

***Il futuro del cinema: da settore “assistito” a industria culturale strategica.
Dopo la stabilizzazione del tax credit e verso la Conferenza Nazionale***

Sala degli Stucchi, Hotel Excelsior, Venezia Lido
Lunedì 2 settembre 2013 ore 14.00-17.00

Intervento del Direttore Generale per il Cinema, Nicola Borrelli

Il dibattito sulla esclusione o inclusione del settore audiovisivo dal mandato negoziale relativo al TTIP ha fatto toccare con mano, in una maniera evidente, quello che a mio avviso costituisce un **ostacolo formidabile** che si trova ad affrontare l'intero settore.

Qualcuno lamenta la mancanza di politiche integrate e complessive di intervento, l'esistenza di strumenti regolatori non sempre adeguati e tutti noi conosciamo l'estrema diffidenza (per usare un eufemismo) con cui una parte importante dei decisori e dell'opinione pubblica si avvicinano al settore: tutto questo, secondo me, è l'effetto della **mancata percezione e della scarsa conoscenza del ruolo culturale, economico, industriale e occupazionale del settore.**

Questa situazione rende molto più difficile e faticoso proporre e far adottare interventi normativi organici, anche a costo zero, figuriamoci nel caso in cui comportano l'utilizzo di risorse statali.

Anche per questo, il risultato ottenuto con il **decreto-legge “valore cultura”**, e cioè la stabilizzazione, senza scadenza, del tax credit con lo stanziamento originario di 90 milioni di euro l'anno è quanto mai importante e, per molti aspetti, **decisivo.**

Le vicende connesse alla stabilizzazione del tax credit hanno impedito che si tenesse la Conferenza nazionale del cinema, ma oramai quella fase è alle spalle e **questo Convegno può e deve costituire il primo passo nel percorso che ci porterà alla Conferenza.**

La stabilizzazione del tax credit sollecita, nell'immediato, alcune riflessioni in merito ad interventi di manutenzione nella stessa misura d'agevolazione, combinandole opportunamente con la profonda revisione anche di altri strumenti di intervento diretto. Questo lo possiamo e lo dobbiamo fare subito.

- con interventi normativi e amministrativi veloci possiamo ulteriormente migliorare il tax credit,

- vanno apportati correttivi ulteriori anche al sistema dei contributi alla produzione,
- dobbiamo rivedere completamente il decreto tecnico relativo alla promozione cinematografica (il sostegno ai festival, alle rassegne, alla cineteche ecc.)
- occorre trovare una soluzione definitiva al problema del debito relativo ai contributi sugli incassi
- così come ai contributi in conto capitale alle sale cinematografiche.

Ma la stabilizzazione del tax credit deve costituire la base per una **riflessione più complessiva**, che si rende comunque necessaria alla luce del **nuovo scenario** che il digitale e il web ha prodotto e sta producendo dal punto di vista creativo, produttivo, distributivo e nelle modalità di fruizione del prodotto cinematografico e audiovisivo; tutto ciò rende ineludibile una **riconsiderazione degli strumenti di intervento** (diretto e indiretto), dei perimetri d'azione e di riferimento che magari includa anche il sostegno alla produzione di film destinati alla piattaforme diverse dalla sala cinematografica.

Occorre riflettere su:

- un nuovo assetto di regole a tutti i livelli che esalti le potenzialità ancora inesprese e rafforzi la produzione indipendente,
- un nuovo sistema di governance che massimizzi l'integrazione degli strumenti centrali e regionali di sostegno,
- un nuovo sistema di regole in alcuni ambiti, quali ad esempio, il sistema di apertura delle sale cinematografiche.

Nella duplice visione di interventi a breve e riflessioni di più medio periodo, **torna la questione della scarsa conoscenza delle caratteristiche culturali ed economiche del settore.**

Penso di poter dire che il ruolo del cinema e delle altre opere audiovisive nel costruire, definire, conservare e tramandare le identità culturali nazionali e territoriali e nel favorire la diversità culturale sia largamente riconosciuto, forse con un livello più consapevole a livello internazionale, ed è l'elemento fondamentale che l'Unione Europea e la Commissione europea pongono a base dell'attuazione degli strumenti di intervento comunitari (come ad esempio, il programma *Media* e il prossimo programma *Europa creativa*) e come parametro generale di riferimento nel valutare i sistemi di aiuto nazionali al settore.

Meno note o comunque **entrano meno nel dibattito italiano le dimensioni economiche ed occupazionali del settore** e soprattutto le motivazioni di sviluppo industriale che rendono necessario l'intervento pubblico di sostegno e di regolazione, non solo e non tanto per raggiungere quegli obiettivi di tipo culturale di cui parlavo

prima, ma anche e soprattutto per **garantire la crescita di un settore fondamentale anche dal punto di vista economico ed occupazionale.**

A mio modo di vedere, quindi, il **punto di partenza** rispetto a qualunque percorso di comprensione e di intervento deve partire da questa operazione di conoscenza, di reperimento, analisi, condivisione e diffusione dei dati quali-quantitativi nonché una **disanima completa delle strutture e dell'attuale funzionamento delle dinamiche di mercato fra i diversi soggetti coinvolti** (autori, produttori, artisti, distributori, esercenti, broadcaster – nella duplice veste di “committenti-finanziatori” e di utilizzatori dei contenuti cinematografici – telco, sistema della rete e “nuove” modalità e piattaforme di utilizzazione).

Dobbiamo tener sempre presente che l'obiettivo ultimo delle strategie d'impresa di tutti i soggetti coinvolti sono vincenti se riescono a raggiungere un adeguato livello di “fatturato”, **diversificando opportunamente l'offerta per intercettare i diversi segmenti di potenziali clienti** e che le politiche pubbliche di sostegno e di regolazione sono vincenti se contribuiscono a raggiungere questo obiettivo.

Per quanto riguarda gli assetti di mercato, le domande a cui occorre trovare elementi di risposta sono poi le seguenti:

- quali sono le dinamiche nell'offerta e nella domanda,
- quali le criticità nelle filiere e nelle catene di creazione del valore?
- L'andamento attuale del mercato è funzionale allo sviluppo culturale, creativo ed economico del settore?

Rispondere a queste domande vuol dire aver ricostruito e definito una serie di questioni che vanno dalla dimensione creativa (i rapporti fra autori, registi, produttori nella fase di ideazione e creazione dell'opera) alla dimensione produttiva, economica e finanziaria (i rapporti fra autori e produttori con la distribuzione, con i *broadcaster* e il web).

Significa, in altre parole, analizzare i rapporti e gli assetti di mercato fra autori, produttori, distributori, esercenti cinematografici e poter esprimere, ad esempio, un giudizio sugli effetti concreti dell'attuazione in Italia della Direttiva europea sui servizi media audiovisivi in termini di:

- a) obblighi di investimento e programmazione;
- b) status di produttore indipendente;
- c) regolamentazione diritti primari e secondari;
- d) effettiva programmazione di cinema in tv.

Vuol dire analizzare tutte le modalità di fruizione dei film, partendo dalla sala (attraverso l'analisi delle relazioni tra l'offerta del prodotto, il livello del box office, il numero e distribuzione degli schermi, gli effetti della digitalizzazione, la stagionalità) per passare all'home entertainment, valutandone i nuovi perimetri e le nuove

prospettive; in particolare, come si è ampliato il concetto di HE nell'epoca della portabilità del device? Non solo HV, dunque, ma anche televisione (pay, free), VOD, internet.

Vuol dire inoltre:

- analizzare come l'industria deve rispondere ai nuovi modelli di consumo e rafforzare la propria presenza all'estero;
- valutare le strategie per utilizzare le potenzialità della Rete, nell'era della convergenza digitale e per costruire una valida "alternativa" legale al download illegale di film e audiovisivi;
- e vuol dire, per quanto riguarda il diritto d'autore, immaginare come adeguare le tipologie dei diritti ai nuovi canali di sfruttamento, come regolamentarne lo sfruttamento online.

Avendo a disposizione un dossier permanente di dati aggiornati, si potrebbe passare poi ad immaginare nuove politiche pubbliche di intervento e di regolazione, integrando un sistema di **benchmark internazionale** (analizzando in particolare le fonti di entrata nei singoli Paesi e gli schemi di aiuto a confronto, con l'obiettivo di evidenziare gli spunti possibili per una revisione del sistema italiano) e tenendo conto del quadro comunitario sia per quanto riguarda gli strumenti quali **Europa Creativa**, sia dei **dossier aperti a Bruxelles su vari tavoli**: politiche europee su cinema e audiovisivo dal punto di vista regolamentare: questioni aperte che interessano il settore e che non vengono trattate dalle Commissioni UE competenti (comunicazione cinema, copyright, eccezione culturale, agenda digitale, fondi strutturali...)

La scarsa conoscenza del settore ha come conseguenza una **percezione distorta delle attuali politiche pubbliche di intervento**, che hanno bisogno certamente di ulteriori affinamenti e per taluni aspetti di cambi di marcia decisi, ma che spesso sono oggetto di fraintendimenti e a cui vengono addebitati carenze, inefficienze e veri e propri sprechi che oramai, da quasi dieci anni, con l'entrata in vigore del decreto legislativo 28 del 2004, sono ampiamente superate, come dimostreremo domani illustrando i dati del Report DGCinema 2012.

Con questo non voglio certamente dire che tutto vada bene, anche sotto questo punto di vista; ribadisco che le **politiche pubbliche di intervento devono essere adeguate al nuovo contesto** in cui si trova il settore cinematografico, devono tener conto ancora di più dell'avvento del digitale e della rete, che hanno cambiato e stanno cambiando e rivoluzionando tutti gli aspetti della catena del valore, che abbattano i confini geografici ma anche i confini tradizionali di opere destinate alla sala cinematografica rispetto alle opere destinate alle altre piattaforme (televisione e rete ad esempio).

Quello che voglio dire, invece, è che le politiche pubbliche nell'ambito cinematografico hanno già effettuato, nello scorso decennio, un'importante

operazione di *spending review*; gli aspetti più evidenti di questa operazione sono stati:

- L'integrazione degli interventi mediante contributi diretti con strumenti indiretti come il *tax credit*;
- la revisione di tutti gli strumenti di intervento diretto.

Restano da compiere, a questo proposito, gli ultimi interventi di razionalizzazione per quanto riguarda gli interventi diretti, come accennato in precedenza e i primi interventi di "manutenzione" rispetto alle diverse misure di agevolazione fiscale.

Il monitoraggio delle dinamiche del settore è alla base delle valutazioni strategiche per il potenziamento del sistema.

Nell'ambito degli **eventi da noi organizzati in questa edizione della Mostra** abbiamo quindi dedicato i prossimi due giorni alla presentazione di studi che analizzano il settore da diversi punti di vista.

Si inizia domani con il cinema pubblico, ossia una illustrazione dei dati chiave del Report delle attività DGCinema 2012 (disponibile online sul sito), col resoconto delle varie linee di intervento statali a sostegno del cinema con un raffronto delle dinamiche di investimento pubblico a partire dal 2005, primo anno di applicazione della cd. "legge cinema", accompagnato da un "Focus su film d'Interesse Culturale e analisi dei sottostanti accordi di produzione" a cura di Alberto Pasquale e Bruno Zambardino che intende fornire un primo contributo sulla ripartizione dei flussi di finanziamento legati alle produzioni sostenute dallo stato e ai relativi proventi legati allo sfruttamento in sala e negli altri canali di fruizione.

Mercoledì 4 verranno invece presentate 3 ricerche che illustrano la trasformazione del consumo di cinema.

- 1) "Sala e salotto: il sequel", realizzata da Ergo research per conto di ANICA e UNIVIDEO in collaborazione con ANEC-AGIS che monitora il profilo del pubblico cinematografico e le relative abitudini di consumo, evidenziandone l'evoluzione delle tendenze nel triennio 2010-2012.
- 2) "Appeal e Potenzialità del Cinema Italiano in Usa", indagine di SWG per Istituto Luce – Cinecittà, che analizza i valori e i contenuti evocativi di cui si veste il Cinema Italiano negli USA e cerca di individuare quali tra questi possano essere messi in gioco per potenziare l'appeal del brand "Cinema Italiano" negli USA.
- 3) E si conclude con lo studio "L'industria dei contenuti alla prova degli OTT e delle TLC", a cura di Giandomenico Celata ed Enrico Menduni che indaga come internet assieme alla tecnologia digitale, hanno mutato profondamente lo scenario operativo delle industrie di telecomunicazioni, Media e della

comunicazione nei suoi assetti tecnologici, nello scenario societario e di mercato, negli usi dei consumatori.

Proprio sul tema dei nuovi sistemi di fruizione del prodotto audiovisivo sono lieto di annunciare che il 4 settembre partirà il primo canale tematico di iTunes interamente dedicato al cinema italiano classico e contemporaneo, un progetto realizzato da Apple e da Istituto Luce Cinecittà. E' un'iniziativa che porta il cinema italiano in un canale primario della diffusione di cinema in rete, con una strategia adeguata alle sue straordinarie capacità diffusive e con possibilità inedite a livello europeo.