

RAPPORTO SULLA FICTION

LO STATO DI SALUTE DEL SETTORE AUDIOVISIVO ITALIANO

Lo studio 'Io sono cultura 2013' - realizzato dalla Fondazione per le qualità italiane **Symbola** in partnership con Unioncamere - calcola che nel settore cinematografico e audiovisivo italiano (settore che comprende film, video e radiotv) sono 13.407 le imprese registrate nel 2012, pari al 2,9% delle imprese che compongono l'intero sistema produttivo culturale italiano. In controtendenza rispetto alla media del sistema culturale complessivo, il numero delle imprese cine-audiovisive risulta diminuito del 2% rispetto al 2011. Preme sottolineare tuttavia che la maggior parte di questi soggetti presenta dimensioni ridotte (se non ridottissime) a conferma che il mercato audiovisivo è estremamente frammentato e sottocapitalizzato e caratterizzato da una forte discontinuità produttiva e difficoltà di accesso al credito. Al tempo stesso alcuni comparti - in primis la fiction - evidenziano un elevato tasso di concentrazione in termini di peso del fatturato con una quarantina di soggetti che di fatto coprono la quasi totalità dei ricavi nazionali.

Per quanto riguarda invece l'occupazione e il valore aggiunto prodotti dalle aziende di settore, secondo lo studio di **Symbola** l'audiovisivo emerge come una risorsa anticiclica, in grado di resistere e capace addirittura di incrementare leggermente i propri valori in tempo di grave crisi.

Il settore cine-audiovisivo conta complessivamente 73.400 occupati, lo 0,7% in più rispetto al 2011. La metà degli occupati nel cinema e nell'audiovisivo lavora in due sole regioni, ovvero Lazio (in cui si concentra il 20,8% degli occupati) e Lombardia (14,1%). Il numero di occupati in Lazio, in particolare, rende il settore la seconda industria della regione: senza contare l'indotto, i lavoratori nel cinema e nell'audiovisivo del Lazio sono un numero significativamente superiore a quello di aziende considerate strategiche per il Paese, come Alitalia. I dati di **Symbola** e Unioncamere - che includono, come già detto, non solo la tv ma anche il cinema e il mercato video - non sembrano trovare totale conferma quando si analizza il solo comparto della fiction tv. Le prime stime prodotte dall'Istituto di Economia dei Media della Fondazione Rosselli

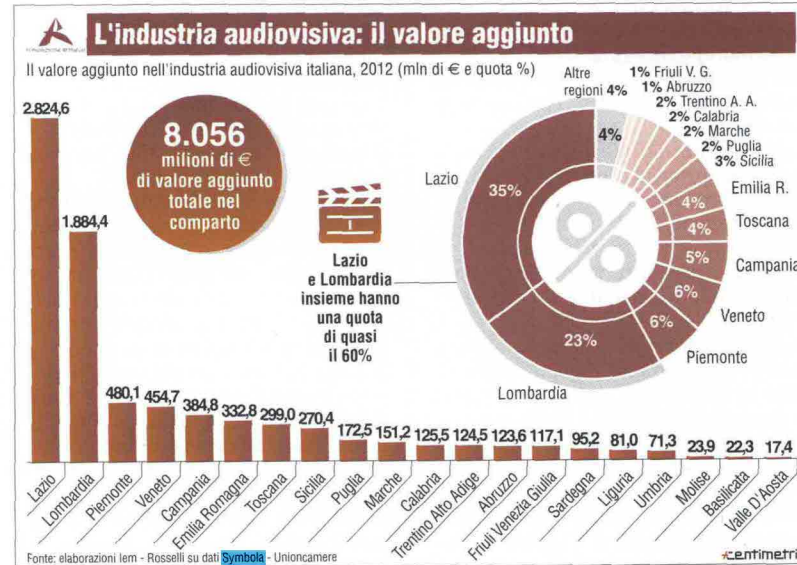
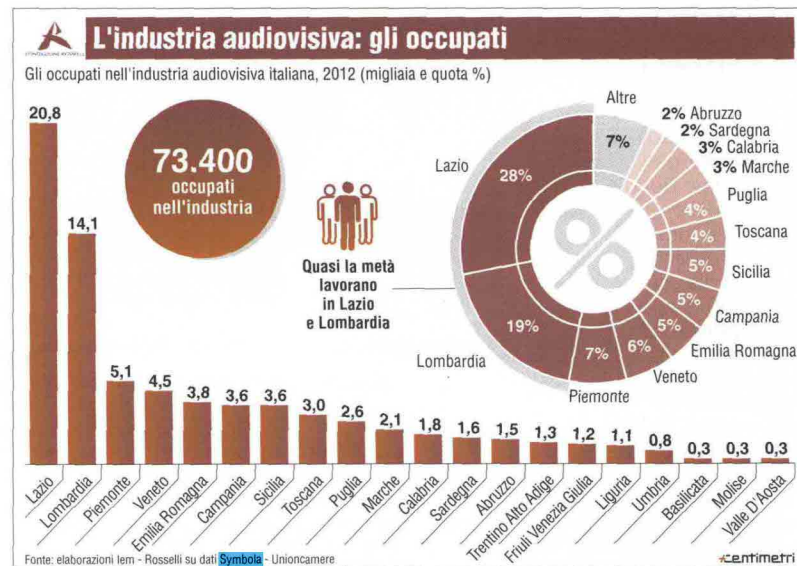
(che attendono conferma dal V Rapporto annuale sulla fiction, in fase di elaborazione) segnalano infatti un lieve decremento dell'occupazione nelle aziende specializzate in fiction dovuto alla contrazione dei volumi produttivi.

Il valore aggiunto dell'industria cine-audiovisiva italiana è calcolato dal Rapporto Symbola-Unioncamere in 8.056 milioni di euro (pari al 10,7% dell'intero sistema produttivo culturale); di questi, quasi il 60% è prodotto in Lazio e Lombardia. Come sottolinea il Rapporto 'Io sono cultura 2013', "mentre la crisi imperversa, mentre

un pezzo consistente dell'economia nazionale fatica e arretra, il valore aggiunto prodotto dalla cultura tiene". In particolare, il valore aggiunto prodotto dal settore cinematografico e audiovisivo nel 2012 registra una crescita del 2,9% sull'anno precedente.

IL TREND DEGLI INVESTIMENTI IN FICTION

In Francia, Regno Unito e Italia, la spesa dei broadcaster in fiction ammontava complessivamente nel 2012 a 1.371 milioni di euro, somma in calo del 10,9% rispetto all'anno precedente. La diminuzione delle



risorse disponibili per il comparto appare ben più consistente se si confrontano i dati del 2012 con quelli 'precrisi': nel 2007, i tre Paesi in analisi investivano in fiction 1,911 miliardi di euro (il 28,2% in più del 2012).

Per il 2013, l'Istituto di Economia dei Media della Fondazione Rosselli prevede - secondo stime ancora parziali e in corso di validazione - una ulteriore lieve riduzione della spesa complessiva in fiction, che passerebbe a 1.358 milioni di euro, con un calo dello 0,9% sul 2012.

I dati disaggregati per Paese rivelano però alcune significative differenze fra i tre mercati di riferimento. In Francia, la spesa dei broadcaster in fiction si è

mantenuta su livelli abbastanza costanti dal 2007 al 2011, registrando poi un brusco calo del 12,9% nel 2012 e un'ulteriore lieve riduzione (-0,8%) stimata per il 2013.

Nel Regno Unito, gli investimenti in fiction hanno invece subito una costante contrazione, pari al 29% nel quinquennio 2007-2012; le previsioni dicono che anche il 2013 si chiuderà in negativo, con una riduzione degli investimenti di 43 milioni di euro rispetto all'anno precedente.

In Italia, infine, la diminuzione delle risorse per la fiction è stata costante e molto rilevante fino allo scorso anno: gli investimenti dei broadcaster si sono ridotti da 510 a

255 milioni di euro nel quinquennio 2007-2012 (-50%). Le stime per il 2013 segnalano invece un recupero; passando da 255 a 289 milioni di euro (+13,3%); tuttavia, gli investimenti in fiction restano piuttosto bassi - meno della metà di quelli britannici, per esempio - e continuano, tra l'altro, a derivare quasi esclusivamente dalle reti tv generaliste.

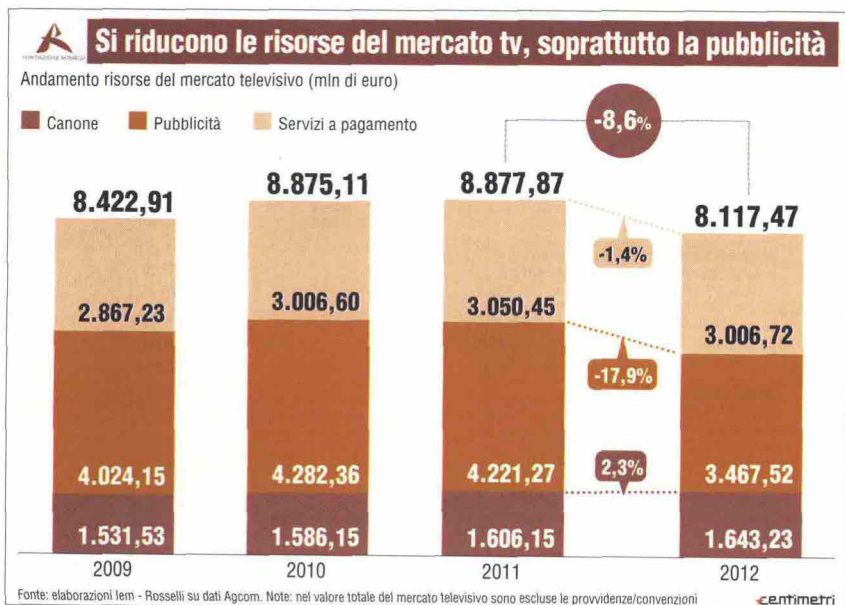
Il comparto della fiction italiana non sembra, insomma, ancora uscito dalla fase di declino iniziata nel 2008, dopo la forte crescita del periodo 1999-2002 e la fase di maturità vissuta fino al 2007. Nelle ultime cinque stagioni, alla riduzione degli investimenti si è accompagnata, tra l'altro, una complessiva diminuzione dell'output di fiction: se nel 2008 si trasmettevano in Italia 760 ore di fiction, l'output del 2012-2013 è crollato (secondo i calcoli dell'Ofi) a 462 ore.

La ripresa degli investimenti relativi al 2013, tuttavia, può far ipotizzare segnali positivi per il futuro della fiction italiana: dopo il declino, il ciclo di vita del comparto potrebbe attraversare una fase di ripartenza, guidata da quei processi di innovazione nei prodotti, nelle modalità distributive e nelle abitudini fruibili già descritti nelle pagine precedenti di questo inserto.

LE CRITICITÀ DEL COMPARTO DELLA FICTION

La riduzione dei budget di investimento in fiction da parte dei broadcaster italiani dopo il 2007 ha ovviamente avuto ripercussioni anche sui fatturati delle aziende di produzione del settore. Dal 2008 al 2012, si è registrato un calo verticale - del 33% - dei fatturati delle aziende di produzione audiovisiva italiane; nel comparto della fiction, che rappresenta circa il 60% delle risorse complessive del settore, la diminuzione dei fatturati è stata più contenuta rispetto agli altri comparti dell'audiovisivo, ma si è comunque attestata intorno al 25%.

Le stime previsionali prodotte dall'Istituto di Economia dei Media ipotizzano per il 2013 una sostanziale stagnazione dei fatturati delle imprese audiovisive, che si fermeranno complessivamente - come l'anno precedente - intorno a 1,1 miliardi di euro.



→

Per uscire davvero dalla crisi dell'ultimo lustro, l'audiovisivo in generale e il comparto della fiction in particolare devono rimuovere alcune criticità. Innanzitutto, nell'ultimo quinquennio si è rafforzato il processo di concentrazione del comparto della fiction, per cui solo 20 aziende coprono il 70% del fatturato totale, in un mercato piuttosto angusto e asfittico. Parallelamente (e secondo una tendenza solo all'apparenza contraddittoria con il fenomeno della concentrazione), il comparto della fiction ha visto crescere la frammentazione, con una moltitudine di società produttive di piccole dimensioni, afflitte da una forte sottocapitalizzazione e da difficoltà di accesso al credito, tutti fattori che sfociano in un tasso di mortalità aziendale elevato.

La discontinuità produttiva è un ulteriore fattore critico per la fiction italiana. Pochi soggetti lavorano in modo stabile e continuativo: solo sei società (FremantleMedia, Endemol/Mediavivere, Publispei, Palomar, Taodue e Lux Vide) hanno prodotto più di 20 ore di fiction nella stagione 2012-2013. Soltanto due di queste società hanno, inoltre, lavorato su cinque diversi titoli; la metà delle imprese italiane specializzate nella produzione di fiction, invece, nella stagione appena conclusa ha lavorato su un solo titolo.

Tra i fattori critici più rilevanti del comparto, infine, va sottolineato il cronico squilibrio della bilancia commerciale: rispetto al 2006, le importazioni risultano cresciute nel 2012 del 67% su base nazionale, mentre le esportazioni sono calate del 58%.

Al di là di pochi casi virtuosi (come la società Lux Vide, che vanta una solida tradizione di presenza all'estero, o come i film tv della serie *Il commissario Montalbano*, prodotti da Palomar e venduti in 60 Paesi), le imprese della fiction italiana sono poco attrezzate a varcare i confini nazionali. Laddove ciò accade, le partnership hanno finora privilegiato solo alcuni Paesi europei e del Mediterraneo, mentre è importante rafforzare la nostra presenza su altri mercati forti o in crescita, per esempio nei Paesi dell'area Bric.

Emerge con forza, insomma, la

necessità di dar vita a pacchetti di misure strutturali per la fiction, attraverso incentivi alle coproduzioni, strumenti di sostegno all'export e una maggiore presenza sui mercati internazionali.

LE STRATEGIE EDITORIALI DEI BROADCASTER ITALIANI

I fattori critici del comparto fiction, emersi nell'ultimo quinquennio e descritti nelle pagine precedenti – cui si aggiunge una drammatica riduzione degli investimenti pubblicitari nel mezzo televisivo (-15,3% nel 2012 rispetto all'anno precedente) – stanno richiedendo ai broadcaster di rimodulare le strategie nell'offerta di fiction, per evitare interventi all'insegna di generici tagli lineari.

Rai Fiction ha messo in atto nel 2013 un articolato 'piano di transizione' (secondo la definizione utilizzata dal direttore della struttura, Eleonora Andreatta). Da un lato, il piano ha previsto un budget di produzione per la fiction pari a 194 milioni di euro, in aumento rispetto a quello dell'anno precedente. Nel contempo, si è optato per un incremento dei volumi produttivi del 20%, passando per esempio da 99 a 120 pezzi per Rai 1 in prime time. I costi orari medi di produzione sono stati ridotti, da 750mila a 600mila euro, privilegiando la serialità rispetto ai formati cinematografici da 100 minuti.

Dal punto di vista dei generi in produzione, il piano di Rai Fiction prevede la diminuzione dei titoli a tema religioso e delle fiction in

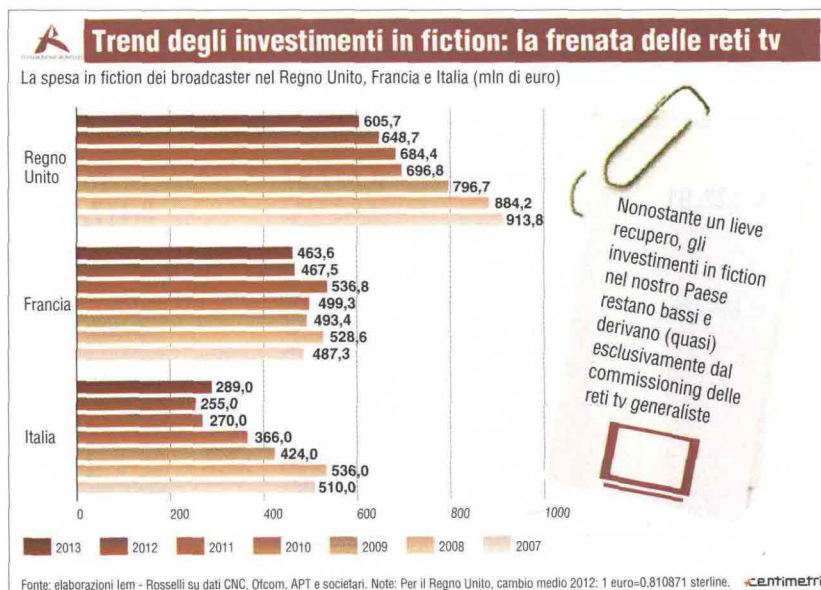
costume, fatto salvo qualche importante progetto, come il ruolo di capofila in una coproduzione internazionale di genere storico dedicata alla famiglia Medici, in programma per il 2014.

Il servizio pubblico si apre a temi più innovativi e contemporanei rispetto alle scorse stagioni: Rai 1 si focalizza sul racconto dei temi di attualità (legalità, diritti, eccetera); Rai 2 dà spazio al family contemporaneo, al sociale e alla commistione dei generi; Rai 3, oltre allo spazio consacrato alla soap *Un posto al sole*, sperimenterà formati ibridi, quali la docufiction.

Inoltre, Rai Fiction apre al web e alla transmedialità, all'insegna di formati flessibili: la già citata web series *Una mamma imperfetta*, dopo il passaggio in access prime time su Rai 2, diventerà, per esempio, anche un tv movie.

Infine, il servizio pubblico prova a raccogliere la sfida di investire sulle reti digitali per diversificare l'offerta: nella bozza del Contratto di servizio 2013-2015, sono per esempio contenuti nuovi obblighi di programmazione per i canali semigeneralisti e tematici; entro il 2015, almeno il 40% dei programmi trasmessi da questi canali dovrà appartenere ai generi predeterminati di servizio pubblico (tra cui sono comprese le produzioni e coproduzioni italiane ed europee).

Dal canto suo, anche Mediaset Fiction ha provato a strutturare un piano di ridefinizione dell'offerta, partendo da un taglio pluriennale

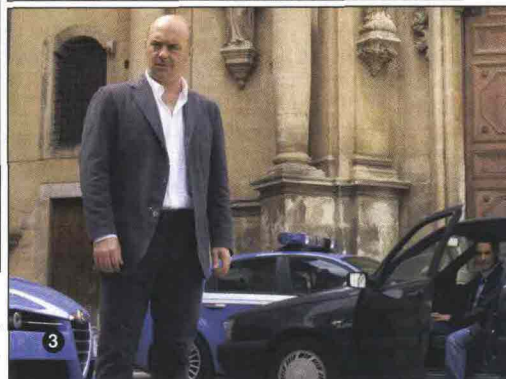
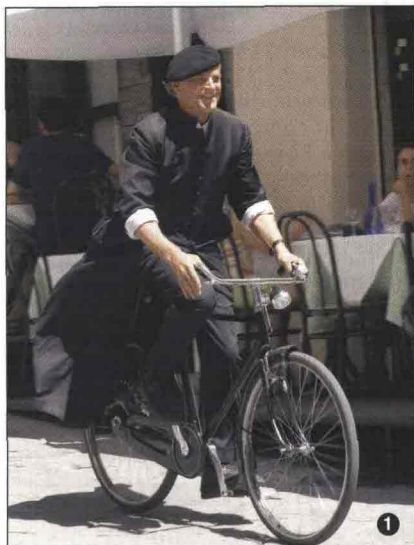


dei costi di circa 450 milioni di euro, a cui si è affiancata una maggiore attenzione all'autoproduzione: nella stagione 2012-2013 sono state, per esempio, affidate alla società Taodue, controllata del gruppo Mediaset, ben 74 ore di fiction.

L'offerta di fiction originale si è addensata su Canale 5, azzerando invece i prodotti su Italia 1; per diversificare l'offerta, si sono nel frattempo sperimentati contenuti originali sulle reti tematiche (come *Bye bye Cinderella* su La5).

Per quanto riguarda i formati, Mediaset ha diminuito, in generale, il grado di serialità dei prodotti e ha puntato sulle pezzature da 50 minuti (*I Cesaroni*). Dal punto di vista dei generi, il gruppo di Cologno Monzese spazia dal poliziesco alla saga familiare, con qualche incursione in nuovi modelli produttivi, che reggono la prova degli ascolti (come la serie *Le tre rose di Eva*, che combina elementi soap con altri del racconto giallo e thriller).

Infine, è da segnalare il rilancio dello sforzo produttivo della piattaforma di pay tv Sky, che si stima abbia investito nell'ultimo biennio tra i 20 e i 25 milioni nella fiction, per la produzione di titoli originali come *In treatment*, *1992*, *Gomorra*, *I delitti del BarLume*, *Diabolik*. In base a un accordo siglato tra la piattaforma pay e la Cairo Communication a luglio 2013, molte delle produzioni originali passate in prima visione sui canali Sky del pacchetto Cinema, saranno successivamente trasmesse in chiaro dal canale La7.



Alcune delle serie di successo trasmesse da Rai 1: 1) 'Don Matteo' con Terence Hill; 2) 'Provaci ancora prof.' con Veronica Pivetti; 3) 'Il commissario Montalbano' con Luca Zingaretti.



Tra le fiction più popolari di Mediaset: 4) 'Baciamo le mani' con Sabrina Ferilli; 5) 'Le tre rose di Eva' con Anna Saroncik e Roberto Farnesi; 6) 'Squadra antimafia' con Claudio Gioè.



Sergio Castellitto e Valeria Golino interpreti di 'In treatment', una delle serie di maggior successo di Sky, e a destra Stefano Accorsi durante le riprese di '1992'.