



Sintesi intervento di Elio Catania, presidente di Confindustria Digitale

Workshop

I fondi della produzione cinematografica e audiovisiva: quale ruolo per i nuovi player?

Roma, 12/6/2014

Saper sfruttare le piattaforme online per raggiungere nuove platee, velocizzare la catena distributiva, ampliare le modalità di offerta dei film e delle produzioni audiovisive rappresenta oggi un obiettivo strategico per il rilancio dell'industria cinematografica europea. Il comportamento dei consumatori europei, orientato sempre più a vedere i film in streaming, appare il dato più significativo del contesto attuale. Il gap sempre più ampio fra i modelli emergenti di fruizione e capacità distributive, che invece rimangono scarse, testimonia una vera e propria crisi di competitività del settore. Sarebbe perciò un grave errore assecondare spinte di tipo protezionista che qua e là emergono come difesa della produzioni nazionali. Quest'approccio è incapace di offrire soluzioni alla scarsa competitività del settore, mentre spinge il cinema europeo in recinti ancora più ristretti. In questa categoria va inserito anche il tema della copia privata, la cui concezione tradizionale di ottenere un equo compenso per gli autori imponendo un prelievo sui device venduti, viene messa in discussione dalle scelte dei consumatori orientati sempre più a utilizzare lo streaming. Perseguire ciecamente questa opzione non solo non garantisce gli ambiti compensi, ma allontana il settore dal considerare le tecnologie digitali uno strumento strategico per la crescita e dal valutare le opportunità che possono nascere attraverso partnership con gli operatori digitali.

L'industria cinematografica e dell'audiovisivo deve acquisire la consapevolezza che il settore deve affrontare importanti cambiamenti. E' necessaria una trasformazione dei modelli di business e delle strategie di distribuzione, arricchendo la catena del valore dell'industria cinematografica con l'entrata in gioco dei nuovi soggetti economici legati all'innovazione digitale. Operatori Tlc, provider, gestori web, Ott, start up, hanno ormai di fatto un ruolo crescente nel mondo delle opere audiovisive, ma sono scarsamente coinvolti nelle strategie di sviluppo del settore, nelle fasi di produzioni e di finanziamento. Questi nuovi soggetti devono poter contribuire allo sviluppo dell'industria dell'audiovisivo non solo con le nuove piattaforme digitali, ma anche apportando nuove competenze, contenuti, visioni di business e risorse. Si tratta di valorizzare la spinta delle tecnologie digitali verso la trasversalità, l'interconnessione per far evolvere la distribuzione verso sistemi a rete, capaci di utilizzare a pieno tutti i canali oggi sul campo (online e non) e di velocizzare la distribuzione in funzione dei mutamenti dei mercati di consumo.