

REPORTAGE



Vecchi modelli di business. Nuove opportunità per tutta la filiera cinema

di Nicola Borrelli*

L'esercizio cinematografico è probabilmente l'anello della filiera che si trova nella fase più critica. È sotto gli occhi tutti il fatto che il settore si stia trasformando rapidamente, con una forte diminuzione delle sale tradizionali e l'aumento di strutture multi schermo.

Tuttavia il mercato non cresce e il numero degli schermi resta al 70 per cento circa rispetto a quelli in Francia, dove gli spettatori sono ogni anno più di 200 milioni mentre in Italia superano di poco i 100 milioni.

È evidente come nuove opportunità possano derivare dalla capacità

di intercettare, sul piano artistico, produttivo e su quello della dislocazione territoriale delle strutture, gli ampi segmenti di utenza che non accedono agli spettacoli cinematografici.

Altrettanto significative sono le difficoltà che il settore attraversa nel passaggio al digitale: dopo una prima fase soddisfacente trainata dal 3D, il percorso di crescita ha rallentato moltissimo e attualmente, per le sale tradizionali, è praticamente fermo.

Lo scenario attuale appare preoccupante in vista dell'appuntamento con l'abbandono della pellicola a partire dal 2014, quando una larga parte dell'esercizio, in queste condizioni, rischierebbe di essere completamente tagliata fuori dal mercato. Mi riferisco, in particolare, alle piccole sale, che costituiscono tradizionalmente l'ossatura del circuito d'essai, principale strumento di offerta e di diffusione capillare del cinema di qualità.

Nell'immediato, dato che non è possibile un piano straordinario di finanziamento *ad hoc*, è stata data un'importante risposta di tipo normativo, con l'introduzione della cedibilità del "credito d'imposta digitale" da parte del beneficiario a intermediari finanziari e fornitori degli impianti. In sintesi, tale misura permette anche alle piccole sale di accedere al tax credit digitale e consente alle stesse di affrontare con maggiore fiducia l'imminente passaggio al digitale dell'intero sistema di distribuzione e fruizione cinematografica.

La modifica introdotta agevolerà un nuovo modello di business e di gestione delle sale che, con l'utilizzo di sistemi satellitari, potrà contribuire a creare, per tutte le tipologie di sala cinematografica, senza distinzione di dimensione e di area geografica in cui è inserita, nuove possibilità di sviluppo in cui possono essere fruiti oltre ai film anche altri eventi culturali, sportivi e d'intrattenimento.

Inoltre, insieme al coordinamento delle Regioni, stiamo lavorando su un'ipotesi di lavoro finalizzata a utilizzare una parte relativamente marginale del bacino di risorse FESR e FAS per la digitalizzazione degli schermi, la realizzazione di sale nelle zone sprovviste e, con il coinvolgimento del ministero dell'Istruzione, un processo di "alfabetizzazione" ed "educazione" all'immagine e alla cinematografia nelle scuole. Si tratta di un progetto complesso, che richiede adesione e condivisione da parte di molti soggetti e, pertanto, presuppone tempi non brevissimi.

Sempre insieme al coordinamento delle Regioni, la Direzione generale sta fornendo il proprio supporto affinché le Regioni stesse adottino bandi per il sostegno alla digitalizzazione che si integrino con gli aiuti statali.



Contemporaneamente, sia pure con le difficoltà connesse alla difficile situazione dei fondi pubblici, prosegue il nostro impegno ormai storico con l'assegnazione dei contributi alle sale e il sostegno a iniziative preziose come *Schermi di qualità*, che oltre a favorire la diversificazione dell'offerta cinematografica d'autore costituisce un importante incentivo per gli esercenti.

L'intero settore cinematografico si trova in un delicato momento di passaggio fra vecchi modelli di business e nuove opportunità derivanti dall'innovazione tecnologica e, in questo ambito, dall'avvento della rete internet, di cui in questa fase avvertiamo le insidie, prima fra tutte la pirateria. La risposta deve essere la tempestiva rivisitazione dei modelli di tutta la filiera (produzione, distribuzione in Italia e all'estero, esercizio, rapporti con i broadcaster, sistema dei festival e della promozione della cultura cinematografica) in un senso ancora più orientato al mercato e al merito, in cui l'iniziativa dello Stato integri e "corregga" talune distorsioni, senza sostituirsi al mercato stesso, attraverso nuove modalità di intervento, nella direzione delineata negli ultimi tre/quattro anni: più incentivi fiscali e automatici, meno sussidi diretti e gestiti con modalità sempre più meritocratiche, rafforzamento della cooperazione sinergica fra vari livelli di governo e più efficaci strumenti di regolazione, ad esempio in merito agli obblighi di investimento e programmazione.

(*) direttore generale Cinema - MiBac