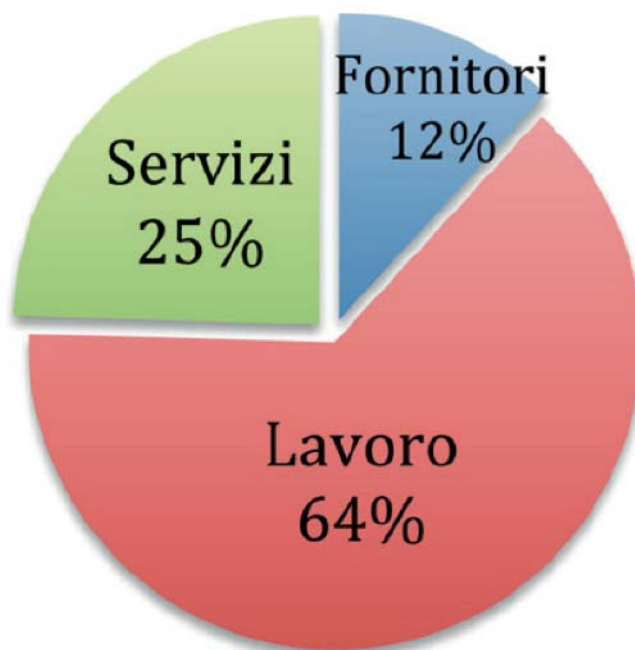


Fig.3.8b Riclassificazione spese nel Lazio (audiovisivo).

Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

Riclassificando ulteriormente le categorie di spesa espresse in termini dei loro valori medi rispetto alle classi di budget, è possibile notare in Fig. 3.9a che nel settore delle fiction, all'aumentare delle spese per il lavoro non

segue un aumento proporzionale dei servizi come accadeva nel settore cinematografico. Questo risultato è spiegabile con la tipicità del settore audiovisivo considerato, in cui la serialità e i tempi di produzione più contenuti rispetto al cinema, fanno sì che i servizi abbiano un'incidenza minore rispetto al lavoro. In altre parole, il fenomeno può essere spiegato con il ricorso a fattori di produzione più stabili nell'organizzazione piuttosto che ai servizi. I fornitori invece non subiscono variazioni, perché mantengono invariata la loro struttura interna.

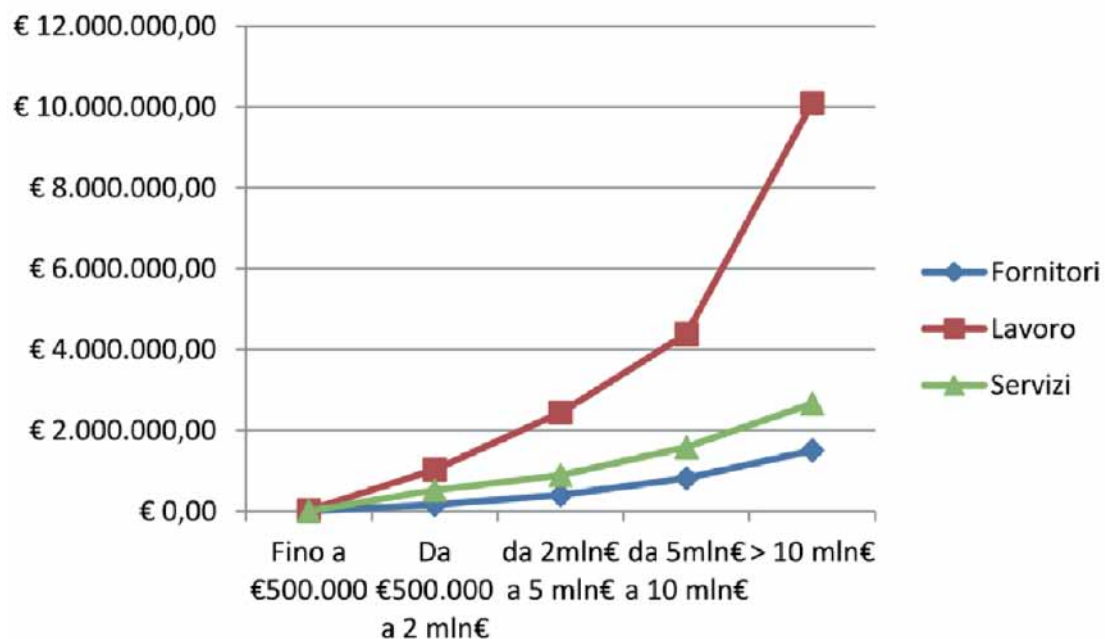


Fig.3.9a Riclassificazione categorie di spesa totale per classi di budget (audiovisivo).

Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

Scomponendo ulteriormente la categoria lavoro in:

- personale diretto artistico;
- personale gestionale manageriale;
- maestranze.

Queste voci mostrano un andamento rappresentato in Fig.3.9b

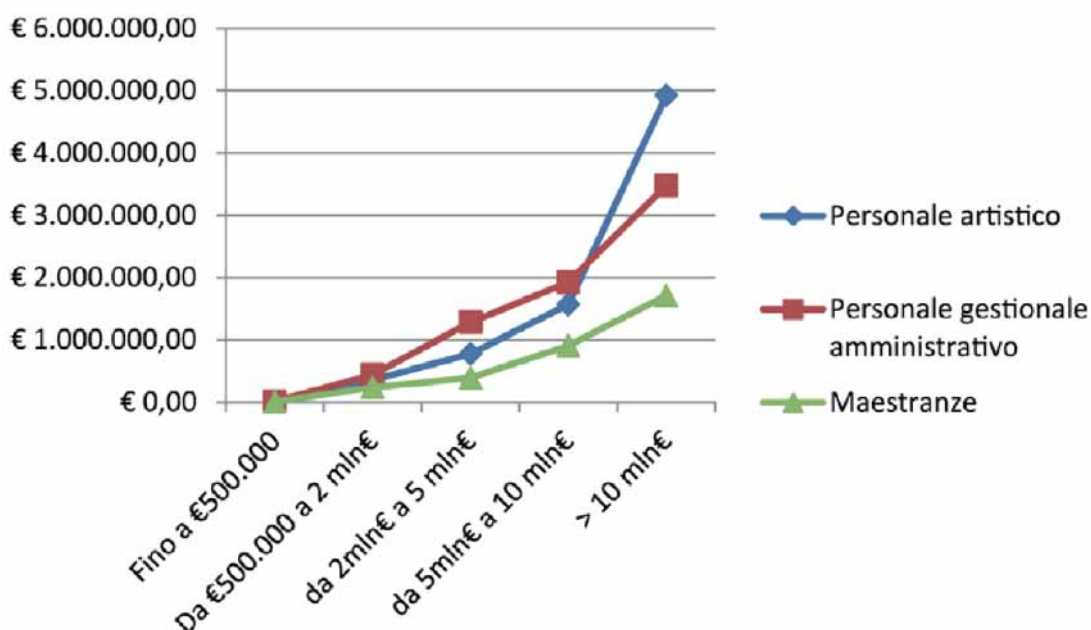


Fig. 3.9b Riclassificazione del lavoro totale per classi di budget (audiovisivo).

Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

Il personale diretto artistico cresce in maniera più che proporzionale nelle due ultime classi di budget, mentre le altre due voci crescono in maniera proporzionale fra di loro e tra le voci di budget.

La preponderanza del personale diretto artistico si registra sia a livello regionale che totale.

Anche nell'audiovisivo emerge che le spese che incidono maggiormente sul budget, sia per il totale che per il Lazio, sono quelle riferite al personale gestionale manageriale, seguito da quelle del personale diretto artistico e per ultimo le maestranze Fig.3.10.

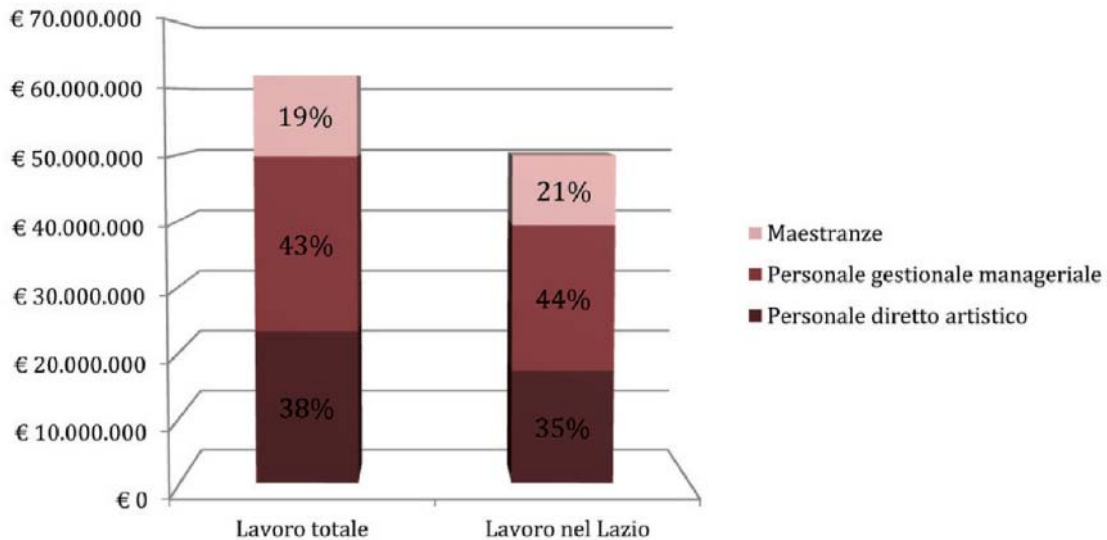


Fig. 3.10 riclassificazione lavoro totale e nel Lazio.

Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

Adottando le stesse modalità di analisi applicate al settore cinematografico abbiamo ottenuto i valori relativi ai seguenti indici:

- spese personale gestionale manageriale/numero giorni di riprese;
- spese personale diretto artistico/numero giorni di riprese;
- spese maestranze/numero giorni di riprese.

Questi indici sono stati calcolati attraverso la media delle singole spese giornaliere per ciascuna categoria di lavoro. Le tabelle 3.6a e 3.6b mostrano il rispettivo valore. I costi giornalieri per ciascun indice si mostrano altalenanti tra le classi di budget, senza poter riscontrare una predominanza tra le spese totali e regionali.

TOTALE	Spesa personale gestionale manageriale/ n. giorni ripresa	Spesa personale diretto artistico/n. giorni ripresa	Spesa maestranze/n. giorni ripresa
Fino a € 500.000	€ 1.628,10	€ 1.193,03	€ 407,44
Da € 500.000 a 2mln€	€ 13.030,83	€ 10.405,66	€ 6.050,96
da 2mln€ a 5mln€	€ 33.017,18	€ 18.654,53	€ 9.645,16
da 5mln€ a 10mln€	€ 44.460,04	€ 35.436,79	€ 24.824,17
> 10mln€	€ 101.160,56	€ 179.602,16	€ 54.822,00

Tab.3.6a Prospetto indici misurati in termini di giorni di ripresa per il totale.

Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

REGIONALE	Spesa personale gestionale manageriale/ n. giorni ripresa	Spesa personale diretto artistico/n. giorni ripresa	Spesa maestranze/n. giorni ripresa
Fino a € 500.000	€ 1.645,81	€ 1.218,03	€ 432,13
Da € 500.000 a 2mln€	€ 11.019,06	€ 9.038,01	€ 4.737,01
da 2mln€ a 5mln€	€ 47.989,75	€ 22.409,50	€ 12.960,98
da 5mln€ a 10mln€	€ 72.414,78	€ 47.154,94	€ 37.682,28
> 10mln€	€ 106.978,94	€ 30.626,48	€ 71.974,14

Tab.3.6b Prospetto indici misurati in termini di giorni di ripresa per la Regione Lazio.
Fonte: Regione Lazio. Nostra elaborazione.

3.4 DELOCALIZZAZIONE PRODUTTIVA: EFFETTI SULLE PROFESSIONALITA'

Negli ultimi anni si registra, nelle produzioni italiane, una costante crescita del fenomeno della delocalizzazione dei set che causa, inevitabilmente, conseguenze negative in termini di occupazione domestica. Questo fenomeno è da molti anni studiato negli U.S.A. dove prende il nome di “runaway production. La delocalizzazione può essere ricondotta a molteplici fattori, fra cui:

- minore costo delle location a parità di competenze e maestranze;
- ricerca di location più adatte;
- presenza di incentivi fiscali e/o finanziari.

Secondo le stime fornite dal SAI -Sindacato Attori Italiani-, dal 2008 ad oggi, la delocalizzazione ha causato una contrazione delle giornate di lavoro per addetto e una perdita stimata di quasi 120mln€¹⁸.

Nello specifico i trend nel periodo di riferimento (2008-2012) sono:

- 2008. Le produzioni italiane che hanno operato all'estero sono state 22 per un totale di 244 settimane di riprese. Di queste, 139 sono state effettuate in Italia e 105 all'estero, coinvolgendo 590 lavoratori esteri. La perdita complessiva generata è stata pari a 16.980 giornate lavorative per gli italiani. Il totale dell'economia sottratta nel 2008 è pari a €21.267.478, suddivisi in:
 - €3.396.000, mancato reddito per i lavoratori italiani;
 - €12.855.298, mancati proventi per le società di nolo ecc.;
 - €5.016.180, perdite di oneri e tasse per lo Stato.
- 2009. Il numero delle produzioni italiane che hanno operato all'estero, non ha subito modifiche rispetto al 2008. Le 22 produzioni hanno lavorato per 216 settimane di riprese. Di queste, 106 in territorio italiano e 110 all'estero, coinvolgendo 710 lavoratori esteri. La perdita di giornate lavorative per gli italiani sale a 25.740. Il

¹⁸www.sindacatospettacoli.it -Clic (Coordinamento Lavoratori Industrie Cineaudiovisive).

totale dell'economia sottratta nel 2009 è pari a €25.451.032, suddivisi in:

- €5.160.000, mancato reddito per i lavoratori italiani;
 - €12.602.482, mancati proventi per le società di nolo ecc.
 - €7.688.550, perdite di oneri e tasse per lo Stato.
- 2010. Si registra un diffuso peggioramento dei dati:
 - €8.100.000, mancato reddito per i lavoratori italiani;
 - €19.900.000, mancati proventi per le società di nolo ecc.;
 - €9.800.000, perdite di oneri e tasse per lo Stato.
 - 2011. Si registra un'inversione di tendenza rispetto agli anni precedentemente analizzati.
 - €2.500.000, mancato reddito per i lavoratori italiani;
 - €11.400.000, mancati proventi per le società di nolo ecc.;
 - €3.800.000, perdite di oneri e tasse per lo Stato.
 - 2012. I dati sembrano confermare i risultati registrati nell'anno precedente, sebbene siano stati considerati nell'analisi soltanto i primi nove mesi dell'anno:
 - €3.100.000, mancato reddito per i lavoratori italiani;
 - €10.800.000, mancati proventi per le società di nolo ecc.;
 - €4.800.000, perdite di oneri e tasse per lo Stato, come indicato in Fig.3.11.

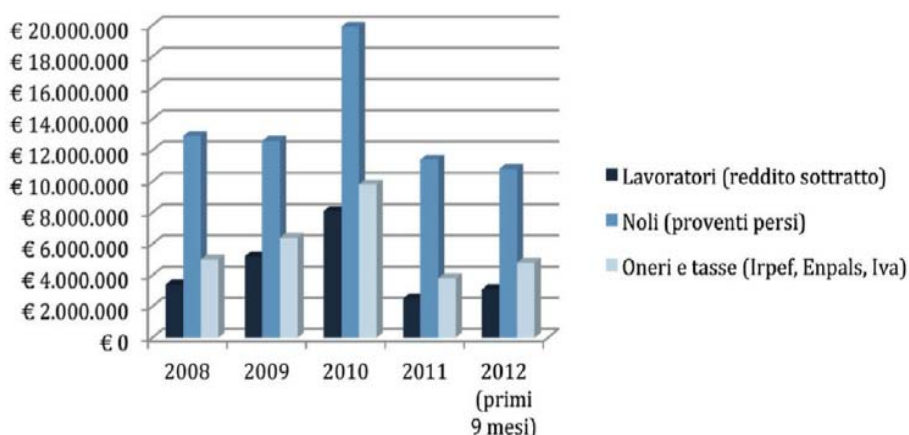


Fig.3.11 Economia sottratta nel settore Audiovisivo.

Fonte: IEM-Fondazione Rosselli, su dati Slc Cgil. Nostra Elaborazione

La Fig.3.12 rappresenta il totale dell'economia sottratta 2008-2012. Come si può vedere, le società di nolo registrano la perdita maggiore, pari a 67 mln€. La spesa totale relativa al mancato incasso di oneri e tasse è pari a 29 mln€; infine, il reddito sottratto ai lavoratori è di 22,3mln€.

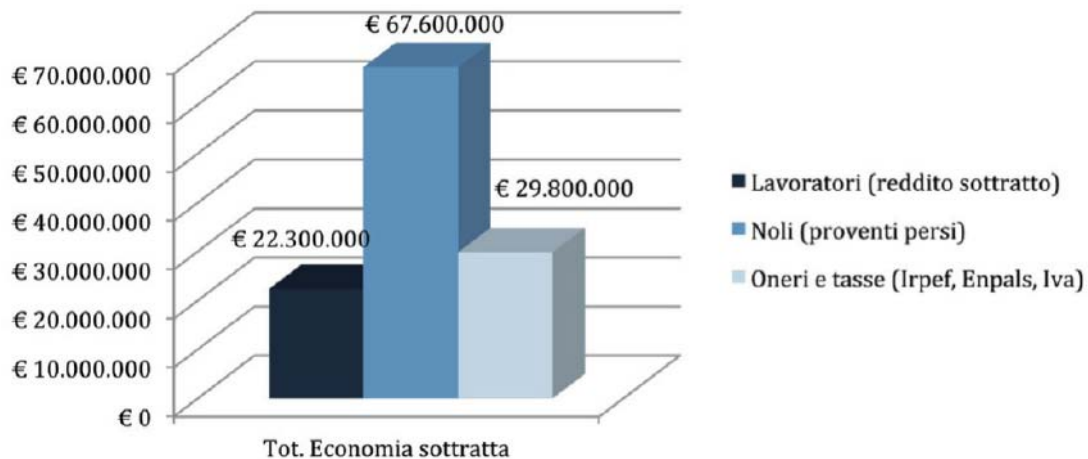


Fig. 3.12 Totale Economia sottratta (audiovisivo).

Fonte: IEM-Fondazione Rosselli, su dati Slc Cgil. Nostra Elaborazione.

Focalizzandoci sul totale delle settimane lavorative in Italia e all'estero, notiamo un forte calo su tutti i fronti. Nonostante la contrazione dell'attività produttiva, 372 settimane in meno in Italia dal 2008 al 2011, il territorio regionale del Lazio mostra un andamento molto positivo e dà prova di un'ottima resistenza al generale trend di delocalizzazione, soprattutto nel 2011 anno facendo registrate un valore pari al 57.6%. I primi nove mesi sembrano ulteriormente confermare e superare questo dato precedente, facendo registrare il 58,3% di settimane lavorate nel Lazio. Questa ultima osservazione ci permette di comprendere il valore e l'efficacia che il Fondo Regionale sta esercitando contro l'esodo lavorativo dell'industria cinematografica e audiovisiva. La diminuzione maggiore di attività invece interessa le altre regioni che mostrano un costante declino per tutto il quinquennio analizzato. Le settimane lavorative all'estero, che sono cresciute dal 2008 al 2010, mostrano una battuta d'arresto nel 2011, ma i dati relativi al 2012 ancora non permettono di trarre considerazioni definitive vista la loro parzialità.

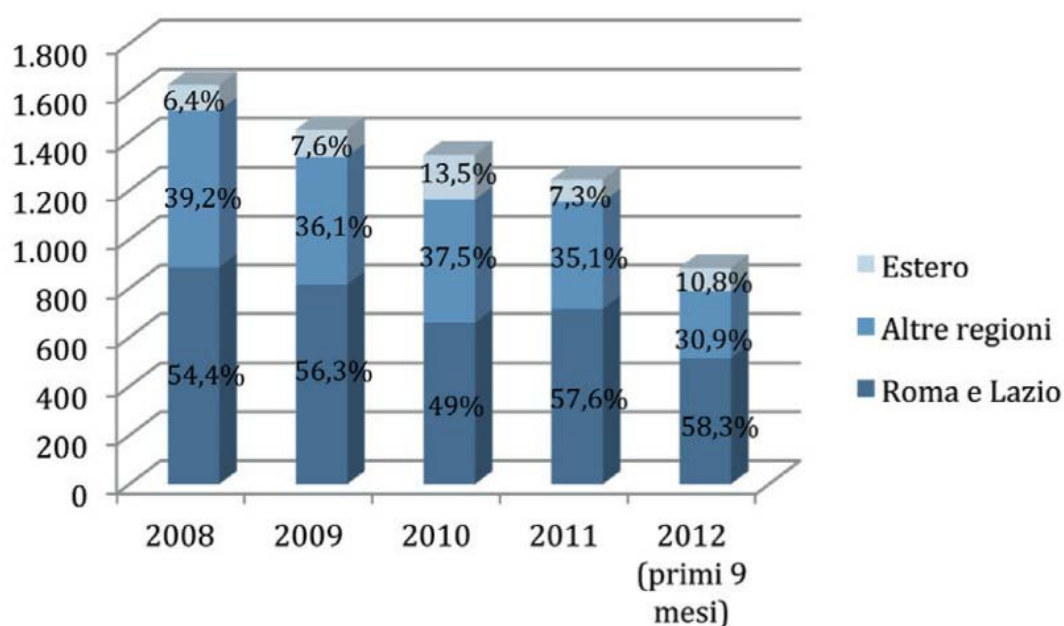


Fig. 3.13 Totale settimane lavorative. Fonte: IEM-Fondazione Rosselli, su dati Slc Cgil. Nostra elaborazione.

Prendendo in considerazione le produzioni di fiction realizzate completamente all'estero dal 2008 al 2011, si può notare che rappresentano il 16% del totale, avendo un'incidenza stimata nel 2012 del 14%. Questo fenomeno ha avuto un significativo rallentamento con l'introduzione del Fondo Regionale Lazio che è riuscito a riportare nel territorio le riprese di alcuni importanti film tra cui: *Dracula 3D* (Argento), *Io e te* (Bertolucci), *Reality* (Garrone)¹⁹. In aggiunta, gli sviluppi del fondo verso le coproduzioni internazionali manifestano l'intenzione di sviluppare un processo di attrazione inversa degli investimenti.

¹⁹ Fonte: Regione Lazio -Assessorato alla Cultura, Spettacolo e Sport-.

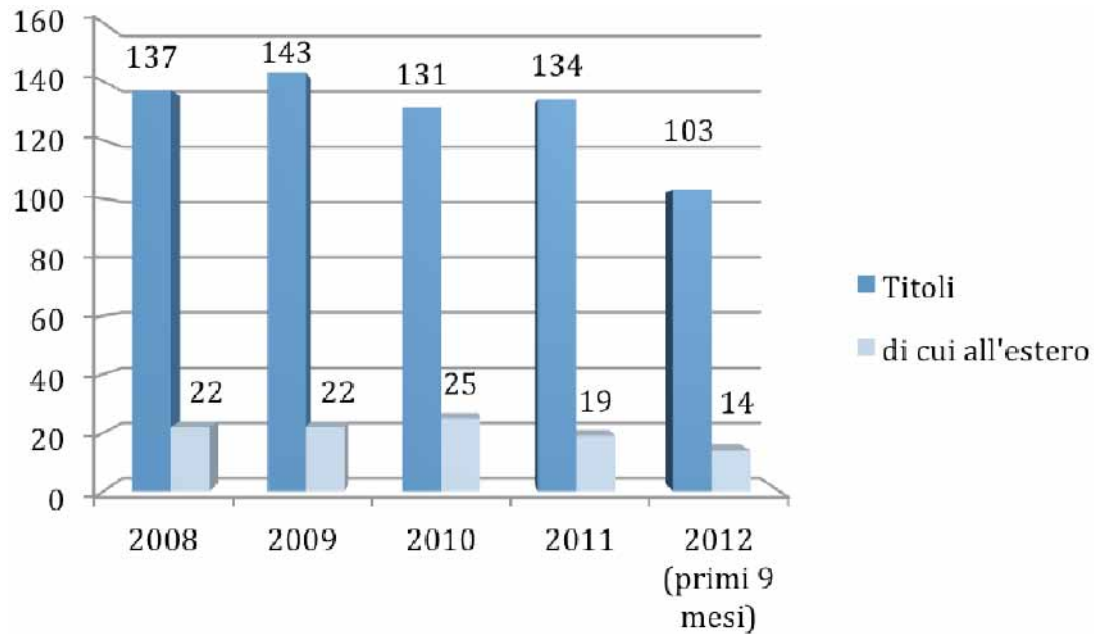


Fig. 3.14 Andamento titoli prodotti e incidenza di quelli prodotti all'estero.

Fonte: IEM-Fondazione Rosselli, su dati Slc Cgil. Nostra Elaborazione.

La delocalizzazione comporta, oltre alla diminuzione delle settimane lavorative, quindi dell'occupazione domestica, un minore apporto di contributi alle casse dello stato, e in alcuni casi un impoverimento delle maestranze italiane, da sempre apprezzate e stimate in tutto il mondo.

Negli ultimi quattro anni, le produzioni italiane (I e II unità²⁰) che hanno girato all'estero, in parte o in toto, film o prodotti audiovisivi, hanno totalizzato circa 1021 settimane di riprese, e il 42% di queste riguarda esclusivamente set esteri.

²⁰ Per I unità e II unità si intendono le troupe che lavorano allo stesso progetto filmico o audiovisivo, ma in momenti o luoghi differenti.

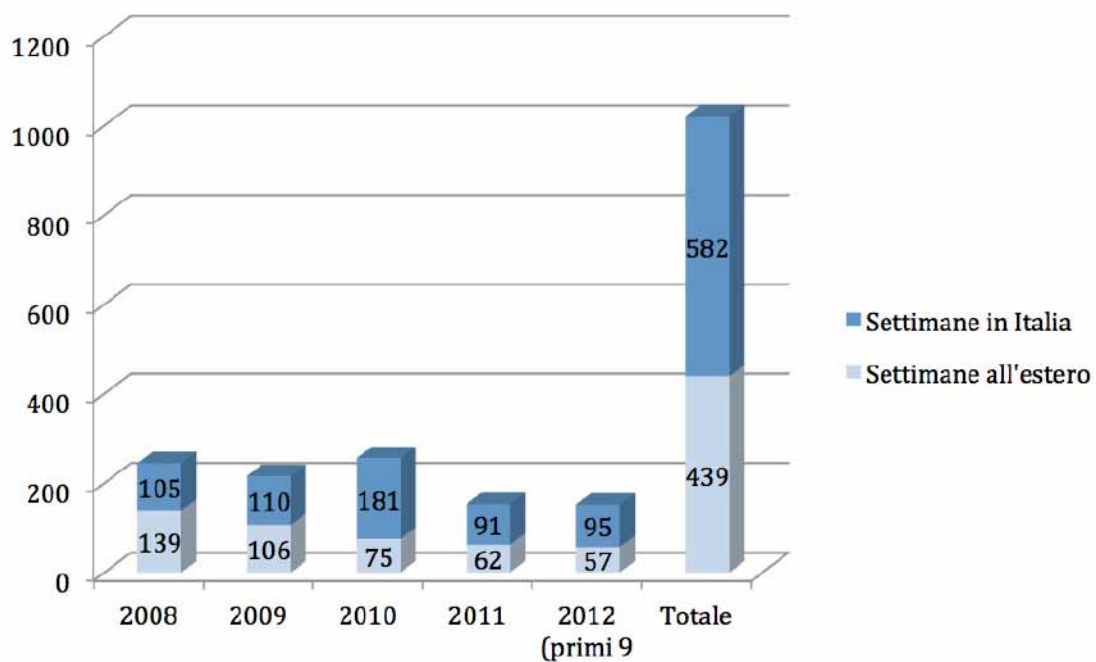


Fig.3.15 Produzioni estero: lavoratori esteri e giornate perse 2008-2012.

Fonte: IEM-Fondazione Rosselli su dati Slc Cgil. Nostra Elaborazione

Nello stesso periodo di riferimento (2008-2012), i lavoratori esteri impiegati nelle produzioni oltre confine sono stati 2.815 per un totale di 110.490 giornate lavorative.

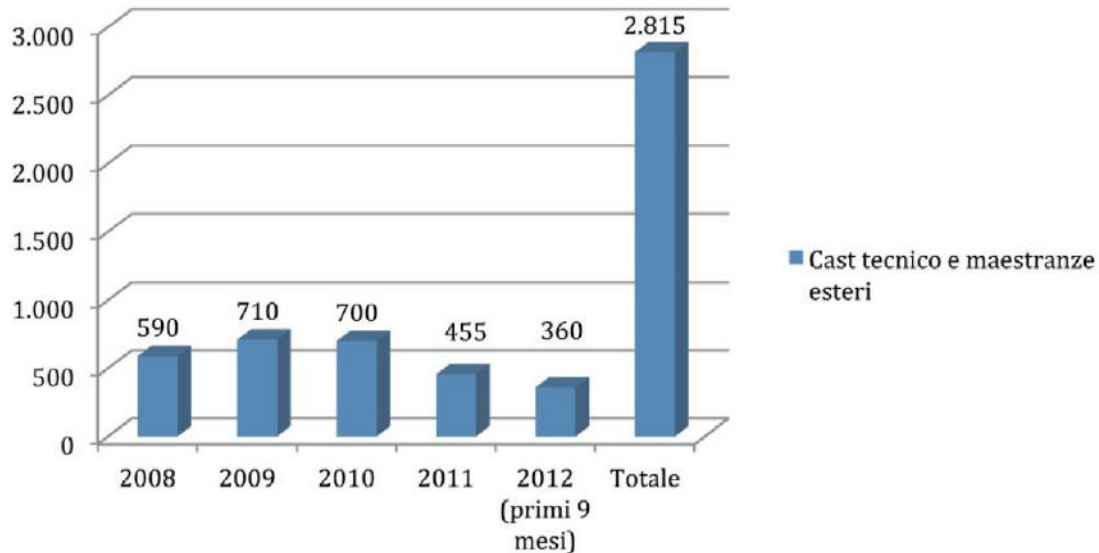


Fig.3.16a Settimane lavorative per lavoratori esteri 2008-2012. Fonte: Fondazione IEM-Rosselli su dati Sic Cgil. Nostra Elaborazione

Il triennio 2008-2010 ha fatto registrare un elevato e continuato incremento del fenomeno della delocalizzazione, il cui picco maggiore è risultato nel 2010. Nel 2011, questo dato risulta in forte controtendenza (-327%). Il 2012 non consente di effettuare una stima completa a causa della parzialità dei dati disponibili (primi 9 mesi) ma si può ragionevolmente affermare che la tendenza a delocalizzare non raggiunga i livelli del 2010 e del 2009.

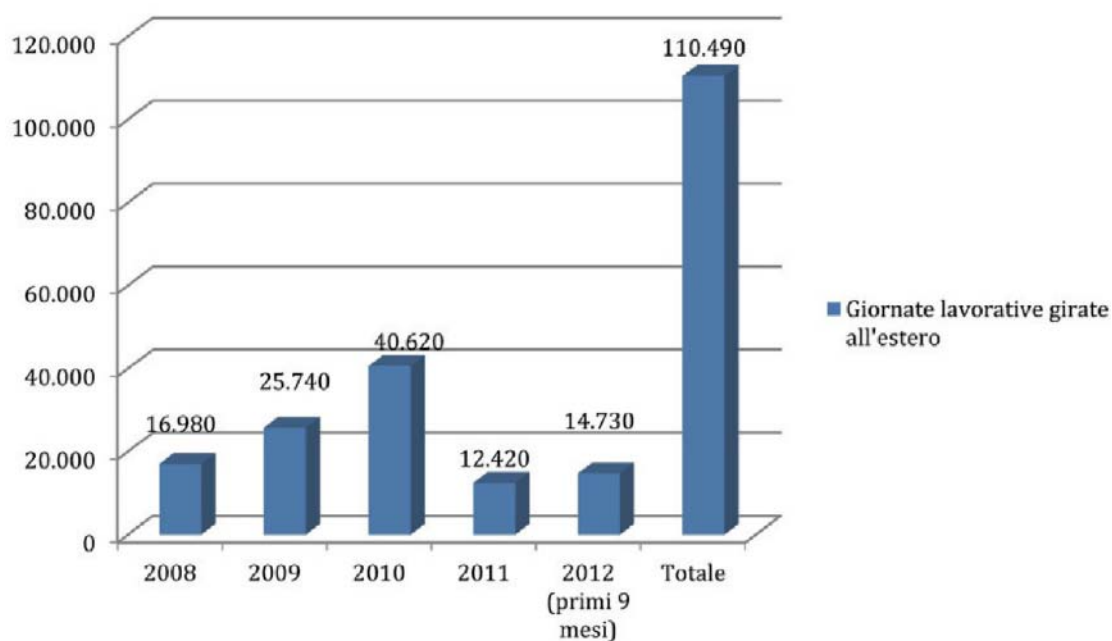


Fig. 3.16b. Giornate lavorative non effettuate in Italia.2008-2012.

Fonte: IEM-Fondazione Rosselli, su dati Slc Cgil. Nostra Elaborazione.

I trend analizzati evidenziano un costante processo di delocalizzazione connesso ai seguenti fattori:

- vantaggi legati a fattori della produzione acquisibili a condizioni di costo inferiori;
- la presenza di incentivi fiscali e sovvenzioni nei paesi stranieri che hanno attratto le produzioni in Paesi in passato non presenti sulla mappa delle produzioni cinematografiche e audiovisive.

A partire dal 2011, tale processo è rallentato in tutta Italia e in particolare nella Regione Lazio, grazie alla nascita del Fondo Regionale.

I dati raccolti dalla CGIL confermano un andamento negativo per quanto riguarda il lavoro generato dal settore cinematografico e audiovisivo in Italia nel 2012 rispetto all'anno precedente. Con riferimento alle quantificazioni relative alle tempistiche delle riprese ed esclusivamente con riferimento alle figure professionali regolamentate dal CCNL Troupe (i.e. maestranze e tecnici), è possibile osservare una forte riduzione della quantità di lavoro sul territorio nazionale contestualmente ad un incremento del fenomeno della delocalizzazione (Fig 3.17 e Fig. 3.18)

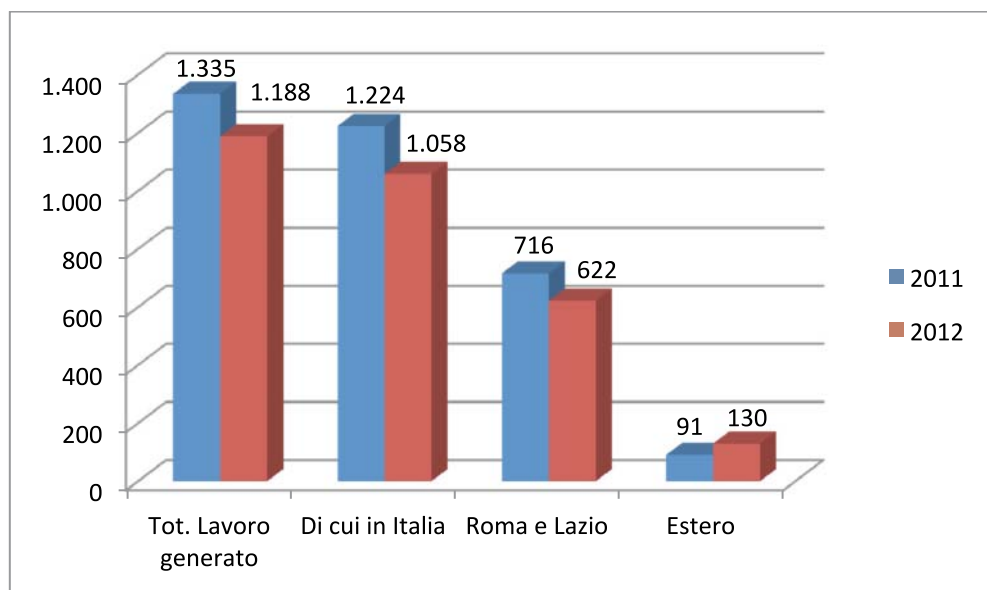


Fig. 3.17 Settimane lavorative effettuate in Italia e all'estero nel 2011 e nel 2012 in ambito cinematografico e audiovisivo. Fonte:CGIL

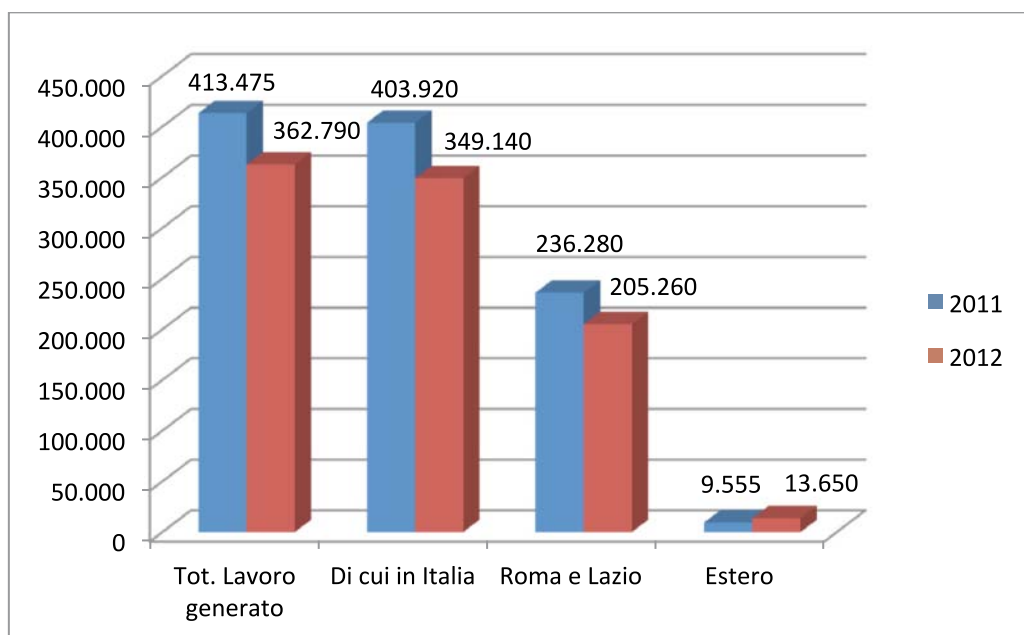


Fig. 3.18 Giornate lavorative effettuate in Italia e all'estero nel 2011 e nel 2012

Fonte:CGIL

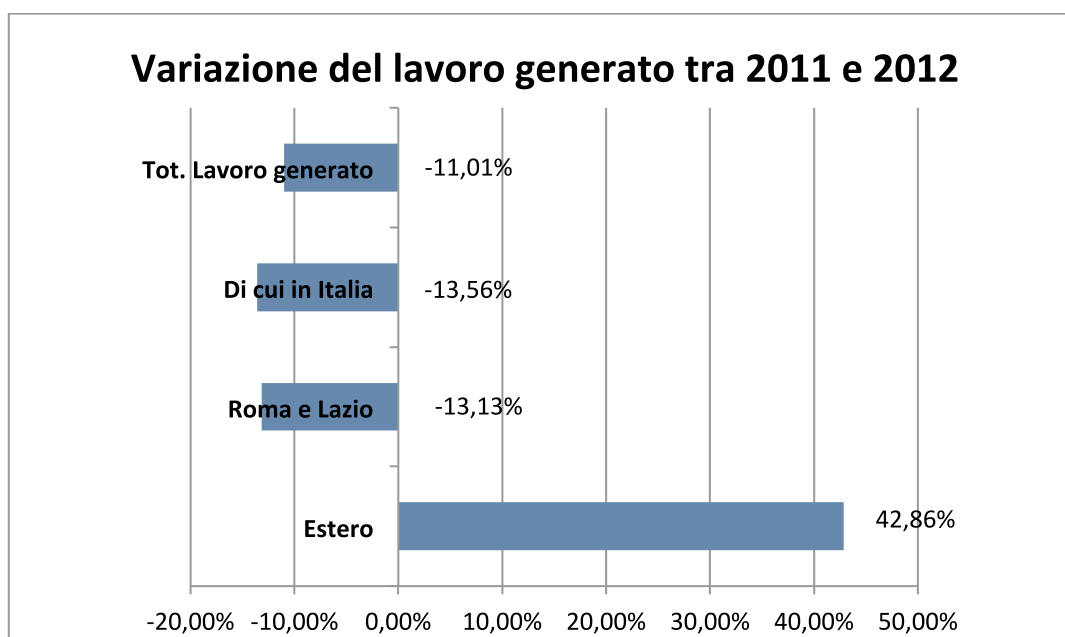


Fig. 3.19 Variazione percentuale delle settimane lavorative effettuate in Italia e all'estero tra il 2011 e il 2012. Fonte:CGIL

Con riferimento al settore audiovisivo, si riscontra una riduzione sia delle settimane lavorative che del numero di prodotti sviluppati nell'ultimo biennio da parte dei due principali produttori (RAI e Mediaset). Le altre emittenti televisive rivestono invece un ruolo marginale nella produzione di prodotti seriali.

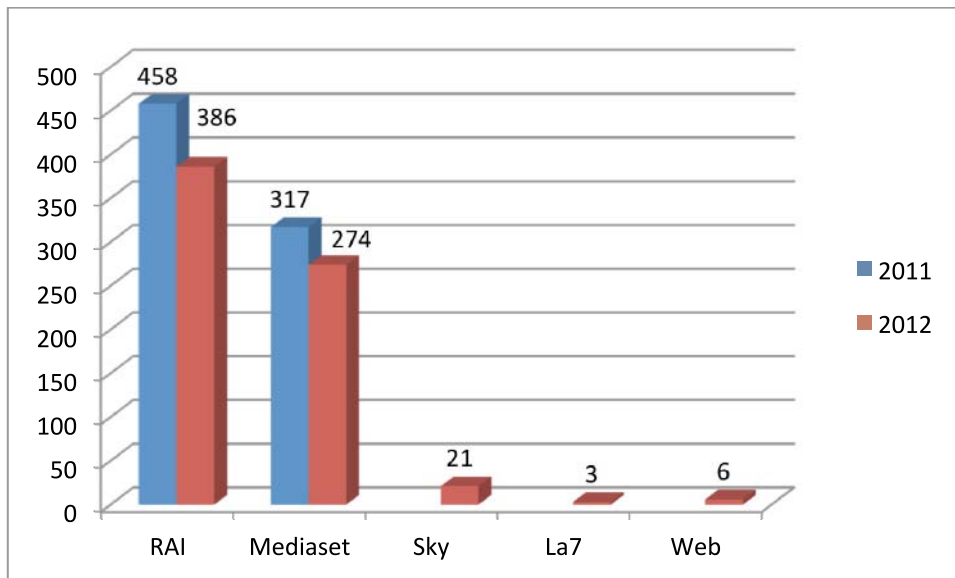


Fig. 3.20 Settimane lavorative effettuate in Italia e all'estero nel 2011 e nel 2012 in ambito audiovisivo. Fonte:CGIL

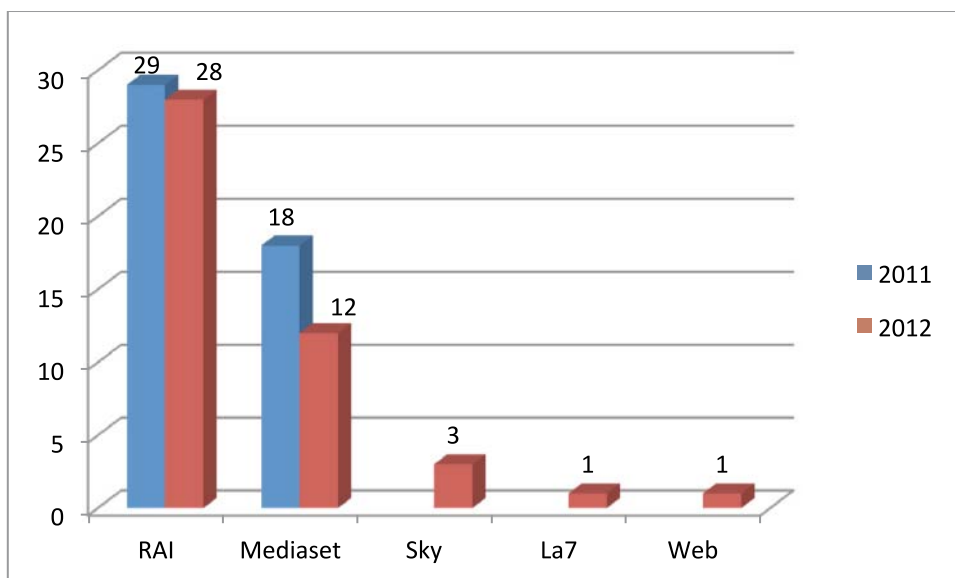


Fig. 3.21 Numero di prodotti audiovisivi sviluppati nel 2011 e nel 2012.

Fonte:CGIL

Dalle indagini della confederazione sindacale emergono, in merito alla produzione cinematografica, oltre al calo delle settimane lavorative un aumento notevole dei prodotti dichiarati come *Low Budget*, una forte contrazione delle tempistiche realizzative, un incremento nelle richieste di riduzione dell'organico e un evidente contrazione dei compensi ottenuti.

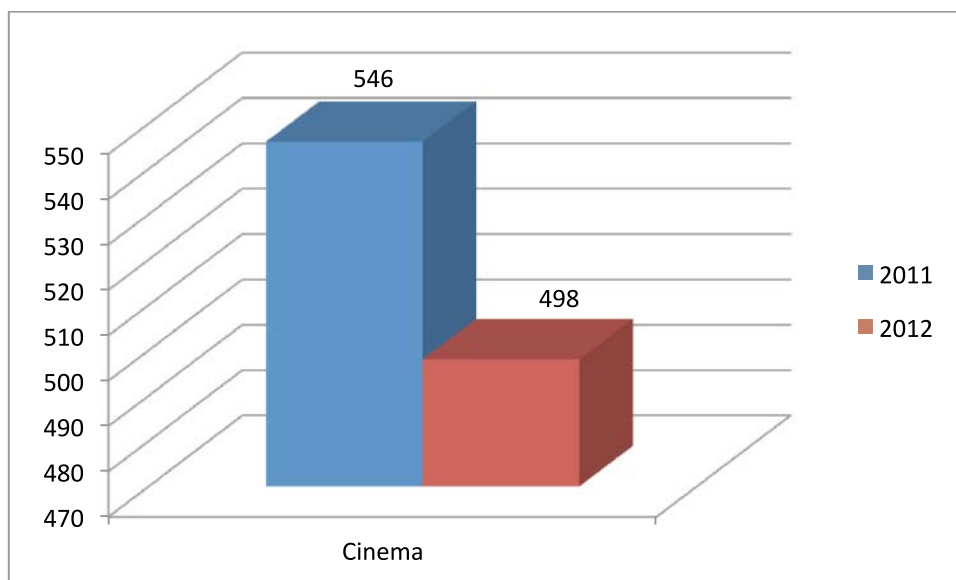


Fig. 3.22 Settimane lavorative effettuate in Italia e all'estero nel 2011 e nel 2012 in ambito cinematografico. Fonte:CGIL

CAPITOLO 4

LE RICADUTE ECONOMICHE: I MOLTIPLICATORI DI REDDITO

Gli investimenti pubblici possono essere classificati, in base agli impatti economici che producono, in *diretti*, *indiretti* e *non economici*, come evidenziato nel recente rapporto ANICA (Boccardelli, Medolago Albani, 2012).

CLASSIFICAZIONE DEGLI IMPATTI		
Diretti	Indiretti	Non economici
<i>Occupazione</i> del personale tecnico e artistico (incremento della richiesta del personale)	<i>Entrate</i> per il settore turistico con attivazione di un mercato nuovo;	Integrazione sociale
<i>Reddito</i> del personale artistico e tecnico (aumento della spesa del personale)	<i>Allungamento</i> della stagione e della permanenza media	Integrazione culturale
<i>Qualificazione e reddito</i> delle risorse umane	<i>Spesa</i> in settori collegati o attigui a quello culturale e creativo	Miglioramento delle aree urbane
PIL		
<i>Sponsorship</i> (in termini di propensione di enti locali a promuovere e finanziare le opere)		
<i>Riduzione</i> dei costi futuri di manutenzione del patrimonio locale		

Tab.4.1 Classificazione degli impatti economici degli investimenti pubblici.
Fonte: Boccardelli, Medolago Albani, 2012. Nostra elaborazione.

Come si può notare, rientrano nell'impatto economico diretto generato dalla rendita del settore specifico oltre alle condizioni del personale tecnico e artistico, anche servizi di supporto tecnico e logistico, fra cui quello relativo ai settori collegati ai fabbisogni quotidiani del gruppo di artisti e tecnici, efficienza delle infrastrutture, servizi di consulenza artistica e

tecnica, ecc. Proprio questi ultimi svolgono un ruolo potenzialmente rilevante anche per lo sviluppo del territorio. In tal senso, gli impatti economici non devono essere visti come esclusivi generatori di ricchezza immediata -prevalentemente durante la produzione del prodotto audiovisivo-, ma anche sotto il profilo del turismo indotto (ANICA 2012). Tale impatto opera indirettamente in termini di aumento di notorietà e d'incremento del flusso turistico nelle location rese famose dalle produzioni artistiche.

L'impatto economico e l'incremento complessivo generato da un investimento sul reddito di un paese viene valutato dagli economisti seguendo la metodologia dei moltiplicatori economici (anche indicati con il termine di multipli). I multipli si basano su un concetto keynesiano, secondo cui: "la variazione del reddito è funzione diretta della propensione al consumo e contemporaneamente funzione inversa della propensione al risparmio"²¹ (Keynes, 2006).

Come evidenziato nel rapporto ANICA (2012), i moltiplicatori economici consentono di valutare l'impatto complessivo di un investimento analizzandone i suoi effetti a largo spettro nel contesto ambientale di riferimento, siano essi diretti (conseguenze dell'investimento logiche e programmate) o indiretti (effetti dovuti alla presenza di moltiplicatori). Infatti, l'impatto di un investimento sul sistema socio-economico dell'area interessata può essere pensato come generato da fattori diversi; oltre al volume di attività economica direttamente creato (effetto diretto dell'investimento), da un lato il progetto genererà una domanda di quei beni intermedi necessari alla sua realizzazione, e la presenza sul territorio di un certo numero di nuovi lavoratori addetti al progetto genererà una

²¹ L'incremento del reddito viene calcolato moltiplicando la spesa aggiuntiva per un coefficiente moltiplicatore, che è pari al reciproco della propensione marginale al risparmio, Il moltiplicatore del reddito è pari a $1/(1-c)$ dove c è la propensione ai consumi pari alla derivata prima del reddito (PIL) rispetto ai consumi, Poiché il PIL è composto da consumi e risparmi (e spesa pubblica), c è compreso tra 0 e 1 come il termine $(1-c)$; perciò la frazione $1/(1-c)$ è maggiore di 1 ed è detta moltiplicatore, Il termine $(1-c)$ è la propensione al risparmio che è opposto al consumo, quindi una rinuncia al consumo. Ciò implica che tanto più piccola è la propensione al risparmio, ossia tanto maggiore è la propensione ai consumi tanto più alto è l'aumento di ricchezza nazionale, qualunque azione venga intrapresa (riduzione delle tasse, spesa pubblica, spesa in disavanzo).

domanda addizionale di beni e servizi finali. Si tratta di determinanti che vengono normalmente definite come effetti indiretti dell'investimento originario.

Dall'altro lato, il reddito addizionale, generato dall'investimento e dai suoi effetti indiretti avrà come ulteriore conseguenza di indurre tutti i lavoratori che beneficeranno di questo reddito ad aumentare la propria domanda di beni e servizi. Quest'ultimo effetto è definito "effetto indotto dall'investimento originario".

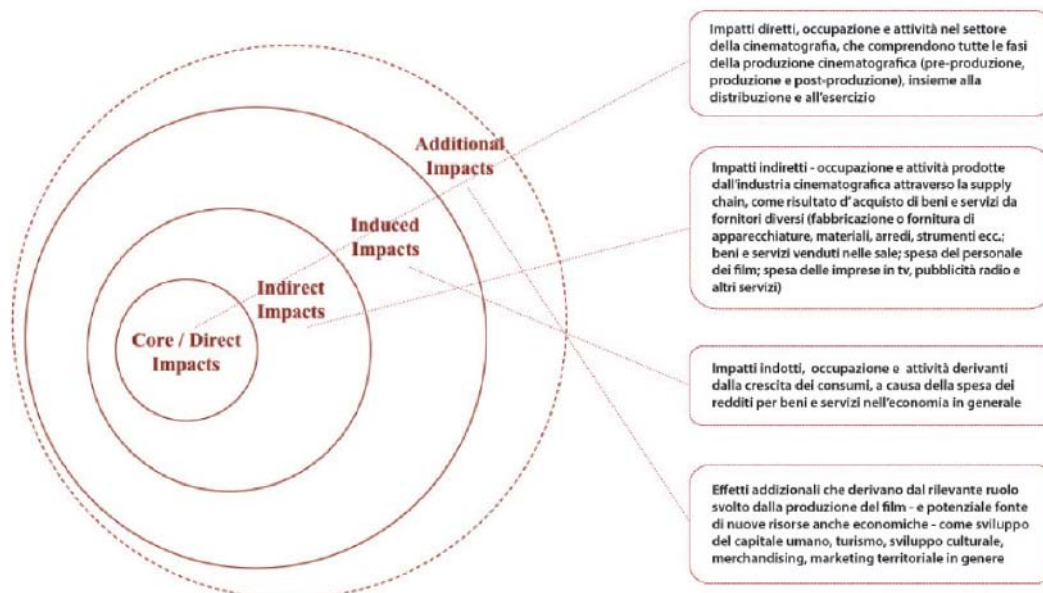


Fig.4.1 Impatto degli investimenti e delle attività della produzione cinematografica.

Fonte: Boccardelli, Medolago Albani, 2012. Nostra rielaborazione.

Il calcolo del moltiplicatore di reddito rende possibile una stima dell'aumento di reddito in seguito ad un investimento. Se si esegue questo calcolo relativamente ai progetti cinematografici e audiovisivi ammessi alle sovvenzioni previste nel fondo della Regione Lazio nel 2011, esso ci permette sia di comprendere l'indotto complessivo generato dalla spesa per la realizzazione di un prodotto cinematografico e audiovisivo, sia di verificare se e quanto convenga effettivamente ad un territorio ospitarne la produzione.

Quest'operazione necessita dell'analisi e del confronto dei preventivi di spesa per la realizzazione delle diverse opere con lo scopo di capire come sia strutturato il budget e quali siano le voci principali che vi sono incluse. In particolare, sono stati presi in considerazione tutti i progetti cinematografici e audiovisivi ammessi al finanziamento e per i quali sono stati presentati correttamente i moduli di rendicontazione.

Per rendere più agevole il calcolo del moltiplicatore e per creare uno schema comune ai diversi casi analizzati, si è reso necessario dividere le spese realizzate in quattro macro categorie:

- personale diretto: coloro che prendono parte alla realizzazione dell'opera, ricevendo una regolare retribuzione; questo si divide in 3 categorie ulteriori: personale diretto artistico; personale amministrativo gestionale; personale tecnico e maestranze;
- servizi: comprendono tutte quelle attività che forniscono servizi di vario genere utili alla realizzazione dell'opera. Spesso non si tratta di specifiche persone fisiche interne all'organizzazione produttrice ma di organizzazioni esterne;
- fornitori: sono coloro che forniscono i beni e i materiali necessari per realizzare il progetto (materie prime, materiali per il set e per la scenografia, materiali per i costumi escludendo il noleggio, attrezzature etc.);
- spese interne: tutte le spese che non sono comprese nelle categorie precedenti e che includono ad esempio assicurazioni, diritti d'autore, royalties, spese legali; tali spese nel nostro set di dati sono meno evidenziati e pertanto non sono state prese in considerazione.

Raggruppando i vari costi secondo lo schema di cui sopra, e calcolandone il valore medio nonché la quota percentuale di ciascuna categoria rispetto al budget complessivo, si ottengono le seguenti tabelle, la prima Tab.4.2 riferita agli investimenti totali e la seconda Tab.4.3 alla sola quota delle spese realizzate nel Lazio.

TOTALE BUDGET						
TOTALE FONDO		PERSONALE DIRETTO ARTISTICO	PERSONALE GESTIONALE MANAGERIALE	MAESTRANZE	SERVIZI	FORNITORI
Totale progetti	100%	23%	28%	12%	25%	12%
Classi di costo cinema + audiovisivo	Fino a € 500.000	25%	34%	8%	24%	9%
	Da € 500.000 a €2mln€	17%	30%	12%	28%	12%
	da 2mln€ a 5mln€	21%	29%	11%	25%	13%
	da 5mln€ a 10mln€	23%	27%	12%	25%	12%
	> 10mln€	29%	26%	11%	22%	11%
CINEMA						
Totale cinema	55%	26%	27%	13%	22%	11%
Classi di costo cinema	Fino a € 500.000	26%	36%	8%	22%	7%
	Da € 500.000 a €2mln€	16%	32%	12%	27%	13%
	da 2mln€ a 5mln€	21%	28%	12%	26%	14%
	da 5mln€ a 10mln€	23%	26%	11%	27%	13%
	> 10mln€	16%	31%	10%	32%	11%
AUDIOVISIVO						
Totale audiovisivo	45%	21%	28%	11%	27%	13%
Classi di costo audiovisivo	Fino a € 500.000	24%	28%	6%	28%	15%
	Da € 500.000 a €2mln€	21%	26%	14%	31%	9%
	da 2mln€ a 5mln€	21%	34%	10%	24%	11%
	da 5mln€ a 10mln€	23%	28%	13%	23%	12%
	> 10mln€	34%	24%	12%	19%	11%

Tab.4.2 Ripartizione per categoria del budget totale dei progetti ammessi al fondo. Nostra elaborazione.

TOTALE BUDGET LAZIO						
TOTALE FONDO		PERSONALE DIRETTO ARTISTICO	PERSONALE GESTIONALE MANAGERIALE	MAESTRANZE	SERVIZI	FORNITORI
Totale progetti	100%	21%	29%	12%	25%	12%
Classi di costo cinema + audiovisivo	Fino a € 500.000	25%	35%	8%	23%	9%
	Da € 500.000 a 2mln€	15%	32%	12%	29%	12%
	da 2mln€ a 5mln€	21%	31%	11%	25%	13%
	da 5mln€ a 10mln€	22%	28%	13%	25%	13%
	> 10mln€	21%	29%	14%	24%	11%
CINEMA						
Totale cinema	55%	20%	31%	11%	26%	13%
Classi di costo cinema	Fino a € 500.000	25%	38%	9%	21%	7%
	Da € 500.000 a 2mln€	13%	35%	12%	27%	13%
	da 2mln€ a 5mln€	21%	30%	11%	25%	13%
	da 5mln€ a 10mln€	20%	28%	11%	28%	14%
	> 10mln€	21%	33%	12%	25%	9%
AUDIOVISIVO						
Totale audiovisivo	45%	22%	28%	13%	25%	12%
Classi di costo audiovisivo	Fino a € 500.000	23%	28%	6%	28%	15%
	Da € 500.000 a 2mln€	21%	24%	12%	34%	10%
	da 2mln€ a 5mln€	20%	34%	11%	23%	11%
	da 5mln€ a 10mln€	23%	28%	14%	24%	12%
	> 10mln€	22%	28%	15%	23%	12%

Tab.4.3 Ripartizione per categoria del budget delle spese nel Lazio dei progetti ammessi al fondo.

Nostra elaborazione.

Dall'analisi delle due tabelle, emergono considerazioni già evidenziate nel capitolo 2 in merito alla suddivisione delle spese nelle diverse classi di budget. Si evidenzia un trend medio pur nella consapevolezza delle numerose specificità delle singole opere e riflettono una diversa impostazione nella produzione di progetti in classi di budget differenti (come già analizzato nel precedente capitolo).

La divisione in quattro categorie permette di interconnettere i diversi valori con la variabile economica della *propensione marginale al consumo (PMaC)*, che misura quanto

varia il consumo al variare di un'unità di reddito. Il suo valore è strettamente legato al moltiplicatore keynesiano, costituendone in effetti una variabile fondamentale.

La componente complementare della PMaC è la *propensione marginale al risparmio* (PMaR) che misura di quanto varia il risparmio al variare di un'unità di reddito. La loro somma è sempre uno: $PMaC + PMaR = 1$. L'aumento del reddito comporta in genere un accrescimento della PMaC fino ad una certa soglia, oltre la quale aumenta invece la PMaR. In altre parole, oltre certi livelli di reddito la quota di quest'ultimo destinata ai consumi diviene inferiore rispetto alla quota destinata ai risparmi.

Per collegare i dati relativi alla PMaC con le quattro categorie in cui abbiamo ripartito i costi per la realizzazione di prodotti audiovisivi e cinematografici possiamo utilizzare il bollettino statistico della Banca d'Italia (Celata, Pichelli, 2004). Per i *servizi*, i *fornitori* e le *spese interne* possiamo usare le propensioni al consumo indicate rispettivamente alle voci *servizi*, *industria* e *altri settori*. Per la categoria *personale diretto*, invece, si rende necessaria un'ulteriore suddivisione, relativa alla condizione professionale. In questo caso, il riferimento è alle categorie di propensione al consumo relative ad *operai*, *dirigenti* e *liberi professionisti*, dando luogo alla tabella seguente:

CATEGORIA	PmaC
<i>Personale diretto</i>	
1. Dirigenti	71.1
2. Liberi professionisti	64.6
3. Operai	84.5
<i>Servizi</i>	76.4
<i>Fornitori</i>	74.6
<i>Spese interne</i>	75.3

Tab.4.4 Propensioni marginali al consumo in Italia nel 2011. Fonte: Celata & Pichelli, 2004 e Supplementi al Bollettino Statistico Banca d'Italia (2011). Nostra elaborazione.

Con riferimento alla categoria spese di personale diretto la sua suddivisione è stata effettuata assumendo che al personale artistico e gestionale si potesse far corrispondere una propensione marginale al consumo intermedia dei dirigenti e dei liberi professionisti. Per le maestranze, invece, è stata applicata la propensione marginale al consumo degli operai.

Sulla base delle propensioni al consumo delle varie categorie coinvolte e del peso delle stesse sui budget di produzione, possiamo effettuare una stima del moltiplicatore.

Il *moltiplicatore keynesiano* degli investimenti è un indicatore che evidenzia come un aumento unitario dell'investimento ne susciti un altro più che unitario del reddito complessivo generato, poiché si tratta del fattore per il quale si deve moltiplicare la variazione iniziale degli investimenti per determinare la corrispondente variazione totale del prodotto (Celata & Pichelli, 2004).

La formula per il calcolo del moltiplicatore è data da:

$$m = \frac{1}{1 - PMaC}$$

essendo PMAc la propensione marginale al consumo media che si applica sugli investimenti effettuati per la realizzazione di un prodotto audiovisivo e cinematografico, derivante dalla combinazione ponderata delle propensioni marginali al consumo delle diverse componenti nella produzione (personale, servizi, fornitori, altro). Nella Tab.4.5 sono riportati i moltiplicatori e le propensioni marginali al consumo medie che derivano dalle spese totali e nella Regione Lazio, dei progetti ammessi al fondo.

TOTALE BUDGET LAZIO					
TOTALE FONDO		Propensione Marginale al Consumo - Totali Investimenti	Moltiplicatore - Totale Investimenti	Propensione Marginale al Consumo - Investimenti Lazio	Moltiplicatore - Investimenti Lazio
Totale progetti		0,73	3,67	0,73	3,69
Classi di costo cinema + audiovisivo	Fino a €500.000	0,72	3,54	0,72	3,54
	Da €500.000 a 2mln€	0,73	3,72	0,73	3,72
	da 2mln€ a 5mln€	0,73	3,68	0,73	3,65
	da 5mln€ a 10mln€	0,73	3,68	0,73	3,71
	> 10mln€	0,72	3,62	0,73	3,71
CINEMA					
Totale cinema		0,73	3,65	0,73	3,68
Classi di costo cinema	Fino a €500.000	0,72	3,52	0,72	3,52
	Da €500.000 a 2mln€	0,73	3,71	0,73	3,71
	da 2mln€ a 5mln€	0,73	3,69	0,73	3,66
	da 5mln€ a 10mln€	0,73	3,68	0,73	3,71
	> 10mln€	0,73	3,70	0,73	3,66
AUDIOVISIVO					
Totale audiovisivo		0,73	3,69	0,73	3,70
Classi di costo audiovisivo	Fino a €500.000	0,72	3,60	0,72	3,60
	Da €500.000 a 2mln€	0,73	3,76	0,73	3,75
	da 2mln€ a 5mln€	0,72	3,62	0,72	3,62
	da 5mln€ a 10mln€	0,73	3,69	0,73	3,70
	> 10mln€	0,72	3,59	0,73	3,72

Tab.4.5 Propensioni marginali al consumo e moltiplicatori per le opere considerate. Nostra elaborazione.

La seguente equazione riporta a titolo esemplificativo il calcolo della propensione marginale al consumo media riferita alle spese totali dei progetti ammessi al fondo.

$$PMaC = \frac{[21*(0,5*0,711+0,5*0,646)]+[23*(0,5*0,711+0,5*0,646)]+(12*0,845)+(25*0,764)+(12*0,746)}{100} = 0,728$$

Il moltiplicatore sul reddito delle spese si calcola con la formula sotto indicata e, con riferimento alle spese totali dei progetti ammessi al fondo (PMaC sopra calcolata) è uguale a :

$$m = \frac{1}{1 - PMaC} = \frac{1}{1 - 0,728} = 3,67$$

Essendo questo moltiplicatore connesso in modo specifico al meccanismo degli investimenti analizzati, può dare un'idea di quanto dovrebbe aumentare il reddito in seguito ad investimenti di questo genere. Nello specifico, un moltiplicatore di questo tipo indica che ogni euro investito in uno dei progetti ammessi al fondo viene moltiplicato per 3,67 volte producendo un reddito complessivo di 3,67 Euro.

Tale risultato deriva dalla valorizzazione degli investimenti nel settore analizzato attraverso la propagazione degli effetti sul reddito dei soggetti coinvolti e la loro propensione al consumo. Basti pensare all'*indotto* creato sul territorio che ha inizio con la spesa sostenuta per gli alloggi, il vitto e i trasporti del personale, un costo che si è tramutato in entrate per albergatori, ristoratori, società di trasporti. Tutti questi soggetti, a loro volta (considerando la relativa propensione al consumo), possono reinvestire queste entrate sul territorio per l'acquisto di altri beni e servizi.

Applicando questi moltiplicatori agli investimenti realizzati dai progetti ammessi al fondo e impiegando i soli moltiplicatori medi specifici dei due settori considerati (cinematografico e audiovisivo) e complessivi, ma senza suddividere per classi di budget, otteniamo i seguenti risultati.

	Tipologia di misura	Valore dello stanziamento	Moltiplicatore specifico	Ricchezza generata nel sistema	Gettito fiscale ricavato*	Addizionale regionale media**
Fondi settore cinematografico	Rimborso	€ 9.708.420	3,6754	€ 35.682.704	€ 14.273.081	€ 1.070.481
Fondi settore audiovisivo	Rimborso	€ 5.290.699	3,7017	€ 19.584.548	€ 7.833.819	€ 587.536
TOTALE FONDO REGIONE LAZIO ANNO 2011		€ 14.999.119	3,6882	€ 55.320.135	€ 22.128.054	€ 1.659.604

* Aliquota media presunta del 40% su redditi delle persone fisiche e giuridiche

** Addizionale regionale media sui redditi delle persone fisiche e IRAP relativa al 2011: 3%

Tab. 4.6 Impatto economico del contributo del Fondo ai progetti ammessi.
nostra elaborazione.

I contributi che provengono dal Fondo della Regione Lazio hanno prodotto un effetto moltiplicativo pari a circa 55 mln€ e un gettito fiscale derivante da un'aliquota conservativa del 40% pari a circa 22 mln€. A questi benefici possiamo aggiungere un impatto derivante dal gettito fiscale specifico della Regione Lazio tramite addizionale ai redditi da persone fisiche e IRAP pari a circa 1.6 mln€.

In realtà, gli effetti sono molto più ampi, poiché si riferiscono agli investimenti complessivi dei progetti ammessi al fondo Tab.4.7 e alle spese specificamente realizzate nel territorio della Regione Lazio Tab.4.8.

	Investimento Totale	Moltiplicatore specifico	Ricchezza generata nel sistema	Gettito fiscale ricavato*
Investimenti settore cinematografico	€ 124.231.691	3,6549	€ 454.054.770	€ 181.621.908
Investimenti settore audiovisivo	€ 102.228.155	3,6853	€ 376.741.031	€ 150.696.413
TOTALE INVESTIMENTI PROGETTI AMMESSI AL FONDO REGIONE LAZIO ANNO 2011	€ 226.459.846	3,6716	€ 831.474.134	€ 332.589.653

* Aliquota media presunta del 40% su redditi delle persone fisiche e giuridiche

Tab.4.7 Impatto economico degli investimenti complessivamente realizzati dai progetti ammessi al fondo. Nostra elaborazione.

	Investimento nella Regione Lazio	Moltiplicatore specifico	Ricchezza generata nel Lazio	Gettito fiscale ricavato*	Addizionale regionale media**
Investimenti settore cinematografico	€ 86.252.561	3,6754	€ 317.016.010	€ 126.806.404	€ 9.510.480
Investimenti settore audiovisivo	€ 81.810.226	3,7017	€ 302.836.407	€ 121.134.563	€ 9.085.092
TOTALE INVESTIMENTI PROGETTI AMMESSI AL FONDO REGIONE LAZIO ANNO 2011	€ 168.062.786	3,6882	€ 619.853.470	€ 247.941.388	€ 18.595.604

* Aliquota media presunta del 40% su redditi delle persone fisiche e giuridiche

** Addizionale regionale media sui redditi delle persone fisiche e IRAP relativa al 2011: 3%

Tab.4.8 Impatto economico degli investimenti sostenuti nel Lazio dai progetti ammessi al fondo. Nostra elaborazione.

Dall'analisi dei dati emerge che complessivamente gli oltre 226mln€ investiti nelle produzioni considerate, hanno generato nel sistema una ricchezza di circa 830mln€. Ipotizzando un'aliquota fiscale conservativa media del 40% si può ipotizzare che tale ricchezza nel complesso abbia generato un gettito fiscale di circa 330mln€.

Dai dati emerge come gli oltre 168mln€ investiti nel Lazio abbiano prodotto una ricchezza complessiva nel sistema della Regione pari a circa 620mln€. L'impatto sulla fiscalità generale è di circa 248mln€ e, ipotizzando un'aliquota addizionale regionale media per la Regione Lazio tra redditi delle persone fisiche e IRAP pari al 3%, l'impatto sul gettito fiscale della Regione Lazio è pari a circa 18.5mln€.

Dalle analisi dei dati, anche in ipotesi conservativa, emerge, dunque, che i progetti ammessi al fondo hanno generato un processo di creazione di ricchezza sufficiente almeno a controbilanciare l'ammontare delle risorse impiegate dalla Regione (valore complessivo dello stanziamento 15mln€ a fronte di circa 18 mln€ di gettito fiscale generato dall'aliquota addizionale regionale).

A tale effetto di "neutralità finanziaria" all'interno della Regione, peraltro, è possibile aggiungere i benefici di gettito fiscale generale e un ulteriore vantaggio dovuto all'incremento della trasparenza contabile e fiscale necessaria ai fini dell'accesso al beneficio del credito d'imposta.

L'analisi dei moltiplicatori è uno strumento di valutazione dell'impatto che tiene conto della struttura del settore e della propensione marginale al consumo. Quest'ultima fa riferimento alla fotografia realizzata nel Bollettino statistico della Banca d'Italia del 2011, che riporta la situazione economica del 2010. A tale proposito almeno due considerazioni vanno riportate. In primo luogo, la congiuntura sfavorevole del sistema economico nazionale potrebbe indurre un comportamento più prudente degli individui e, pertanto, si può prevedere una riduzione della propensione marginale al consumo. Tale effetto si traduce in una riduzione del moltiplicatore.

In secondo luogo, il modello dei moltiplicatori effettua un'analisi di propagazione degli effetti e pertanto costituisce una stima completa in ipotesi di economia chiusa o semi-chiusa. In altre parole, qualora una quota di reddito prodotto venga consumato direttamente all'estero (attraverso transazioni elettroniche o oltre confine) gli effetti del moltiplicatore si attenuano.

Ciononostante l'elevato effetto moltiplicativo e d'impatto sul gettito fiscale fa ritenere che l'investimento di un prodotto filmico o audiovisivo possa generare un beneficio netto positivo o almeno non-negativo per le casse della Regione.

Infine, occorre precisare che solo un'analisi comparativa fra le produzioni del 2011 e quella degli anni precedenti, potrebbe fornire risposte significative sotto il profilo statistico sul grado di influenza che il fondo ha esercitato sulle scelte di localizzazione degli investimenti nella Regione. Tuttavia, le evidenze che provengono dai dati sulle settimane lavorative svolte, così come quelle raccolte presso gli operatori dell'industria, ci fanno ritenere che il fondo abbia esercitato un ruolo decisivo in tal senso.

BIBLIOGRAFIA

Boccardelli, P., Medolago Albani, F., (a cura di). 2012. *“L’Impatto Economico delle ANICA 2010. Forme di Incentivazione alla Produzione Cinematografica”*, www.anica.it.

Boschetti, C., Corrado, R., Ferriani, S. (2002) *“Il ruolo delle routine nelle imprese ad alta creatività”*. Bologna, Biblioteca Bigiavi.

Celata, G., Pichelli, E. (2004). *Il moltiplicatore di reddito nelle produzioni audiovisive*. Paper, Facoltà di Scienze della Comunicazione, Università, La Sapienza, Roma.

Keynes, J.M. (2006). (A cura di Cozzi, T.) *“Teoria generale dell’occupazione, dell’interesse e della moneta”*. UTET editore.

Pasquale A. (2011). *“Delocalizzazione 2: relazioni pericolose”*, www.cinemaevideo.it.

Perretti, F. Negro, G. (2003). *“Economia del cinema. Principi Principi economici e variabili strategiche del settore cinematografico”*. Etas Editore.

Misiani, S., La Vigna, M. 2012. *Gli audiovisivi in rete. La convergenza al digitale dei media*.

Misiani, S., La Vigna, M. 2012. *Nuove professioni ed indagini formative*.

Salvemini S., Delmestri G. (2000), *“Governance in the movie industry. Alternatives to Hollywood?”*. International Journal of Arts Management, (2), pp. 59-73

Sitografia:

www.mediasalles.it/yearbook.htm

www.Regionelazio.it

www.slc-cgil.it

MOVIE **UP**

MOVIEUP

SOVVENZIONE GLOBALE PER L'AUDIOVISIVO



“

La Sovvenzione Globale **MOVIEUP** rappresenta uno strumento di intervento finanziato dalla **Regione Lazio - Assessorato alla Formazione, Università Scuola e Ricerca**, a valere sulla **Programmazione del Fondo Sociale Europeo** ob. 2 Competitività regionale e occupazione 2007-2013. È finalizzata allo sviluppo del **settore audiovisivo del Lazio**, attraverso la messa in campo di un insieme integrato di servizi volti ad accrescere le competenze degli operatori della filiera, sia a livello operativo sia manageriale, a migliorare la propensione all'innovazione e all'internazionalizzazione delle imprese nonché le loro capacità progettuali, anche per accedere alle diverse opportunità di finanziamento previste per il settore.

”

ATI tra



SOCIETÀ CONSORTILE ASS.FOR.SEO A R.L.



SERCAMM
servizi di consulenza alle amministrazioni

SERCAMM S.R.L.

ATI ASS.FOR.SEO – SERCamm • VIA G. A. BADOERO 51, • 00154 ROMA
infosgaudiovisivo@assforseo.it
www.sovvenzioneglobalemovieup.it