

Fondazione Rossellini per l'Audiovisivo



OIAM



OSSERVATORIO INTERNAZIONALE
«**ROBERTO ROSSELLINI**»
AUDIOVISIVO E MULTIMEDIALITÀ

conferenza stampa di presentazione

PALAZZO DELLE ESPOSIZIONI
Roma, 11 marzo 2010

Obiettivi

Costruire un centro di analisi e ricerca con metodologie all'avanguardia, soprattutto in materia di studi di marketing, di scenario, e di "policy", con obiettivo primario il rafforzamento delle capacità di internazionalizzazione del "made in Italy" audiovisivo

Target

La comunità professionale del settore audiovisivo e della multimedialità, anzitutto italiana: operatori privati e "policy maker" pubblici

Finanziamento

L'Osservatorio si avvale di un finanziamento primario della Fondazione Rossellini, ma metterà in atto operazioni di co-finanziamento pubblico-privato (sponsoring)

I servizi dell'Osservatorio vengono messi a disposizione dell'intera comunità degli operatori gratuitamente

I principali servizi dell'Osservatorio

- (1.) Un **rapporto annuale** sulla situazione del sistema audiovisivo e mediale del Paese, in prospettiva comparativa internazionale
- (2.) Un **convegno internazionale** di discussione soprattutto dei risultati del "rapporto annuale"
- (3.) Una **newsletter mensile** (su web e cartacea: 3.000 copie) di identificazione dei trend internazionali

La struttura dell'Osservatorio

- ▶ **L'équipe** IsICult + **l'équipe** Luiss: 4 ricercatori, 2 responsabili
- ▶ **Il Comitato Scientifico**: 10 professionisti ed accademici (*vedi infra*)
- ▶ **Il Comitato d'Onore**: 28 "decision maker", "trend setter" e "opinion leader", pubblici / privati (*vedi scheda a parte*)
- ▶ **2 Condirettori** (IsICult e Luiss)

Segreteria tecnica presso IsICult (Palazzo Taverna)

Il Comitato Scientifico dell'Osservatorio

Il Comitato Scientifico (nella cartella stampa, brevi note biografiche), di impostazione trans-disciplinare, si riunisce almeno 10 volte l'anno.

E' composto da:

- ▶ Milly **Buonanno**
- ▶ Jonathan **Davis**
- ▶ Peter **Kruger**
- ▶ Giacomo **Mazzone**
- ▶ Marco **Mele**
- ▶ Gianluca **Nicoletti**
- ▶ Alberto **Pasquale**
- ▶ Alessandra **Priante**
- ▶ Alessandro **Usai**
- ▶ Bruno **Zambardino**

- Condirettori dell'Osservatorio:
Angelo **Zaccone Teodosi** (dir. tecnico) – Paolo **Boccardelli** (dir. scientifico)
- Responsabili équipe:
Giovanni **Gangemi** (IsiCult) – Francesca **Vicentini** (Luiss)
- Responsabile della comunicazione e newsletter: Alfredo **Saitto** (IsiCult)

Ambizioni ed interazioni

- ▶ L'Osservatorio Internazionale ambisce a divenire un **“benchmark”** a livello nazionale ed internazionale, ma intende comunque **interagire sinergicamente con altre strutture già attive all'estero**, soprattutto l'Osservatorio Audiovisivo Europeo, **ed in Italia**: dall'Osservatorio dello Spettacolo (Mibac) all'Osservatorio Contenuti Digitali (promosso da Aidro, Aie, Anica, Cinecittà Luce, Fimi, Pmi, Univideo), dall'Osservatorio della Siae agli Osservatori Culturali regionali (in primis, quello del Piemonte)...
- ▶ L'Osservatorio vuole divenire anche un **“validatore”** ovvero un **“certificatore”** di dati e stime, che spesso risultano contraddittori, onde **evitare confusioni informative e statistiche** ed iniziative di... numerologia cabalistica

Il progetto culturale dell'Osservatorio...



Data la forte internazionalizzazione del settore audiovisivo a livello planetario, uno **scarso presidio** del mercato rappresenta, sempre più, una forte criticità per l'intero settore e per il "made in Italy" audiovisivo

Alcune evidenze italiane....

L'area cinema e l'area tv generano in Italia una scarsa performance



Bassa capacità a sostenere lo sviluppo dell'intero settore
► **NECESSITA' DI UNA AGENZIA DI PROMOZIONE INTERNAZIONALE...**

Cinema: 131 titoli nel 2009 rispetto ai 154 del 2008...



Televisione: 219 imprese italiane producono fiction Televisiva... ma la gran parte sono micro-imprese...



Alcuni elementi di debolezza del “sistema Italia”

- ▶ **Scarsa commercializzazione** dei prodotti all'estero
- ▶ **Scarsa partecipazione** alle coproduzioni internazionali
- ▶ Alcune specializzazioni del “capitale umano” **meno presidiate** (scrittura)
- ▶ Carenza di competenze di **marketing** e **distribuzione**
- ▶ Criticità nella **gestione** dei progetti
- ▶ Non adeguata gestione dei meccanismi di **valorizzazione** oltre la sala e oltre il piccolo schermo
- ▶ Insufficiente **finanziamento** dei progetti oltre quello pubblico
- ▶ Non ottimale gestione del **rischio** e delle **variabili finanziarie** di progetto...

Nelle pagine seguenti, proponiamo alcuni dati “sintomatici”

Ancora poche esportazioni all'estero, sia nel cinema...

Presenze film italiani in Europa – “Top 10” Italia 2008 (in.000) elaborazione in progress

Paese	Natala a Rio	Grande grosso e verdone	Scusa ma ti chiamo amore	Gomorra	Il cosmo sul comò	L'allenatore nel pallone 2	Parlami d'amore	La fidanzata di papà	Caos calmo	Il Divo
Italia	2.777,1	2.173,7	2.123,4	1.741,6	1.512,3	1.273,4	924,4	1.162,6	924,4	783,7
Austria				36,7					9,5	*
Belgio				43,8					*	*
Croazia				*						
Danimarca				15,7					4,3	*
Estonia				*						
Finlandia				*						
Francia				512,8					40,5	*
Germania				152,4					*	*
Grecia			*	*					*	*
Irlanda				*						
Lituania				*						
Norvegia				13,7					0,9	
Paesi Bassi				*					46,0	
Polonia				*					*	*
Portogallo				24,5					3,4	*
Regno Unito				180,8					15,9	*
Repubblica Ceca				*						
Romania				*						
Russia			*	*						
Spagna				318,5					65,8	24,9
Svezia				4,3						*
Svizzera	31,4	6,6	11,1	91,1	13,0		*		20,0	0,4
Turchia			13,8	5,6					*	
Ungheria										*
Totale Europa 2008	2.808,5	2.180,3	2.148,3	3.141,4	1.525,3	1.273,4	1.258,6	1.162,6	1.130,7	808,9
% Italia su Europa 2008	98,9	99,7	98,8	55,4	99,1	100,0	99,7	100,0	81,8	96,9

Note: sono indicate solo le uscite in sala (non quelle nei festival); (*) uscito nel 2009, dato 2008 non disponibile. Fonte: elaborazioni Oiam su dati Oea (European Audiovisual Observatory) ed Imdb (Internet Movie Database).

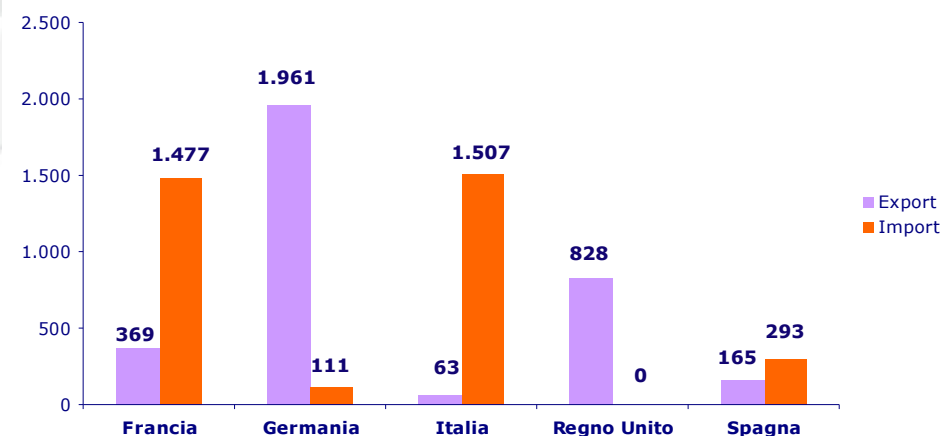
... sia nella fiction...

FR, DE, IT, UK, ES. Import ed export dei programmi di fiction 2007 (in ore)												
Import / Export	Produzione nazionale	Produzione europea						Produzione extra-europea		Co-produzioni	Totale	
		Francia	Germania	Italia	Regno Unito	Spagna	Tot. Europa 5	Altri Europa	Nord America			Altri
Francia	1.069		1.061	63	187	165	1.477	76	3.330	11	808	6.770
Germania	4.363	4		0	107	0	111	73	8.132	110	1.569	14.358
Italia	1.860	346	798		362	0	1.507	2	7.972	311	1.197	12.850
Regno Unito	2.611	0	0	0		0	0	6	2.437	552	527	6.133
Spagna	1.874	19	101	0	173		293	0	4.892	598	1.043	8.700
Tot. Europa 5		369	1.961	63	828	165						
Europa 15		1.808	8.297	666	10.761	430						
Europa 20		2.564	10.069	1.461	12.077	464						

Fonte: elaborazioni Oiam su dati Oea (European Audiovisual Observatory).

Import ed export tra i 5 grandi Paesi produttori di fiction

- ▶ L'export di fiction italiana è ancora basso: meno di 1.500 ore, contro le 12mila di Regno Unito e le 10mila di Germania
- ▶ Difficoltà ad esportare verso gli altri grandi mercati europei. Più export nei mercati meno ricchi dove i prezzi sono più bassi



Fonte: elaborazioni Oiam su dati Oea (European Audiovisual Observatory).

...e quindi ancora un basso volume di ricavi...

- ▶ L'export di **programmi televisivi francesi** ha generato ricavi pari a **110 milioni di euro** nel 2008, di cui 86 milioni da opere audiovisive: fiction (27 milioni), animazione (29 milioni) e documentari (31 milioni)
- ▶ L'export di programmi di fiction ha generato 27 milioni di euro e mostra un forte trend positivo rispetto agli ultimi anni
- ▶ Due terzi dei ricavi da export sono prodotti in Europa occidentale, mentre le esportazioni in Nord America generano meno di 10 milioni di euro di ricavi (e quelle negli Usa meno di 5 milioni)
- ▶ L'Italia è il maggiore importatore di prodotti televisivi francesi, con 15 milioni di euro di fatturato
- ▶ L'export di **prodotti audiovisivi britannici** ha prodotto **1,2 miliardi di euro** di ricavi nel 2008, di cui 589 milioni generati da programmi televisivi
- ▶ Gli Stati Uniti sono il maggior importatore di prodotti televisivi britannici: 440 milioni di euro, il 36 % del totale. L'Italia spende circa 20 milioni di euro per l'import di programmi britannici
- ▶ L'export dei **programmi televisivi italiani** è stimabile in **20 milioni di euro**, mentre quelli di fiction generano ricavi pari a 5 milioni di euro...

(stime in corso di validazione)

... ma esistono anche “success stories”!

- ▶ **Gomorra** è stato distribuito in sala in 36 Paesi, compresi gli Usa, ed ha avuto all'estero circa metà delle entrate complessive
- ▶ **Il Divo** e **Caos Calmo** sono stati distribuiti rispettivamente in 20 e 12 Paesi, compresi gli Usa
- ▶ **Ris – Delitti imperfetti** (Taodue) è stato acquistato per l'adattamento da Tf 1 in Francia (*Ris – Police Scientifique*) e da Sat.1 dal 2007 in Germania (*Die Sprache der Toten*)
- ▶ In Francia, Tf 1 ha trasmesso anche la serie originale italiana dal novembre 2008, dato il grande successo dell'adattamento francese, con il titolo di *Les spécialistes: investigation scientifique*
- ▶ Nel 2008 alcuni episodi de **Il commissario Montalbano** (Palomar) sono stati acquistati e trasmessi da Bbc (sul canale digitale Bbc 4). Un accordo è stato perfezionato anche con l'australiana Sbs
- ▶ Zdf Enterprise (Germania) ha acquisito nel 2008 i diritti per la distribuzione de *Il Commissario Montalbano*
- ▶ I diritti di **Medicina generale** sono stati venduti a Pervy Kanal (Russia), dove è stato trasmesso un adattamento della serie in prime-time
- ▶ **Guerra e pace** e **Orgoglio** sono stati venduti in Scandinavia, rispettivamente a Svt (Svezia) e Nrk (Norvegia) e ad Yle (Finlandia)
- ▶ ...

Alcuni primi risultati di una ricerca empirica...

▶ Il "Cluster" Italiano

- 1.074 film realizzati in Italia tra il 1996 e il 2007

▶ Il "Cluster" di Hollywood

- 1.079 film proiettati in sala anche in Italia tra il 1996 e il 2007, realizzati a Hollywood e distribuiti dalle Majors

"PERFORMANCE
ECONOMICA"

Internet Movie
Database,
Cinetel

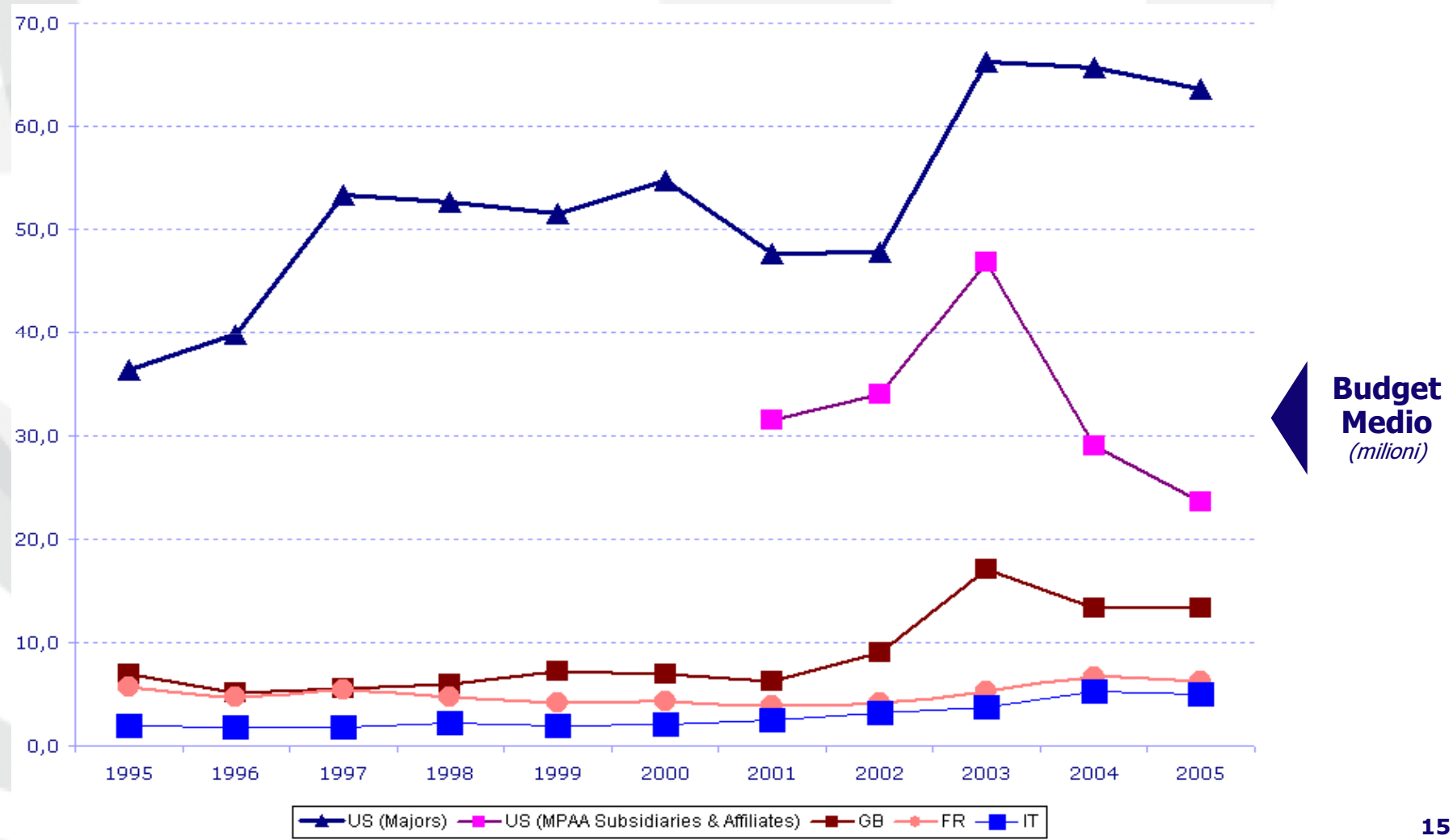
"CAPITALE
UMANO"

"Il Cinematografo",
Internet Movie
Database,
Cinetel

Alcune differenze...

Dimensione	Hollywood	Italia
<i>Struttura</i>	Consolidato (poche grandi imprese; produttori indipendenti...)	Altamente frammentato (elevato numero di piccoli produttori...)
<i>Regolazione</i>	No	Si (sovvenzioni)
<i>"Talent pool"</i>	Molto esteso	Piccolo
<i>Intermediari (agenti,...)</i>	Ben sviluppato	Sotto-sviluppato
<i>"Potere" nei progetti cinematografici</i>	Studios, Unions, Stars	Registi (spesso coincidono con sceneggiatori e produttori)
<i>Metafora del filmmaking</i>	"Produzione di massa"	"Artigiano"

Differenze di budget

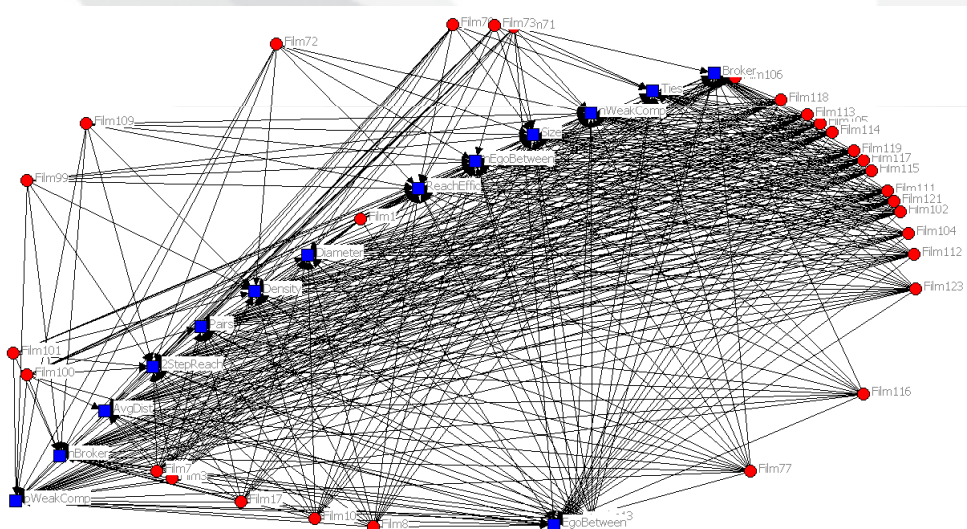


Il "capitale umano" analizzato: capitale relazionale

► Comunità



Circa 16.500 membri
(con ridondanza)



Circa 13.000 attori



Circa 1.000 membri tra sceneggiatori, produttori e altro staff



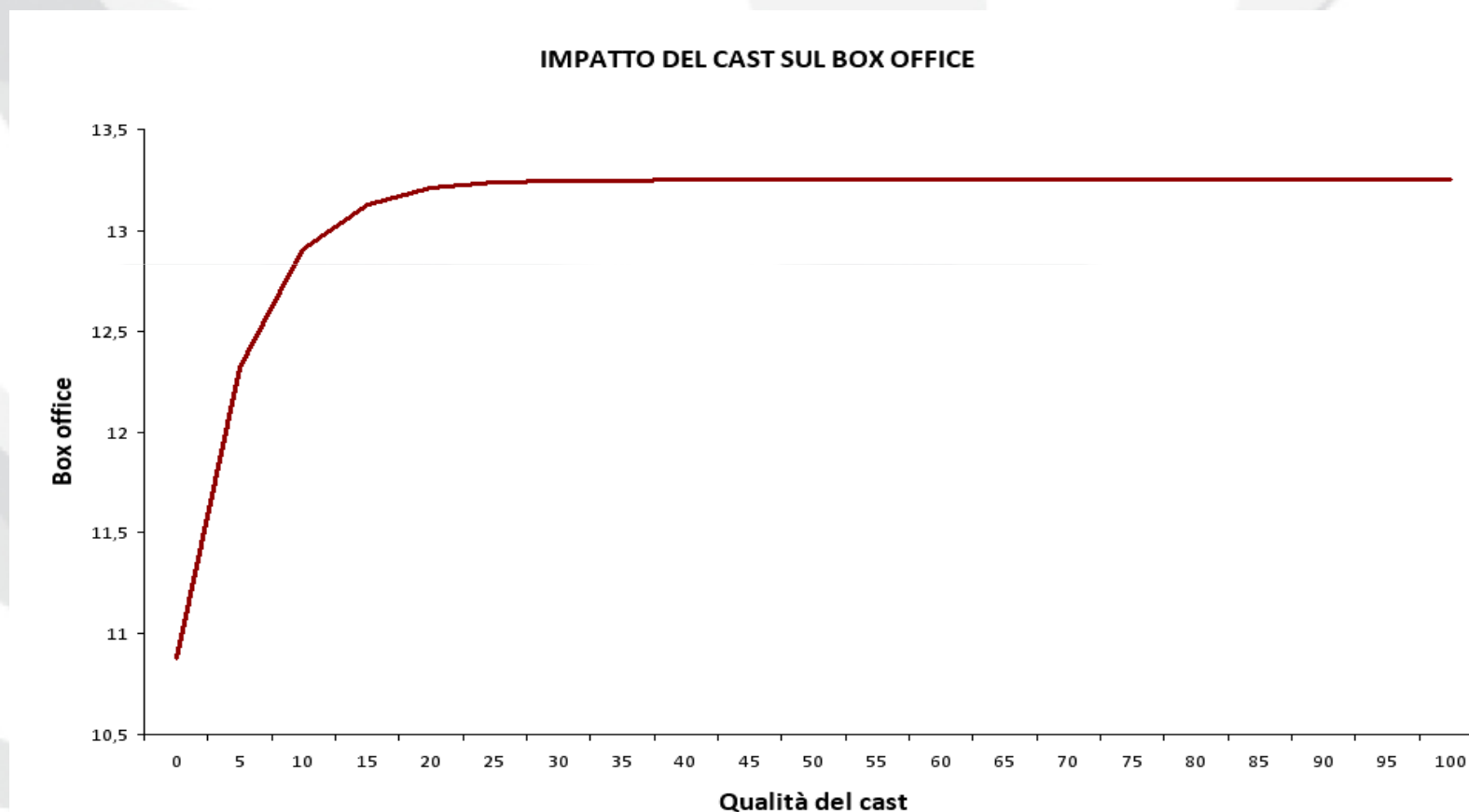
Circa 2.500 membri tra registi, sceneggiatori, fotografi e altro staff



In media, si registrano 15 membri per progetto

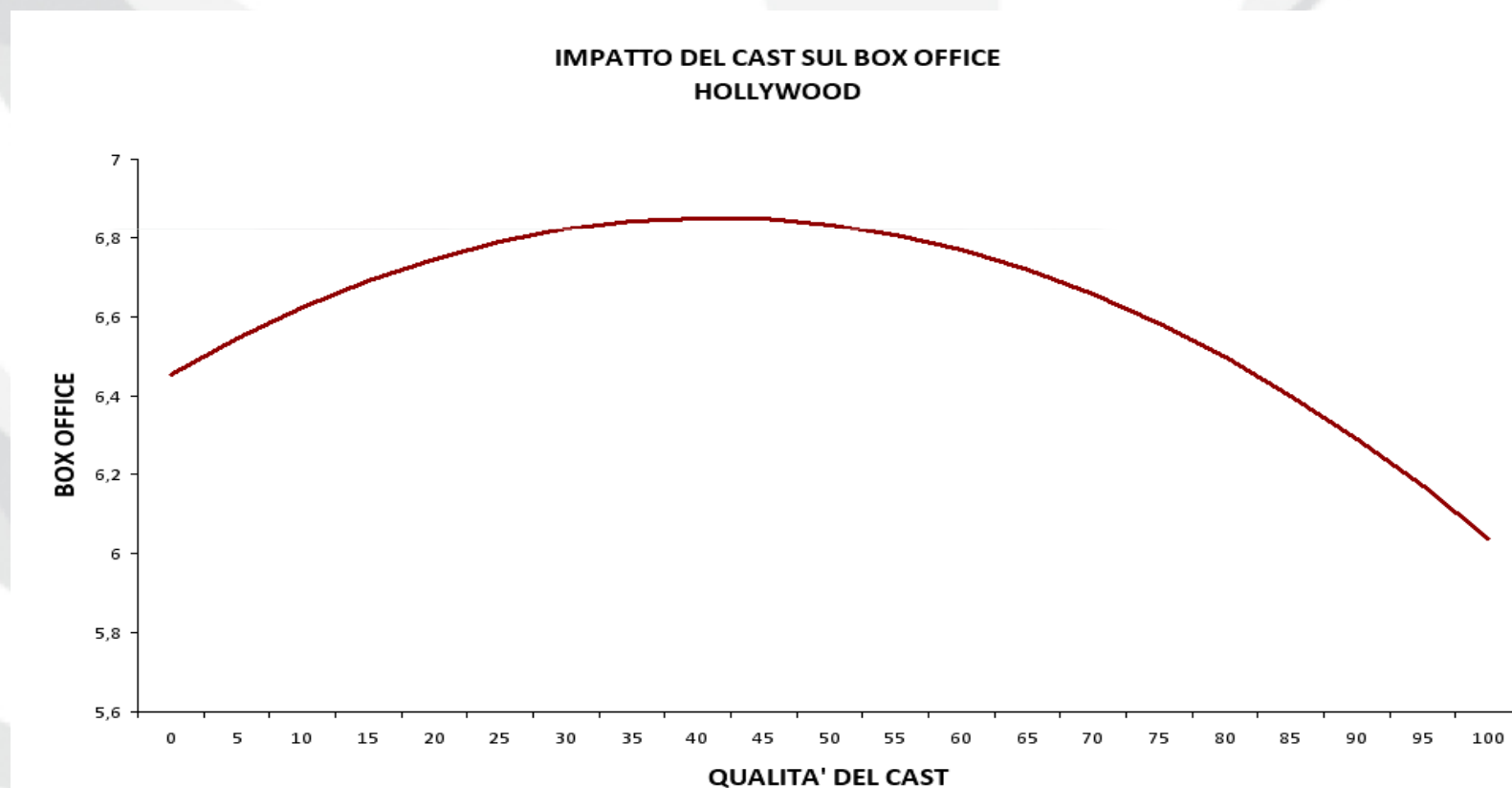
Alcuni risultati: il ruolo dei "talent"

- ▶ La qualità degli attori è significativa sul "box office": una curva esponenziale con tassi decrescenti



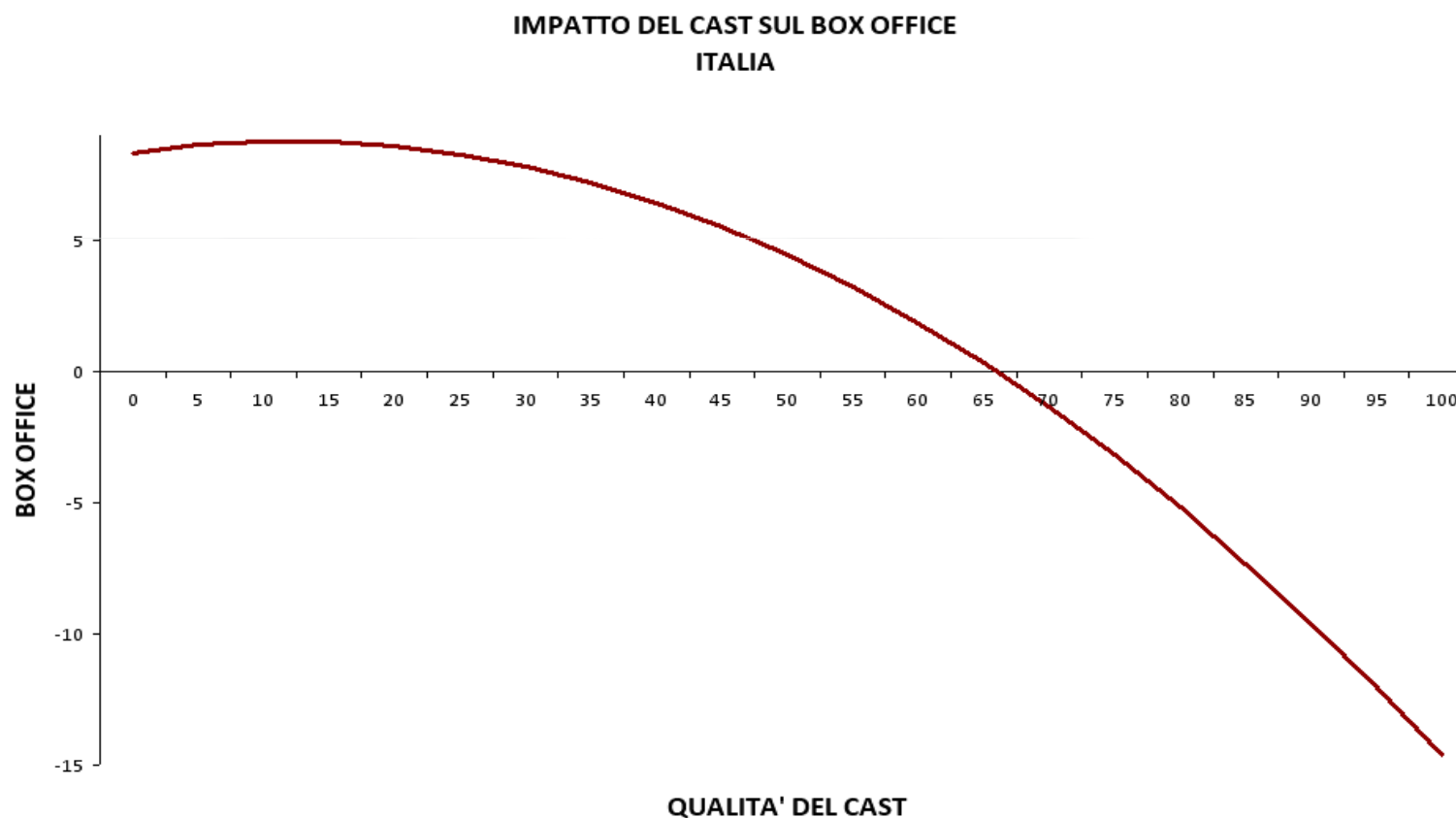
Risultati : il ruolo dei "talent"

- ▶ La qualità degli attori per i film prodotti in Usa è significativa, presentando un andamento ad U rovesciata



Risultati : il ruolo dei talent

- ▶ La qualità degli attori nei film realizzati in Italia è significativa, mostrando un andamento ad U rovesciata, che tende ad essere negativa



Il mercato del talento

"Stock" di premi e nominations	Hollywood	Italia
<i>Film</i>	<i>circa 4.000</i>	<i>circa 2.800</i>
<i>Regia</i>	<i>circa 6.000</i>	<i>circa 4.500</i>
<i>Attori</i>	<i>circa 15.000</i>	<i>circa 7.600</i>
<i>Intero cast</i>	<i>circa 45.000</i>	<i>circa 27.000</i>

IL MERCATO DEI FATTORI STRATEGICI: "ATTORI"

HOLLYWOOD

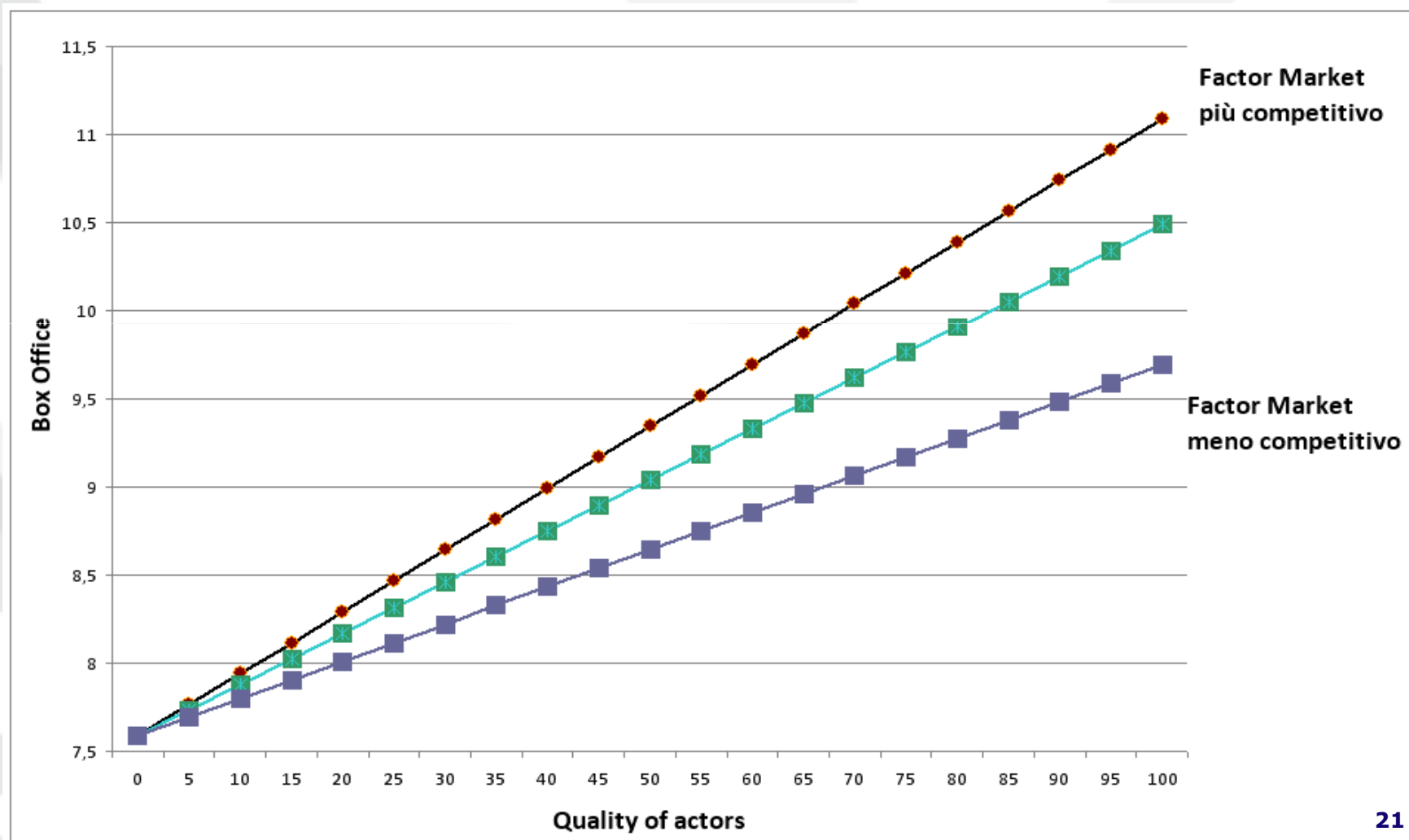
Circa
70.000 attori professionisti

ITALY

L'Enpals registra 40.000 "files" del settore, di cui 10.000 circa possono essere considerati come attori effettivamente professionisti

20 di 26

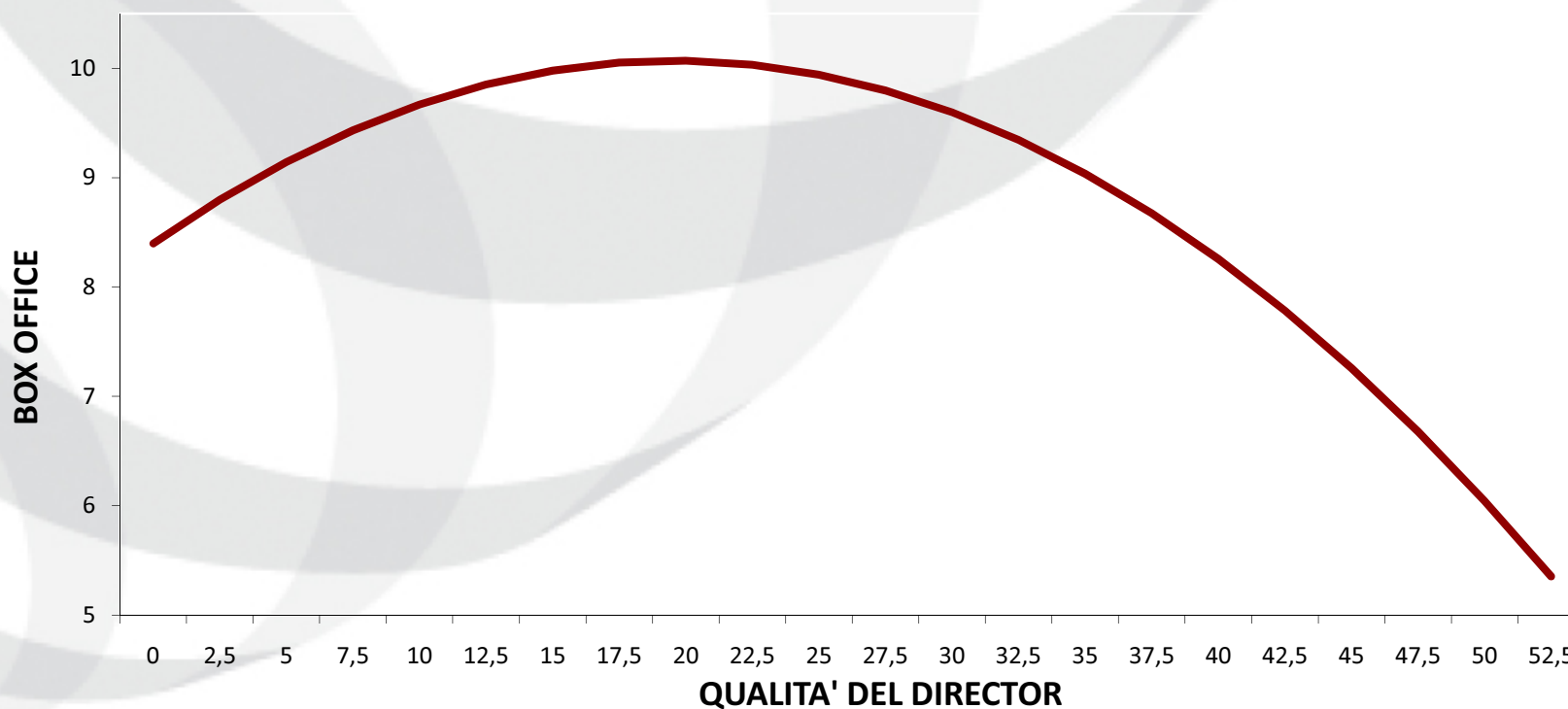
La competizione nel "mercato dei fattori"



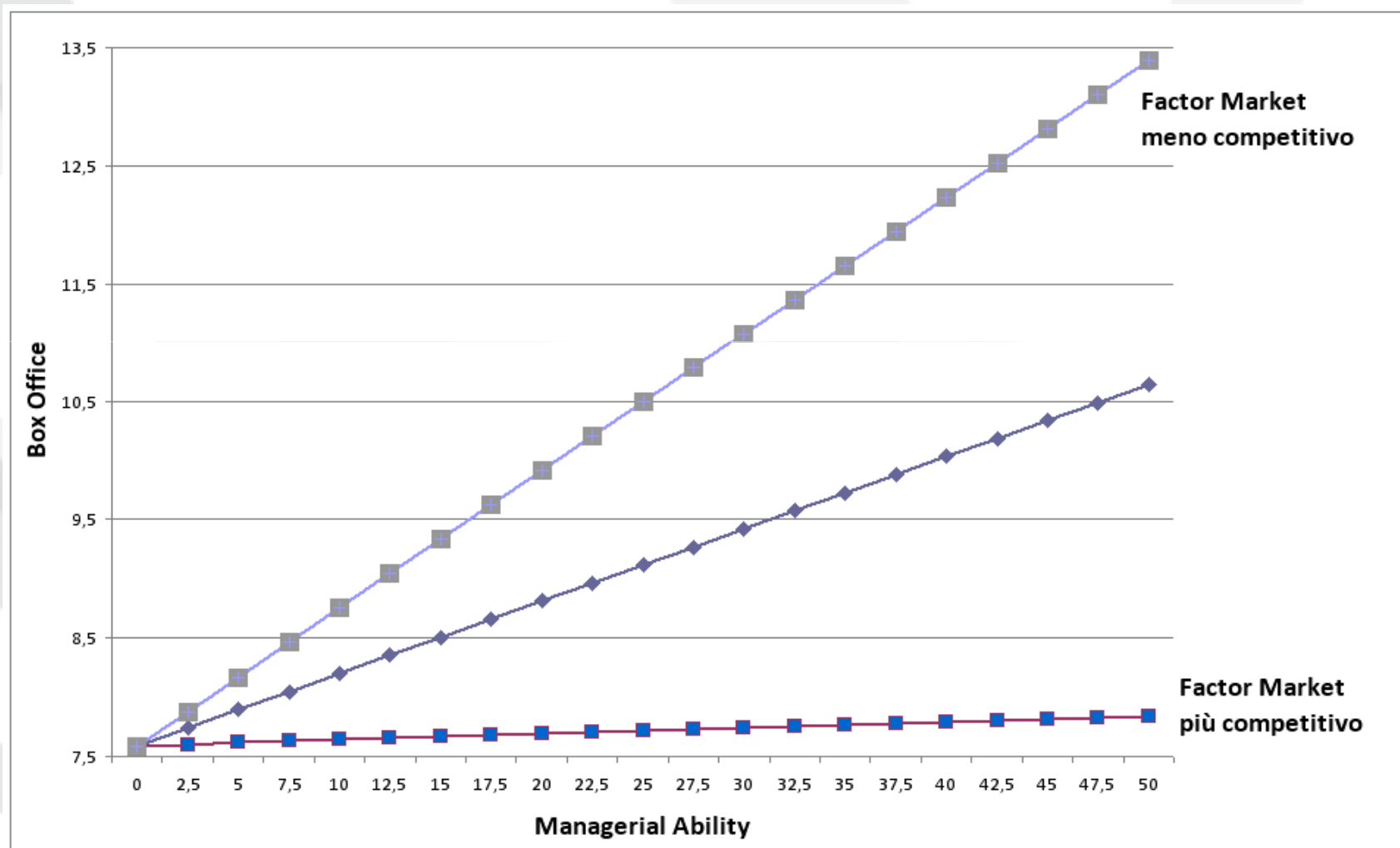
Risultati: il ruolo del regista

La qualità del "director" intesa quale abilità manageriale è significativa in Italia: presenta un andamento a U rovesciata

IMPATTO DEL DIRECTOR SUL BOX OFFICE
ITALIA

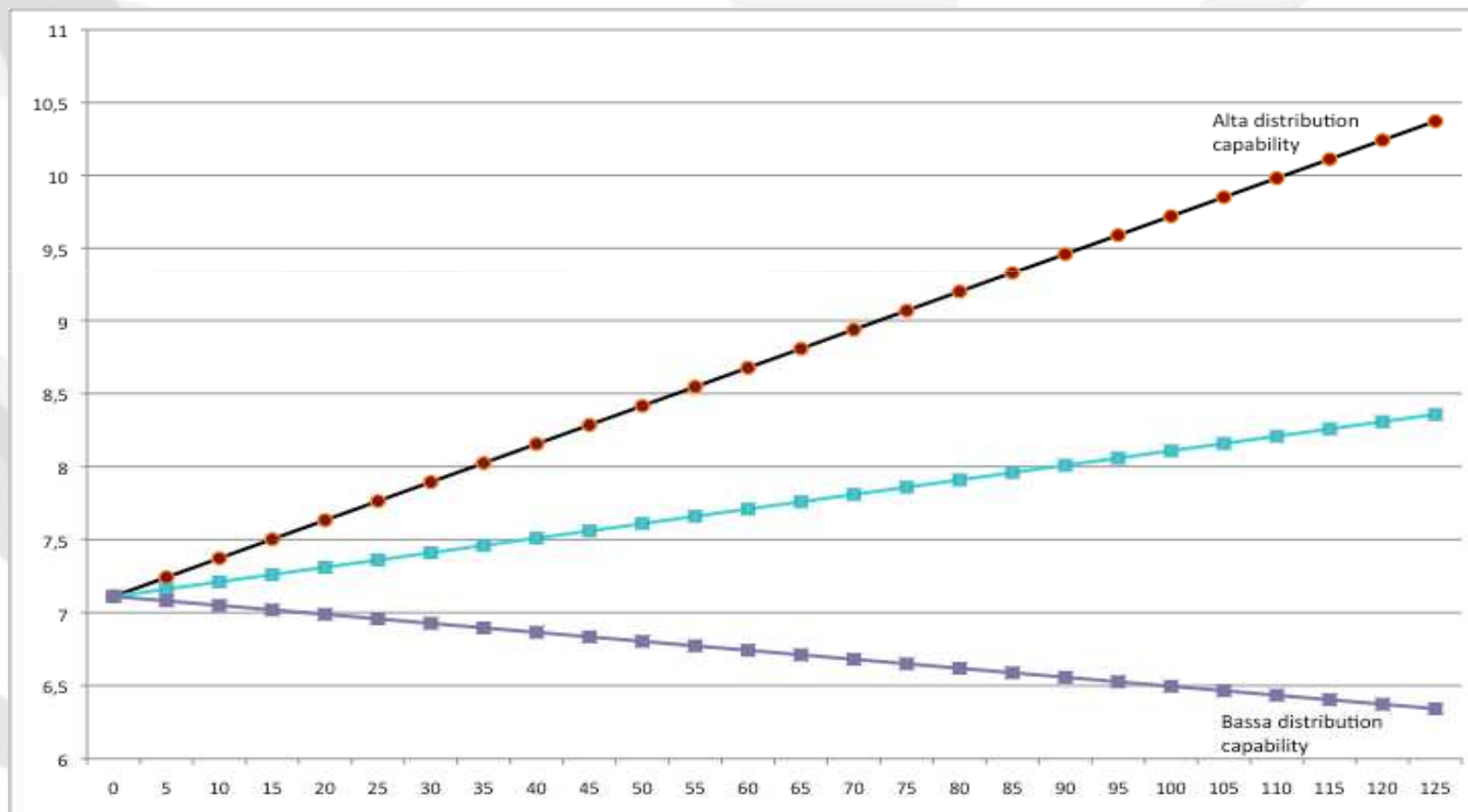


La competizione nel "mercato dei fattori"



Risultati: il ruolo della "flessibilità" degli attori

- ▶ La flessibilità degli attori è significativa nel mercato americano



“Capability differenziali” nella distribuzione

- ▶ Gli studios di Hollywood applicano regolarmente strategie e tecniche di marketing sofisticate per incontrare un’audience più ampia (Altman, 1999; Hsu, 2006), come:
 - ▶ Sviluppo di concetti “multi-genres”
 - ▶ Fase produttiva allineata al “concept” di marketing
 - ▶ Campagne promozionali multiple per colpire target eterogenei
 - ▶ “Focus groups” prima del lancio
 - ▶ “Tracking data”
 - ▶ “Exit polls”...

- ▶ Esempi: “*Il Paziente inglese*” e “*Alla ricerca della felicità*”

In conclusione...

L'Osservatorio della Fondazione si pone come
“think tank” indipendente
sulle politiche culturali e le economie mediali,
aperto al contributo di
ricercatori, studiosi, accademici, professionisti,
per fornire
dati incontrovertibili
e
analisi di trend affidabili.

GRAZIE A TUTTI PER L'ATTENZIONE
E...
... CE N'EST QU'UN DÉBUT !!!

documento a cura di *Giovanni Gangemi, Angelo Zaccone, Paolo Boccardelli, Francesca Vicentini*
con la collaborazione di *Elena D'Alessandri, Michele Ciambellini*