Promossa da
Direzione Generale Cinema e Audiovisivo - MiBACT

Direzione Generale
CINEMA e
AUDIOVISIVO

VALUTAZIONE DI IMPATTO DELLA LEGGE CINEMA E AUDIOVISIVO

ANNO 2019



A CURA DI RTI Università Cattolica e PTSCLAS S.p.A.

UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore

ptsclas
KNOWLEDGE THAT INNOVATES

VALUTAZIONE DI IMPATTO DELLA LEGGE CINEMA E AUDIOVISIVO - ANNO 2019

Promossa da

Direzione Generale Cinema e Audiovisivo - MiBACT

a cura di

RTI Università Cattolica e PTSCLAS S.p.A.

GRUPPO DI LAVORO

Direzione Generale Cinema e Audiovisivo

Università Cattolica del Sacro Cuore	**Mariagrazia Fanchi**, Direzione Scientifica Maria Francesca Piredda, Coordinamento Gaia Amadori, Massimo Locatelli, Redento Mori, Sara Sampietro, Matteo Tarantino, Ricercatori
PTSCLAS S.p.A.	**Lucio Argano**, Direzione Scientifica Dott.ssa Angela Tibaldi, Coordinamento Viola Suzzani, Enrico Quaini, Ricercatori
Hanno partecipato	**CeRTA**. Centro di Ricerca sulla Televisione e l'Audiovisivo, **CENTRIC.** CrEative NeTwoRks Information Cruncher
Si ringraziano	ANICA, Istituto Luce Cinecittà e Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

SOMMARIO

1. LO STATO DI ATTUAZIONE DELLA LEGGE 220/2016 10

1.1. LA NUOVA LEGGE CINEMA E AUDIOVISIVO 13

1.2. IL PROCESSO DI ATTUAZIONE DELLA LEGGE 13

1.2.1. Il processo di attuazione della Legge realizzato nel corso del 2019 18

1.2.2. Il processo di attuazione della Legge realizzato nel corso del 2020 20

1.3. LO STATO DELL'ARTE DELLA LEGGE: RISORSE E TEMPISTICHE 22

1.3.1. Ammontare del fondo di riparto 22

1.3.2. Tempistiche di attuazione e attivazione dei procedimenti 25

1.3.2.1. I crediti di imposta 30

1.3.2.2. I contributi selettivi 35

1.3.2.2.1. Progetti speciali 38

1.3.2.3. I contributi automatici 40

1.3.2.4. I contributi alla promozione 41

2. VALUTAZIONE DELLA COERENZA CON I PRINCIPI DELLA LEGGE 220/2016 48

2. 58

2.1. GARANTIRE IL PLURALISMO DELL'OFFERTA CINEMATOGRAFICA E AUDIOVISIVA (LETTERA A) 59

2.1.1. Valorizzazione del pluralismo culturale 60

2.1.2. Estensione territoriale dell'utilizzo 60

2.1.3. Domande annuali per tipo di film 61

2.2. FAVORIRE IL CONSOLIDARSI DELL'INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA NAZIONALE NEI SUOI DIVERSI SETTORI ANCHE TRAMITE STRUMENTI DI SOSTEGNO FINANZIARIO (LETTERA B) 61

2.2.1. Numero delle imprese di settore 62

2.2.2. Valore Aggiunto Lordo (VAL) 62

2.2.3. Spesa 63

2.2.4. Occupazione 63

2.2.5. Remunerazione del lavoro 63

2.2.6. Ricavi da esportazione 64

2.2.7. Moltiplicatore 64

2.2.8. Addizionalità 64

2.2.9. Investimenti annui totali provenienti dai settori esterni 64

2.2.10. Costituzione e rafforzamento delle imprese esistenti 65

2.3. PROMUOVERE LE COPRODUZIONI INTERNAZIONALI, LA CIRCOLAZIONE E LA DISTRIBUZIONE DELLA PRODUZIONE CINEMATOGRAFICA E AUDIOVISIVA, ITALIANA ED EUROPEA, IN ITALIA E ALL'ESTERO (LETTERA C) 65

2.3.1. Grado di utilizzo delle misure a livello di settore 67

2.3.2. Nazionalità delle coproduzioni 69

2.3.3. Progetti distribuiti a livello nazionale e internazionale e Paesi nei quali avviene la distribuzione 70

2.3.4. Impatto sui tassi di uscita nelle sale e sulle spese P&A 71

2.3.5. Performance sui diversi mercati 72

2.3.6. Utilizzo da parte di produttori indipendenti 73

2.3.7. Rilevanza internazionale dei progetti finanziati 74

2.4. ASSICURARE LA CONSERVAZIONE E IL RESTAURO DEL PATRIMONIO FILMICO E AUDIOVISIVO NAZIONALE (LETTERA D) 74

2.4.1. Grado di utilizzo delle misure a livello di settore 74

2.4.2. Volume dei materiali digitalizzati 74

2.4.3. Utilizzo per tipologia di richiedente 74
2.4.4. Estensione territoriale dell'utilizzo 75
2.5. CURARE LA FORMAZIONE PROFESSIONALE, FAVORENDO IL RICONOSCIMENTO DEI PERCORSI FORMATIVI SEGUITI E DELLE PROFESSIONALITÀ ACQUISITE, E PROMUOVERE STUDI E RICERCHE NEL SETTORE CINEMATOGRAFICO (LETTERA E) 75
2.5.1. Grado di utilizzo delle misure a livello di settore 75
2.5.2. Importo dei finanziamenti per il cinema e l'audiovisivo destinati a migliorare le competenze, la formazione e l'alfabetizzazione 76
2.6. DISPORRE E SOSTENERE L'EDUCAZIONE ALL'IMMAGINE NELLE SCUOLE E FAVORIRE TUTTE LE INIZIATIVE IDONEE ALLA FORMAZIONE DEL PUBBLICO (LETTERA F) 77
2.6.1. Grado di utilizzo delle misure a livello di settore 77
2.6.2. Valorizzazione del pluralismo culturale 77
2.6.3. Ampiezza della rete del soggetto richiedente 78
2.6.4. Utilizzo per tipologia di richiedente 78
2.6.5. Estensione territoriale dell'utilizzo 78
2.7. PROMUOVERE E FAVORIRE LA PIÙ AMPIA FRUIZIONE DEL CINEMA E DELL'AUDIOVISIVO, TENENDO ALTRESÌ CONTO DELLE SPECIFICHE ESIGENZE DELLE PERSONE CON DISABILITÀ, SECONDO I PRINCIPI STABILITI DALLE CONVENZIONI INTERNAZIONALI SOTTOSCRITTE DALL'ITALIA IN MATERIA (LETTERA G) 78
2.7.1. Pubblici e inclusività 78
2.7.2. Estensione territoriale dell'utilizzo 79
2.8. RISERVARE PARTICOLARE ATTENZIONE ALLA SCRITTURA, PROGETTAZIONE, PREPARAZIONE, PRODUZIONE, POST-PRODUZIONE, PROMOZIONE, DISTRIBUZIONE E PROGRAMMAZIONE DEI PRODOTTI CINEMATOGRAFICI E AUDIOVISIVI ITALIANI E ALLA VALORIZZAZIONE DEL RUOLO DELLE SALE CINEMATOGRAFICHE E DEI FESTIVAL CINEMATOGRAFICI QUALI MOMENTI DI FRUIZIONE SOCIALE COLLETTIVA DEL PRODOTTO CINEMATOGRAFICO (LETTERA H) 79
2.8.1. Grado di utilizzo delle misure a livello di settore 80
2.8.2. Tasso medio e/o importo del sostegno ottenuto per progetto 82
2.8.3. Utilizzo per tipologia di richiedente 84
2.8.4. Estensione territoriale dell'utilizzo 85
2.8.5. Numero di singole imprese che beneficiano del sostegno e numero di imprese che ricevono finanziamenti multipli 86
2.8.6. Parità di genere e diversità 87
2.8.7. Turismo 90
2.8.8. Giornate di riprese e lavorazione complessive per regione 90
2.8.9. Coinvolgimento dei fornitori SMAV 91
2.8.10. Mantenimento dei diritti tra i produttori audiovisivi indipendenti 91

3. INDICATORI DI COMPARTO 92
3.1. FOTOGRAFIA DEL SETTORE 98
3.1.1. Numero di imprese 98
3.1.1.1. Il segmento Core 98
3.1.1.2. Il segmento Driven 101
3.1.1.3. Il segmento Promozione 103
3.1.1.4. La Filiera 105
3.1.2. Valore Aggiunto Lordo 106
3.1.3. Spesa 107
3.1.4. Occupazione 108
3.1.5. Remunerazione del lavoro 109
3.1.6. Esportazione 109

3.1.6.1. Esportazioni di prodotti audiovisivi e cinematografici 110
3.1.6.2. Esportazioni di servizi audiovisivi e cinematografici 113
3.2. IMPATTO DELLE RISORSE ASSEGNATE 116
3.2.1. Moltiplicatore 116
3.2.1.1. Produzione 117
3.2.1.2. Valore aggiunto 118
3.2.2. Ritorno sugli investimenti 119

4. PRODUZIONE 121
4.1. MISURE E STATO DI ATTUAZIONE 130
4.2. INDICATORI DI FILIERA 131
4.2.1. Grado di utilizzo delle misure a livello di settore 131
4.2.2. Tasso medio e importo del sostegno per progetto 132
4.2.3. Utilizzo per tipologia di richiedente 134
4.2.4. Estensione territoriale dell'utilizzo 137
4.2.5. Addizionalità 138
4.2.6. Numero di singole imprese che beneficiano del sostegno 139
4.2.7. Numero di imprese che ricevono finanziamenti multipli 140
4.2.8. Parità di genere e diversità 141
4.2.9. Costituzione e rafforzamento delle imprese esistenti 144
4.2.10. Turismo 144
4.2.11. Valorizzazione del pluralismo culturale 144
4.2.12. Pubblici e inclusività 145
4.2.12.1. Pubblici della sala 146
4.2.12.2. Pubblici televisivi 147
4.3. INDICATORI DI PROCEDIMENTO 149
4.3.1. Art. 15 – Credito d'imposta per le società di produzione 149
4.3.1.1. Nazionalità delle coproduzioni 149
4.3.1.2. Giornate di ripresa 152
4.3.1.3. Coinvolgimento dei Fornitori SMAV 153
4.3.1.4. Mantenimento dei diritti tra i produttori audiovisivi indipendenti 154
4.3.2. Art.19 – Credito d'imposta per l'attrazione degli investimenti cinematografici e audiovisivi in Italia 154
4.3.2.1. Domande per anno e nazionalità del progetto 154
4.3.2.2. Giornate di lavorazione complessive per regione 155
4.3.3. Art.20 – Credito d'imposta per le società non appartenenti al settore cinematografico e audiovisivo 156
4.3.3.1. Investimenti annui totali provenienti da settori esterni 156
4.3.3.2. Importo medio del totale investito da ciascuna impresa 157
4.3.3.3. Numero di investimenti effettuati per i quali si ha diritto a un'aliquota più elevata 157
4.3.3.4. Tipologia di società che effettuano investimenti 157

5. DISTRIBUZIONE 158
5.1. MISURE E STATO DI ATTUAZIONE 165
5.2. INDICATORI DI FILIERA 167
5.2.1. Grado di utilizzo delle misure a livello di settore 167
5.2.2. Tasso medio e importo del sostegno per progetto 169
5.2.3. Utilizzo per tipologia di richiedente 170
5.2.4. Estensione territoriale dell'utilizzo 174
5.2.5. Addizionalità 177

5.2.6. Numero di singole imprese che presentano domanda di sostegno 178
5.2.7. Numero di imprese che ricevono finanziamenti multipli 180
5.2.8. Parità di genere e diversità 181
5.2.9. Costituzione e rafforzamento delle imprese esistenti 183
5.2.10. Turismo 184
5.2.11. Valorizzazione del pluralismo culturale 184
5.2.12. Pubblici e inclusività 185
5.3. INDICATORI DI PROCEDIMENTO 186
5.3.1. Art. 16 – Credito di imposta per le società di distribuzione 186
5.3.1.1. Progetti distribuiti a livello nazionale e internazionale e Paesi nei quali avviene la distribuzione 186
5.3.1.2. Impatto sui tassi di uscita nelle sale e sulle spese P&A 188
5.3.1.3. Performance sui diversi mercati 189
5.3.1.4. Utilizzo da parte dei produttori indipendenti 190
6. ESERCIZIO 192
6.1. MISURE E STATO DI ATTUAZIONE 198
6.2. INDICATORI DI FILIERA 199
6.2.1. Grado di utilizzo delle misure a livello di settore 199
6.2.2. Tasso medio e importo del sostegno per progetto 200
6.2.3. Utilizzo per tipologia di richiedente 201
6.2.4. Estensione territoriale dell'utilizzo 204
6.2.5. Addizionalità 207
6.2.6. Numero di singole imprese che presentano domanda di sostegno 208
6.2.7. Numero di imprese che ricevono finanziamenti multipli 208
6.2.8. Parità di genere e diversità 209
6.2.9. Costituzione e rafforzamento delle imprese esistenti 209
6.2.10. Turismo 211
6.2.11. Valorizzazione del pluralismo culturale 211
6.2.12. Pubblici e inclusività 212
7. PROMOZIONE 214
7.1. MISURE E STATO DI ATTUAZIONE 222
7.2. INDICATORI DI FILIERA 224
7.2.1. Grado di utilizzo delle misure a livello di settore 224
7.2.2. Tasso medio e/o importo del sostegno ottenuto per progetto 225
7.2.3. Utilizzo per tipologia di richiedente 226
7.2.4. Estensione territoriale dell'utilizzo 228
7.2.5. Addizionalità 230
7.2.6. Numero di singole imprese che beneficiano di sostegno 231
7.2.7. Numero di imprese che ricevono finanziamenti multipli 231
7.2.8. Parità di genere e diversità 232
7.2.9. Costituzione e rafforzamento delle imprese esistenti 233
7.2.10. Turismo 233
7.2.11. Valorizzazione del pluralismo culturale 234
7.2.12. Pubblici e inclusività 234
7.3. INDICATORI DI PROCEDIMENTO 234
7.3.1. Art. 27 – Contributi alle attività e iniziative di promozione cinematografica e audiovisiva 234
7.3.1.1. Rilevanza internazionale dei progetti finanziati 234

7.3.1.2. Importo dei finanziamenti per il cinema e l'audiovisivo destinati a migliorare le competenze, la formazione e l'alfabetizzazione ... 235
7.3.1.3. Ampiezza della rete del soggetto richiedente ... 236
7.3.2. Art. 29- Piano straordinario per la digitalizzazione del patrimonio cinematografico e audiovisivo ... 236
7.3.2.1. Volume dei materiali digitalizzati ... 236
7.4. PIANO NAZIONALE CINEMA PER LA SCUOLA ... 237

8. IMPATTO ENTI ART. 27 COMMA 3) DELLA LEGGE 220/2016 ... 239
8.1. GLI ENTI OGGETTO DI OSSERVAZIONE E LE RISORSE STANZIATE NEL 2019 ... 243
8.2. ESITI DELLA VALUTAZIONE ... 243
8.2.1. Moltiplicatore ... 245
8.2.1.1. Produzione ... 245
8.2.1.2. Valore aggiunto ... 246
8.2.1.3. Occupazione ... 246
8.2.2. Ritorno sugli investimenti (ROI) ... 247

9. COMPARABLES E SCENARIO EUROPEO ... 248
9.1. COMPARABLES ... 250
9.1.1. Demografia ... 250
9.1.2. Livelli di analisi ... 250
9.1.3. Fonti ... 250
9.1.4. Arco temporale ... 251
9.2. LA PRODUZIONE E LA DISTRIBUZIONE ... 251
9.2.1. Sfondi: la produzione per la sala ... 252
9.2.1.1. Germania ... 252
9.2.1.2. Regno Unito ... 252
9.2.1.3. Francia ... 253
9.2.1.4. Spagna ... 253
9.2.1.5. Focus: Polonia ... 253
9.2.2. Focus: la produzione per il mercato audiovisivo (Regno Unito) ... 254
9.2.3. Sfondi: la distribuzione ... 255
9.2.3.1. Theatrical ... 255
9.2.3.2. Prodotto theatrical nazionale trasmesso nei palinsesti televisivi ... 255
9.2.3.2.1. Indicatore di settore ... 256
9.3. L'ESERCIZIO ... 256
9.3.1. Sfondi: l'esercizio di sala ... 256
9.3.1.1. Germania ... 258
9.3.1.2. Regno Unito ... 258
9.3.1.3. Francia ... 259
9.3.1.4. Spagna ... 260
9.3.1.4.1. Focus: Polonia ... 261
9.4. CONSUMO E PUBBLICI ... 261
9.4.1. Sfondi: Theatrical ... 262
9.4.1.1. Indicatore di settore ... 263
9.4.2. Sfondi: Home video ... 263
9.4.2.1. Indicatore di settore ... 264
9.4.2.2. Germania ... 264
9.4.2.3. Regno Unito ... 264
9.4.2.4. Francia ... 265

9.4.2.5. Spagna ... 265
9.4.2.6. Focus: Polonia ... 265
9.5. IL FINANZIAMENTO PUBBLICO ... 265
9.5.1. Sfondi: comparables ... 266
9.5.1.1. Indicatore di settore ... 266
9.5.2. Germania ... 267
9.5.3. Regno Unito ... 268
9.5.4. Francia ... 268
9.5.5. Spagna ... 270
9.6. CONCLUSIONI ... 270

10. CONSUMI DI CINEMA E AUDIOVISIVO IN ITALIA: PUBBLICI, PRATICHE E VALORI ... 272
10.1. LA RICERCA: CAMPIONE E METODO ... 276
10.2. IL CONTESTO MEDIALE: STRUMENTI E PIATTAFORME ... 277
10.3. FORMATI E TIPOLOGIE DI CONTENUTO ... 280
10.3.1. Il contenuto filmico ... 281
10.3.2. Il prodotto filmico: strumenti e frequenza di visione ... 281
10.3.3. Il prodotto filmico: la scelta ... 283
10.3.4. Il film: i generi ... 285
10.4. LA VISIONE DEL FILM IN SALA ... 286
10.4.1. Frequenza del moviegoing ... 286
10.4.2. La visione in sala dopo il lockdown ... 287
10.4.3. I freni al consumo in sala ... 287
10.4.4. I driver del consumo in sala ... 289
10.4.5. Giorni della settimana e stagionalità ... 290
10.4.6. Reti e consumo socializzato ... 291
10.4.7. La scelta della sala ... 293
10.4.8. Generi cinematografici e moviegoing ... 295
10.4.9. Nazionalità del film e moviegoing ... 296
10.5. LA PRODUZIONE NAZIONALE: PERCEZIONE E PRATICHE DI VISIONE ... 296
10.5.1. Percezione e pratiche di visione ... 296
10.5.2. Il cinema italiano ... 298
10.5.3. Il cinema italiano: il pubblico ... 298
10.5.4. Il cinema italiano. La visione fuori sala ... 299
10.5.5. Il cinema italiano. La visione in sala ... 302
10.6. CINETURISMO ... 304

11. TURISMO ... 305
11.1. PREMESSA METODOLOGICA ... 308
11.2. INDIVIDUAZIONE DEL CAMPIONE ... 309
11.3. APPROCCIO O-L/L-O ... 311
11.3.1. Il benchmarking ... 316
11.4. AWARENESS ... 316
11.4.1. Approccio O-L ... 316
11.4.2. Approccio L-O ... 319
11.4.3. Awareness Rate ... 320
11.5. SENTIMENT ... 321
11.5.1. Approccio O-L ... 321
11.5.2. Approccio L-O ... 323
11.5.3. Sentiment rate ... 324

11.6. INDICATORE TURISMO **324**
11.7. VALUTAZIONI **325**
11.7.1. Awareness 325
11.7.2. Sentiment 326
11.7.3. Indicatore turismo 326

ALLEGATO I – NOTA METODOLOGICA **327**
STUDIO DI IMPATTO ECONOMICO DELLE MISURE INTRODOTTE DALLA LEGGE 220/2016 ..... **327**
IMPIANTO METODOLOGICO **329**
Indicatori di comparto 330
Indicatori di filiera 331
Indicatori di procedimento 333
Indicatori valutazione della coerenza con i principi della Legge 220/2016 336
Indicatori sette Enti finanziati 338

ALLEGATO II – PROGETTI SPECIALI **339**

ALLEGATO III – AGGIORNAMENTO PASSAGGI TV OPERE BENEFICIARIE 2017-2019 ..... **343**

ALLEGATO IV – GAP ANALYSIS 2017-2018 ..... **346**
PRODUZIONE **346**
DISTRIBUZIONE **347**
PROMOZIONE **347**

ALLEGATO V - RILASCIO MODELLO DI VALUTAZIONE DI IMPATTO DELLE RISORSE ASSEGNATE AGLI ENTI DI CUI ALL'ART.27 COMMA 3) DELLA LEGGE 220/2016 ..... **348**

1. LO STATO DI ATTUAZIONE DELLA LEGGE 220/2016

All'interno del presente capitolo vengono descritte le principali **funzioni e obiettivi** che la Legge n. 220 del 14 novembre 2016 si propone di assolvere, i **principi** che ne hanno ispirato la concezione e ne regolano il funzionamento, nonché lo **stato dell'arte del suo processo di attuazione** nel corso del 2019.

La valutazione d'impatto delle misure introdotte a sostegno del settore audiovisivo e cinematografico non può, infatti, prescindere dall'analisi e dalla verifica del funzionamento dello strumento normativo adottato, al fine di offrire una restituzione sull'efficienza ed efficacia dell'attività amministrativa.

EXECUTIVE SUMMARY

IL PROCESSO DI ATTUAZIONE DELLA LEGGE

Tra le grandi novità del 2019 che hanno un impatto anche sulla governance della Direzione Generale c'è la riforma del MiBACT che, in particolare, ha modificato la denominazione della Direzione Generale Cinema (DGC) in Direzione Generale Cinema e Audiovisivo (DGCA) aggiungendo un terzo servizio (**D.L. 104 del 21 settembre 2019** e **D.P.C.M. 169 del 2 dicembre 2019**).
Complessivamente è possibile affermare che, nel corso del **2019**, non si è assistito all'avvio di nuovi procedimenti in quanto, al 31 dicembre 2018, la quasi totalità delle procedure di finanziamento e contribuzione previste dalla Legge avevano già trovato applicazione, bensì l'Amministrazione ha concentrato la propria azione principalmente su atti di modifica o integrazione.

Nonostante ciò, come nell'annualità precedente, si registra la mancata:

- entrata in vigore dei decreti che disciplinano il ***Credito d'imposta per le industrie tecniche e di post-produzione***, ***il Credito d'imposta per le imprese di produzione di videogiochi***;
- emanazione dei dispositivi necessari all'istituzione e attivazione del ***Registro delle opere cinematografiche e audiovisive***;
- emanazione dei decreti attuativi della Sezione speciale del ***Fondo di garanzia per le PMI del settore cinematografico e audiovisivo***;
- emanazione dei regolamenti attuativi riferiti alla ***Riforma delle disposizioni legislative in materia di promozione delle opere europee e italiane da parte dei fornitori di servizi di media audiovisivi***;
- riforma delle disposizioni legislative in materia di ***lavoro nel settore cinematografico e audiovisivo***.

Si segnalano, invece, tra le principali modifiche introdotte alle misure previste dalla Legge, quelle relative ai:

- ***Criteri di riparto e delle modalità di funzionamento del fondo per lo sviluppo degli investimenti nel cinema e nell'audiovisivo*** (Art. 13) dal **D.L. 59/2019** (L. 81/2019: art. 3, co. 4) in riferimento alla rideterminazione della quota del Fondo da destinare ai contributi selettivi e a quelli per la promozione, fissandola fra il 10% e il 15%;
- ***Contributi alle attività e alle iniziative di promozione cinematografica e audiovisiva*** (Art. 27) dal **D.L. 59/2019** (L. 81/2019: art. 3, co. 4) in riferimento all'attribuzione dei contributi sulla base della valutazione dei medesimi esperti che si occupano dei contributi selettivi, in relazione alla qualità artistica, al valore culturale e all'impatto economico del progetto proposto.

Tra le modifiche introdotte, invece, ai decreti attuativi si segnalano quelle al:

- **D.M. 158 - 15/03/2018** dal **D.D. 1583 del 27 giugno 2019**, che consente al beneficiario del credito d'imposta di cedere il contributo ottenuto a intermediari bancari, ivi incluso l'Istituto per il credito sportivo, finanziari e assicurativi sottoposti a vigilanza previdenziale;
- **D.D. 2000 del 06/08/2019** sostituito dal **D.D. 3946 del 13/12/2019** che definisce le modalità di reinvestimento dei contributi automatici;
- **D.M. 343 - 31/07/2017** dal:
  - **D.M. 9 del 15 gennaio 2019** grazie al quale, tra i principali interventi, è stato possibile adeguare le disposizioni alla nuova definizione di produttore indipendente, definire i limiti d'intensità d'aiuto in coerenza con la normativa europea e affinare la disciplina relativa alla concessione di contributi destinati alla distribuzione internazionale di opere cinematografiche e televisive;
  - **D.M. 150 del 14 marzo 2019** tramite il quale è stata incentivata l'attività di distribuzione cinematografica con particolare riferimento a quella che ha luogo nel periodo estivo;
- **D.L 203 del 7 dicembre 2017**, nell'ambito della riforma delle disposizioni legislative in materia di ***tutela dei minori nel settore cinematografico e audiovisivo*** dal **D.L. 28 giugno 2019, n. 59** che ha ridisciplinato la composizione della Commissione per la classificazione delle opere cinematografiche;
- **D.L 204 del 7 dicembre 2017,** nell'ambito della riforma delle disposizioni legislative in materia di ***promozione delle opere europee e italiane da parte dei fornitori di servizi di media audiovisivi*** dal **D.L. 59 – 28/06/2019** che ha modificato gli obblighi di programmazione e investimento delle opere europee e italiane.

In riferimento al I semestre del 2020, i più importanti interventi sono stati adottati per far

fronte all'**emergenza sanitaria COVID-19** e sostenere le difficoltà derivanti dalla sospensione delle attività delle imprese appartenenti al settore cinematografico e audiovisivo. Nello specifico:

- il **D.M. 216 del 4 maggio 2020** (modificato con D.M. 279 dell'11 giugno 2020), in riferimento alla ***deroga all'obbligo di diffusione al pubblico in sala cinematografica*** per l'ammissione ai benefici della Legge:
- il **D.M. 273 del 5 giugno 2020** tramite il quale si è provveduto ad assegnare al ***Fondo per lo sviluppo degli investimenti nel cinema e nell'audiovisivo* € 100 mln** per gli interventi di cui al Capo V della Legge 220/2016;
- il **D.M. 274 del 5 giugno 2020** tramite il quale sono state assegnate, nel medesimo anno, ulteriori risorse al ***Fondo per lo sviluppo degli investimenti nel cinema e nell'audiovisivo*** pari a € 20 mln per il sostegno delle sale cinematografiche. Si segnala, inoltre, che in data 10 luglio 2020 è stato emesso il D.M. recante "*Ulteriore riparto di quote parte del Fondo emergenze di parte corrente di cui all'art. 89 del decreto-legge n. 18 del 2020 per il sostegno delle sale cinematografiche*" che ha destinato ulteriori 22 milioni di € per il ristoro dei mancati incassi da biglietteria delle sale e per sostenere la programmazione all'aperto nella stagione estiva.

L'AMMONTARE DEL FONDO DI RIPARTO

In termini di risorse, con riferimento al 2019, sono stati:

- stanziati **524.159.450 €;**
- approvati **396.804.926 €** (di competenza del 2019)**;**
- erogati **347.264.296,20 €.**

Nello specifico, sono state **approvate** il **75.7%** delle risorse stanziate a valere sul fondo 2019 (nel 2018 erano il 62,6%), e, di queste, ne sono state **erogate l'87,5%***.

In riferimento al I semestre del 2020, invece, risultano:

- stanziati **481.034.750,5 €;**
- approvati **305.022.398 €** (di competenza del 2020)**;**
- erogati **216.968.329,00 €.**

Al 30 giugno 2020, dunque, risultano **approvate** il **63,4%** delle risorse stanziate a valere sul fondo 2020, di cui il **71,1%** sono già state **erogate.**

LE TEMPISTICHE DI ATTUAZIONE E ATTIVAZIONE DEI PROCEDIMENTI

Al fine di restituire una panoramica sull'efficienza ed efficacia della macchina amministrativa, sono state osservate le tempistiche dell'azione condotta nella gestione dei procedimenti connessi alle linee di intervento di cui alla Legge 220/2016.

Dall'analisi effettuata in riferimento all'anno 2019, è emersa:

- una generale **standardizzazione delle tempistiche e dei procedimenti** rispetto alla annualità precedente;
- un **minor ricorso a proroghe** e una generale **riduzione dei tempi di apertura delle modulistiche** anche grazie alla preventiva pubblicazione dei bandi rispetto alle date di apertura delle modulistiche;
- **un leggero aumento dei tempi di istruttoria**, seppur in alcuni procedimenti i processi valutativi siano stati drasticamente dimezzati.

Per quanto riguarda invece il I semestre del 2020, sebbene siano stati sospesi i termini per i procedimenti amministrativi pendenti, in seguito all'emanazione del Decreto Legge 8 aprile 2020 n. 23, nel quadro della situazione emergenziale sanitaria COVID-19, **non sono stati rilevati significativi ritardi** nell'azione amministrativa.

---

* Si precisa che il dato sull'erogato comprende sia il valore propriamente erogato a valere sui contributi assegnati, sia il valore equivalente all'approvato del tax credit.

1.1. LA NUOVA LEGGE CINEMA E AUDIOVISIVO

Il 1° gennaio 2017 è entrata in vigore **la Legge 14 novembre 2016. n. 220 - Disciplina del Cinema e dell'Audiovisivo**. La Nuova Legge Cinema e Audiovisivo si propone di ottimizzare le forme di sostegno e di valorizzazione dell'industria cinematografica e audiovisiva e di introdurre nuove misure finalizzate a **riformare**, **riorganizzare** e **razionalizzare** il comparto audiovisivo e cinematografico sotto il profilo economico, industriale e occupazionale, artistico, culturale e sociale.

Come recita il testo di Legge, il cinema e l'audiovisivo sono:

> *"attività di rilevante interesse generale, che contribuiscono alla definizione dell'identità nazionale e alla crescita civile, culturale ed economica del Paese, favoriscono la crescita industriale, promuovono il turismo e creano occupazione, anche attraverso lo sviluppo delle professioni del settore"*
>
> *(Art. 1, comma 2, L.220/2016)*

Grazie al nuovo dispositivo di Legge, pertanto, viene riconosciuta all'industria cinematografica e dell'audiovisivo un ruolo strategico nella formazione culturale e sociale, abbandonando l'esclusiva funzione ludica riconosciuta nell'immaginario comune.

La Legge, infatti, nelle modalità con le quali è stata concepita e strutturata, punta a **sostenere e stimolare, con continuità di azione, il progressivo sviluppo qualitativo, quantitativo ed economico** dell'intera filiera cinematografica e audiovisiva, garantendo a una pluralità e varietà di soggetti, afferenti anche al mondo del non profit, il sostegno economico.

Tra le principali misure introdotte dalla Nuova Legge Cinema e Audiovisivo, alcune delle quali preesistenti a essa ma rinnovate e rafforzate, è possibile individuare:

- Introduzione del ***Consiglio Superiore Cinema e Audiovisivo*** - Art. 11;
- Introduzione del ***Fondo per lo sviluppo degli investimenti nel cinema e nell'audiovisivo*** - Art. 13;
- Innalzamento delle aliquote del ***Credito d'imposta*** - Artt. 15-21;
- Introduzione della misura dei ***Contributi automatici*** - Artt. 23-25;
- Introduzione della misura dei ***Contributi selettivi*** - Art. 26;
- ***Misure straordinarie per il potenziamento del circuito delle sale cinematografiche e polifunzionali*** - Art. 28;
- ***Misure straordinarie per la digitalizzazione delle opere cinematografiche e audiovisive*** - Art. 29;
- Iniziative per migliorare il ***livello di formazione e alfabetizzazione dei linguaggi cinematografici nelle scuole*** – Art. 27;
- ***Abolizione della censura*** - Art. 23.

1.2. IL PROCESSO DI ATTUAZIONE DELLA LEGGE

Al fine di rappresentare lo stato di attuazione della Legge n. 220 del 14 novembre 2016 nel 2019, di seguito si fornisce una rappresentazione sintetica, per ciascun capo, sezione e articolo di cui si compone la Legge, dei dispositivi di attuazione attivati per ciascun procedimento nell'anno di riferimento, consentendone il raffronto anche con il biennio precedente.

A questi sono stati aggiunti, in coerenza con quanto realizzato nella *Valutazione di impatto della Legge Cinema e Audiovisivo - Anni 2017-2018,* i dispositivi di attuazione attivati sino alla data del 30 giugno 2020.

Si specifica che, nella tabella sottostante, sono stati evidenziati in *grigio corsivo* i dispositivi di attuazione che nell'annualità di riferimento sono stati adottati formalmente, ma risultano in attesa di autorizzazione della Commissione europea, mentre in **blu grassetto** sono stati evidenziati i decreti emanati in relazione all'emergenza sanitaria COVID-19.

Si rimanda, infine, al paragrafo 1.3. per la trattazione circa le risorse disponibili per ciascuna linea di finanziamento e le tempistiche e modalità di accesso ai contributi.

Tabella 1.1: Stato di attuazione della Legge 220/2016 nel 2017, 2018, 2019 e 2020.

LA LEGGE N. 220/2016 - DISCIPLINA DEL CINEMA E DELL'AUDIOVISIVO - LO STATO DI ATTUAZIONE						
CAPO	PROCEDIMENTO	ART.	RIF. NORMATIVO ATTUAZIONE			
			2017	2018	2019	30/06/2020
(I) DISPOSIZIONI GENERALI	DESTINAZIONE DI UN'OPERA AUDIOVISIVA	Art. 2	D.M. 303 -14/07/2017	D.M. 531 - 29/11/2018	-	-
	CRITERI PER LA PROGRAMMAZIONE QUALIFICATA DELLE SALE D'ESSAI	Art. 2	D.M. 304 - 14/07/2017	-	-	D.M. 138 del 30/03/2020
	INDIRIZZI E PARAMETRI PER LA GESTIONE DEI FONDI DA PARTE DELLE FILM COMMISSION	Art. 4	-	D.M. 25/01/2018	-	-
	NAZIONALITÀ ITALIANA DELLE OPERE	Artt. 5-6	D.P.C.M. 11/07/2017	-	-	-
	DEPOSITO OPERE PRESSO LA CINETECA NAZIONALE E COSTITUZIONE DELLA RETE DELLE CINETECHE	Art. 7	D.M. 344 - 31/07/2017	-	-	-
(II) ORGANIZZAZIONE	NOMINA DEL CONSIGLIO SUPERIORE DEL CINEMA E DELL'AUDIOVISIVO	Art. 11	D.M. 109 - 06/03/2017	-	-	D.M. 284 - 17/06/2020
	FUNZIONAMENTO DEL CONSIGLIO SUPERIORE DEL CINEMA E DELL'AUDIOVISIVO E REGIME DI INCOMPATIBILITÀ DEI COMPONENTI	Art. 11	D.M. 2 - 02/01/2017	-	-	-
	DEFINIZIONE DEI CRITERI DI RIPARTO E DELLE MODALITÀ DI FUNZIONAMENTO DEL FONDO PER LO SVILUPPO DEGLI INVESTIMENTI NEL CINEMA E NELL'AUDIOVISIVO	Art. 13	Anno 2017: D.M. 302 - 13/07/2017, D.M. 362 - 04/08/2017	Anno 2018: D.M. 148 - 15/03/2018, D.M. 149 - 15/03/2018	Anno 2018: D.M. 66 - 15/02/2019 Anno 2019: D.M. 149 - 14/03/ 2019, D.M. 179 - 02/04/ 2019, D.M. 199 - 24/04/2019, D.M. 355 - 06/08/2019, D.M. 520 - 07/11/2019 D.L. 59/2019 (L. 81/2019: art. 3, co. 4)	Anno 2019: D.M. 75 - 7/02/2020, D.M. 30/03/2020 Anno 2020: DM 187 – 22/04/2020 **D.M. 273 – 05/06/2020** **D.M. 274 – 05/06/2020**

SEZIONE	PROCEDIMENTO	ART.	SESSIONI PREVISTE	RIF. NORMATIVO ATTUAZIONE			
				2017	2018	2019	30/06/2020
(I) FINALITA' E STRUMENTI	INDIVIDUAZIONE DEI CASI DI ESCLUSIONE DELLE OPERE CINEMATOGRAFICHE E AUDIOVISIVE DAI BENEFICI PREVISTI DALLA LEGGE	Art. 14	-	D.M. 303 - 14/07/2017	-	D.M. 16 - 22/01/2020 **D.M. 216 - 4/05/2020 (modificato con D.M. 279 - 11/06/2020)**	
(II) INCENTIVI FISCALI (CREDITO DI IMPOSTA - TAX CREDIT)	IMPRESE DI PRODUZIONE	Art.15	3		D.M. 157 - 15/03/2018		*D.I. 360 4 agosto 2017 (in corso di perfezionamento e subordinato all'autorizzazione della Commissione europea)*
	DISTRIBUZIONE	Art. 16	3		D.M. 158 - 15/03/2018	D.D. 1583 - 27/06/2019	*D.I. 359 4 agosto 2017 (in corso di perfezionamento e subordinato all'autorizzazione della Commissione europea))*
	ESERCIZIO CINEMATOGRAFICO E INDUSTRIE TECNICHE E DI POST-PRODUZIONE	Art. 17	3				
	INVESTIMENTI ESTERI	Art. 19	3				
	IMPRESE NON APPARTENENTI AL SETTORE CINEMATOGRAFICO E AUDIOVISIVO	Art. 20	3				
	POTENZIAMENTO DELL'OFFERTA CINEMATOGRAFICA	Art. 18	A cadenza mensile (a partire dal mese di luglio 2018). È stata prevista una misura per il recupero dei finanziamenti spettanti per i mesi precedenti del 2018				
(III) CONTRIBUTI AUTOMATICI	CONTRIBUTI AUTOMATICI PER LO SVILUPPO, LA PRODUZIONE E LA DISTRIBUZIONE DELLE OPERE CINEMATOGRAFICHE E AUDIOVISIVE	Artt. 23-24 – 25	1	D.M. 342 - 31/07/2017	D.M. 148 del 15 marzo 2018)	D.D. 3946 - 13/12/2019	**D.D. 1210 – 06/05/2020 e ss.mm.ii.**
(IV) CONTRIBUTI SELETTIVI	SCRITTURA DI SCENEGGIATURE DI OPERE AUDIOVISIVE	Art. 26	3 (bandi)	D.M. 343 - 31/07/2017	D.M. 148 - del 15/03/2018)	D.M. 9 - 15/01/2019, D.M. 149 - 14/03/2019, D.M. 150 - 14/03/2019, D.M. 523 – 12/11/2019, D.M. 584 – 16/12/2019	-
	SVILUPPO E PRE-PRODUZIONE DI OPERE AUDIOVISIVE						
	PRODUZIONE DI OPERE AUDIOVISIVE						
	DISTRIBUZIONE NAZIONALE						
	DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE DI OPERE AUDIOVISIVE						
	RAFFORZAMENTO DELLE IMPRESE OPERANTI NEL SETTORE DELL'ESERCIZIO CINEMATOGRAFICO (START-UP E MICROIMPRESE)						

SEZIONE	PROCEDIMENTO	ART.	SESSIONI PREVISTE	RIF. NORMATIVO ATTUAZIONE			
				2017	2018	2019	30/06/2020
(V) CONTRIBUTI ALLE ATTIVITÀ E ALLE INIZIATIVE DI PROMOZIONE CINEMATOGRAFICA E AUDIOVISIVA	SVILUPPO DELLA CULTURA CINEMATOGRAFICA E AUDIOVISIVA E PER LA PROMOZIONE INTERNAZIONALE	Art. 27	1 (bandi)	D.M. 341 – 31/07/2017	D.M. 148 - 15/03/2018) L. 145 - 30/12/2018, Art.1, Comma 818	D.M. 149 - 14/03/2019, D.M. 179 - 2/04/2019 D.L. 59/2019 (L. 81/2019: art. 3, co. 4)	-
	FESTIVAL, RASSEGNE E PREMI						
	CONSERVAZIONE, RESTAURO E FRUIZIONE DEL PATRIMONIO CINEMATOGRAFICO E AUDIOVISIVO						
	PROGRAMMAZIONE FILM D'ESSAI						
	DIFFUSIONE DELLA CULTURA CINEMATOGRAFICA SVOLTA DA CIRCOLI, ASSOCIAZIONI NAZIONALI DI CULTURA CINEMATOGRAFICA E SALE DELLA COMUNITÀ						
	ENTI ART.27 COMMA 3						
	CINEMA PER LA SCUOLA		-	-	Protocollo d'intesa MiBACT-Miur/ DD-MIBACT N.367, 648, 649 e Bandi Cinema per la scuola "I progetti delle e per le scuole", "Piano di Comunicazione e Piattaforma Web", "Buone Pratiche, Rassegne e Festival"	Protocollo d'intesa MiBACT-Miur/ DD-MIBACT N.1215, 1216 e Bandi Cinema per la scuola "I progetti delle e per le scuole "e "Buone pratiche, rassegne e festival ".	~~Protocollo d'intesa MiBACT-Miur~~
(IV) INTERVENTI STRAORDINARI E ALTRE MISURE PER IL RILANCIO DEL SETTORE	PIANO STRAORDINARIO PER IL POTENZIAMENTO DEL CIRCUITO DELLE SALE CINEMATOGRAFICHE E POLIFUNZIONALI	Art. 28	-	D.P.C.M. 4/08/2017	D.P.C.M. - 5/03/2018	-	**D.M. 274 – 05/06/2020**
	PIANO STRAORDINARIO PER LA DIGITALIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CINEMATOGRAFICO E AUDIOVISIVO	Art. 29	-	D.P.C.M. 24/10/2017	-	-	-
	SEZIONE SPECIALE PER L'AUDIOVISIVO DEL FONDO DI GARANZIA PER LE PICCOLE E MEDIE IMPRESE	Art. 30	-	D.I. 23/03/2018: Modalità di gestione del Fondo D.P.C.M. maggio 2017	-	-	-
	MISURE DIRETTE A FAVORIRE UNA MIGLIORE DISTRIBUZIONE DELLE OPERE	Art. 31 c.4	-	Non è stato previsto un decreto di attuazione, ma viene pubblicata una relazione annuale che include il capitolo sulla distribuzione nelle sale cinematografiche da parte di AGCM, presentata il 31 marzo 2018 e 31 marzo 2019. Al 30/06/2020 non è stata ancora presentata la relazione per l'annualità di riferimento.			

CAPO	PROCEDIMENTO	ART.	RIF. NORMATIVO ATTUAZIONE			
			2017	2018	2019	30/06/2020
(IV) RIFORMA E RAZIONALIZZAZIONE DELLA NORMATIVA VIGENTE	ISTITUZIONE DEL REGISTRO DELLE OPERE CINEMATOGRAFICHE E AUDIOVISIVE	Art. 32	-	D.P.C.M. 08/01/2018	-	-
	DELEGA AL GOVERNO PER LA RIFORMA DELLE DISPOSIZIONI LEGISLATIVE IN MATERIA DI TUTELA DEI MINORI NEL SETTORE CINEMATOGRAFICO E AUDIOVISIVO	Art. 33	D.L. 203 – 07/12/2017	-	D.L. 59 – 28/06/2019	-
	DELEGA AL GOVERNO PER LA RIFORMA DELLA PROMOZIONE DELLE OPERE EUROPEE E ITALIANE DA PARTE DEI FORNITORI DI SERVIZI DI MEDIA AUDIOVISIVI	Art. 34	D.L. 204 – 07/12/2017	-	D.L. 59 – 28/06/2019	-
	DELEGA AL GOVERNO PER LA RIFORMA DELLE NORME IN MATERIA DI RAPPORTI DI LAVORO NEL SETTORE CINEMATOGRAFICO E AUDIOVISIVO	Art. 35	-	-	-	-

Fonte: nostra elaborazione

1.2.1. Il processo di attuazione della Legge realizzato nel corso del 2019

Tra le grandi novità del 2019 che hanno un impatto anche sulla governance della Direzione Generale c'è la riforma del MiBACT che, in particolare, ha modificato la denominazione della Direzione Generale Cinema (DGC) in Direzione Generale Cinema e Audiovisivo (DGCA) aggiungendo un terzo servizio. I due provvedimenti di riferimento sono:

- **D.L. 104 del 21 settembre 2019**, recante ***Disposizioni urgenti per il trasferimento di funzioni e per la riorganizzazione dei Ministeri per i beni e le attività culturali, delle politiche agricole alimentari, forestali e del turismo, dello sviluppo economico, degli affari esteri e della cooperazione internazionale, delle infrastrutture e dei trasporti e dell'ambiente e della tutela del territorio e del mare, nonché per la rimodulazione degli stanziamenti per la revisione dei ruoli e delle carriere e per i compensi per lavoro straordinario delle Forze di polizia e delle Forze armate e per la continuità delle funzioni dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni***;
- **D.P.C.M. 169 del 2 dicembre 2019**, recante ***Regolamento di organizzazione del Ministero per i beni e le attività culturali e per il turismo, degli uffici di diretta collaborazione del Ministro e dell'Organismo indipendente di valutazione della performance***, pubblicato in GU n.16 del 21 gennaio 2020.

In merito alla Legge, invece, come si evince dalla tabella precedente, non si è assistito all'adozione di particolari atti e/o decreti attuativi in quanto, al 31 dicembre del 2018, la quasi totalità dei procedimenti di finanziamento e contribuzione previsti dalla Legge avevano già trovato applicazione. L'Amministrazione nel corso del 2019 ha concentrato la propria attività su interventi di carattere modificativo delle disposizioni già vigenti.

Tra le modifiche introdotte, si segnalano quelle relative ai:

- ***Criteri di riparto e delle modalità di funzionamento del fondo per lo sviluppo degli investimenti nel cinema e nell'audiovisivo*** (Art. 13) dal **D.L. 59/2019** (L. 81/2019: art. 3, co. 4) in riferimento alla rideterminazione della quota del Fondo da destinare ai contributi selettivi e a quelli per la promozione, fissandola fra il 10% e il 15% (a fronte di 15% - 18% precedentemente previsto);
- ***Contributi alle attività e alle iniziative di promozione cinematografica e audiovisiva*** (Art. 27) dal **D.L. 59/2019** (L. 81/2019: art. 3, co. 4) in riferimento all'attribuzione dei contributi per il finanziamento di attività e iniziative di promozione cinematografica sulla base della valutazione dei medesimi esperti che si occupano dei contributi selettivi, in relazione alla qualità artistica, al valore culturale e all'impatto economico del progetto proposto.

Tra le modifiche ai decreti attuativi, si segnalano invece quelle apportate al:

- **D.M. 158 del 15/03/2018** recante ***Disposizioni applicative in materia di credito di imposta per le imprese di produzione cinematografica ed audiovisiva, di cui all'articolo 15, della legge 14 novembre 2016, n. 220*** dal **D.D. 1583 del 27 giugno 2019**, che consente al beneficiario del credito d'imposta (ad eccezione del beneficio fiscale previsto per le imprese esterne al settore cinematografico e audiovisivo) di cedere il contributo ottenuto a intermediari bancari, ivi incluso l'Istituto per il credito sportivo, finanziari e assicurativi sottoposti a vigilanza previdenziale, tramite richiesta alla DGCA dell'attestazione in merito al riconoscimento e all'effettività del diritto al credito maturato;
- **D.D. 2000 del 06/08/2019** sostituito dal **D.D. 3946 del 13/12/2019** a sua volta modificato dal **D.D. 1210** del **06/05/2020** che definisce le modalità di reinvestimento dei contributi automatici di cui all'Artt. 23, 24 e 25 della Legge 220/2016;
- **D.M. 343 del 31/07/2017** recante ***Disposizioni applicative in materia di contributi selettivi di cui all'art. 26 della legge 220/2016*** dal:
  - **D.M. 9 del 15 gennaio 2019** grazie al quale è stato possibile:
    - adeguare le disposizioni alla nuova definizione di produttore indipendente; viene definito produttore indipendente <<*l'operatore della comunicazione europeo che svolge attività di produzioni audiovisive e (…) non è controllato da o collegato a fornitori di servizi media audiovisivi soggetti alla giurisdizione italiana*>>. Nella definizione rientrano, inoltre, gli operatori che non destinano, per un periodo di tre anni, più

del 90% della propria produzione ad un solo fornitore di servizi media audiovisivi. In alternativa, si fa riferimento agli operatori titolari di diritti secondari (Art.1);

- definire i limiti d'intensità d'aiuto in coerenza con la normativa europea; all'Art. 5-bis viene stabilito che i limiti ai contributi selettivi e alle altre misure di sostegno pubblico non possono superare il 50% dei costi ammissibili dell'opera audiovisiva. Sono previsti casi in cui il limite viene elevato al 100% del costo complessivo, ovvero, nei casi in cui alle opere in co-produzione partecipano Paesi dell'elenco del Comitato per l'Assistenza allo Sviluppo (DAC) dell'OCSE e nel caso in cui si faccia riferimento alle <<*opere difficili*>>;
- affinare la disciplina relativa alla concessione dei contributi destinati alla distribuzione internazionale di opere cinematografiche e televisive sostituendo l'Art.10 del D.M 343 del 31 luglio 2017. Il decreto stabilisce che sia l'Istituto Luce – Cinecittà Srl ad assegnare i contributi di cui all'Art.10 e, sentite le associazioni di categoria e l'Istituto per il Commercio Estero (ICE), ad emanare i bandi che, su approvazione del Direttore Generale, avranno lo scopo di favorire la distribuzione internazionale in sala di film italiani, la partecipazione degli stessi ai principali mercati internazionali e l'internazionalizzazione delle imprese di produzione italiane. I bandi, infine, stabiliscono la ripartizione del fondo per la distribuzione internazionale per le varie tipologie di opere e interventi, requisiti e modalità per richiedere il contributo e modalità di assegnazione dello stesso;

- **D.M. 150 del 14 marzo 2019** tramite il quale, sostituendo l'Art.9 del precedente decreto, è stata incentivata l'attività di distribuzione cinematografica con particolare riferimento a quella che ha luogo nel periodo estivo;

- **D.L 203 del 7 dicembre 2017** recante ***Riforma delle diposizioni legislative in materia di tutela dei minori nel settore cinematografico e audiovisivo, a norma dell'articolo 33 della legge 14 novembre 2016, n. 220,*** nell'ambito della riforma delle disposizioni legislative in materia di tutela dei minori nel settore cinematografico e audiovisivo (Art.33), dal **D.L. 28 giugno 2019, n. 59** (convertito con modificazioni dalla Legge 8 agosto 2019, n. 81) che ha ridisciplinato la composizione della Commissione per la classificazione delle opere cinematografiche;
- **D.L 204 del 7 dicembre 2017** recante ***Riforma delle disposizioni legislative in materia di promozione delle opere europee e italiane da parte dei fornitori di servizi di media audiovisivi, a norma dell'articolo 34 della legge 14 novembre 2016, n. 220,*** nell'ambito della riforma delle disposizioni legislative in materia di promozione delle opere europee e italiane da parte dei fornitori di servizi di media audiovisivi [2] (Art. 34), dal **D.L. 59 – 28/06/2019** che intervenendo sull'art. 3 ha modificato gli obblighi di programmazione e investimento delle opere europee e italiane;

Si conferma, invece, nuovamente il sostegno, di concerto con il *Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca,* per il <<*potenziamento delle competenze nel cinema, nelle tecniche e nei media di produzione e di diffusione delle immagini e dei suoni, nonché l'alfabetizzazione all'arte, alle tecniche e ai media di produzione e diffusione delle immagini, ai sensi dell'articolo 1, comma 7, lettere c) e f) , della legge 13 luglio 2015, n. 107*>> (Art. 27, comma 1), lettera i)) per il quale è stato siglato, anche nel 2019, un protocollo d'intesa ("*Piano Nazionale Cinema per la Scuola*") tra il MIUR e il MiBACT, che ha portato alla pubblicazione dei due **Bandi Cinema per la Scuola** "***I progetti delle e per le scuole***" e "***Buone pratiche, rassegne e festival***" (D.D. MiBACT N. 1215 e 1216), nonché la prosecuzione del "*Piano di Comunicazione nazionale*" e la nuova edizione della "*Giornata Nazionale Cinema per la Scuola*".

Infine, come nel 2018, anche per l'annualità di riferimento si registra la mancata:

- entrata in vigore dei **D.I. 359 e 360 del 4 agosto 2017** che disciplinano il ***Credito d'imposta per le industrie tecniche e di post-produzione*** (Art. 17, comma 2) e ***il Credito d'imposta per le imprese di produzione di videogiochi*** (Art. 15). Entrambi risultano in corso di perfezionamento e saranno subordinati all'Autorizzazione della Commissione Europea;
- emanazione dei dispositivi necessari all'istituzione e attivazione del ***Registro delle opere cinematografiche e audiovisive*** *(*Art. 32*)*: il Registro è istituito presso la Direzione Generale Cinema

[2] Il D.L. 59/2019 (L. 81/2019: art. 3, co. 1 e 2) è intervenuto sulla disciplina per la promozione delle opere europee ed italiane, in particolare modificando gli obblighi di programmazione e di investimento da parte dei fornitori di servizi di media audiovisivi lineari e non lineari e prorogando l'applicazione della nuova disciplina (dal 1° luglio 2019) al 1° gennaio 2020.

e Audiovisivo e il D.P.C.M. dell'8 gennaio 2018 recante le disposizioni per la disciplina delle modalità di trasferimento dei dati, delle informazioni e della documentazione del Registro pubblico speciale di cui alla Legge 22 aprile 1941 n. 633 nel Pubblico registro delle opere cinematografiche e audiovisive. Tuttavia, l'operatività ed il concreto avvio del Registro necessitano di un ulteriore passaggio normativo, in accordo con la SIAE che dal 1938 ha curato la tenuta del Pubblico Registro Cinematografico-P.R.C., soppresso dalla Legge Cinema e Audiovisivo. Pertanto, si prevede l'emanazione di ulteriori provvedimenti nei mesi a seguire;

- emanazione dei decreti attuativi della ***Sezione speciale del Fondo di garanzia per le PMI del settore cinematografico e audiovisivo*** (Art. 30). La Sezione è stata istituita con il Decreto interministeriale MISE - MIBACT del 23 marzo 2018. Nello specifico, la Legge n.220 del 2016 ha stabilito che i crediti d'imposta già esistenti continuassero ad essere disciplinati dalla precedente normativa fino all'emanazione delle nuove misure, al fine di garantire continuità agli operatori. È stata, pertanto, prevista agli articoli 25 e 35 una disciplina transitoria al fine di regolamentare i casi di coloro che hanno presentato domanda di tax credit nel corso del 2017;
- emanazione dei regolamenti attuativi riferiti al **D.L. 204 del 7 dicembre 2017**, recante ***Riforma delle disposizioni legislative in materia di promozione delle opere europee e italiane da parte dei fornitori di servizi di media audiovisivi*** (Art.34), che ha profondamente ridisegnato la cornice normativa di riferimento. In particolare, nel confermare la competenza regolamentare in capo all'Autorità per le garanzie delle comunicazioni, al Ministero dello Sviluppo Economico e al Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo di definire, entro i termini stabiliti dal Decreto, la disciplina di dettaglio;
- riforma delle disposizioni legislative in materia di ***lavoro nel settore cinematografico e audiovisivo*** (Art. 35).

1.2.2. Il processo di attuazione della Legge realizzato nel corso del 2020

Per quanto riguarda il primo semestre del 2020, i più importanti interventi sono stati adottati per far fronte all'**emergenza sanitaria Coronavirus** (COVID-19) e sostenere le difficoltà derivanti dalla sospensione delle attività delle imprese appartenenti al settore cinematografico e audiovisivo.

Tuttavia, in riferimento alle misure previste dalla Legge 220/2016, si segnalano le modifiche apportate ai seguenti decreti attuativi:

- **D.M. 109 del 06/03/2017** recante ***Nomina del Consiglio Superiore dello Spettacolo*** dal **D.M. 284 17/06/2020** che ha nominato i nuovi membri del Consiglio Superiore del Cinema e dell'Audiovisivo***;***
- **D.M. 303 del 14/07/2017** recante ***Individuazione dei casi di esclusione delle opere audiovisive dai benefici previsti dalla legge 14 novembre 2016, n.220, nonché dai parametri e requisiti per definire la destinazione cinematografica delle opere audiovisive*** dal **D.M. 16 - 22/01/2020** che, sopprimendo l'Art.5 del precedente decreto, ha incluso i video musicali tra le opere oggetto dei benefici della Legge;
- **D.M. 304 del 14 luglio 2017** recante ***Disposizioni applicative in materia di programmazione di film d'essai ai sensi dell'articolo 2, comma 1, lettere c) e m), della Legge 14 novembre 2016, n.220*** dal **D.M. 138 del 30 marzo 2020,** al fine di:
  - esplicitare in forma puntuale il film d'essai: *«film di ricerca e sperimentazione riconoscibili»* (Art. 2, comma 4);
  - ampliare l'ambito di attribuzione della qualifica sala d'essai: <<*Si considera sala d'essai la sala che realizza una programmazione cinematografica maggioritaria di film d'essai. Ai fini dell'attribuzione della qualifica di sala d'essai e dell'ammissibilità al contributo annuo per la programmazione, la percentuale minima annua di proiezioni cinematografiche di film d'essai - determinata sulla base del numero di abitanti del Comune nel quale è ubicata la sala e del numero degli schermi in essa attivi - è fissata con bando annuale a firma del Direttore Generale Cinema e Audiovisivo. Le sale d'essai devono comunque aver svolto, nell'anno precedente, una programmazione di film d'essai per almeno il 60% delle proiezioni cinematografiche effettuate su base annuale. Tale quota è ridotta al 51% per le sale che hanno uno o due schermi cinematografici e al 55% per le sale con tre o*

più schermi che operano in comuni fino a 100.000 abitanti. Almeno il 35% di tali quote deve essere costituito da proiezioni di film d'essai di nazionalità italiana ed europea.>> (Art.3).

In relazione all'emergenza sanitaria, invece, il 5 maggio 2020 la **VII Commissione della Camera dei Deputati** ha approvato, all'unanimità, la **Risoluzione 8-00073,** al cui interno il Governo si impegna ad:

*<<adottare le iniziative necessarie per assicurare la tempestiva erogazione delle risorse previste dalla legge sul cinema e l'audiovisivo di cui alla legge 14 novembre 2016, n. 220; valutare la possibilità di prevedere misure di garanzia e di sostegno in favore delle imprese del settore cinematografico, anche attraverso la cessione a intermediari finanziari, dei crediti di imposta già maturati da produttori, distributori ed esercenti; ad adottare iniziative volte a tenere conto delle difficoltà operative conseguenti all'emergenza sanitaria in sede di definizione dei requisiti richiesti per l'accesso ai benefici di cui agli articoli 17 e 26 della legge 14 novembre 2016, n. 220>>. (*VII Commissione Permanente - Cultura, scienza e istruzione)

Coerentemente con quanto approvato in sede di Commissione, successivamente, alla data del 30 giugno 2020, sono stati approvati i seguenti decreti:

- **D.M. 216 del 4 maggio 2020** (modificato con **D.M. 279 dell'11 giugno 2020**) recante ***Deroga all'obbligo di diffusione al pubblico in sala cinematografica per l'ammissione ai benefici della Legge 14 novembre 2016, n. 220***: considerata l'impossibilità di rispettare il requisito previsto all'articolo 2, comma 1, lettera b) del D.M. 14 luglio 2017 a causa della chiusura delle sale cinematografiche determinata dall'emergenza COVID-19, intervenendo sull'Art.14 della Legge, il decreto ha stabilito che: *<<al solo fine dell'ammissione dell'opera audiovisiva ai benefici che la legge n. 220 del 2016 riconosce alle opere cinematografiche, per il periodo compreso tra il 23 febbraio 2020 e la data del provvedimento che pone fine alla chiusura al pubblico delle sale cinematografiche, i requisiti stabiliti dall'articolo 2, comma 1, lettera b), del decreto ministeriale 14 luglio 2017 citato in premessa, sono soddisfatti dalla diffusione al pubblico dell'opera attraverso un fornitore di servizi di media audiovisivi, sia lineari di ambito nazionale sia non lineari, ovvero attraverso editori home entertainment>>*;
- **D.M. 273 del 5 giugno 2020**, tramite il quale si è provveduto ad assegnare al ***Fondo per lo sviluppo degli investimenti nel cinema e nell'audiovisivo* € 100 mln** provenienti dal Fondo di conto capitale, destinati, per il 2020, agli interventi di cui al Capo V della Legge 220/2016 (incentivi fiscali, contributi automatici, contributi selettivi, contributi alle attività e alle iniziative di promozione cinematografica e audiovisiva). Si segnala, inoltre, che in data 10 luglio 2020 è stato emesso il D.M. recante ***Ulteriore riparto di quote parte del Fondo emergenze di parte corrente di cui all'art. 89 del decreto-legge n. 18 del 2020 per il sostegno delle sale cinematografiche*** che ha destinato ulteriori 22 milioni di euro per il ristoro dei mancati incassi da biglietteria delle sale, e per sostenere la programmazione all'aperto nella stagione estiva. Nello specifico, con tale decreto è stato previsto che le risorse, di cui al D.M. 273 del 5 giugno 2020, destinate al sostegno delle sale cinematografiche fossero incrementate di € 20 milioni per l'anno 2020, mentre ulteriori € 2 milioni fossero destinate al sostegno della programmazione delle sale cinematografiche all'aperto svolta nel periodo tra il 15 giugno 2020 e il 30 settembre 2020;
- **D.M. 274 del 5 giugno 2020** recante ***Riparto di quota del Fondo emergenze di parte corrente di cui all'art. 89 del decreto-legge n.18 del 2020 a sostegno delle sale cinematografiche***, tramite il quale sono state assegnate, nel medesimo anno, ulteriori risorse al ***Fondo per lo sviluppo degli investimenti nel cinema e nell'audiovisivo*** pari a **€ 20 mln**, a valere sul Fondo di parte corrente, per il sostegno delle sale cinematografiche. Nello specifico, il decreto ha stabilito che a ogni sala richiedente vengano assegnati, nei limiti della spesa autorizzata, € 10.000. Le risorse rimanenti, comunque nei limiti della spesa autorizzata, sono ripartite tra le medesime sale in misura proporzionale ai minori corrispettivi derivanti dalla vendita di biglietti nel periodo 1° marzo 2020 – 31 maggio 2020 rispetto al periodo 1° marzo 2019 – 31 maggio 2019. Nel caso in cui la sala cinematografica non abbia avuto incassi da vendita di biglietti nel periodo 1° marzo 2019 - 31 maggio 2019, il parametro di riferimento è costituito, invece, dalla media dei minori corrispettivi conseguita dalle sale cinematografiche aventi pari numero di schermi.

1.3. LO STATO DELL'ARTE DELLA LEGGE: RISORSE E TEMPISTICHE

1.3.1. Ammontare del fondo di riparto

L'Art. 13, della Legge 220/2016 e, in particolare, il comma 3, istituisce, a decorrere dall'anno 2017, il *Fondo per lo sviluppo degli investimenti nel cinema e nell'audiovisivo* (o *Fondo per il cinema e l'audiovisivo)*. Con Decreto del Ministro, sentito il Consiglio Superiore, ogni anno si provvede al riparto delle risorse del Fondo fra le tipologie di contributi previsti dalla Legge.

La tabella che segue è stata fornita dalla Direzione Generale Cinema e Audiovisivo e rappresenta l'ammontare delle risorse stanziate a valere sul fondo per il 2017, 2018 e 2019 e le risorse approvate ed erogate nello stesso triennio, ai sensi della Legge n. 220 del 2016.

A queste sono state aggiunte, in coerenza con quanto realizzato nella *Valutazione di impatto della Legge Cinema e Audiovisivo - Anni 2017-2018*, le risorse stanziate, approvate ed erogate sino alla data del 30 giugno 2020, a valere sul Fondo 2020.

Si precisa, infine, che i Decreti Ministeriali di riparto delle risorse a valere sul Fondo del 2019 sono stati i seguenti:

- *D.M. 149 del 14 marzo 2019;*
- *D.M. 179 del 2 aprile 2019;*
- *D.M. 199 del 24 aprile 2019;*
- *D.M. 355 del 6 agosto 2019;*
- *D.M. 520 del 7 novembre 2019;*
- *D.M. del 7 febbraio 2020* (modificato con *D.M. 133 del 30 Marzo 2020*).

Come già esplicitato, si precisa che il dato sull'erogato comprende sia il valore propriamente erogato a valere sui contributi assegnati, sia il valore equivalente all'approvato del tax credit.

Il dato riferito all'approvato, invece, si riferisce alle risorse approvate di competenza dell'anno di riferimento.

Tabella 1.2: Riparto e grado di utilizzo delle risorse a valere sul Fondo per il 2017, 2018, 2019 e al 30/06/2020.

ART.	PROCEDIMENTO	2017			2018			2019			30/06/2020		
		STANZIATO	APPROVATO	EROGATO	STANZIATO	APPROVATO	EROGATO	STANZIATO	APPROVATO	EROGATO	STANZIATO	APPROVATO	EROGATO
15	PRODUZIONE CINEMA E TV	0,00 €	0,00 €	0,00 €	76.702.500,00 €	37.152.019,00 €	37.152.019,00 €	221.000.000,00 €	205.245.641,00 €	205.245.641,00 €	180.503.708 €	174.168.329 €	174.168.329 €
16	DISTRIBUZIONE	0,00 €	0,00 €	0,00 €	6.416.667,00 €	1.490.773,00 €	1.490.773,00 €	9.000.000,00 €	9.295.714,00 €	9.295.714,00 €	11.000.000 €	6.043.566 €	0 €
17	SALE - INVESTIMENTI	0,00 €	0,00 €	0,00 €	18.958.333,00 €	1.684.864,00 €	1.684.864,00 €	20.000.000,00 €	13.523.766,00 €	13.523.766,00 €	18.000.000 €	13.965.661 €	0 €
	INDUSTRIE TECNICHE	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	5.000.000 €	0 €	0 €
18	SALE - PROGRAMMAZIONE	0,00 €	0,00 €	0,00 €	15.166.667,00 €	276.187,00 €	276.187,00 €	28.000.000,00 €	23.498.205,00 €	23.498.205,00 €	37.000.000 €	36.905.421 €	0 €
19	PRODUZIONI ESECUTIVE STRANIERE	0,00 €	0,00 €	0,00 €	29.656.667,00 €	18.764.051,00 €	18.764.051,00 €	48.300.000,00 €	40.601.190,00 €	40.601.190,00 €	50.000.000 €	21.757.421 €	0 €
20	INVESTITORI ESTERNI	0,00 €	0,00 €	0,00 €	5.833.333,00 €	0,00 €	0,00 €	8.000.000,00 €	1.857.313,00 €	1.857.313,00 €	12.000.000 €	182.000 €	0 €
15	VIDEOGIOCO	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	3.000.000 €	0 €	0 €
TOTALE TAX CREDIT[3]		0,00 €	0,00 €	0,00 €	152.734.167,00 €	59.367.894,00 €	59.367.894,00 €	334.300.000,00 €	294.021.829,00 €	294.021.829,00 €	316.503.708,00 €	253.022.398,00 €	174.168.329,00 €
23 - 25	AUTOMATICI	0,00 €	0,00 €	50.000.000,00 €	50.000.000,00 €	44.152.292,84 €	0,00 €	39.170.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0 €	0 €	0 €
TOTALE AUTOMATICI		0,00 €	0,00 €	50.000.000,00 €	50.000.000,00 €	44.152.292,84 €	0,00 €	39.170.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
26	SCRITTURA	960.000,00 €	690.000,00 €	590.000,00 €	960.000,00 €	740.000,00 €	400.000,00 €	960.000,00 €	0,00 €	0,00 €	1.000.000 €	0 €	0 €
	SVILUPPO	2.560.000,00 €	1.825.000,00 €	741.317,00 €	2.560.000,00 €	2.434.465,00 €	286.394,00 €	2.560.000,00 €	789.000,00 €	0,00 €	2.700.000 €	0 €	0 €
	PRODUZIONE	23.680.000,00 €	23.082.127,00 €	13.414.866,80 €	24.500.000,00 €	23.758.000,00 €	7.322.000,00 €	24.500.000,00 €	15.029.000,00 €	0,00 €	24.600.000 €	0 €	0 €
	DISTRIBUZIONE NAZIONALE	2.880.000,00 €	255.000,00 €	0,00 €	2.880.000,00 €	375.000,00 €	0,00 €	4.500.000,00 €	3.593.500,00 €	0,00 €	4.500.000 €	0 €	0 €
	DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE	960.000,00 €	232.400,00 €	30.864,00 €	4.200.000,00 €	2.970.105,00 €	2.073.062,00 €	1.000.000,00 €	0,00 €	0,00 €	1.500.000 €	0 €	0 €
	ESERCIZIO	960.000,00 €	0,00 €	0,00 €	600.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0 €	0 €	0 €
TOTALE SELETTIVI		32.000.000,00 €	26.084.527,00 €	14.777.047,80 €	35.700.000,00 €	30.277.570,00 €	10.081.456,00 €	33.520.000,00 €	19.411.500,00 €	0,00 €	34.300.000,00 €	0,00 €	0,00 €

[3] Si precisa che per il tax credit gli importi riferiti all'anno 2017 sono pari a 0 in quanto sono stati considerati esclusivamente i fondi riferiti alla Legge n.220/2016. Inoltre i valori riportati nella tabella si riferiscono alle approvazioni al 31.12 di ogni anno come riportati nel bilancio di chiusura, ad eccezione degli investitori esterni, calcolati secondo la competenza delle domande definitive.

ART.	PROCEDIMENTO	2017			2018			2019			30/06/2020		
		STANZIATO	APPROVATO	EROGATO	STANZIATO	APPROVATO	EROGATO	STANZIATO	APPROVATO	EROGATO	STANZIATO	APPROVATO	EROGATO
27	SVILUPPO DELLA CULTURA CINEMATOGRAIFCA E AUDIOVISIVA	1.100.000,00 €	1.100.000,00 €	992.659,50 €	1.700.000,00 €	1.385.000,00 €	1.320.372,00 €	1.700.000,00 €	1.569.000,00 €	921.800,00 €	1.700.000 €	0 €	0 €
	FESTIVAL, RASSEGNE, PREMI	4.450.000,00 €	4.272.000,00 €	4.008.590,00 €	4.900.000,00 €	4.475.000,00 €	4.104.921,00 €	4.900.000,00 €	4.763.000,00 €	3.369.940,00 €	4.900.000 €	0 €	0 €
	CINETECHE	1.000.000,00 €	940.000,00 €	857.723,00 €	1.000.000,00 €	951.000,00 €	942.000,00 €	1.000.000,00 €	425.000,00 €	196.000,00 €	1.500.000 €	0 €	0 €
	DIFFUSIONE CULTURA CINEMATOGRAFICA	1.200.000,00 €	776.900,00 €	690.431,55 €	1.200.000,00 €	773.500,00 €	700.162,00 €	800.000,00 €	756.500,00 €	0,00 €	800.000 €	0 €	0 €
	PROGRAMMAZIONE D'ESSAI	0,00 €	0,00 €	4.991.201,28 €	5.000.000,00 €	5.000.000,00 €	4.947.106,00 €	5.000.000,00 €	5.000.000,00 €	973.784,00 €	5.000.000 €	0 €	0 €
	PROGETTI SPECIALI	5.254.759,07 €	9.963.430,00 €	9.085.313,96 €	4.985.384,00 €	9.595.591,00 €	3.598.591,00 €	5.029.450,00 €	9.904.443,00 €	3.210.943,00 €	10.000.000 €	0 €	0 €
	CINEMA PER LA SCUOLA	12.000.000,00 €	12.000.000,00 €	12.000.000,00 €	13.110.000,00 €	11.530.207,00 €	10.221.218,00 €	13.170.000,00 €	15.383.654,00 €	1.400.000,00 €	14.131.043 €	0 €	0 €
	ENTI ART. 27, C.3	45.456.000,00 €	45.456.000,00 €	43.250.000,00 €	44.770.000,00 €	44.770.000,00 €	44.770.000,00 €	45.570.000,00 €	45.570.000,00 €	43.170.000,00 €	52.200.000 €	52.000.000 €	42.800.000 €
TOTALE PROMOZIONE		70.460.759,07 €	74.508.330,00 €	75.875.919,29 €	76.665.384,00 €	78.480.298,00 €	70.604.370,00 €	77.169.450,00 €	83.371.597,00 €	53.242.467,00 €	90.231.042,50 €	52.000.000,00 €	42.800.000,00 €
28	PIANO STRAORDINARIO SALE	30.000.000,00 €	26.657.819,84 €	5.113.163,24 €	30.000.000,00 €	0,00 €	0,00 €	30.000.000,00 €	0,00 €	0,00 €	40.000.000 €	0 €	0 €
29	PIANO STRAORDINARIO DIGITALIZZAZIONE	10.000.000,00 €	8.377.000,00 €	4.913.500,00 €	10.000.000,00 €	10.000.000,00 €	4.085.000,00 €	10.000.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0 €	0 €	0 €
30	FONDO DI GARANZIA	5.000.000,00 €	5.000.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0 €	0 €	0 €
TOTALE INCENTIVI STRAORDINARI		45.000.000,00 €	40.034.819,84 €	10.026.663,24 €	40.000.000,00 €	10.000.000,00 €	4.085.000,00 €	40.000.000,00 €	0,00 €	0,00 €	40.000.000,00 €	0,00 €	0,00 €
TOTALE GENERALE		147.460.759,07 €	140.627.676,84 €	150.679.630,33 €	355.099.551,00 €	222.278.054,84 €	144.138.720,00 €	524.159.450,00 €	396.804.926,00 €	347.264.296,00 €	481.034.751 €	305.022.398 €	216.968.329 €

Fonte: Direzione Generale Cinema e Audiovisivo - MiBACT

La Nuova Disciplina del Cinema e dell'Audiovisivo intende, inoltre, sostenere e stimolare, con continuità di azione, il progressivo sviluppo qualitativo, quantitativo ed economico dell'intera filiera cinematografica e audiovisiva garantendo a una pluralità e varietà di soggetti un importante sostegno economico.

In virtù di tale principio, a decorrere dal 2017, nell'ambito della promozione, sono state erogate risorse specifiche ai seguenti Enti:

- **Istituto Luce-Cinecittà,** per la realizzazione del programma delle attività e il funzionamento della società e del Museo italiano dell'audiovisivo e del cinema;
- **Fondazione Centro sperimentale di cinematografia**, per lo svolgimento dell'attività istituzionale;
- **Biennale di Venezia**, per lo svolgimento delle attività istituzionali nel campo del cinema;
- **Museo nazionale del cinema di Torino Fondazione Maria Adriana Prolo**, per il sostegno delle rispettive attività;
- **Cineteca di Bologna**, per il sostegno delle rispettive attività;

a cui si sono aggiunte, nel 2019, ai sensi della Legge 30 dicembre 2018, n. 145, Art, 1, comma 818, la **Fondazione Cineteca Italiana di Milano** e la **Cineteca del Friuli.**

Nella tabella sottostante, fornita dalla Direzione Generale Cinema e Audiovisivo, si riporta il dettaglio dei fondi stanziati, nel corso del triennio 2017-2018-2019, ai suddetti Enti.

Tabella 1.3: Risorse stanziate agli Enti di cui all'Art. 27 comma 3, a valere sul fondo per il 2017, 2018, 2019 e al 30/06/2020.

ENTI DI CUI ALL'ART.27, COMMA 3, LEGGE 220/2016	2017	2018	2019	30/06/2020
ISTITUTO LUCE CINECITTÀ	18.000.000,00 €	18.000.000,00 €	18.000.000,00 €	23.000.000,00 €
FONDAZIONE CENTRO SPERIMENTALE DI CINEMATOGRAFIA	12.500.000,00 €	12.500.000,00 €	12.500.000,00 €	12.500.000,00 €
FONDAZIONE "LA BIENNALE DI VENEZIA"	10.800.000,00 €	10.000.000,00 €	10.000.000,00 €	10.000.000,00 €
FONDAZIONE CINETECA DI BOLOGNA	850.000,00 €	900.000,00 €	900.000,00 €	1.300.000,00 €
FONDAZIONE MARIA ADRIANA PROLO	1.100.000,00 €	1.170.000,00 €	1.170.000,00 €	1.200.000,00 €
FONDAZIONE CINETECA ITALIANA DI MILANO	0,00 €	0,00 €	400.000,00 €	400.000,00 €
CINETECA DEL FRIULI	0,00 €	0,00 €	200.000,00 €	400.000,00 €
TOTALE	43.250.000,00 €	42.570.000,00 €	43.170.000,00 €	48.800.000,00 €
CINECITTÀ LUCE SPA IN LIQUIDAZIONE	2.206.000,00 €	2.200.000,00 €	2.400.000,00 €	2.400.000,00 €
FESTA DEL CINEMA DI ROMA TRAMITE ILC	0,00 €	0,00 €	0,00 €	1.000.000,00 €
TOTALE	45.456.000,00 €	44.770.000,00 €	45.570.000,00 €	52.200.000,00 €

Fonte: Direzione Generale Cinema e Audiovisivo - MiBACT.

1.3.2. Tempistiche di attuazione e attivazione dei procedimenti

La Nuova Legge Cinema e Audiovisivo, oltre alle innovazioni strutturali che ha introdotto e che hanno riformato e valorizzato l'intero comparto del cinema e dell'audiovisivo, ha previsto un riadeguamento e una riorganizzazione delle funzioni di implementazione, gestione e monitoraggio dei procedimenti collegati alle principali linee di finanziamento e fiscalità.

Nel presente paragrafo si intende, pertanto, rappresentare le tempistiche dell'azione condotta dall'Amministrazione, al fine di restituire una panoramica sull'efficienza ed efficacia della macchina amministrativa.

La tabella sottostante, nello specifico, sintetizza per ciascun settore il flusso evolutivo dei procedimenti attivati tra il 2017 e il 30 giugno 2020.

Di seguito, si richiama la legenda utilizzata:

Pubblicazione del D.M. o D.P.C.M. di attuazione;

Pubblicazione del bando;

Periodo di accesso alla compilazione della modulistica: il momento compreso tra la data in cui il procedimento diviene fruibile all'utenza e si consente l'accesso alle richieste di contributo e la data di chiusura effettiva dello stesso, secondo la scadenza prevista dal bando o dal D.M. e pertanto, comunicata agli utenti e ai beneficiari;

Istruttoria: periodo che intercorre tra la chiusura della modulistica e la pubblicazione degli esiti. Si tratta del processo di valutazione delle domande ad opera degli uffici amministrativi della DG Cinema e Audiovisivo e, per alcuni procedimenti, da parte di commissioni esterne;

Data di pubblicazione del Decreto Direttoriale e/o della delibera di approvazione dei contributi: la data in cui si comunica all'utenza l'assegnazione dei contributi.

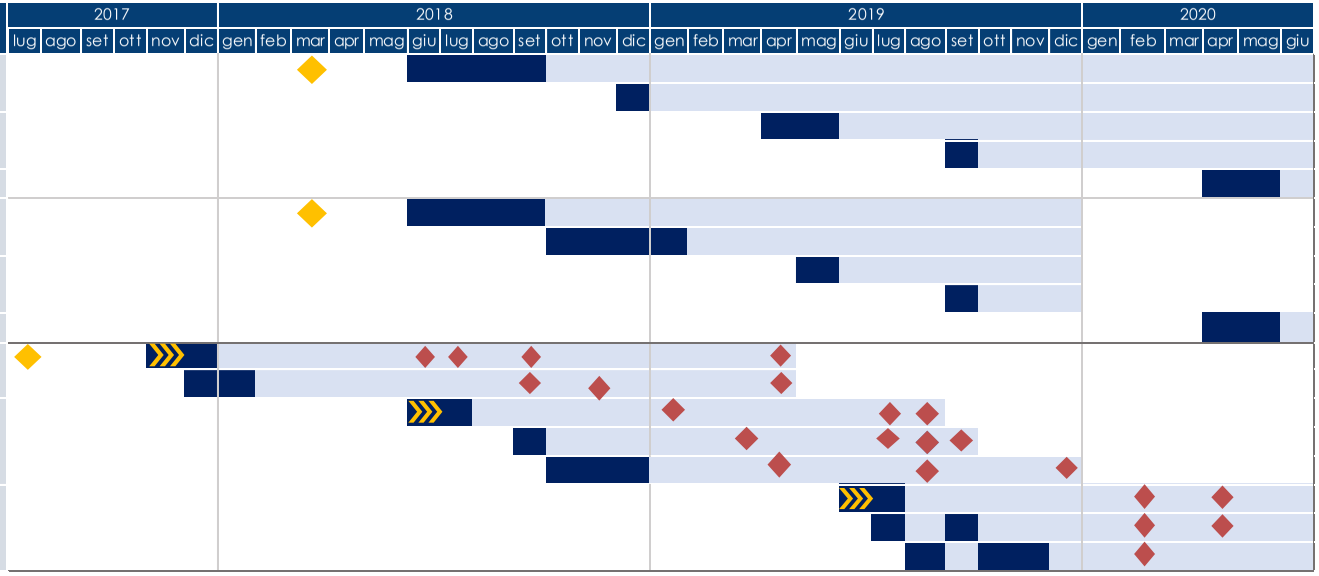
Le suddette fasi sono state individuate come essenziali ed esplicative del funzionamento del processo che concerne ogni singolo procedimento e, in questa fase, si esauriscono con la pubblicazione della delibera o del D.D. di assegnazione.

Il cronogramma proposto di seguito, e quelli di approfondimento per ogni linea a seguire, restituiscono la fotografia delle attività svolte dall'amministrazione tra luglio 2017 e giugno 2020.

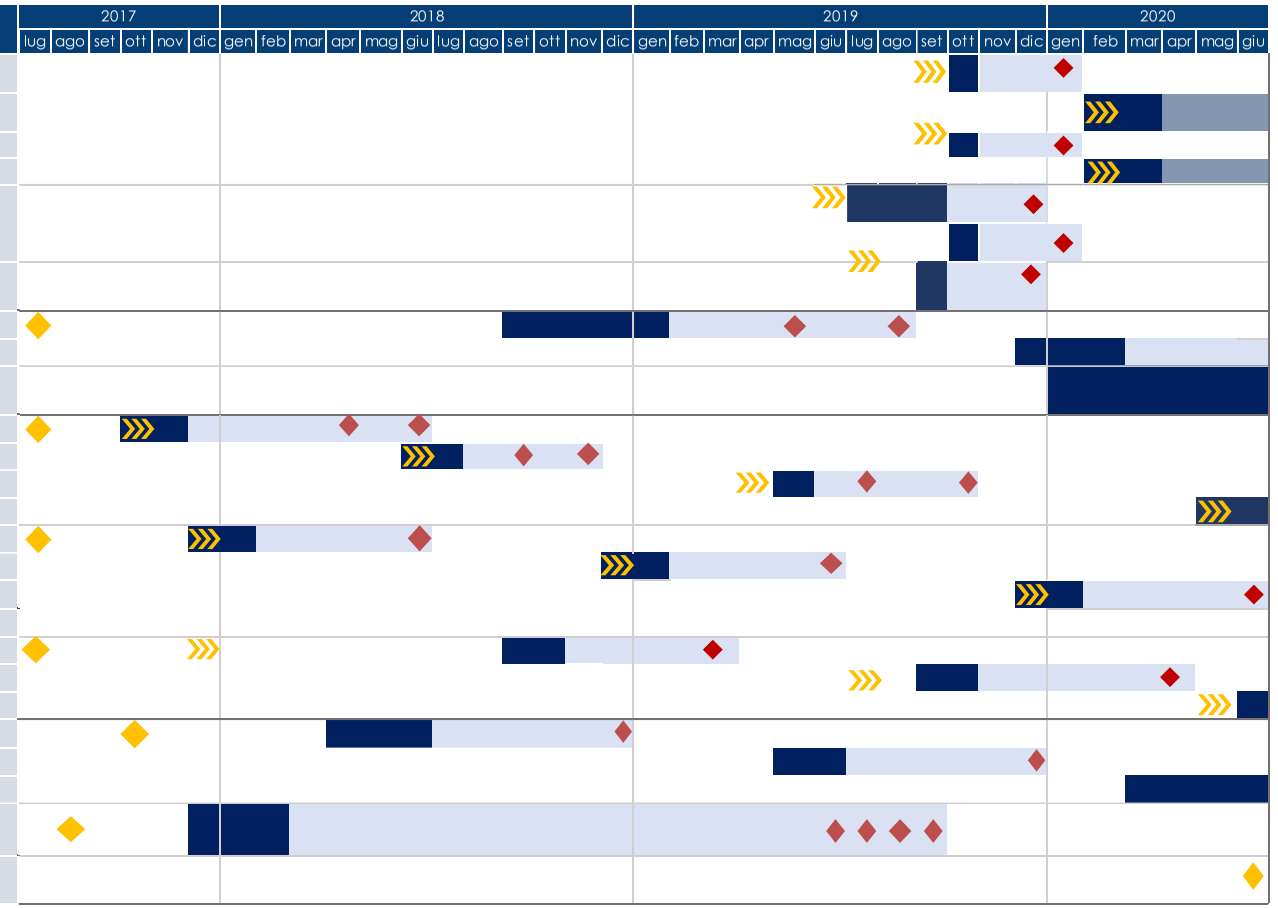
Attraverso questa rappresentazione di insieme è possibile verificare come, nel corso del 2017 e parte del 2018, l'Amministrazione abbia focalizzato le proprie attività nell'emanazione degli atti necessari all'attuazione della legge i cui effetti si sono esplicitati pienamente nel 2019, e si stanno propagando, nonostante l'emergenza sanitaria, nelle attività della Direzione Generale del 2020.

Tabella 1.4: Tempistiche di attuazione e attivazione dei procedimenti tra il 2017 e il 30/06/2020.

SETTORE	PROCEDIMENTO		SESSIONE	ANNO
	TAX CREDIT	PRODUZIONE E ALTRI TAX CREDIT	II	2018
			III	
			I	2019
			II	
			I	2020
		ESERCIZIO E INVESTIMENTI	II	2018
			III	
			I	2019
			II	
			I	2020
SELETTIVI	CONTRIBUTI SELETTIVI	SELETTIVI	I	2017
			II	
			I	2018
			II	
			III	
			I	2019
			II	
			III	



PROCEDIMENTO			SESSIONE	ANNO
PROGETTI SPECIALI	CONTRIBUTI SELETTIVI	ITALIA / FRANCIA PRODUZIONE - PROGETTO SPECIALE		2019
			I	2020
		ITALIA / FRANCIA SVILUPPO - PROGETTO SPECIALE		2019
			I	2020
		COPRODUZIONI MINORITARIE - PROGETTO SPECIALE	I	2019
			II	
		NON VIOLENZA - PROGETTO SPECIALE		2019
AUTOMATICI	CONTRIBUTI AUTOMAITCI	AUTOMATICI		2018
				2019
		REINVESTIMENTO AUTOMATICI		2020
PROMOZIONE	CONTRIBUTI ALLE ATTIVITÀ E ALLE INIZIATIVE DI PROMOZIONE	PROMOZIONE		2017
				2018
				2019
				2020
		DIFFUSIONE DELLA CULTURA CINEMATOGRAFICA E AUDIOVISIVA		2017
				2018
				2019
				2020
		RICONOSCIMENTO QUALIFICA E CONTRIBUTO SALA D'ESSAI		2017
				2018
				2019
INTERVENTI STRAORDINARI	INTERVENTI STRAORDINARI	PIANO STRAORDINARIO DIGITALIZZAZIONE		2017
				2018
				2019
		PIANO STRAORDINARIO SALE		2017
		FONDO EMERGENZA COVID-19 - SALE		2020



Fonte: Direzione Generale Cinema e Audiovisivo - MiBACT

Nelle pagine che seguono è possibile esaminare le dinamiche di gestione e i processi amministrativi che si sono sviluppati tra il 2017 e il 30 giugno 2020 rispetto alle singole linee di intervento.

Nello specifico:

- i crediti d'imposta;
- i contributi selettivi;
- i contributi automatici;
- i contributi alla promozione.

Di seguito, si richiama la legenda utilizzata:



Pubblicazione del D.M. o D.P.C.M. di attuazione;



Pubblicazione del bando;

Periodo di accesso alla compilazione della modulistica: il momento compreso tra la data in cui il procedimento diviene fruibile all'utenza e si consente l'accesso alle richieste di contributo e la data di chiusura effettiva dello stesso, secondo la scadenza prevista dal bando o dal D.M. e pertanto, comunicata agli utenti e ai beneficiari;

Proroga: periodo che intercorre tra la scadenza prevista dal bando o dal D.M e il reinvio del termine comunicato agli utenti dalla DG Cinema e Audiovisivo;

Istruttoria: periodo che intercorre tra la chiusura della modulistica e la pubblicazione degli esiti. Si tratta del processo di valutazione delle domande ad opera degli uffici amministrativi della DG Cinema e Audiovisivo;



Data di pubblicazione del Decreto Direttoriale e/o della delibera di approvazione dei contributi: la data in cui si comunica all'utenza l'assegnazione dei contributi.

Dall'analisi congiunta della rappresentazione generale con quelle di dettaglio, emerge per il 2019:

- una **generale standardizzazione delle tempistiche di attivazione delle procedure di richiesta** rispetto all'annualità precedente;
- un **minor ricorso a proroghe** e una **generale riduzione dei tempi di apertura delle modulistiche** anche grazie alla preventiva pubblicazione dei bandi rispetto alle date di apertura delle modulistiche;
- un **leggero aumento dei tempi di istruttoria**, seppur in alcuni procedimenti i processi valutativi siano stati drasticamente dimezzati.

Per quanto riguarda invece il I semestre del 2020, sebbene siano stati sospesi i termini per i procedimenti amministrativi pendenti, in seguito all'emanazione del Decreto Legge 8 aprile 2020 n. 23, nel quadro della situazione emergenziale sanitaria COVID-19, **non sono stati osservati rilevanti ritardi nell'azione dell'Amministrazione**.

Si precisa che, nei paragrafi successivi, l'efficienza ed efficacia della gestione amministrativa dei processi collegati alle linee di intervento della Nuova Legge Cinema e Audiovisivo è valutata con particolare riferimento al:

- rispetto dei tempi e delle regole previste dei D.M. di attuazione in termini di sessioni da attivare;
- standardizzazione delle tempistiche di pubblicazione dei bandi (laddove previsti dalla normativa) e apertura/chiusura delle modulistiche all'interno della piattaforma DGCOL:
- velocizzazione dei tempi di istruttoria.

1.3.2.1. I crediti di imposta

Con riferimento ai crediti d'imposta, disciplinati dai D.M. 157 e 158 del 15 marzo 2018, trattandosi di linee d'intervento molto differenti, non solo per la natura dei soggetti ai quali sono destinati, ma anche per le tempistiche e le modalità di accesso stabilite per gli stessi, non risulta rilevante osservare l'evoluzione e i progressi compiuti in termini di tempistiche di attivazione delle finestre di accesso ai singoli procedimenti e di processo istruttorio, ma piuttosto osservare la velocità di approvazione delle domande preventive ammesse sul totale di quelle presentate ammissibili.

Tabella 1.5: Domande presentate ammissibili e domande approvate in via preventiva nel 2018, 2019, 2020.

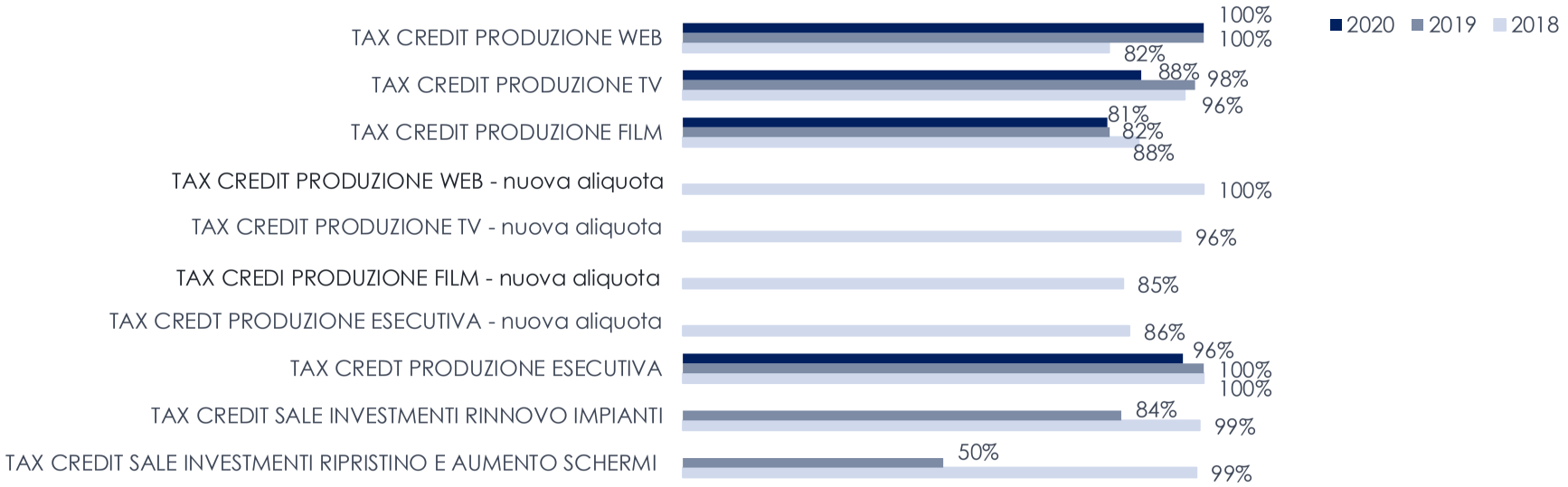
PROCEDIMEMTI	2018		2019		2020	
	DOMANDE PRESENTATE AMMISSIBILI	DOMANDE APPROVATE IN VIA PREVENTIVA	DOMANDE PRESENTATE AMMISSIBILI	DOMANDE APPROVATE IN VIA PREVENTIVA	DOMANDE PRESENTATE AMMISSIBILI	DOMANDE APPROVATE IN VIA PREVENTIVA
SVILUPPO OPERE CINEMATOGRAFICHE	1	*n.r.*	*6*	*n.r.*	*9*	*n.r.*
SVILUPPO OPERE TV E WEB	3	*n.r.*	1	*n.r.*	1	*n.r.*
SVILUPPO	**4**	**n.r.**	**7**	**n.r.**	**10**	**n.r.**
PRODUZIONE FILM	*280*	*245*	*216*	*177*	*189*	*154*
PRODUZIONE FILM - NUOVA ALIQUOTA	*317*	*268*	*0*	*0*	*0*	*0*
PRODUZIONE TV	*82*	*79*	*59*	*58*	*50*	*44*
PRODUZIONE TV NUOVA ALIQUOTA	*45*	*43*	*0*	*0*	*0*	*0*
PRODUZIONE WEB	*11*	*9*	*8*	*8*	*15*	*15*
PRODUZIONE WEB NUOVA ALIQUOTA	*2*	*2*	*0*	*0*	*0*	*0*
PRODUZIONE CINEMATOGRAFICA, TV E WEB	**737**	**646**	**283**	**243**	**254**	**213**
DISTRIBUZIONE NAZIONALE FILM	*62*	*n.r.*	*85*	*n.r.*	*70*	*n.r.*
DISTRIBUZIONE NAZIONALE FILM - NUOVA ALIQUOTA	*52*	*n.r.*	*0*	*n.r.*	*0*	*n.r.*
DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE	*3*	*n.r.*	*27*	*n.r.*	*28*	*n.r.*
DISTRIBUZIONE	**117**	**n.r.**	**112**	**n.r.**	**98**	**n.r.**
RISPRISTINO E AUMENTO SCHERMI	*72*	*71*	*14*	*7*	*0*	*0*
RINNOVO IMPIANTI	*372*	*369*	*82*	*69*	*0*	*0*
SALE INVESTIMENTI	**444**	**440**	**96**	**76**	**0**	**0**
SALE - PROGRAMMAZINE	**2.608**	**n.r.**	**4.045**	**n.r.**	**392**	**n.r.**
PRODUZIONE ESECUTIVA	*24*	*24*	*19*	*19*	*25*	*24*
PRODUZIONE ESECUTIVA - NUOVA ALIQUOTA	*28*	*24*	*0*	*0*	*0*	*0*

PRODUZIONE ESECUTIVA	**52**	**48**	**19**	**19**	**25**	**24**
INVESTITORI ESTERNI	*0*	*n.r.*	*19*	*n.r.*	*8*	*n.r.*
INVESTITORI ESTERNI - NUOVA ALIQUOTA	*0*	*n.r.*	*14*	*n.r.*	*3*	*n.r.*
INVESTITORI ESTERNI (DEF)	**0**	**n.r.**	**33**	**n.r.**	**11**	**n.r.**
PRODUZIONE VIDEOGIOCHI	-	-	-	-	-	-
INDUSTRIE TECNICHE	-	-	-	-	-	-
TOTALE	**3.962**	**1.134**	**4.595**	**338**	**790**	**237**

Fonte: Direzione Generale Cinema e Audiovisivo - MiBACT

Come meglio rappresentato dal grafico successivo, che indica, laddove rilevabili, le percentuali di approvazione delle domande di tax credit approvate in via preventiva su quelle ammissibili nel triennio di riferimento, è possibile registrare che al 31/12/2019 sono state completate le approvazioni di tutte le domande ammesse al **Tax credit produzione web,** mentre per i restanti settori il processo di approvazione non si è ancora concluso.

Figura 1.1: Giornate medie di istruttoria nel triennio 2018, 2019 e 2020



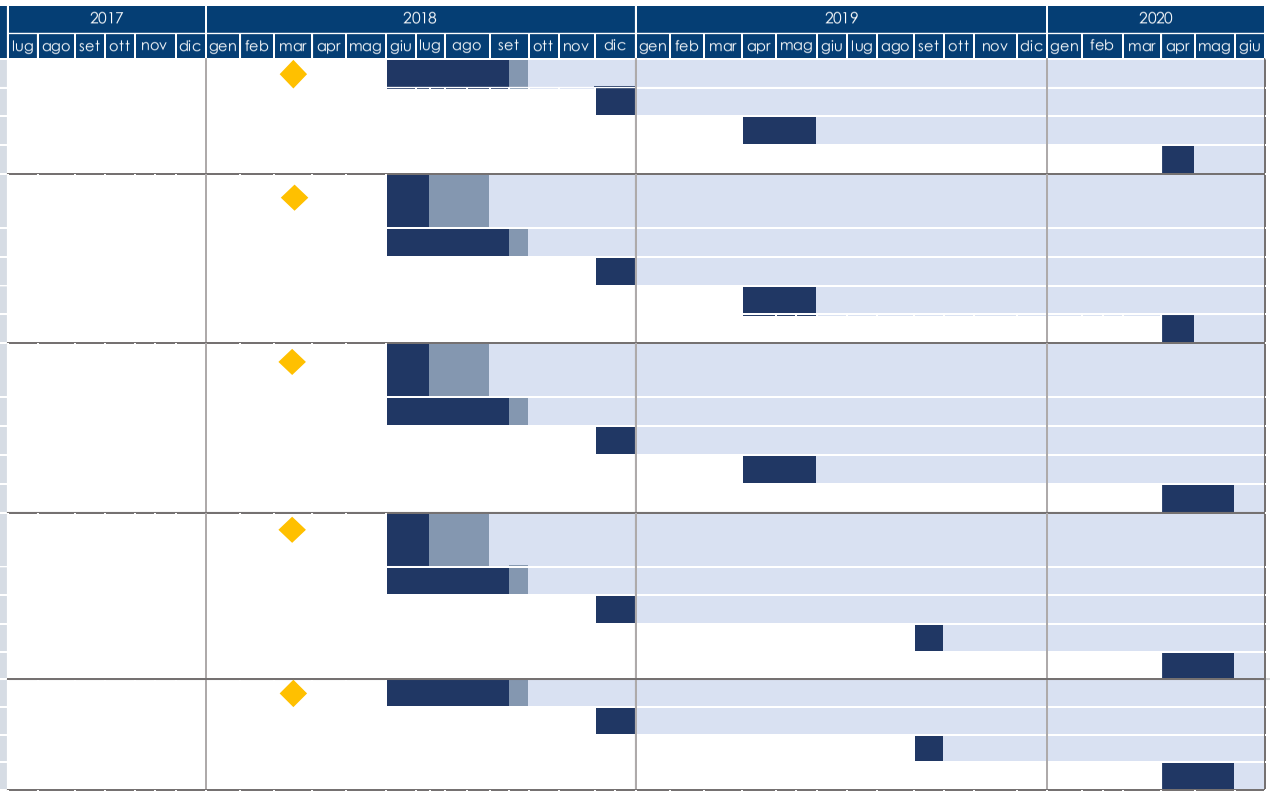
Fonte: Direzione Generale Cinema e Audiovisivo - MiBACT

Per quanto riguarda invece la procedura per la richiesta di **cessione del credito**, disciplinato dal D.D. del 27 giugno 2019, che consente al beneficiario del credito d'imposta (ad eccezione del beneficio fiscale previsto per le imprese esterne al settore cinematografico e audiovisivo) di cedere il contributo ottenuto a intermediari bancari, ivi incluso l'Istituto per il credito sportivo, finanziari e assicurativi sottoposti a vigilanza previdenziale, tramite richiesta alla DGCA dell'attestazione in merito al riconoscimento e all'effettività del diritto al credito maturato, l'accesso alla modulistica è stato reso disponibile per la prima volta nel 2019 a partire dal 29/07/2019 e da allora, trattandosi di un procedimento continuo, risulta sempre compilabile dall'utenza. Al 30/06/2020 sono pervenute 27 istanze di cui 24 approvazioni.

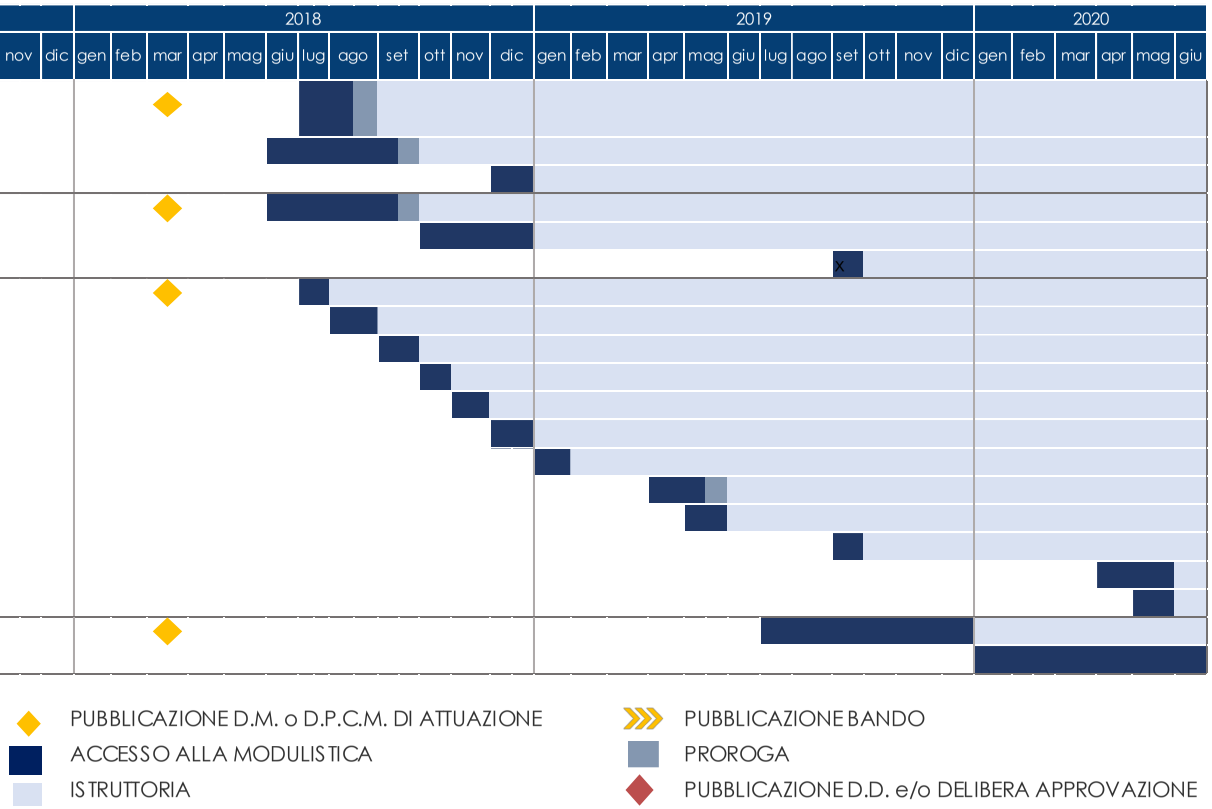
Di seguito viene comunque proposto il dettaglio delle dinamiche di attivazione dei procedimenti connessi alle singole linee di intervento di cui si compone il credito d'imposta, tra il 2017 e il 30 giugno 2020.

Tabella 1.6: Tempistiche crediti d'imposta tra il 2017 e il 30/06/2020

PROCEDIMENTO	ANNO COMPETENZA	SESSIONE
TAX CREDITSVILUPPO NAZIONALE	2018	II
		III
	2019	I
	2020	I
TAX CREDIT- PRODUZIONE NAZIONALE	2018	passaggio nuova aliquota
		II
		III
	2019	I
	2020	I
TAX CREDIT- PRODUZIONE ESECUTIVA OPERE STRANIERE	2018	passaggio nuova aliquota
		II
		III
	2019	I
	2020	I
TAX CREDIT- DISTRIBUZIONE NAZIONALE	2018	passaggio nuova aliquota
		II
		III
	2019	II
	2020	I
TAX CREDIT- DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE	2018	II
		III
	2019	II
	2020	I



PROCEDIMENTO	ANNO COMPETENZA	SESSIONE
TAX CREDIT INVESTITORI ESTERNI	2018	passaggio nuova aliquota
		II
		III
TAX CREDIT INVESTIMENTI	2018	II
		III
	2019	II
TAX CREDIT - PROGRAMMAZIONE	2018	LUGLIO
		AGOSTO
		SETTEMBRE
		OTTOBRE
		NOVEMBRE
		DICEMBRE
		GENNAIO
		RECUPERO 2018
	2019	MAGGIO
		SETTEMBRE
		RECUPERO 2019
	2020	GEN - APR 2020
CESSIONE DEL CREDITO	2019	
	2020	



Fonte: Direzione Generale Cinema e Audiovisivo - MiBACT

1.3.2.2. I contributi selettivi

Per quanto concerne i contributi selettivi, il D.M. 343 del 31 luglio 2017 definisce, in linea generale, i requisiti delle opere, dei destinatari, le procedure di candidatura e selezione e, in particolare, all'Art. 3, comma 2) stabilisce che siano previste, nei limiti delle risorse disponibili, tre scadenze annuali per la presentazione delle domande e tre sessioni di valutazione.

Coerentemente con quanto avvenuto nell'anno precedente, nel 2019 si sono susseguite tre sessioni svoltesi nella seconda metà dell'anno a partire dalla pubblicazione del bando per la concessione di contributi selettivi, avvenuta nel mese di giugno. Al 30/06/2020 non risulta ancora pubblicato, invece, il bando selettivi 2020.

Figura 1.2: Data di apertura bandi contributi selettivi 2017, 2018 e 2019

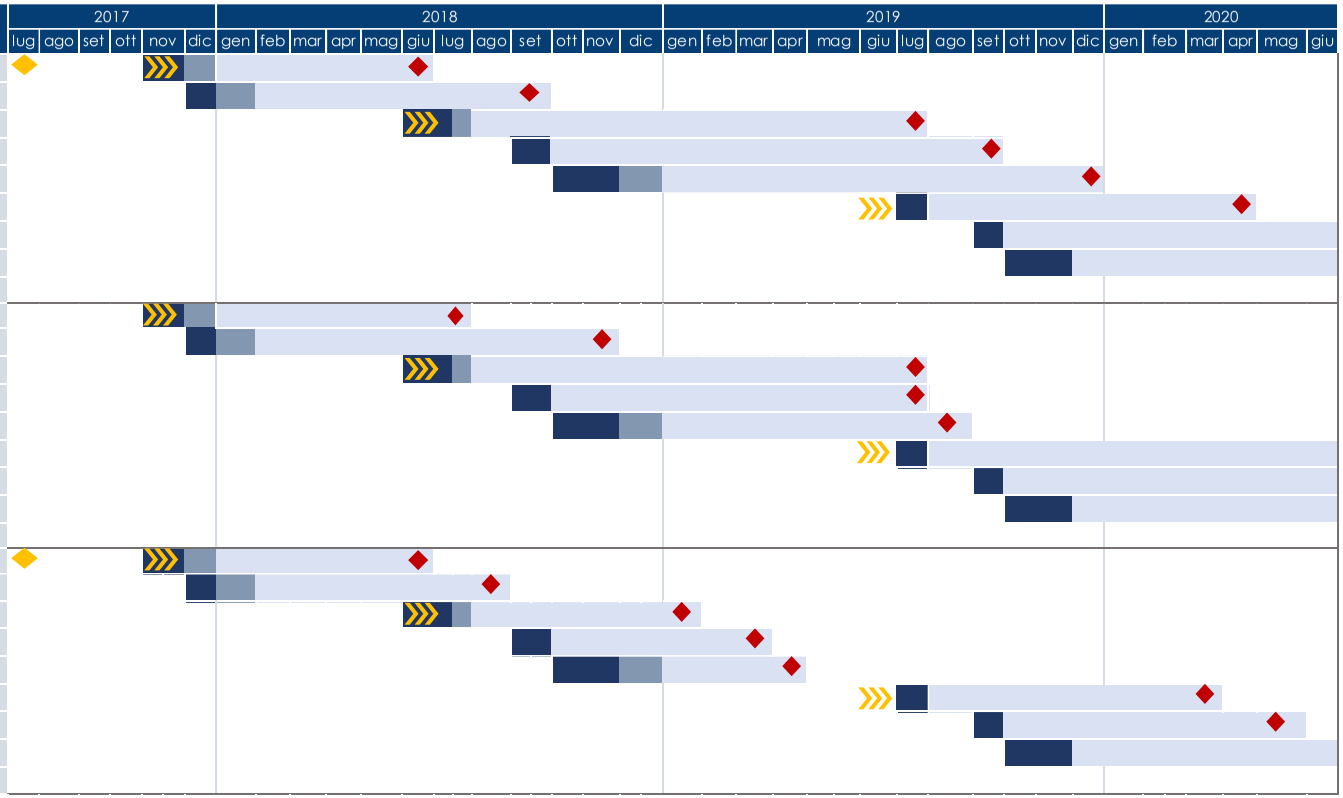


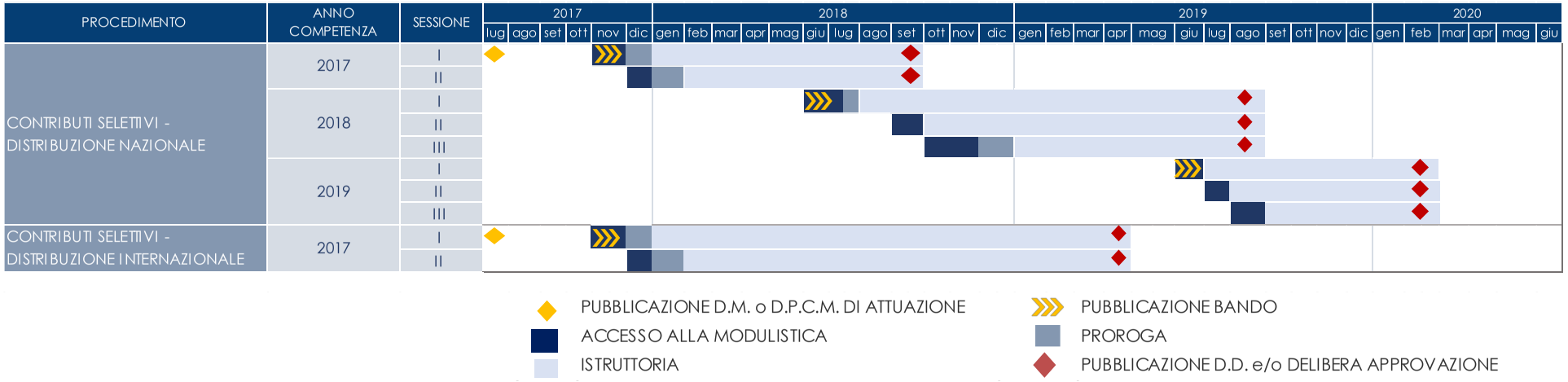
. Fonte: nostra elaborazione

Come mostra la tabella successiva, tuttavia, a differenza del 2018, nel corso del 2019 l'apertura della modulistica in riferimento alla I sessione è avvenuta il mese successivo alla pubblicazione del bando e non sono state concesse proroghe. Viceversa, si osserva una standardizzazione dei tempi di attivazione delle successive sessioni, che ha consentito agli utenti di accedere alla modulistica, in entrambe le annualità, rispettivamente nei mesi di settembre (II sessione) e ottobre e novembre (III sessione). Fanno eccezione i **contributi selettivi per la distribuzione internazionale di opere audiovisive** per i quali, a differenza degli altri settori, le tre sessioni si sono svolte rispettivamente nei mesi di giugno (I sessione), luglio (II sessione) e agosto (III sessione) 2019.

Tabella 1.7: Tempistiche contributi selettivi tra il 2017 e il 30/06/2020

PROCEDIMENTO	ANNO COMPETENZA	SESSIONE
CONTRIBUTI SELETTIVI - SVILUPPO	2017	I
		II
	2018	I
		II
		III
	2019	I
		II
		III
	2020	I
CONTRIBUTI SELETTIVI - SCRITTURA	2017	I
		II
	2018	I
		II
		III
	2019	I
		II
		III
	2020	I
CONTRIBUTI SELETTIVI - PRODUZIONE	2017	I
		II
	2018	I
		II
		III
	2019	I
		II
		III
	2020	I



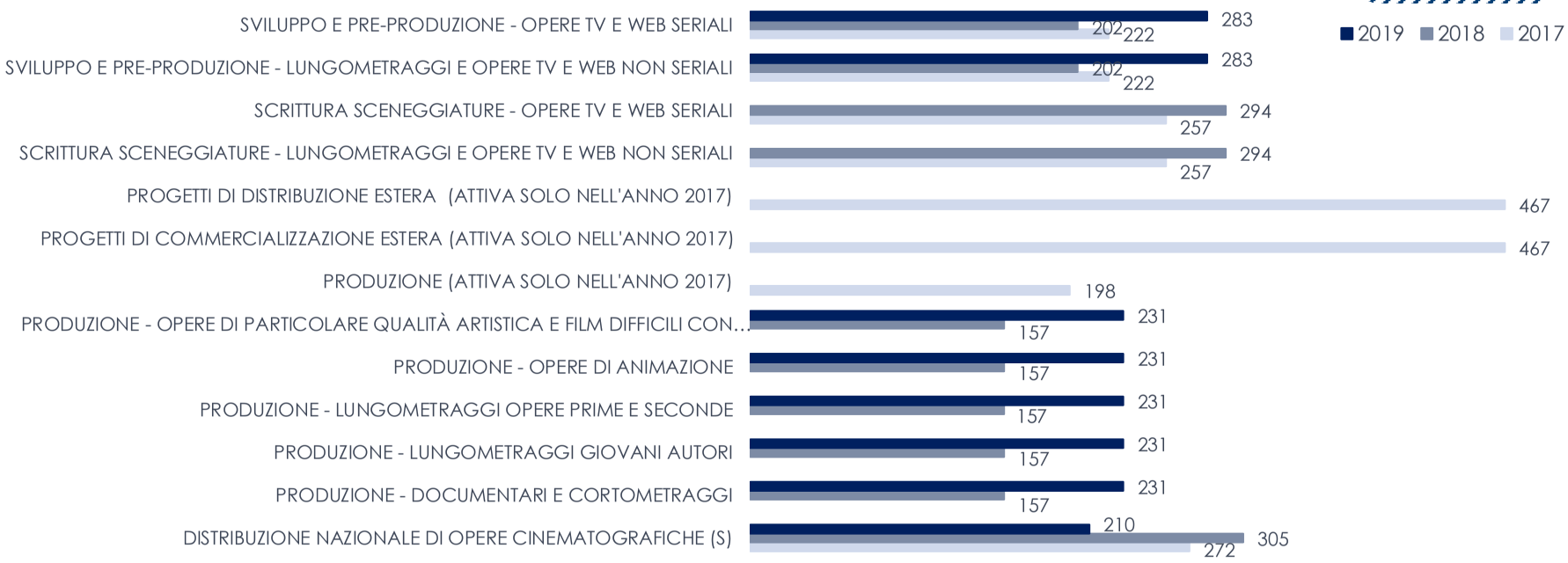


Fonte: Direzione Generale Cinema e Audiovisivo - MiBACT

Dal punto di vista del processo istruttorio, invece, come mostra chiaramente il grafico successivo, è possibile affermare che, mediamente, nel corso del 2019 sono state impiegate un maggior numero di giornate per concludere il processo valutativo collegato alle istanze pervenute; nello specifico, sono state impiegate **239 giornate medie** rispetto a quelle registrate nel 2018 pari a 208.

Tale ritardo è, in parte. imputabile alla nomina della nuova commissione di esperti. A seguito della modifica alla Legge 220 del 2016, avvenuta a fine giugno 2019 (D.L. del 28 giugno 2019 n. 59, convertito nella Legge del 8 agosto 2019 n. 81), il numero degli esperti è passato da 5 a 15. La nuova commissione di esperti, divisa in 3 sottocommissioni, è stata nominata il 12 novembre 2019. Successivamente, la composizione delle sottocommissioni è stata modificata due volte con il D.M. 16/12/2019 e il D.M. 13/01/2020. Anche in questo caso fanno eccezione i **contributi selettivi per la distribuzione internazionale di opere audiovisive** per i quali si rileva, nel 2019, una diminuzione drastica dei tempi istruttori rispetto all'anno precedente; 210 giornate medie rispetto alle 305 impiegate nel 2018.

Figura 1.3: Giornate medie di istruttoria per settore di intervento



Fonte: Direzione Generale Cinema e Audiovisivo - MiBACT

1.3.2.2.1. Progetti speciali

In merito ai Progetti Speciali, regolati dall'Art.27 della Legge 220/2016 e per i quali si rimanda ad uno specifico approfondimento nell'*Allegato II*, di seguito sono trattati i soli progetti gestiti dalla Direzione Generale Cinema e Audiovisivo.

A tal proposito, nel corso del 2019, si rileva la pubblicazione del:

- **Bando per la concessione di contributi selettivi per lo sviluppo e la coproduzione di opere cinematografiche e serie audiovisive franco-italiane** dedicato a sostenere progetti di sviluppo e coproduzione di opere cinematografiche nonché progetti di sviluppo di serie audiovisive tra l'Italia e la Francia. La normativa di riferimento è stata pubblicata il 19/09/2019 e l'accesso alla modulistica è stata resa disponibile a partire dal 10/10/2019 fino al 31/10/2019 senza che sia stata necessaria la concessione di proroghe da parte dell'Amministrazione. Gli utenti hanno dovuto presentare la domanda tramite la piattaforma DGCOL e al *CNC – Centro Nazionale per il Cinema e l'immagine animata.* Il procedimento istruttorio si è concluso il 31/01/2020 con la rispettiva delibera di assegnazione del contributo e in totale sono state impiegate **92 giornate medie di istruttoria**;

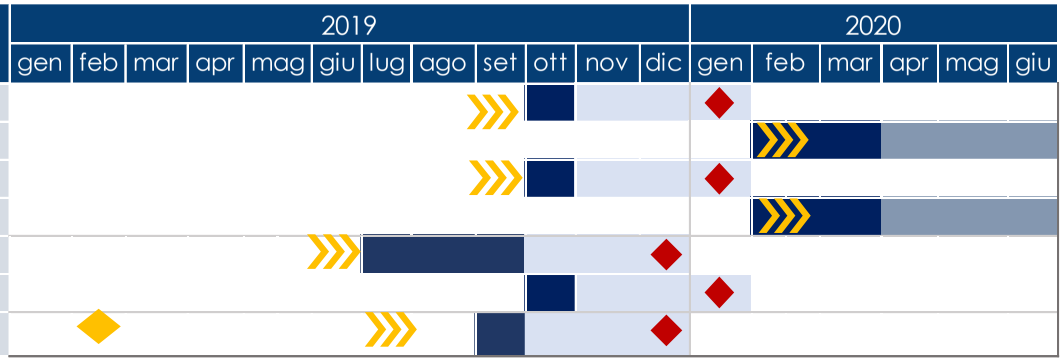
- **Bando contributi selettivi opere cinematografiche in regime di coproduzione o di compartecipazione internazionale minoritaria**, in Italia e all'estero. Il bando è stato pubblicato il 19/06/2019, mentre l'accesso alla modulistica è stato reso disponibile agli utenti:
  - Per la I sessione dal 25/07/2019 fino al 13/09/2019;
  - Per la II sessione dal 07/10/2019 fino al 31/10/2019;

  senza l'utilizzo di proroghe. La fase istruttoria si è conclusa con le delibere di assegnazione definitive, rispettivamente il 13/12/19 (I sessione) e il 31/01/20 (II sessione) le **giornate medie di istruttoria** impegnate sono state **92**;
- ***Bando Non violenza: lo schiaffo più forte*** per la concessione di contributi per realizzazione di cortometraggi di finzione, a carattere documentaristico ovvero di animazione sul tema della violenza sulle donne sull'inferiorità di genere destinati ad uno sfruttamento festivaliero, cinematografico, televisivo o web. Il progetto ha trovato specifica attuazione con il decreto 59 del 14 febbraio 2019 e il bando è stato pubblicato in data 18/07/2019 senza che sia stata necessaria la concessione di proroghe da parte dell'Amministrazione. L'accesso alla modulistica è stato reso disponibile agli utenti dal 16/09/2019 al 30/09/2019, mentre la fase istruttoria si è conclusa il 13/12/2019 con un totale di **74 giornate medie di istruttoria** impegnate.

Per quanto riguarda, invece, il 2020 si rileva la pubblicazione della I sessione del **Bando per la concessione di contributi selettivi per lo sviluppo e la coproduzione di opere cinematografiche e serie audiovisive franco-italiane** che, per l'anno di riferimento, prevede che l'ammontare delle risorse stanziate sia suddiviso equamente in due sessioni. Il bando è stato pubblicato il 17/02/2020 in concomitanza con l'apertura della modulistica. Tuttavia, nel quadro della situazione emergenziale sanitaria COVID-19, è stata prorogata la data di scadenza per la presentazione delle domande di contributo in seguito all'emanazione del Decreto Legge 8 aprile 2020 n. 23 con il quale sono stati sospesi i termini per i procedimenti amministrativi pendenti, oltre il periodo di rilevazione della presente valutazione. Pertanto, al 30/06/2020 non ha ancora preso avvio il relativo processo istruttorio.

Tabella 1.8: Tempistiche progetti speciali tra il 2017 e il 30/06/2020.

PROCEDIMENTO	ANNO COMPETENZA	SESSIONE
ITALIA FRANCIA - PRODUZIONE	2019	
	2020	I
ITALIA FRANCIA - SVILUPPO	2019	
	2020	I
COPRODUZIONI MINORITARIE	2019	I
		II
NON VIOLENZA	2019	



PUBBLICAZIONE D.M. o D.P.C.M. DI ATTUAZIONE
ACCESSO ALLA MODULISTICA
ISTRUTTORIA
PUBBLICAZIONE BANDO
PROROGA
PUBBLICAZIONE D.D. e/o DELIBERA APPROVAZIONE

Fonte: Direzione Generale Cinema e Audiovisivo – MiBACT

1.3.2.3. *I contributi automatici*

In riferimento ai contributi automatici, come mostra la tabella riportata di seguito, nel corso del 2019 i tempi di accesso alla modulistica sono stati ridotti da 5 a 3 mesi, con un'unica proroga nella seconda metà del mese di febbraio 2020, grazie ad una maggiore chiarezza introdotta dall'Amministrazione nella compilazione delle domande di accesso al contributo. Viceversa, dal punto di vista del processo valutativo e istruttorio, mentre nel 2018 sono stati necessari 4 mesi per esaminare e pubblicare il Decreto direttoriale di assegnazione dei contributi, per le richieste di contributo di competenza dell'anno 2019, a 4 mesi dalla chiusura della modulistica, risulta ancora in corso la fase istruttoria.

Infine, si rileva l'apertura delle domande di reinvestimento dei contributi automatici a partire dal 27/01/2020 per i quali, tuttavia, al 30 giugno 2020 non risultano approvazioni.

Tabella 1.9: Tempistiche contributi automatici tra il 2017 e il 30/06/2020

PROCEDIMENTO	ANNO COMPETENZA	2017						2018												2019												2020					
		lug	ago	set	ott	nov	dic	gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	set	ott	nov	dic	gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	set	ott	nov	dic	gen	feb	mar	apr	mag	giu
CONTRIBUTI AUTOMATICI - PRODUZIONE	2018	◆														■		▒						◆			◆										
	2019																														■	▒					
CONTRIBUTI AUTOMATICI - DISTRIBUZIONE NAZIONALE	2018	◆														■		▒									◆										
	2019																														■	▒					
CONTRIBUTI AUTOMATICI DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE	2018	◆														■		▒									◆										
	2019																														■	▒					
CONTRIBUTI AUTOMATICI - ANIMAZIONE	2018	◆														■		▒									◆										
	2019																														■	▒					
CONTRIBUTI AUTOMATICI - HOME ENTERTAINMENT	2018	◆														■		▒						◆													
	2019																														■	▒					
CONTRIBUTI AUTOMATICI - REINVESTIMENTO	2020	◆																														■	■	■	■	■	■

◆ PUBBLICAZIONE D.M. o D.P.C.M. DI ATTUAZIONE
■ ACCESSO ALLA MODULISTICA
▒ ISTRUTTORIA
» PUBBLICAZIONE BANDO
▒ PROROGA
◆ PUBBLICAZIONE D.D. e/o DELIBERA APPROVAZIONE

Fonte: Direzione Generale Cinema e Audiovisivo - MiBACT.

1.3.2.4. I contributi alla promozione

Coerentemente con quanto realizzato nella *Valutazione di impatto della Legge Cinema e Audiovisivo - Anni 2017-2018*, i contributi alle attività e alle iniziative di promozione cinematografica e audiovisiva sono stati analizzati suddividendoli in tre macro-categorie, ovvero:

- i **Contributi alla promozione della cultura cinematografica e audiovisiva** (Attività delle Cineteche, Festival-Rassegne-Premi e iniziative SCA);
- i **Contributi alla diffusione della cultura cinematografica** (Attività dei Circoli di cultura cinematografica, delle Associazioni Nazionali di Cultura Cinematografica e delle Sale della Comunità);
- il **Contributo sala d'essai**.

Per quanto concerne i **contributi alla promozione della cultura cinematografica e audiovisiva**, come mostra la figura successiva, è possibile osservare come nel corso delle annualità considerate non vi sia stata una standardizzazione in termini di tempistiche di pubblicazione dei bandi connessi a questa linea di intervento; la normativa di riferimento per i contributi alla promozione 2019 è stata pubblicata infatti ad aprile, con due mesi di anticipo rispetto al 2018, mentre nel 2020 è stata pubblicata nel mese di maggio.

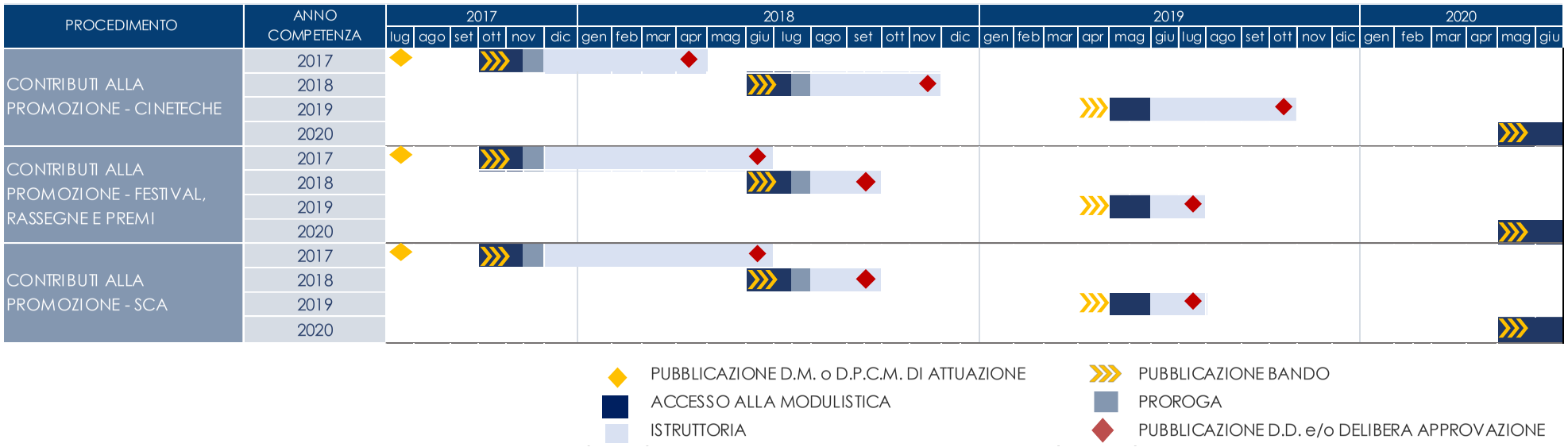
Figura 1.4: Data di apertura bandi contributi alla promozione 2017, 2018, 2019 e 2020.



Fonte: nostra elaborazione

Viceversa, guardando alla tabella successiva, si rileva come nel 2019, pur non ricorrendo all'utilizzo di proroghe sui termini di scadenza per l'accesso alla modulistica, complessivamente vi sia stata una riduzione del periodo di accesso alla modulistica (da 2 a 1 mese), che risulta invece prolungato su due mensilità nel corso del 2020 (maggio e giugno).

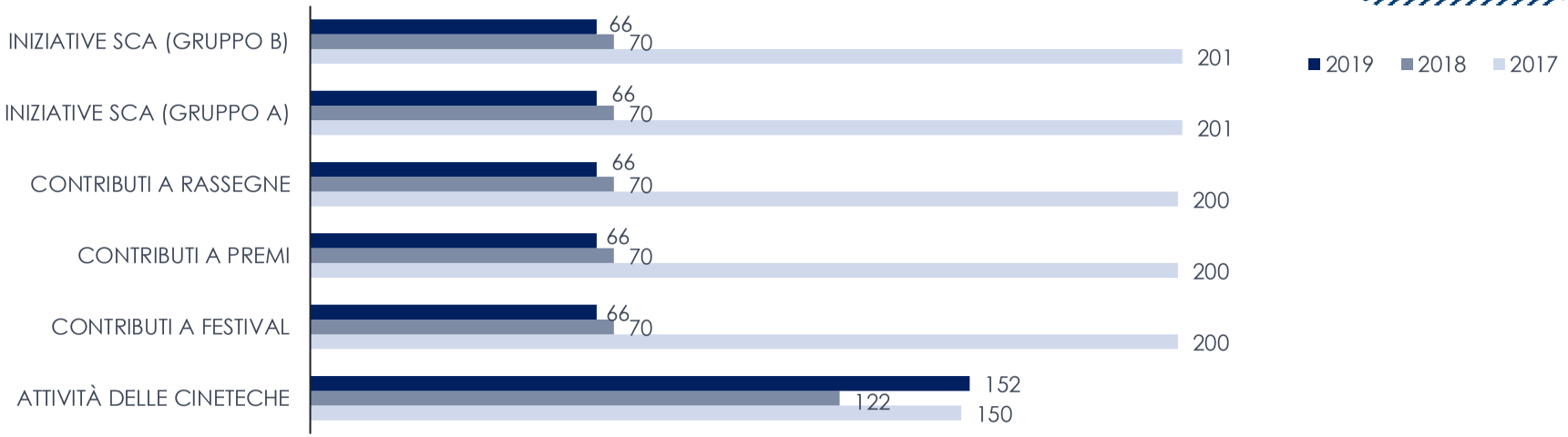
Tabella 1.10: Tempistiche contributi alla promozione della cultura cinematografica e audiovisiva tra il 2017 e il 30/06/2020



Fonte: Direzione Generale Cinema e Audiovisivo - MiBACT

Dal punto di vista del processo istruttorio, invece, come mostra il grafico successivo, nel 2019, coerentemente con quanto avvenuto nel 2018, si rileva una positiva diminuzione delle giornate medie di valutazione delle domande pervenute, ad eccezione del settore connesso all'*Attività delle Cineteche* che registra un incremento da 122 a **152 giornate medie di istruttoria**.

Grafico 1.1: Giornate medie di istruttoria per contributi alla promozione della cultura cinematografica e audiovisiva.



Fonte: Direzione Generale Cinema e Audiovisivo - MiBACT

Diversamente, per quanto riguarda i **contributi alla diffusione della cultura cinematografica e audiovisiva**, si osserva una sostanziale normalizzazione delle tempistiche di pubblicazione dei bandi: in tutte e tre le annualità la normativa è stata resa disponibile agli utenti nel mese di dicembre.

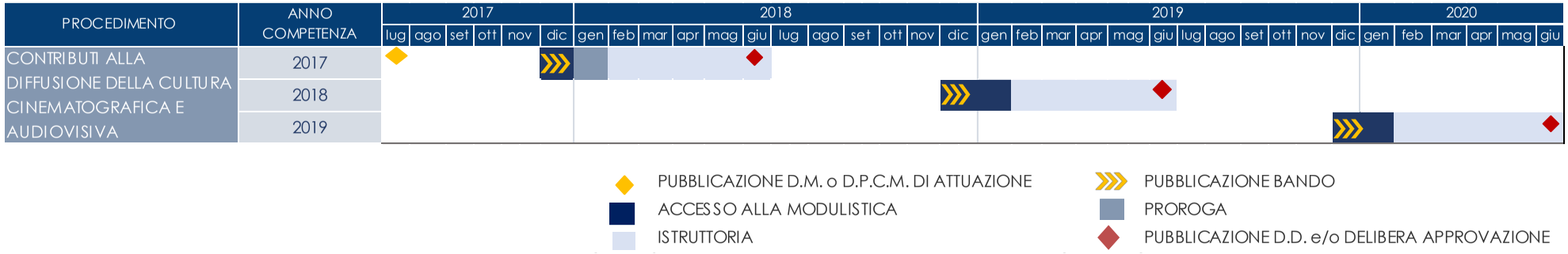
Figura 1.5: Data di apertura bandi contributi alla diffusione della cultura cinematografica 2017, 2018 e 2019.



Fonte: nostra elaborazione.

Inoltre, se da un lato non risultano prolungamenti o riduzioni nelle tempistiche di accesso alla modulistica rispetto al 2018, si rileva invece un rallentamento dei tempi di valutazione delle domande.

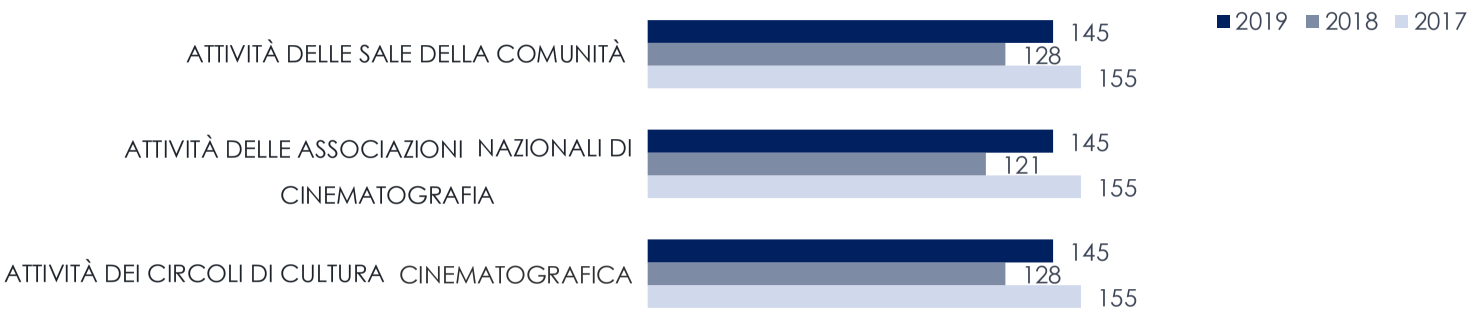
Tabella 1.11: Tempistiche contributi alla diffusione della cultura cinematografica tra il 2017 e il 30/06/2020



Fonte: Direzione Generale Cinema e Audiovisivo - MiBACT

Come mostra il grafico seguente, infatti, nel corso del 2019 le **giornate medie di istruttoria** sono state **145** a differenza del 2018 in cui ne sono state registrate 128 (121 per i *contributi alle attività di Associazioni Nazionali di Cultura Cinematografica*).

Grafico 1.2: Giornate medie di istruttoria per contributi alla diffusione della cultura cinematografica.



Fonte: Direzione Generale Cinema e Audiovisivo - MiBACT

Per ultimo, per quanto concerne il bando **Contributo sala d'essai**, nel corso del periodo di riferimento, non vi è stata una standardizzazione in termini di tempistiche di pubblicazione dei bandi connessi a questo settore; la normativa è stato pubblicato nel mese di maggio 2020, con due mesi di anticipo rispetto al bando precedente[3].

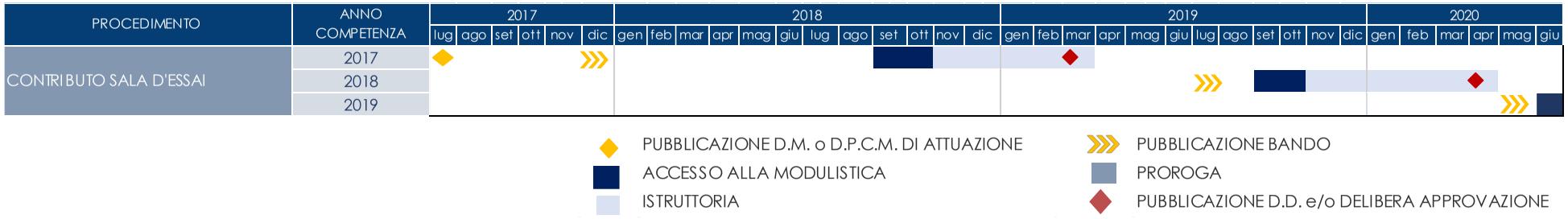
Figura 1.6: Data di apertura bandi contributo sala d'essai 2017, 2018 e 2019.



Fonte: nostra elaborazione.

Viceversa, sia in riferimento al bando 2018 che 2019, la modulistica è stata resa disponibile agli utenti nei mesi di settembre e ottobre.

Tabella 1.12: Figura 1.7: Tempistiche contributo sala d'essai tra il 2017 e il 30/06/2020



Fonte: Direzione Generale Cinema e Audiovisivo - MiBACT

[3] Si precisa che nel 2018 il bando per il contributo sala d'essai prevedeva la presentazione di una domanda a preventivo e una a consuntivo, mentre nel 2019 solo a consuntivo.

Infine, si registra un rallentamento del processo valutativo; le **giornate medie di istruttoria** per il bando 2019 sono state **187** contro le 160 impiegate nell'annualità precedente.

Grafico 1.3: Giornate medie di istruttoria per il contributo sala d'essai



Fonte: Direzione Generale Cinema e Audiovisivo - MiBACT

In merito agli interventi straordinari di cui al Capo IV della Legge 220/2016[4], nel corso del 2019, si rileva:

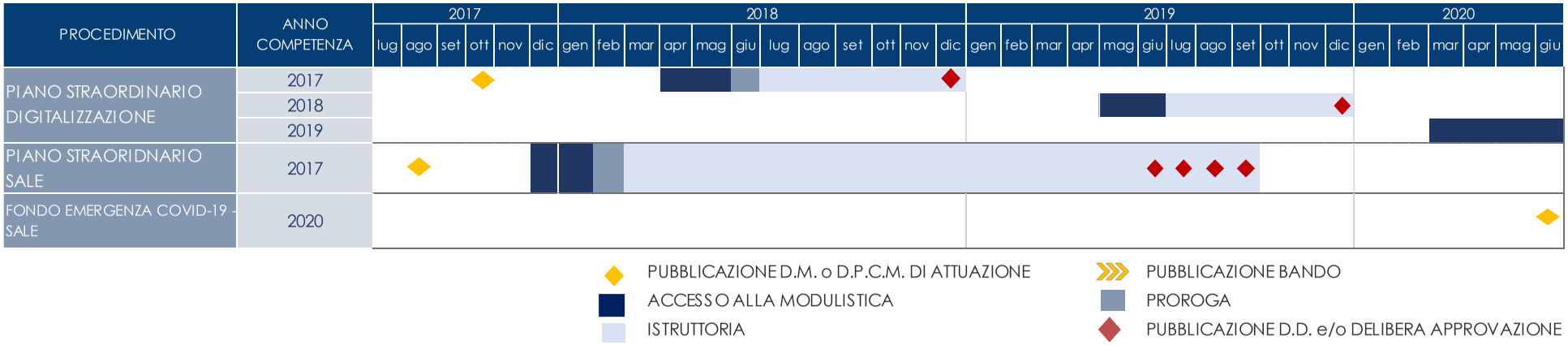
- la pubblicazione del bando per il *Piano straordinario dedicato alla digitalizzazione del patrimonio audiovisivo* di competenza del Fondo 2018 che, come nell'annualità precedente, si è svolto in un'unica sessione. Sebbene sia stato posticipato l'accesso alla modulistica al mese di maggio, il "periodo di richiesta del contributo" è stato ridotto in quanto non è stata necessaria la concessione di proroghe da parte dell'Amministrazione. In termini di velocizzazione dei tempi di istruttoria, invece, le tempistiche risultano le stesse rispetto all'annualità precedente;
- la pubblicazione delle delibere di assegnazione relative al *Piano straordinario per il potenziamento del circuito delle sale cinematografiche e polifunzionali,* di competenza del Fondo 2017, nei mesi di giugno, luglio, agosto e settembre.

Nel 2020, invece, è stato pubblicato anticipatamente, rispetto al biennio precedente (nello specifico nel mese di marzo), il bando per il *Piano straordinario dedicato alla digitalizzazione del patrimonio audiovisivo* di competenza del Fondo 2019. Tuttavia, nel quadro della situazione emergenziale sanitaria COVID-19, è stata prorogata la data di scadenza per la presentazione delle domande di contributo in seguito all'emanazione del Decreto Legge 8 aprile 2020 n. 23 con il quale sono stati sospesi termini per i procedimenti amministrativi pendenti, al 21 giugno 2020.

4 A seguito di 3 sentenze relative rispettivamente alle sale ammesse al benefici, la Direzione Generale Cinema e Audiovisivo- con il decreto direttoriale n 18 del 16 luglio 2020- ha disposto l'annullamento del D.D. 1 agosto 2019 nella parte in cui ha ordinato in graduatoria le domande delle imprese ammesse al beneficio ex Art. 3, comma 1, lettera C del D.P.C.M. 4 agosto 2017 e la conseguente temporanea sospensione dell'erogazione dei contributi. Considerata dunque l'opportunità da parte dell'Amministrazione di rivalutare le domande ammesse al beneficio per la linea c); è stata nominata una Commissione i cui lavori sono ad oggi in corso di svolgimento e che provvederà, a conclusione delle attività istruttorie, a rendere noto un nuovo provvedimento contente l'elenco dei soggetti idonei ex art 3, lettera c, del D.P.C.M. suddetto.

Inoltre, sempre in riferimento all'emergenza sanitaria, con il D.M. del 5 giugno 2020 recante "*Riparto di quota parte del Fondo emergenze di parte corrente di cui all'art. 89 del decreto-legge n.18 del 2020 a sostegno delle sale cinematografiche*" sono stati previsti contributi economici per un ammontare complessivo di 20 milioni di euro a favore dei soggetti gestori delle sale cinematografiche aventi sede legale in Italia, in regola con il versamento dei contributi previdenziali e che abbiano realizzato almeno venti spettacoli cinematografici nel periodo 1° gennaio 2020 – 7 marzo 2020. La normativa di riferimento è stata pubblicata a giugno 2020 e, pertanto, la valutazione di questa linea di intervento non si colloca all'interno del perimetro di cui alla presente valutazione.

Tabella 1.10: Tempistiche progetti speciali tra il 2017 e il 30/06/2020



Fonte: Direzione Generale Cinema e Audiovisivo - MiBACT

2. VALUTAZIONE DELLA COERENZA CON I PRINCIPI DELLA LEGGE 220/2016

Il presente capitolo ha come obiettivo la verifica della coerenza tra le misure messe in campo dalla Legge n. 220 del 14 novembre 2016, a sostegno del comparto cinematografico e audiovisivo nell'anno solare 2019, e i Principi a cui essa stessa si ispira.

L'intervento pubblico a sostegno del settore cinematografico e audiovisivo, così come disciplinato ai sensi dell'Art. 3 della Legge, si fonda infatti su **8 Principi**:

a) **Garantire il pluralismo dell'offerta** cinematografica e audiovisiva;
b) **Favorire il consolidarsi dell'industria cinematografica nazionale** nei suoi diversi settori anche tramite strumenti di sostegno finanziario;
c) **Promuovere le coproduzioni internazionali**, la **circolazione** e la **distribuzione della produzione cinematografica e audiovisiva**, italiana ed europea, in italia e all'estero;
d) Assicurare la **conservazione** e il **restauro** del patrimonio filmico e audiovisivo nazionale;
e) Curare la **formazione professionale**, favorendo il riconoscimento dei percorsi formativi seguiti e delle professionalità acquisite, e promuovere studi e ricerche nel settore cinematografico;
f) Disporre e sostenere **l'educazione all'immagine** nelle scuole e favorire tutte le iniziative idonee alla formazione del pubblico;
g) **Promuovere e favorire la più ampia fruizione del cinema e dell'audiovisivo**, tenendo altresì conto delle specifiche esigenze delle **persone con disabilità**, secondo i principi stabiliti dalle convenzioni internazionali sottoscritte dall'Italia in materia;
h) **Riservare particolare attenzione alla scrittura, progettazione, preparazione, produzione, post-produzione, promozione, distribuzione** e **programmazione** dei prodotti cinematografici e audiovisivi italiani e alla valorizzazione del ruolo delle **sale cinematografiche** e dei **festival** cinematografici quali momenti di fruizione sociale collettiva del prodotto cinematografico.

Le informazioni di seguito presentate rileggono dunque, laddove possibile, in modo trasversale, gli impatti osservati nei singoli nodi della filiera (dettagliatamente esposti nei capitoli successivi) rispetto ai Principi a cui si ispira l'intervento normativo.

La raccolta e l'analisi dei dati è stata, inoltre, integrata con una rilevazione effettuata tramite l'Indagine rivolta ai soggetti beneficiari dei contributi previsti dalla Legge al 31/12/2019, e realizzata attraverso la somministrazione di un questionario strutturato tra il 09/10/2020 e il 26/10/2020, a cui hanno risposto 1.219 soggetti.

Si rimanda, infine, ai fascicoli *Produzione, Distribuzione, Esercizio e Promozione* (Cfr. Capitoli 4 - 5 - 6 – 7 del presente documento) per le opportune precisazioni metodologiche e l'analisi dei dati di dettaglio.

EXECUTIVE SUMMARY

GARANTIRE IL PLURALISMO DELL'OFFERTA CINEMATOGRAFICA E AUDIOVISIVA (LETTERA A)

Tramite l'indagine sui soggetti beneficiari di un contributo nel 2019, è stato possibile rilevare che:

- **tre quarti** del campione dei rispondenti ritiene che "***La legge stia contribuendo a stimolare la varietà e la qualità dell'offerta cinematografica e audiovisiva italiana***". Nello specifico, il **43,07%** dei rispondenti si dichiara "**Abbastanza d'accordo**" con questa affermazione, mentre il **32,56%** si dichiara "**Completamente d'accordo**";
- oltre l'80% degli intervistati ritiene che "***La Legge stia stimolando l'introduzione di nuove progettuali nel settore dell'audiovisivo***", nello specifico il **44,30%** dei rispondenti si dichiara "**Abbastanza d'accordo**" con l'affermazione, mentre il **38,97%** si dichiara "**Completamente d'accordo**";
- **decisamente contenute** sono invece le percentuali di chi non si reputa "**Per niente d'accordo**" con le precedenti affermazioni (1,31%, 0,74%).

Nell'anno solare 2019, la Legge n. 220 del 2016 ha *garantito il pluralismo dell'offerta cinematografica e audiovisiva*, in termini di:

- **Valorizzazione del pluralismo culturale**, ovvero fornendo sostegno alla produzione e alla distribuzione di **825 opere caratterizzate da linguaggi e generi differenti.** Nello specifico, nell'anno di riferimento sono state finanziate opere prevalentemente di genere **Drammatico** (**39,64%**), a cui seguono, tra i principali, il genere **Commedia** (24,61%), **Biografico** (18,67%), **Storico** (16,36%), **Sentimentale** (8,61%), **Per ragazzi** (6,55%) e **Avventura** (6,18%);
- **Estensione territoriale dell'utilizzo,** ovvero sostenendo la produzione e distribuzione di opere tramite l'assegnazione di un contributo a **482 imprese operanti sull'intero territorio nazionale.** In particolare, il **Lazio** è la regione con la maggiore concentrazione di soggetti beneficiari con un totale di **257 imprese**. Seguono, tra le principali, la **Lombardia** (**59**), **Campania** (**26**), **Puglia** (**23**), **Emilia-Romagna** (**22**), **Piemonte** (**21**) **e Veneto** (**20**)**;**
- **Domande annuali per tipo di film**, poiché si rileva una **crescita significativa** del numero di domande volte a sostenere le **sale d'essai e l'offerta cinematografica**, con una crescita del **+1000%** nel caso del ***Credito di imposta per la Programmazione cinematografica*** rispetto al 2017-2018, dal momento che la linea ha iniziato la sua attività nel 2019.

FAVORIRE IL CONSOLIDARSI DELL'INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA NAZIONALE NEI SUOI DIVERSI SETTORI ANCHE TRAMITE STRUMENTI DI SOSTEGNO FINANZIARIO (LETTERA B)

Tramite l'indagine sui soggetti beneficiari di un contributo nel 2019, è stato possibile rilevare che:

- oltre il **90%** degli intervistati ritiene che "***I contributi ricevuti dalla DGCA stanno contribuendo ad incentivare e rafforzare la mia attività d'impresa***". Nello specifico, il **57,26%** dei rispondenti tra i soggetti beneficiari è "**Completamente d'accordo**" con l'affermazione, mentre il **34,13%** si dichiara "**Abbastanza d'accordo**";
- il **38,15%** dei rispondenti è "**Abbastanza d'accordo**" con l'affermazione "***La Legge sta promuovendo e incentivando la creazione di reti tra operatori***". Il **29,37%** si dichiara "**Né d'accordo né in disaccordo**", non

esprimendo dunque un parere netto, segno che vi sono probabilmente **margini di miglioramento** rispetto all'azione esercitata dalle Legge nel rispondere a questo obiettivo;
- **decisamente contenute** sono invece le percentuali di chi si reputa "**Per niente d'accordo**" con le precedenti affermazioni (0,41%, e 1,72%).

In relazione al principio "*Favorire il consolidarsi dell'industria cinematografica nazionale nei suoi diversi settori anche tramite strumenti di sostegno finanziario*" sono stati osservati i seguenti indicatori, per i quali si evidenzia:
- un **incremento positivo** in termini di composizione del tessuto imprenditoriale e produttivo del comparto cinematografico e audiovisivo italiano. Nello specifico, il **Numero di imprese di settore** si attesta, nel 2018, a **7.411 unità** (+14% rispetto al 2017) per **33.911 addetti** (+1,63% rispetto all'anno precedente);
- un **aumento** del **Valore Aggiunto Lordo** prodotto dalle 7.411 imprese *Core* che, in base alle stime effettuate per il 2018, risultano pari a **2.756.128.869€** (**+10,25%** rispetto al 2017), mentre il valore della **Produzione**, ovvero il fatturato, risulta pari a **2.499.819.347 €.** Inoltre, con riferimento ai **nodi della filiera**, nel 2018, le imprese operanti nel settore della **produzione** hanno generato il **53,87%** del valore aggiunto settoriale (**1.485 MLN**), quelle attive nella **distribuzione** il **35,07%** (**966,7 MLN**), mentre quelle impiegate nel nodo dell'esercizio l'**11,06%** (**305 MLN**);
- un **aumento** della **Spesa** realizzata, nel 2018, dalle imprese *Core* che, sulla base delle stime effettuate, risulta pari a **7.603.322.219,46 €** (**+27,68%** rispetto al 2017). Con riferimento ai **nodi che compongono la filiera**, si rileva che il **35,77% (2,719 MLD)** della Spesa è realizzata dalle imprese operanti nel settore della **Produzione**, il **47,45% (3,607 MLD)** nella **Distribuzione** e il **16,79% (1.276 MLD)** nell'**Esercizio;**
- un **incremento**, nel 2018, dell'**Occupazione** in termini di unità di lavoro a tempo pieno per le **7.411** aziende *Core* operanti nel settore cinematografico e audiovisivo italiano, pari a **22.715 ULA** (**20,68%** rispetto al 2017). Nello specifico, con riferimento ai **nodi di filiera**, il **48,28%** del totale degli occupati in termini di ULA nel comparto (**10.968** ULA) sono impiegati nel nodo della **Produzione**, il **23,23%** (**5.278** ULA) in quello della **Distribuzione**, mentre il **28,48%** (**6.470** ULA) nell'**Esercizio;**
- un **incremento** della **Remunerazione del lavoro** per i dipendenti delle aziende *Core* operanti nel settore, che secondo le stime effettuate per il 2018, risulta pari a circa **1.065.433.357,46 €** (**+26,92%** rispetto al 2017). Con riferimento ai **nodi di filiera,** nel settore della **Produzione** si rileva una retribuzione lorda dei dipendenti pari a **490.243.637,49 €** (**52,28%** del totale), in quello della **Distribuzione** pari a **267.052.988,55 €** (**28,48%**), mentre nell'**Esercizio** pari a **180.391.986,07 €** (**19,24%**);
- un **calo** del valore totale delle **Esportazioni** del settore, in termini di prodotti e servizi cinematografici e audiovisivi che, nel 2018, si attesta a **99.543.000,00 €** (**-31,75%**; rispetto al 2017);
- un investimento – **impatto diretto** – nell'anno 2019 di oltre **222 MLN** in termini di **produzione** (**+174,2%** rispetto al 2018) e di **79 MLN** (**+170,1%** rispetto al 2018) in termini di **valore aggiunto**;
- un'**Addizionalità** del 70,71%. Dall'indagine sui soggetti finanziati nel 2019, è emerso che il **70,71%** dei soggetti beneficiari "***Non avrebbe realizzato le attività e/o i progetti oggetto di contributo in assenza delle agevolazioni previste dalla Legge n. 220/2016*".** Di queste, il **41%** sono **Società di capitali**, il **22% Altro**, il **12% Istituto, scuola e università pubblica**, l'**11% Ente no-profit** e **Società di persone**, il **3% Libero professionista** e l'**1% Pubblica amministrazione**;
- un **investimento annuo totale proveniente da settori esterni**, nel 2019, pari a 6,5 MLN, di cui:
  - **3.805.000,00 €** investiti dalle imprese private per la realizzazione di opere che hanno beneficiato del ***Tax Credit investitori esterni***;
  - **2.769.375,00 €** investiti da imprese private per la realizzazione di opere che hanno beneficiato del ***Tax Credit Investitori esterni - Passaggio a nuove aliquote;***

- la **prevalenza**, tra i soggetti beneficiari nell'anno 2019 (escluse le persone fisiche), di **imprese istituite prima del 2017** (**86,87%**), le imprese di nuova costituzione che hanno ottenuto un finanziamento alla produzione e/o distribuzione sono in totale 3.

PROMUOVERE LE COPRODUZIONI INTERNAZIONALI, LA CIRCOLAZIONE E LA DISTRIBUZIONE DELLA PRODUZIONE CINEMATOGRAFICA E AUDIOVISIVA, ITALIANA ED EUROPEA, IN ITALIA E ALL'ESTERO (LETTERA C)

Tramite l'indagine sui soggetti beneficiari di un contributo nel 2019, è stato possibile rilevare che:

- il **73,91%** dei rispondenti tra i soggetti beneficiari nell'anno di riferimento è "**Abbastanza d'accordo**" o "**Completamente d'accordo**" con l'affermazione "***La Legge sta contribuendo a migliore la circolazione e la distribuzione di opere cinematografiche e audiovisive a livello nazionale***". Le percentuali che esprimono pareri contrari o dubbiosi sono molto basse, segno del riuscito sforzo dell'amministrazione in direzione di una migliore distribuzione del prodotto cinematografico e audiovisivo sul territorio italiano;
- sul fronte della distribuzione internazionale, invece, il **54,56%** dei rispondenti si dice "**Abbastanza d'accordo**" o "**Completamente d'accordo**" con l'affermazione "*La Legge sta contribuendo a migliore la circolazione e la distribuzione di opere cinematografiche e audiovisive a livello internazionale*". Risulta alta la percentuale di coloro che non si esprimono in maniera netta (33,88% - "Né d'accordo né in disaccordo"), più contenute le altre (9,47%, - "**Poco d'accordo**", "**Per niente d'accordo**" - 2,13%). Da questi dati si può dedurre che gli operatori del settore sembrino maggiormente convinti dell'efficacia delle misure a favore della distribuzione nazionale che di quella internazionale;
  il **36,59%** dei rispondenti tra i soggetti beneficiari nel 2019, si è dichiarato "**Abbastanza d'accordo**" con l'affermazione "***La Legge sta contribuendo a rafforzare la cooperazione internazionale tra gli operatori del settore cinematografico e audiovisivo",*** mentre il 35,68% si è espresso in modo neutro, segno che vi sono ancora margini di miglioramento sull'intervento che può apportare il dispositivo di Legge rispetto a questo campo di azione.

Nell'anno solare 2019, la Legge n. 220 del 2016 ha *promosso le coproduzioni internazionali, la circolazione e la distribuzione della produzione cinematografica e audiovisiva italiana e europea, in Italia e all'estero*, in termini di:

- **Grado di utilizzo delle misure a livello di settore,** ovvero, tra il 2017 e il 2019, le misure a sostegno del comparto produttivo e distributivo hanno raccolto un totale di **5.447 richieste di contributo,** la maggior parte delle quali in relazione ai **contributi selettivi (3.885 domande ricevute)**. Per quanto concerne le approvazioni, nel 2019 sono state approvate un totale di **1.129 domande**;
- **Nazionalità delle coproduzioni**, ovvero di sviluppo ed espansione a livello internazionale del mercato cinematografico e audiovisivo italiano. Guardando infatti, complessivamente, alle opere prodotte in coproduzione con Paesi esteri, si rileva, nel 2019, una **partecipazione estera più composita** rispetto al 2018. Nello specifico, si segnalano i partner provenienti dalla **Slovenia** (3,26%), **Regno Unito**, **Polonia**, **Danimarca** e **Cile** (tutte al 2,17%), **Ungheria**, **Serbia**, **Nuova Zelanda**, **Marocco**, **Macedonia**, **Lettonia**, **Grecia**, **Cina**, **Canada**, **Cuba Austria** e **Australia** (tutti all'1,09%). Il Paese partner con il quale sono state realizzate il maggior numero di opere resta, tuttavia, anche nel 2019 la **Francia (30,43%)**;
- **Progetti distribuiti a livello nazionale e internazionale e Paesi nei quali avviene la distribuzione**, ovvero, a parità di linee d'intervento, si osserva **un aumento costante** nel passaggio dal 2017-2018 al 2019 (**+272,31%**) delle istanze ammesse al finanziamento per la distribuzione (nazionale e internazionale). Si registra altresì rispetto al biennio precedente l'aumento delle **opere programmate**

nelle sale italiane (95) e in quelle straniere (40 beneficiarie di contributi selettivi e Credito d'imposta, **47** sostenute con il Film Distribution Fund affidato alla Gestione Fondi Cinema-Internazionalizzazione dell'Istituto Luce Cinecittà). Il dato complessivo evidenzia come rispetto ai mercati di destinazione la Legge abbia **esiti più evidenti rispetto alla distribuzione nazionale** piuttosto che internazionale. Sul piano della diffusione regionale la miglior penetrazione si ha in **Lombardia** (dato spiegabile anche con l'ampia disponibilità di schermi sul territorio) e, rispetto all'estero, in **Russia**;

- **Impatto sui tassi di uscita nelle sale e sulle spese P&A,** ovvero l'impatto del Credito d'imposta sulle **spese P&A** per sostenere la diffusione delle opere sul mercato con riferimento, in via primaria, alle **voci di costo cosiddette eleggibili**. L'analisi evidenzia nella stagione 2019 una **quota pari al 37,87% relativa alla distribuzione complessiva di titoli nazionali** nelle sale del circuito dell'esercizio **e una quota del 5,25% in termini di ingressi;**
- **Performance sui diversi mercati** ovvero, rispetto alla resa delle opere sostenute dal finanziamento in termini di incassi, si evidenzia come le opere beneficiarie del **Credito d'imposta distribuzione nazionale** e diffuse nelle sale hanno ottenuto il riscontro di **1.108.805 ingressi**, con una **media complessiva di 14.983 spettatori**. Per quanto concerne la distribuzione internazionale, 13 dei 15 titoli sostenuti con il **Credito d'imposta distribuzione internazionale** hanno raccolto, con 73 programmazioni complessive (13 nel 2017, 29 nel 2018 e 31 nel 2019), un pubblico valutato in **460.814 unità** (**in media 35.547 per opera e 6.312 a uscita**) in 27 Paesi di distribuzione (23 dei quali appartenenti all'Unione Europea); nell'area dei **contributi selettivi**, **16 titoli**, con 43 uscite in 17 nazioni europee, hanno totalizzato 246.318 ingressi;
- **Utilizzo da parte di produttori indipendenti,** ovvero nel 2019 il **39,53%** degli operatori beneficiari di misure a sostegno alla distribuzione dichiara come attività prevalente di essere un **produttore cinematografico e/o audiovisivo indipendente,** contro il 23,25% dei non indipendenti. Ai beneficiari che hanno dichiarato come attività prevalente quella di distributore internazionale indipendente fa capo il 19,76% delle domande, mentre all'attività di distributore italiano o europeo indipendente fa capo il 13,95%. Molto più basse o inesistenti le altre voci. L'analisi relativa alle **società beneficiarie** (al netto di duplicazioni e domande multiple) indica una preponderanza di beneficiari con attività prevalente di **produttori cinematografici e/o audiovisivi indipendenti.** Quasi la metà il numero di distributori italiani o europei indipendenti, mentre sono numericamente molto più basse o inesistenti le altre voci;
- **Rilevanza internazionale dei progetti finanziati,** che indica soprattutto nei **Paesi europei i territori privilegiati di destinazione delle opere beneficiarie di sostegno.** Nello specifico, se ne registrano **23** relativamente al **Credito d'imposta distribuzione internazionale** e **17** per i **contributi selettivi**.

ASSICURARE LA CONSERVAZIONE E IL RESTAURO DEL PATRIMONIO FILMICO E AUDIOVISIVO NAZIONALE (LETTERA D)

CURARE LA FORMAZIONE PROFESSIONALE, FAVORENDO IL RICONOSCIMENTO DEI PERCORSI FORMATIVI SEGUITI E DELLE PROFESSIONALITÀ ACQUISITE, E PROMUOVERE STUDI E RICERCHE NEL SETTORE CINEMATOGRAFICO (LETTERA E)

Nell'anno solare 2019 la Legge n. 220 del 2016 ha riservato attenzione alle azioni volte alla *conservazione e al restauro del patrimonio filmico e audiovisivo* soprattutto tramite due misure: **Acquisizione, conservazione, catalogazione, restauro, ricerca, fruizione e valorizzazione del patrimonio cinematografico e audiovisivo** (ovvero **Attività cineteche**, Art.27) e il **Piano straordinario digitalizzazione del patrimonio cinematografico e audiovisivo** (Art.29). Tale attenzione si è espressa in termini di:

- **Grado di utilizzo delle misure a livello di settore,** in quanto, nel corso del 2019, le due misure hanno raccolto complessivamente 48 domande e le **approvazioni deliberate al 31/12/2019 sono state 31**, per un **finanziamento complessivo approvato di 10.425.500 €.** In altre parole, il **53,38%** di quanto approvato sul totale delle misure del settore Promozione, indice, a fronte del numero ridotto di istanze approvate, dell'elevato impegno che l'Amministrazione riserva alla conservazione e al restauro del patrimonio filmico e audiovisivo;
- **Volume dei materiali digitalizzati.** Si precisa che allo stato attuale della modulistica DGCol non è possibile riportare in dettaglio il volume dei materiali digitalizzati;
- **Utilizzo per tipologia di richiedente,** che vede una preponderanza delle **Società di capitali** (**51,61%**), seguite a breve distanza dalle **Associazioni culturali o Fondazioni** (41,93%), mentre si attestano su percentuali più ridotte le **Cooperative** (6,45%) e le altre nature giuridiche (0%);
- **Estensione territoriale dell'utilizzo** in quanto, pur non distribuendosi su tutte le regioni, il finanziamento appare localizzato dal nord al sud dell'Italia, con una preponderanza di **imprese e istituzioni con sede legale nel Lazio** (17 sulle 31 domande complessive) e, a grande distanza, in Lombardia (3 domande). Il fatto che 8 regioni non siano state raggiunte dai benefici fiscali si spiega, certamente, con la **specificità dei soggetti che possiedono i requisiti per presentare domanda di finanziamento**, non dislocati, come è normale sia, su tutto il territorio italiano, e con la **natura dei progetti finanziati, il cui valore culturale e storico è a vantaggio di tutti.**

CURARE LA FORMAZIONE PROFESSIONALE, FAVORENDO IL RICONOSCIMENTO DEI PERCORSI FORMATIVI SEGUITI E DELLE PROFESSIONALITÀ ACQUISITE, E PROMUOVERE STUDI E RICERCHE NEL SETTORE CINEMATOGRAFICO (LETTERA E)

Il conseguimento del Principio relativo alla *formazione professionale e alla promozione di studi e ricerche nel settore cinematografico e audiovisivo* è perseguito dalla Legge n. 220 del 2016 attraverso diverse misure. Tra queste, per esempio, la linea dell'Art.27 **Iniziative di sviluppo della cultura cinematografica e audiovisiva** (da qui in avanti **Iniziative SCA**). In particolare, le azioni del **Gruppo B** riguardano lo sviluppo della cultura cinematografica e audiovisiva, del cinema e dell'audiovisivo sul piano artistico, culturale, tecnico ed economico, lo studio, le ricerche e le valutazioni d'impatto. Anche i **Progetti speciali** (sempre entro l'Art.27) annoverano al loro interno iniziative volte a rafforzare la formazione professionale del settore cinematografico e audiovisivo. Si ricorda, inoltre, che la Legge n. 220 del 2016 finanzia le attività formative in seno al **Centro Sperimentale di Cinematografia**. Tale sostegno è visibile in termini di:

- **Grado di utilizzo delle misure a livello di settore** che registra, per le **Iniziative SCA-Gruppo B,** 66 domande pervenute e **44 approvate** entro il 31/12/2019; almeno **4** iniziative tra i **Progetti speciali**, come la Valutazione d'impatto ai sensi dell'Art.2, comma 6), e la Scuola di sceneggiatura Leo Benvenuti promossa da ANAC-Associazione Nazionale Autori Cinematografici;
- **Importo dei finanziamenti per il cinema e l'audiovisivo per promuovere i percorsi formativi** che, per quanto concerne le **Iniziative SCA**, **-Gruppo B** è stato di **891.000,00 €** e per i **Progetti speciali** più vicini alle finalità del Principio di circa **500.000 €.** Rispetto, invece, al **Centro Sperimentale di Cinematografia – Scuola Nazionale del Cinema**, nel 2019 sono stati stanziati **12.500.000,00 €** a sostegno dell'attività dell'Ente e nello specifico per la realizzazione di corsi d'alta specializzazione nell'ambito di tutte le discipline cinematografiche e dell'audiovisivo promosse dalla Fondazione.

DISPORRE E SOSTENERE L'EDUCAZIONE ALL'IMMAGINE NELLE SCUOLE E FAVORIRE TUTTE LE INIZIATIVE IDONEE ALLA

FORMAZIONE DEL PUBBLICO (LETTERA F)

L'attenzione alla *formazione cinematografica e audiovisiva* nelle scuole e più in generale del pubblico è, a tutti gli effetti, una delle **principali novità** della Legge n. 220 del 2016 e si esprime, in particolare, tramite il **Piano Nazionale Cinema per la scuola**. Tuttavia si potrebbero annoverare anche alcune iniziative specifiche sostenute tramite le linee **Iniziative di Sviluppo della cultura cinematografica e audiovisiva**, i contributi a **Festival, Rassegne e Premi** e a **Circoli di cultura cinematografica, Associazioni nazionali di cultura cinematografica e Sale della comunità**. L'indagine rivolta ai soggetti beneficiari dei contributi previsti dalla Legge n. 220 del 2016, rispetto a questo obiettivo, ha evidenziato che:

- il **70,46%** è **"Abbastanza d'accordo"** o **"Completamente d'accordo"** con l'affermazione ***"La legge sta contribuendo a sostenere l'educazione all'immagine nelle scuole e favorendo iniziative alla formazione del pubblico"***;
- complessivamente **l'11,32%** dei rispondenti è "**Poco d'accordo**" o "**Per niente d'accordo"** con l'affermazione ***"La legge sta contribuendo a sostenere l'educazione all'immagine nelle scuole e favorendo iniziative alla formazione del pubblico"***;
- il **18,21%** si dimostra insicuro sul parere da dare.

Nell'anno solare 2019 il sostegno all'educazione all'immagine nelle scuole e alla formazione del pubblico si è espressa in termini di:

- **Grado di utilizzo delle misure a livello di settore**, in quanto **la risposta dei soggetti ammissibili al finanziamento è stata cospicua**, più alta rispetto al precedente biennio 2017-2018, pur potendo rispondere a sole 3 linee: le **domande pervenute sono state infatti 1035**, con un **incremento del 18,06% rispetto al 2017-2018**. Questo è indice di un interesse maggiore alla misura da parte degli istituti scolastici e insieme di una notevole credibilità acquisita in breve tempo dal Piano Nazionale Cinema per la scuola. In generale **tutte le misure relative alla crescita della cultura cinematografica facenti capo all'Art.27 hanno visto aumentare il grado di utilizzo con percentuali che variano dal 3,7% al 46%;**
- **Valorizzazione del pluralismo culturale,** dal momento che esso è riscontrabile sia nella **eterogeneità dei soggetti che presentano istanza** di finanziamento sia nella **varietà dei progetti sostenuti**. Nello specifico, il Piano Nazionale Cinema per la scuola ha confermato alcune linee attivate nel precedente biennio 2017-2018, ma ne ha aperte di nuove, in risposta alle finalità educative e di formazione proprie della scuola. Per la precisione sono **9 le linee attivate nel 2019**, **delle quali solo 3**, tuttavia, **hanno avuto apertura e chiusura entro il 31 dicembre 2019 per quanto attiene ai relativi bandi**: linea A1 Cinema Scuola LAB, Linea A2 Visioni fuori luogo e linea C2 Buone pratiche, rassegne e festival. Ognuna di esse mira a raccogliere **adesioni diversificate** nel rispetto delle potenzialità espressive della scuola e dei programmi formativi da esse portati avanti;
- **Ampiezza della rete del soggetto richiedente,** poiché le domande prevedono la possibilità di **creare reti di collaborazioni** a livello cittadino e/o provinciale e/o regionale e/o nazionale;
- **Utilizzo per tipologia di richiedente**, vista la **varietà di soggetti che presentano istanza di finanziamento**, appartenenti a nature giuridiche diverse e caratterizzati da attività diversificate;
- **Estensione territoriale dell'utilizzo,** in quanto i progetti approvati vedono una **distribuzione capillare su tutto il territorio nazionale**, anche in virtù della loro **natura reticolare**.

PROMUOVERE E FAVORIRE LA PIÙ AMPIA FRUIZIONE DEL CINEMA E DELL'AUDIOVISIVO, TENENDO ALTRESÌ CONTO DELLE SPECIFICHE ESIGENZE DELLE PERSONE CON DISABILITÀ, SECONDO I PRINCIPI STABILITI DALLE CONVENZIONI INTERNAZIONALI SOTTOSCRITTE DALL'ITALIA IN MATERIA (LETTERA G)

L'attenzione della Legge n. 220 del 2016

per una *fruizione ampia, in termini di pubblico* è testimoniata, in particolare, dalle iniziative volte a sostegno del **settore dell'esercizio**, sia in termini di sostegno alla programmazione che di rinnovamento e ripristino delle strutture. In particolare essa si è espressa in termini di:

- **Pubblici e inclusività,** poiché dall'indagine rivolta ai soggetti beneficiari è emerso che:
  - complessivamente, il **68,17%** si dichiara "**Abbastanza d'accordo"** o **"Completamente d'accordo"** con l'affermazione ***"La Legge sta contribuendo a stimolare una fruizione del cinema e dell'audiovisivo eterogenea in termini di pubblici***". Si attesta intorno al 23%, invece, la percentuale di chi è incerto sulla risposta ed è sotto il 10% quella di chi è poco o per niente d'accordo;
  - il **74,65%** dei rispondenti si è detto "**Abbastanza d'accordo" o "Completamente d'accordo"** con l'affermazione ***"La Legge sta contribuendo a favorire una fruizione del cinema e dell'audiovisivo che tiene conto delle specifiche esigenze delle persone con disabilità"***. Contenuta la percentuale di chi non esprime un'opinione netta (il 18,62%), molto bassa quella di chi si dice poco o per niente d'accordo (complessivamente il 6,72%). Un risultato che non lascia dubbi rispetto all'operato della Legge n. 220 del 2016, ma che insieme offre **ancora margini di miglioramento** nella direzione indicata dal Principio.
- **Estensione territoriale dell'utilizzo,** poiché sono **3.441** le **domande approvate** entro il 31/12/2019 su tutte le linee del settore esercizio, **con una distribuzione, sul territorio nazionale, abbastanza capillare**. La quota maggiore di domande è riconducibile a sale collocate in **Lombardia** (620 schermi), in ragione dell'alto numero di strutture presenti nella regione, quella più bassa in Liguria. Si ricorda, tuttavia, che una stessa impresa d'esercizio può fare capo a diverse sale e che dunque può avere sede legale in una regione diversa da quella in cui è ubicata la sala di cui è responsabile.

RISERVARE PARTICOLARE ATTENZIONE ALLA SCRITTURA, PROGETTAZIONE, PREPARAZIONE, PRODUZIONE, POST-PRODUZIONE, PROMOZIONE, DISTRIBUZIONE E PROGRAMMAZIONE DEI PRODOTTI CINEMATOGRAFICI E AUDIOVISIVI ITALIANI E ALLA VALORIZZAZIONE DEL RUOLO DELLE SALE CINEMATOGRAFICHE E DEI FESTIVAL CINEMATOGRAFICI QUALI MOMENTI DI FRUIZIONE SOCIALE COLLETTIVA DEL PRODOTTO CINEMATOGRAFICO (LETTERA H)

Nell'anno solare 2019, la Legge n. 220 del 2016 ha riservato particolare attenzione alla scrittura, progettazione, preparazione, produzione, post-produzione, promozione, distribuzione e programmazione dei prodotti cinematografici e audiovisivi italiani e alla valorizzazione del ruolo delle sale cinematografiche e dei festival cinematografici quali momenti di fruizione sociale collettiva del prodotto cinematografico, in termini di:

- **Grado di utilizzo delle misure a livello di settore**, in quanto nel 2019, escludendo i contributi automatici, sono state approvate **4.779 domande** di contributo, per un totale di **399.793.638,52 €.** Nello specifico, osservando le approvazioni per tipologia di procedimento si rileva che, con riferimento a:
  - il **credito d'imposta,** sono state approvate **3.814** domande, per un totale di **312.477.953,68 €;**
  - i **contributi selettivi,** sono state approvate **252 domande** per un totale di **27.539.865,00 €;**
    i **Progetti speciali** (Bando "Non Violenza "e Coproduzioni minoritarie) sono state approvate **24 domande** per un totale di **2.210.500,00 €;**
    i **Contributi alla promozione della cultura cinematografica e audiovisiva,** sono state approvate **560 domande** per un totale di **11.757.000,00 €;**
  - i **Contributi alla diffusione della**

cultura cinematografica, sono state approvate **41 domande** per un totale di **773.500,00 €;**

- il **Piano straordinario per il potenziamento del circuito delle sale cinematografiche e polifunzionali,** sono state approvate **41 domande** per un totale di **26.657.819,84 €;**
- il **Piano straordinario per la digitalizzazione del patrimonio audiovisivo,** sono state approvate **44 domande** per un totale di **18.377.000,00 €.**

- **Tasso medio e/o importo del sostegno ottenuto per progetto**, ovvero investendo mediamente per ciascuna domanda di contributo approvata **83.656,34 €.** Guardando nel dettaglio ai diversi procedimenti finanziati, l'importo medio più consistente è registrato dal **Piano straordinario per il potenziamento del circuito delle sale cinematografiche** per un totale di **650.190,73 €** su 41 opere finanziate. Seguono, il **Piano straordinario per la digitalizzazione del patrimonio audiovisivo** (417.659,09 €), i **contributi selettivi** (109.285,18 €), il **Credito d'imposta** (81.929,20 €), i **Progetti Speciali** (81.870,37 €), i **Contributi alla promozione della cultura cinematografica e audiovisiva** (20.994,64 €) e i **Contributi alla diffusione della cultura cinematografica** (18.865,85 €). In relazione al settore, invece, quello su cui sono state investite mediamente più risorse è il ***Tax credit produzione esecutiva di opere straniere*** per un importo medio pari a **1.239.577,35 €** su 29 opere finanziate;
- **Utilizzo per tipologia di richiedente,** ovvero garantendo un sostegno ad una pluralità di soggetti appartenenti a categorie di attività e nature giuridiche differenti. In particolare, su **1.418 imprese beneficiarie**, il **36,18%** è costituita da ***Società a responsabilità limitata (S.R.L.)*** per un totale di **513 imprese.** A queste seguono, tra le principali, le ***Associazioni culturali*** (**9,24%**), gli ***Enti ecclesiastici civilmente riconosciuti*** (**8,53%**) e le ***Società di capitali*** (**8,25%**). Le ***Persone fisiche,*** alle quali è destinata un'unica linea di finanziamento della contribuzione selettiva (Scrittura di sceneggiature), rappresentano invece ***il* 3,31%** del totale dei soggetti beneficiari. Con riferimento alle **categorie di attività**, invece, il **48,17%** dei soggetti beneficiari nel 2019 è dato dalle **Imprese di esercizio cinematografico** a cui seguono, tra i principali, i **Produttori cinematografici/audiovisivi** (**30,82%**);
- **Estensione territoriale dell'utilizzo,** ovvero distribuendo le risorse assegnate a soggetti operanti su tutto il territorio nazionale. In particolare, il **Lazio** è la regione con la maggiore concentrazione di soggetti finanziati (**401 imprese**) e a cui sono state destinate il maggior numero di risorse (**150.070.008,16 €**) nell'anno di riferimento, a cui seguono, tra le principali, la **Lombardia** (**199 imprese** per **52.644.309,27 €**) e l'**Emilia-Romagna** (**137 imprese** per **33.356.508,41 €);**
- **Numero di singole imprese che beneficiano del sostegno e numero di imprese che ricevono finanziamenti multipli,** ovvero sono **655** i **soggetti** che hanno beneficiato di una **singola misura di sostegno**, mentre sono **763** i **soggetti** che hanno ricevuto **finanziamenti multipli**. Mediamente ciascun soggetto ha ottenuto 3,37 approvazioni;
- **Parità di genere e diversità**, poiché la Legge n. 220 del 2016 ha ampliato e consolidato l'intervento a favore delle donne e dei giovani autori under 35, soprattutto attraverso i **Contributi selettivi.** L'analisi evidenzia il **permanere di uno scarto ampio** fra la quota di uomini e di donne registi/e che accedono agli aiuti: nel 2019 solo il 19% delle opere che hanno beneficiato degli aiuti alla produzione (con eccezione per la scrittura di sceneggiature) è risultata a direzione femminile o prevalentemente femminile. Tale dato è confermativo rispetto a quanto rilevato nel 2017-2018 (le opere beneficiarie di aiuti alla produzione a direzione femminile erano il 20%). Questo dato, per quanto critico segna **un miglioramento rispetto alla situazione antecedente** all'entrata in vigore della Legge 220/2016: nei 13 anni di esercizio del precedente dispositivo di legge (Decreto Legislativo 28/2004) solo il 12% delle opere beneficiarie di aiuti sono risultate a conduzione femminile o prevalentemente femminile. Il dettaglio delle linee di

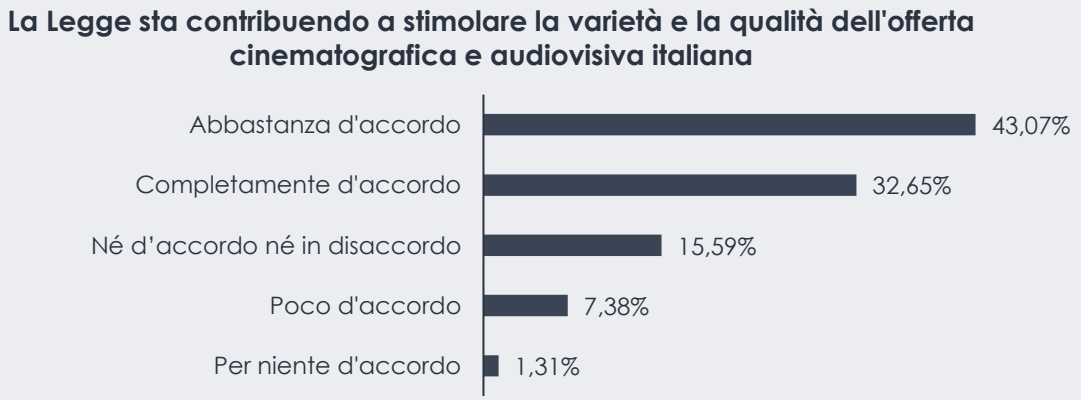
finanziamento consente, inoltre, di effettuare altri **due rilievi**: in linea generale **la presenza di donne alla regia è maggiore fra le opere web e Tv e i corti e documentari**; essa **cresce** anche **in relazione alle opere di giovani autori**. Pur nel permanere di una condizione di disequilibrio, questi dati evidenziano un positivo segnale di bilanciamento sull'asse del genere nell'ambito delle produzioni non cinematografiche o delle produzioni a budget più basso e presso gli autori più giovani. Questa seconda evidenza, in particolare, prefigura un cambiamento generazionale, di cui si potranno apprezzare i risultati sul medio periodo. Per rafforzare questa tendenza occorrerebbe operare in modo ancora più incisivo nel sostegno agli **autori giovani**, che risultano ad oggi **ancora una minoranza**. La larga parte dei registi di opere beneficiarie, sia nella produzione (75%), sia nella distribuzione (76%), si colloca infatti nella fascia fra i 35 e i 60 anni. Tale dato è confermato anche dalle rilevazioni emerse dall'indagine sui soggetti finanziati nel 2019, in cui si osserva che il 41,02% dei rispondenti è "**Abbastanza d'accordo**" con l'affermazione "***La Legge sta promuovendo la partecipazione giovanile e l'emergere di nuovi talenti***", mentre il **20,84%** si esprime in modo neutro, segno che vi sia un margine di miglioramento nell'azione del dispositivo di legge. Sempre a sostegno della positiva correlazione fra bilanciamento di genere e nuove generazioni di autori, **la percentuale di registe sotto i 35 anni è proporzionalmente più alta della percentuale di registi nella stessa fascia d'età**: il 23% fra le registe che hanno beneficiato di aiuti per la produzione (rispetto al 10% dei registi) e l'11% fra le registe che hanno beneficiato di aiuti per la distribuzione (rispetto al 10% dei registi). Da ultimo, emerge una **maggiore presenza femminile fra le sceneggiatrici** e, soprattutto, fra **le autrici del montaggio**, dove la quota femminile, con riferimento alle opere che hanno beneficiato agli aiuti per la produzione, supera ampiamente quella maschile arrivando a rappresentare il 75% del totale.

- Dall'Indagine sui soggetti beneficiari nell'anno 2019, rispetto all'affermazione ***"Secondo la mia esperienza, le opere e le iniziative beneficiarie di finanziamento hanno ripercussioni sul turismo di una location e/o sulla promozione del territorio interessato"***, si è detto **"Completamente d'accordo"** o **"Abbastanza d'accordo"**, mentre il **12,1%** si è espresso in modo neutro. Decisamente più bassa è invece la percentuale di coloro che sono "**Poco d'accordo**" o "**Parzialmente d'accordo**" con l'affermazione precedente (**3,7%).** È dunque evidente come gli stessi operatori del settore ritengano le opere e le iniziative beneficiarie di aiuti fiscali capaci di promuovere il settore turistico e di valorizzare il territorio. Si rimanda al capitolo 11 Turismo della presente Valutazione d'impatto per gli opportuni approfondimenti;
- **Giornate di ripresa e lavorazione,** ovvero, nel 2019 sono state **24.196** le **giornate di ripresa** per le produzioni sostenute dal tax credit. Di queste l'**87% è stata realizzata in Italia**, a conferma della forte relazione del cinema italiano con il proprio territorio. Sebbene si osservi il coinvolgimento di tutto il territorio nazionale nella scelta della location, la regione **Lazio** rimane quella prevalente, assorbendo da sola il **27%** delle giornate di ripresa realizzate sul territorio nazionale;
- **Coinvolgimento dei fornitori SMAV,** ovvero sono stati **62** i progetti, beneficiari del tax credit produzione, con partecipazione di fornitori **SMAV (+129,6% rispetto al 2018**), con una prevalenza per le **opere di finzione (40)** seguite dai **documentari (20)** e dalle opere di **animazione (2).**
- **Mantenimento dei diritti tra i produttori indipendent**i, ovvero promuovendo il rafforzamento del ruolo del produttore indipendente italiano. In particolare, nel caso delle produzioni 100% italiane, si registra un incremento della percentuale media di proprietà dell'opera in capo al produttore indipendente italiano che passa dal 68,5% nel 2018 al 94% nel 2019, mentre nel caso delle coproduzioni internazionali, tale rafforzamento risulta

meno evidente, con una percentuale media di proprietà dell'opera in capo al produttore indipendente italiano che varia dal 66,4% nel 2018 al **69%** nel 2019.

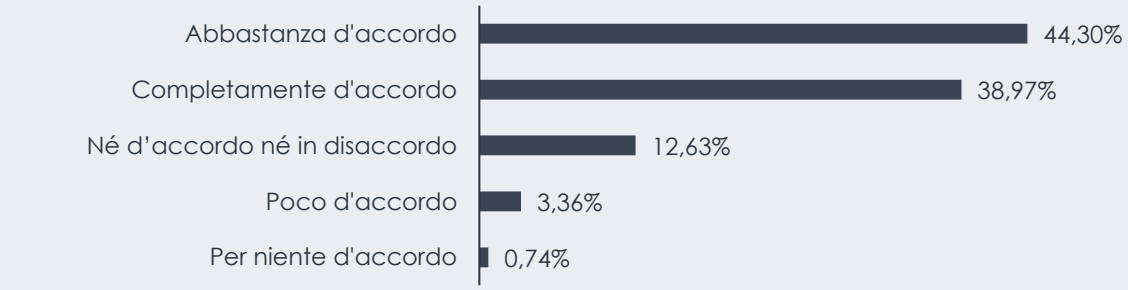
2.1. GARANTIRE IL PLURALISMO DELL'OFFERTA CINEMATOGRAFICA E AUDIOVISIVA (LETTERA A)

Figura 2.1: Percezione del contributo delle misure previste dalla Legge n. 220/2016 alla varietà e qualità dell'offerta cinematografica e audiovisiva italiana



Fonte: Indagine Soggetti Finanziati 2019

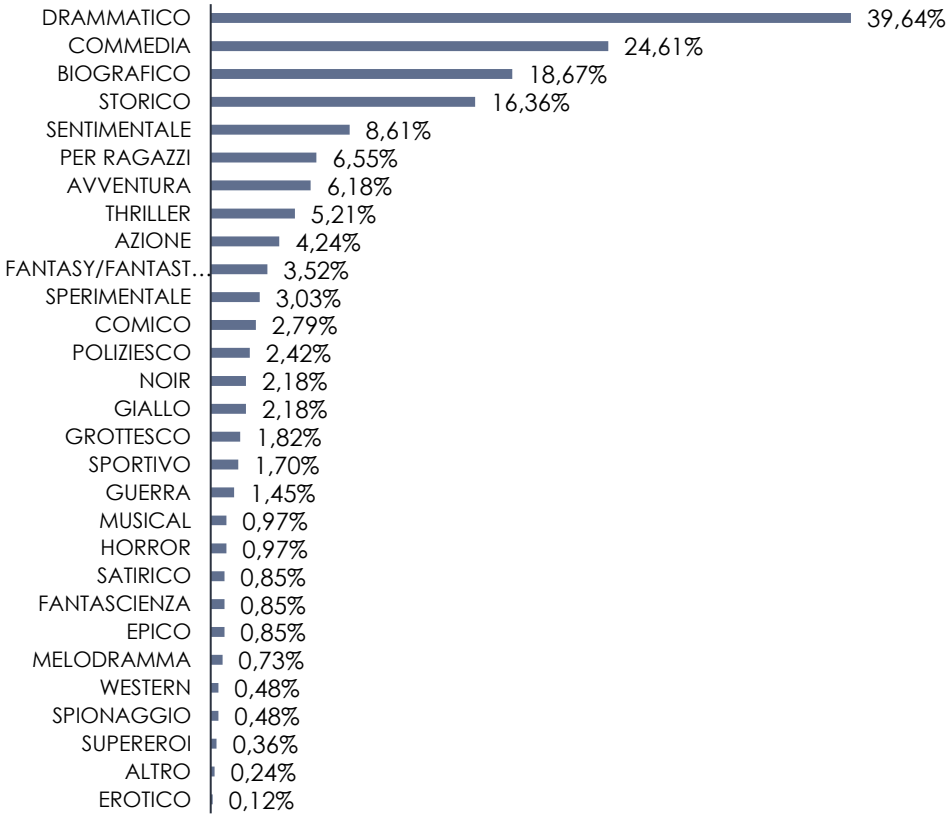
Figura 2.2: Percezione del contributo delle misure previste dalla Legge n. 220/2016 all'introduzione di nuove progettualità



Fonte: Indagine Soggetti Finanziati 2019

2.1.1. Valorizzazione del pluralismo culturale

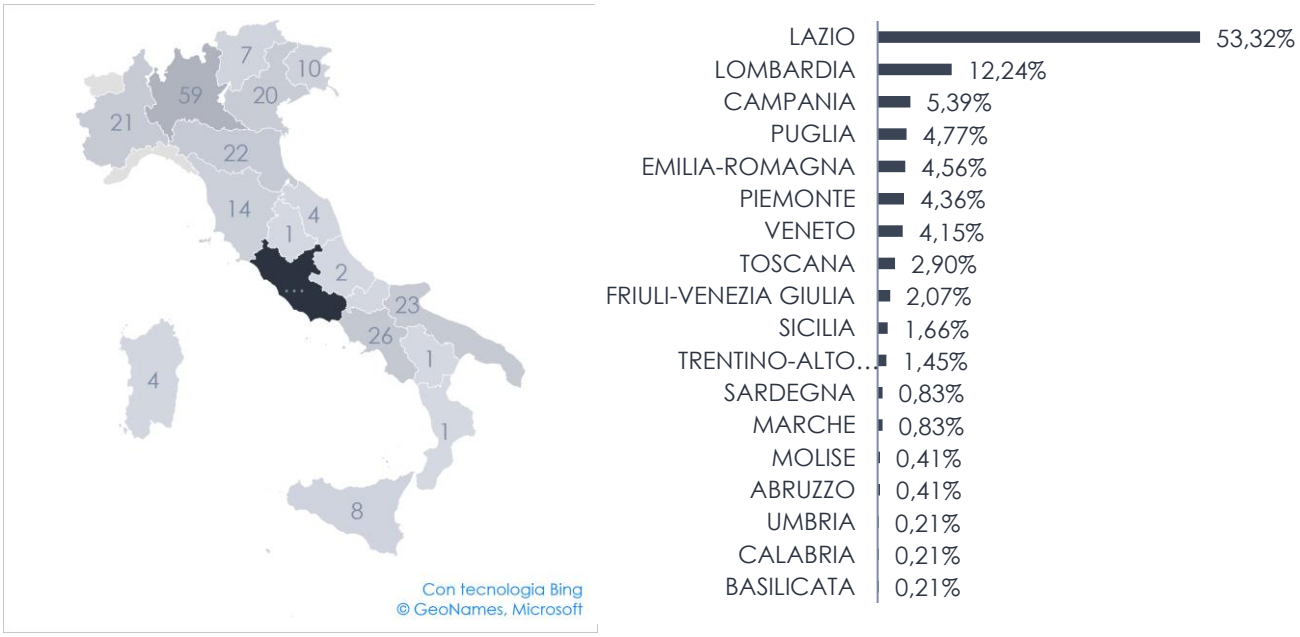
Figura 2.3: Distribuzione dei generi delle opere che hanno ottenuto un finanziamento alla produzione e distribuzione nel 2019



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

2.1.2. Estensione territoriale dell'utilizzo

Figura 2.4: Distribuzione regionale dei soggetti beneficiari di contributi alla produzione e distribuzione per l'anno 2019



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

2.1.3. Domande annuali per tipo di film

Tabella 2.1: Domande per il Potenziamento dell'offerta cinematografica e per le iniziative di promozione cinematografica e audiovisiva

RIF. L. 220/2016	PROCEDIMENTI	DOMANDE APPROVATE 2019	
		DOMANDE	€[5]
ART. 18	CREDITO DI IMPOSTA POTENZIAMENTO OFFERTA CINEMATOGRAFICA	2.729[6]	25.888.622,2 €
ART. 27	RICONOSCIMENTO QUALIFICA SALA D'ESSAI	354	5.000.000 €

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

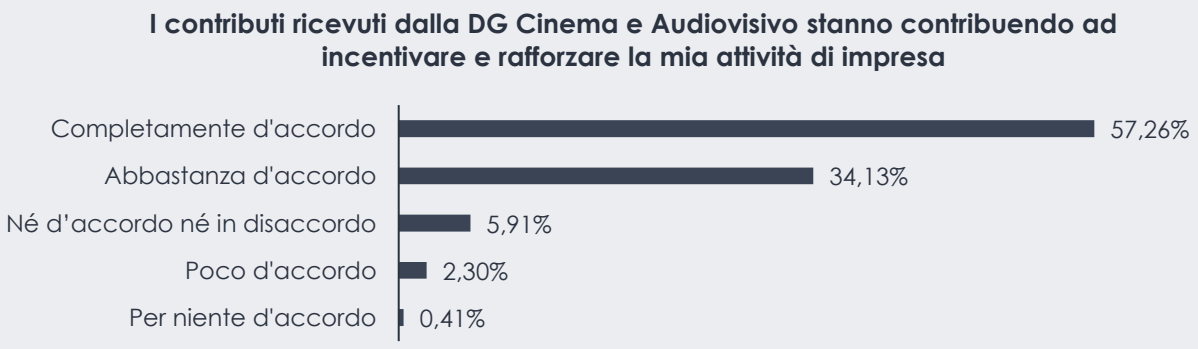
Tabella 2.2: Domande per il Potenziamento dell'offerta cinematografica approvate nel 2017-2018 e nel 2019

RIF. L. 220/2016	PROCEDIMENTO	DOMANDE APPROVATE							
		NUMERO				€			
		2017-2018	2019	Δ	Δ %	2017-2018	2019	Δ	Δ %
ART. 18	CREDITO DI IMPOSTA POTENZIAMENTO OFFERTA CINEMATOGRAFICA	248	2729	+2481	+1000%	14.873.677	25.888.622	+11.014.945	+74%

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

2.2. FAVORIRE IL CONSOLIDARSI DELL'INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA NAZIONALE NEI SUOI DIVERSI SETTORI ANCHE TRAMITE STRUMENTI DI SOSTEGNO FINANZIARIO (LETTERA B)

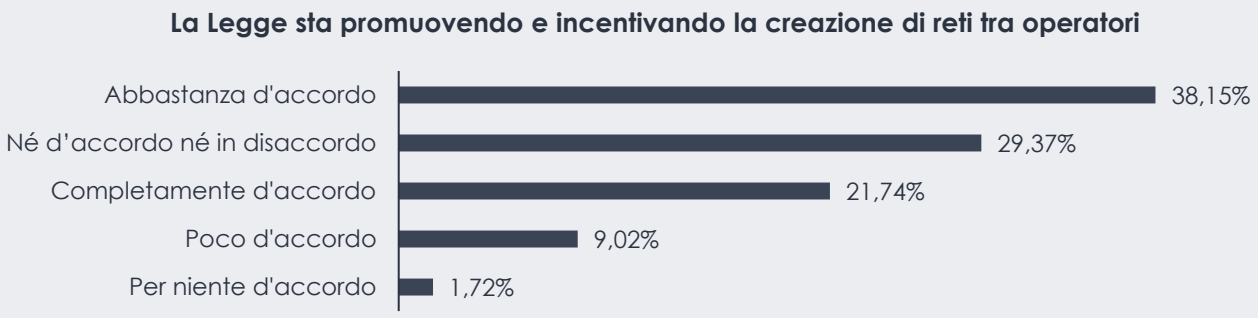
Figura 2.5: Percezione del contributo delle misure previste dalla Legge n. 220/2016 all'incentivazione e rafforzamento della propria attività d'impresa



Fonte: Indagine Soggetti Finanziati 2019

[5] Per il Tax Credit i valori si riferiscono al Credito richiesto.
[6] Di cui 55 domande "trasferite per credito".

Figura 2.6: Percezione del contributo delle misure previste dalla Legge n. 220/2016 alla promozione e incentivazione di reti tra operatori



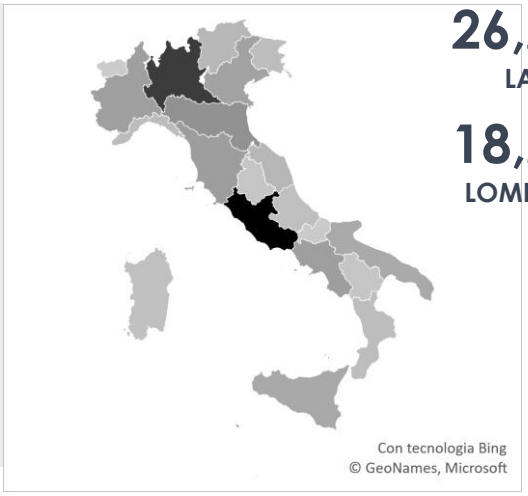
Fonte: Indagine Soggetti Finanziati 2019

2.2.1. Numero delle imprese di settore

Figura 2.7: Numero di imprese Core nel 2018

7.411
IMPRESE
+14% rispetto al 2017

33.911
ADDETTI
+1,63% rispetto al 2017



26,26%
LAZIO

18,23%
LOMBARIDA



Fonte: Registro delle Imprese e Istat

2.2.2. Valore Aggiunto Lordo (VAL)

Figura 2.8: Valore Aggiunto Lordo del settore audiovisivo e cinematografico italiano nel 2018

2,7 MLD
VALORE AGGIUNTO

+10,25% rispetto al 2017

PRODUZIONE
1.484.723.135€

DISTRIBUZIONE
966.603.970€

ESERCIZIO
304.801.764€

Fonte: Stima su dati Registro delle Imprese e Istat

2.2.3. Spesa

Figura 2.9: Spesa del settore audiovisivo e cinematografico italiano nel 2018



Fonte: Stima su dati Registro delle Imprese e Istat

2.2.4. Occupazione

Figura 2.10: Occupazione del settore audiovisivo e cinematografico italiano nel 2018



Fonte: Stima su dati Registro delle Imprese e Istat

2.2.5. Remunerazione del lavoro

Figura 2.11: Remunerazione del lavoro del settore audiovisivo e cinematografico italiano nel 2018



Fonte: Stima su dati Registro delle Imprese e Istat

2.2.6. Ricavi da esportazione

Figura 2.12: Ricavi da esportazione del settore audiovisivo e cinematografico italiano nel 2018



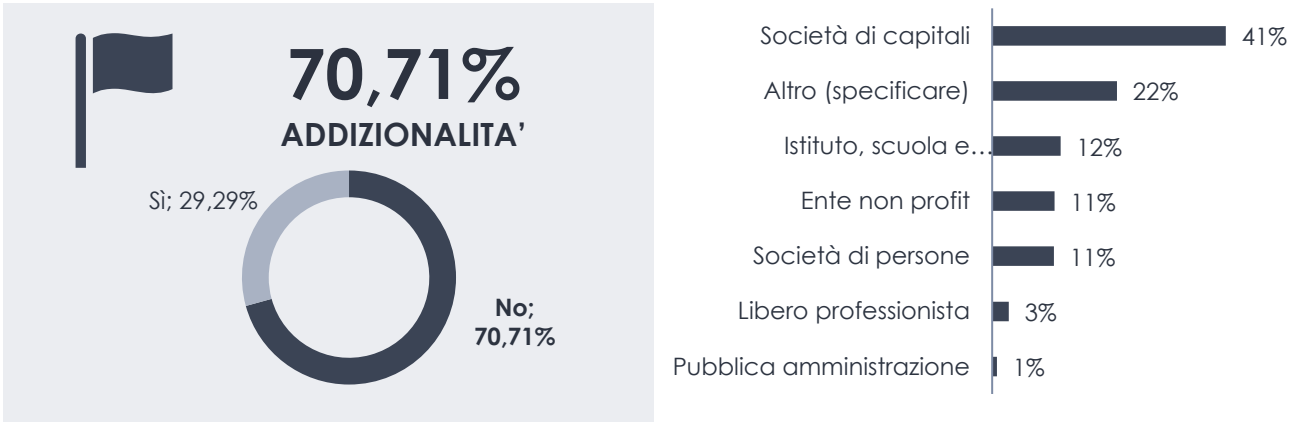
Fonte: Eurostat -- Cultural Statistics

2.2.7. Moltiplicatore

Si rimanda a quanto riportato nel Capitolo 3 "Indicatori di Comparto" (Cfr. 3.2.1.).

2.2.8. Addizionalità

Figura 2.13: Addizionalità delle misure previste dalla Legge n.220/2016 nel 2019



Fonte: Indagini soggetti finanziati 2019

2.2.9. Investimenti annui totali provenienti dai settori esterni

Tabella 2.3: investimenti annuo attivato dalle imprese esterne al settore nel 2019 per linea di finanziamento

PROCEDIMENTO	INVESTIMENTO IMPRESE ESTERNE AL SETTORE
Tax Credit investitori esterni - Definitiva	3.805.000,00 €
Tax Credit investitori esterni - Definitiva - Passaggio a nuove aliquote	2.769.375,00 €
TOTALE	6.574.375,00 €

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

2.2.10. Costituzione e rafforzamento delle imprese esistenti

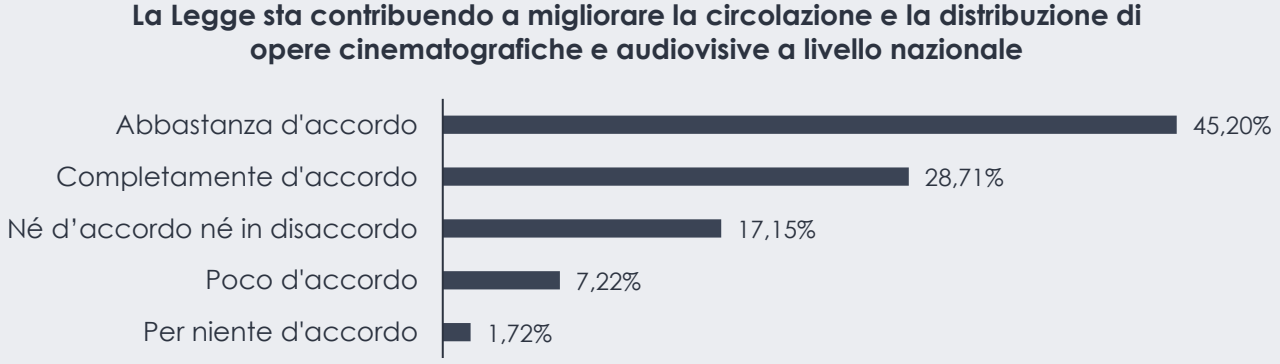
Tabella 2.4: Anno di costituzione delle imprese beneficiarie nel 2019

COSTITUZIONE IMPRESE BENEFICIARIE	SOGGETTI BENEFICIARI	%
2019	3	0,22%
2017-2018	5	0,36%
< 2017	59	4,30%
N.P.	1.191	86,87%
2019	113	8,24%
TOTALE	1.371	100%

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

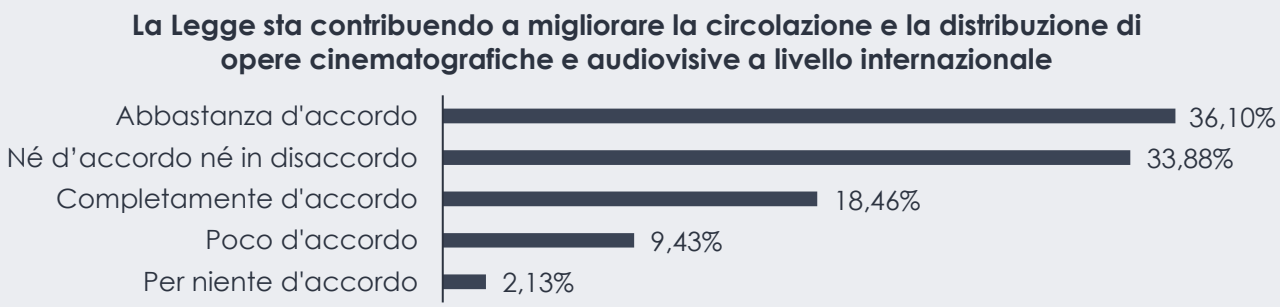
2.3. PROMUOVERE LE COPRODUZIONI INTERNAZIONALI, LA CIRCOLAZIONE E LA DISTRIBUZIONE DELLA PRODUZIONE CINEMATOGRAFICA E AUDIOVISIVA, ITALIANA ED EUROPEA, IN ITALIA E ALL'ESTERO (LETTERA C)

Figura 2.14: Percezione del contributo delle misure previste dalla Legge n. 220/2016 al miglioramento della circolazione e distribuzione delle opere cinematografiche e audiovisive in Italia



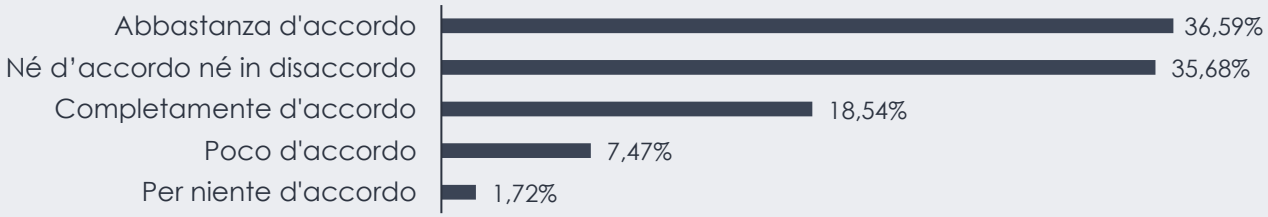
Fonte: Indagine Soggetti Finanziati 2019

Figura 2.15: Percezione del contributo delle misure previste dalla Legge n. 220/2016 al miglioramento della circolazione e distribuzione delle opere cinematografiche e audiovisive all'estero



Fonte: Indagine Soggetti Finanziati 2019

Figura 2.16: Percezione del contributo delle misure previste dalla Legge n. 220/2016 al rafforzamento della cooperazione internazionale tra gli operatori del settore



Fonte: Indagine Soggetti Finanziati 2019

2.3.1. Grado di utilizzo delle misure a livello di settore

Tabella 2.5: Grado di utilizzo delle misure a sostegno del comparto produttivo e distributivo da parte del settore nel 2019

RIF. LEGGE 220/2016	LINEA DI FINANZIAMENTO	DOMANDE RICEVUTE			DOMANDE APPROVATE 2019
		2017	2018	2019	
Art.26	CONTRIBUTI SELETTIVI		3.885		334
	PRODUZIONE (ATTIVA SOLO NEL 2017)	353	-	-	-
	PRODUZIONE - DOCUMENTARI E CORTOMETRAGGI	-	241	275	40
	PRODUZIONE - LUNGOMETRAGGI DI GIOVANI AUTORI	-	42	29	16
	PRODUZIONE - LUNGOMETRAGGI DI PARTICOLARE QUALITÀ ARTISTICA E FILM DIFFICILI CON RISORSE FINANZIARIE MODESTE	-	95	125	21
	PRODUZIONE - LUNGOMETRAGGI OPERE PRIME O SECONDE	-	97	120	22
	PRODUZIONE - OPERE DI ANIMAZIONE	-	21	31	10
	SCRITTURA DI SCENEGGIATURE \ LUNGOMETRAGGI E OPERE NON SERIALI TV E WEB	454	518	375	32
	SCRITTURA DI SCENEGGIATURE \ OPERE SERIALI TV E WEB	85	127	70	16
	SVILUPPO E PRE-PRODUZIONE \ LUNGOMETRAGGI E OPERE NON SERIALI TV E WEB	114	146	169	33
	SVILUPPO E PRE-PRODUZIONE \ OPERE SERIALI TV E WEB	39	94	73	12
	DISTRIBUZIONE NAZIONALE	-	35	27	25
	DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE	42	31	57	107
	PROGETTI SPECIALI		140		27
	BANDO "NON VIOLENZA"	-	-	87	9
	COPRODUZIONI MINORITARIE	-	-	53	18
Artt. 15 -16 - 19 -20	TAX CREDIT		1.422		768
	TAX CREDIT INVESTITORI ESTERNI - DEFINITIVA	-	-	19	10
	TAX CREDIT INVESTITORI ESTERNI - DEFINITIVA - PASSAGGIO A NUOVE ALIQUOTE	-	-	14	11
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI FILM	-	310	245	285
	TAX CREDIT PRODUZIONE FILM - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	-	321	-	197
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI OPERE TV	-	79	60	72
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI OPERE TV - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	-	47	-	25
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI OPERE WEB	-	9	10	9
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI OPERE WEB - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	-	1	-	1
	TAX CREDIT PRODUZIONE ESECUTIVA DI OPERE STRANIERE	-	20	19	29
	TAX CREDIT PRODUZIONE ESECUTIVA DI OPERE STRANIERE - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	-	29	-	4

	TAX CREDIT SVILUPPO DI OPERE AUDIOVISIVE	-	4	8	3
	TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	-	59	85	73
	TAX CREDIT DISTRIBUZIONE FILM - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	-	53	-	34
	TAX CREDIT DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE OPERE AUDIOVISIVE	-	3	27	15
TOTALE		**5.447**			**1.129**

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

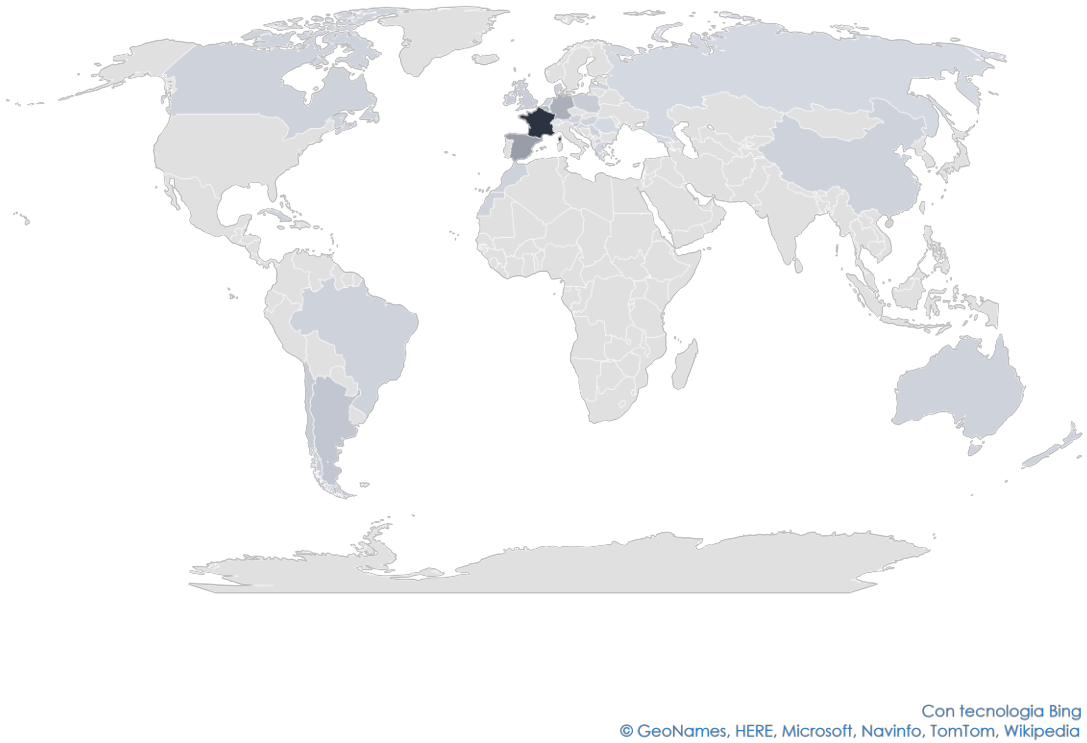
Tabella 2.6: Contributi automatici: grado di utilizzo delle misure a sostegno del comparto produttivo e della distribuzione da parte del settore nel 2019

RIF. LEGGE 220/2016	LINEA DI FINANZIAMENTO	DOMANDE RICEVUTE			DOMANDE APPROVATE
		2017	2018	2019	
Art. 23	CONTRIBUTI AUTOMATICI	0	202	146	124
	CONTRIBUTI AUTOMATICI PER LA PRODUZIONE DI OPERE CINEMATOGRAFICHE	0	0	130	113
	CONTRIBUTI AUTOMATICI PER LA PRODUZIONE DI OPERE DI ANIMAZIONE CINEMATOGRAFICHE	0	0	1	1
	CONTRIBUTI AUTOMATICI PER LA PRODUZIONE DI OPERE DI ANIMAZIONE TV	0	0	3	2
	CONTRIBUTI AUTOMATICI PER LA PRODUZIONE DI OPERE TELEVISIVE	0	0	12	8
	CONTRIBUTI AUTOMATICI PER LA DISTRIBUZIONE NAZIONALE	-	161	-	153
	CONTRIBUTI AUTOMATICI PER LA DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE DI OPERE CINEMATOGRAFICHE, TELEVISIVE E WEB	-	41	-	36

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

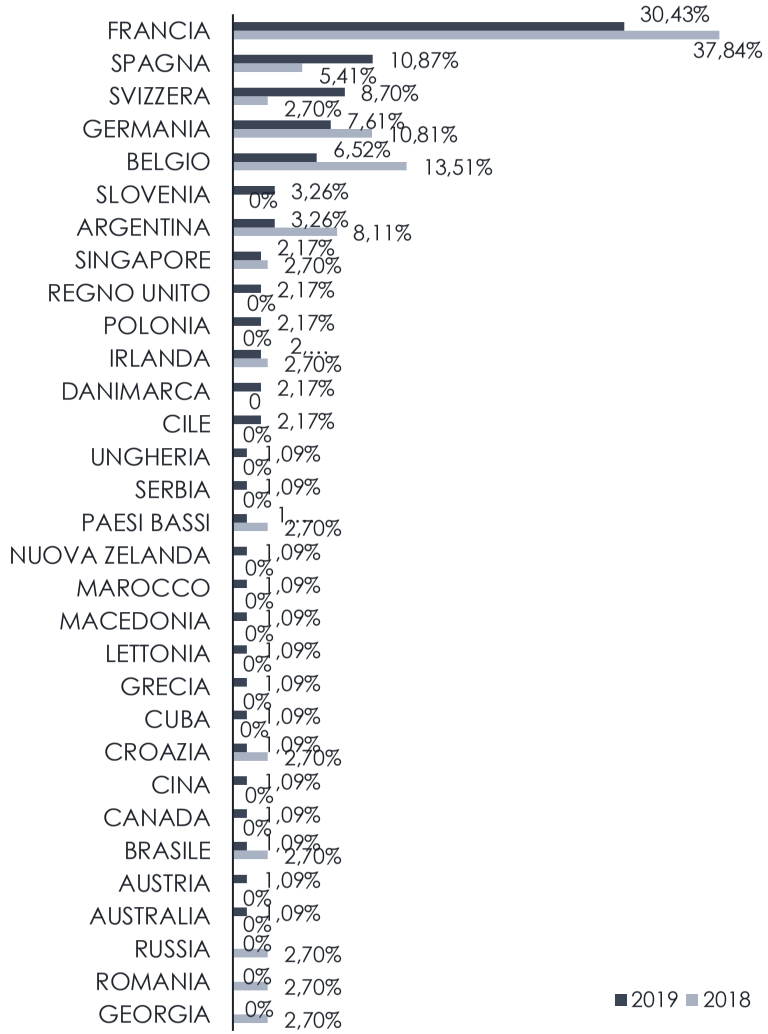
2.3.2. Nazionalità delle coproduzioni

Figura 2.17: Distribuzione % delle opere per Nazionalità dei coproduttori partner nel 2019



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Figura 2.18: Distribuzione % delle opere per Nazionalità dei coproduttori partner nel 2018 e 2019



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

2.3.3. Progetti distribuiti a livello nazionale e internazionale e Paesi nei quali avviene la distribuzione

Tabella 2.7: Grado di utilizzo dei sostegni in riferimento ai mercati di destinazione delle opere beneficiarie di contributo alla distribuzione

SOSTEGNI IN RAPPORTO AI MERCATI DI DESTINAZIONE	NAZIONALE		INTERNAZIONALE		SETTORE
	NUMERO OPERE	QUOTA %	NUMERO OPERE	QUOTA %	TOTALE OPERE
CREDITO D'IMPOSTA	105	87,70%	15	12,30%	109
CONTRIBUTI SELETTIVI	25	50,00%	25	50,00%	50
TOTALE	**125**	**75,75%**	**40**	**24,25%**	**144**

Fonte: DGCol e SIAE. Domande approvate nel 2019

Tabella 2.8: Mercato theatrical 2019. Contributi selettivi distribuzione nazionale di film e Credito di imposta per la distribuzione nazionale di film

PROCEDIMENTI	NUMERO FILM PROGRAMMATI NEL 2019	VALORE SPESA MEDIA	NUMERO MEDIO DI INGRESSI[7]
CONTRIBUTI SELETTIVI - DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	19	14.216,45 €	2221,32
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	53	133.216,65 €	2.0815,10
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	21	1.708,20 €	266,91
TOTALE	**93**	**49.713,61 €**	**7.767,77**

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

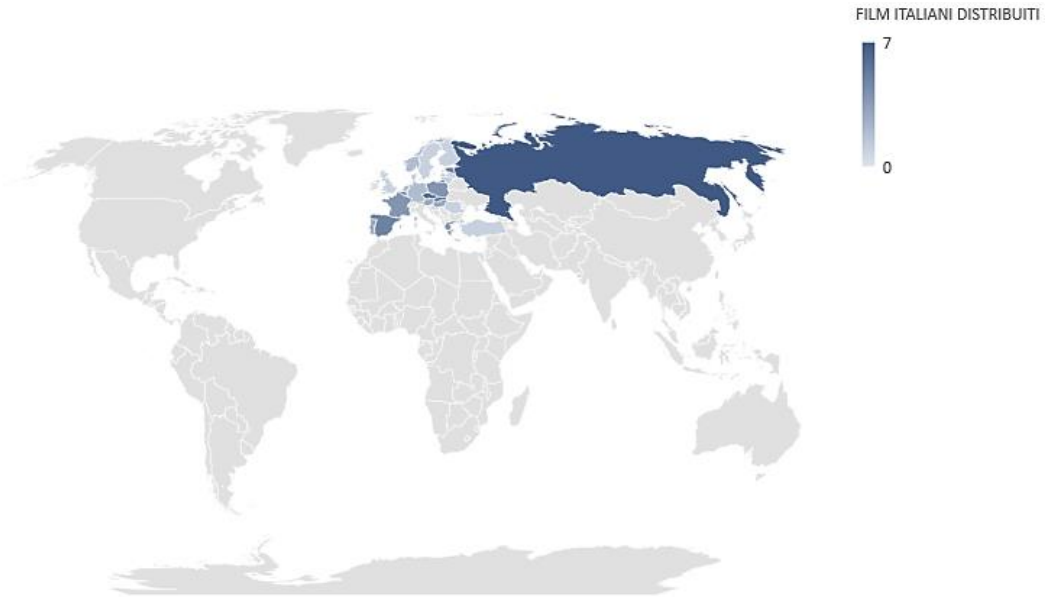
Figura 2.19: Numero di opere beneficiarie del Credito di imposta per la distribuzione nazionale e distribuzione nazionale nuove aliquote secondo regione



Fonte: DGCol e SIAE. Domande approvate nel 2019

[7] Il numero di ingressi è stato calcolando dividendo il Valore di spesa al botteghino, ovvero le "somme che gli spettatori corrispondono per poter accedere al luogo di spettacolo" (SIAE, *Annuario dello Spettacolo*, 2018), per il costo medio dell'ingresso, pari nel 2019 a 6,40€.

Figura 2.20: Numero di opere beneficiarie del Credito di imposta per la distribuzione internazionale secondo Paese



Fonte: DGCol e European Audiovisual Observatory. Domande approvate nel 2019

2.3.4. Impatto sui tassi di uscita nelle sale e sulle spese P&A

Tabella 2.9: Tassi di uscita sul mercato nazionale nel 2019 delle opere sostenute con Credito d'imposta[8]

PROCEDIMENTI	OPERE SOSTENUTE	QUOTA SU FILM ITALIANI DISTRIBUITI	QUOTA SU INGRESSI TOTALI DEI FILM ITALIANI
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	53	27,18%	5,24%
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM – PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTEE	21	10,77%	0,02%
TOTALE	**74**	**37,87%**	**5,25%**

Fonte: DGCol e SIAE. Domande approvate nel 2019

Tabella 2.10: Impatto del Credito d'imposta approvato sul costo eleggibile delle opere

PROCEDIMENTI	COSTO ELEGGIBILE	CREDITO SPETTANTE	CREDITO SU ELEGGIBILE
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	35.046.308,81€	7.187.088,13 €	20,50%
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	21.122.986,64 €	1.841.181,67 €	8,71%
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE DI OPERE AUDIOVISIVE	151.693,42 €	45.508,03 €	30,00%
TOTALE	**56.167.953,35 €**	**9.074.577,83 €**	**16,15%**

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

[8] Il dato si riferisce solo al Credito d'imposta alla distribuzione perché non è disponibile quello riferito ai contributi selettivi.

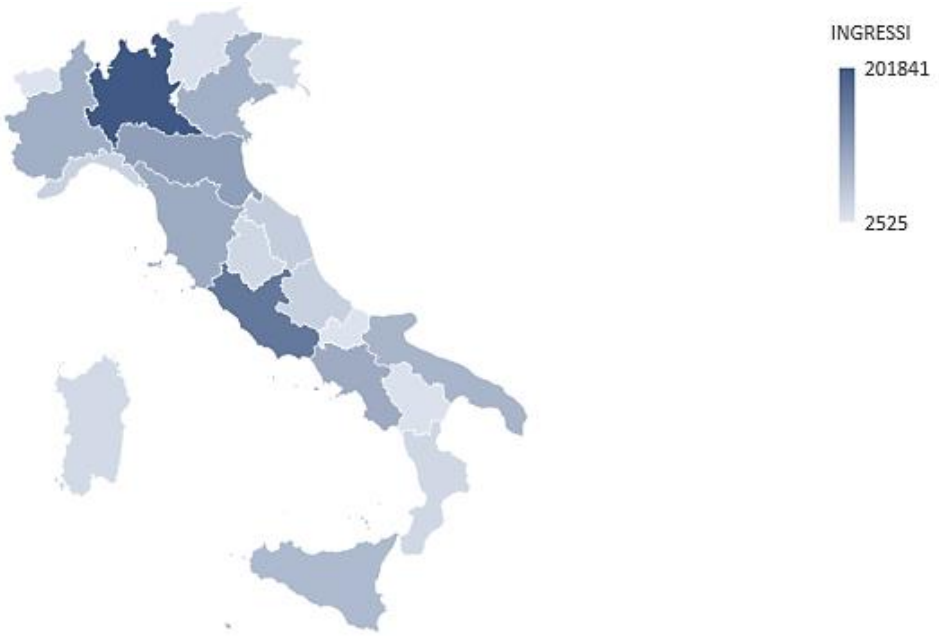
Tabella 2.11: Impatto del credito d'imposta approvato sul costo eleggibile delle opere secondo le aliquote applicate

PROCEDIMENTI	ALIQUOTE APPLICATE	NUMERO DOMANDE	COSTO MEDIO ELEGGIBILE	CREDITO MEDIO SPETTANTE	CREDITO SU ELEGGIBILE
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	15%	15	1.242.400,78 €	97.315,60 €	7,83%
	20%	42	758.289,57 €	97.003,41 €	12,79%
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	30%	45	344.582,41 €	81.663,78 €	23,70%
	40%	15	163.324,70 €	52.898,55 €	32,39%
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE DI OPERE AUDIOVISIVE	30%	15	10.112,89 €	3.033,87 €	30,00%
TOTALE	**-**	**122**	**460.393,06 €**	**74.381,79 €**	**16,15%**

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

2.3.5. Performance sui diversi mercati

Figura 2.21: Pubblico delle opere beneficiarie del Credito di imposta per la distribuzione nazionale e distribuzione nazionale nuove aliquote. Numero di ingressi per regione[9]



Fonte: DGCol e SIAE. Domande approvate nel 2019

[9] Il numero di ingressi è stato calcolando dividendo il Valore di spesa al botteghino, ovvero le "somme che gli spettatori corrispondono per poter accedere al luogo di spettacolo" (SIAE, *Annuario dello Spettacolo*, 2018), per il costo medio dell'ingresso, pari nel 2019 a 6,40€.

Figura 2.22: Pubblico delle opere beneficiarie del Credito di imposta per la distribuzione internazionale. Numero di ingressi per Paese



Fonte: DGCol e European Audiovisual Observatory. Domande approvate nel 2019

2.3.6. Utilizzo da parte di produttori indipendenti

Tabella 2.12: Numero domande approvate agli operatori indipendenti e non indipendenti nel comparto distribuzione distinti secondo la loro principale attività

PROCEDIMENTI	PRODUTTORE CINEMATOGRAFICO AUDIOVISIVO		DISTRIBUTORE INTERNAZIONALE		DISTRIBUTORE ITALIANO O EUROPEO		DISTRIBUTORE NON EUROPEO	
	INDIP.	NON INDIP.	INDIP.	NON INDIP.	INDIP.	NON INDIP.	INDIP.	NON INDIP.
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	39	26	-	-	6	2	1	-
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM-PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	10	14	-	-	7	1	2	-
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE DI OPERE AUDIOVISIVE	2	-	13	-	-	-	-	-
DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	14	-			11			
PROGETTI DI DISTRIBUZIONE CINEMATOGRAFICA ESTERA	3		21				1	
TOTALE	**68**	**40**	**34**	**-**	**24**	**3**	**4**	**-**

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 2.13: Numero società indipendenti e non indipendenti, distinte secondo la loro principale attività, beneficiarie delle misure di sostegno per le attività di distribuzione nazionale e internazionale

PROCEDIMENTI	PRODUTTORE CINEMATOGRAFICO AUDIOVISIVO		DISTRIBUTORE INTERNAZIONALE		DISTRIBUTORE ITALIANO O EUROPEO		DISTRIBUTORE NON EUROPEO	
	INDIP.	NON INDIP.	INDIP.	NON INDIP.	INDIP.	NON INDIP.	INDIP.	NON INDIP.
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM E TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM-PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	22	1	-	- -	10	4	1	-
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE DI OPERE AUDIOVISIVE	2	-	1	-	-	-	-	-

DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	12	-	-	-	6	-	-	-
PROGETTI DI DISTRIBUZIONE CINEMATOGRAFICA ESTERA	1	-	3	-	-	-	1	-
TOTALE	**31**	**1**	**3**	**-**	**14**	**4**	**2**	**-**

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

2.3.7. Rilevanza internazionale dei progetti finanziati

Si rimanda a quanto riportato entro il paragrafo 2.3.5 "Performance sui diversi mercati".

2.4. ASSICURARE LA CONSERVAZIONE E IL RESTAURO DEL PATRIMONIO FILMICO E AUDIOVISIVO NAZIONALE (LETTERA D)

2.4.1. Grado di utilizzo delle misure a livello di settore

Tabella 2.14: Numero domande pervenute e approvate, finanziamento approvato per le linee a sostegno della conservazione e restauro del patrimonio filmico e audiovisivo

RIF. L. 220/2016	PROCEDIMENTI	DOMANDE PERVENUTE	APPROVATO	
			DOMANDE	€
Art. 27	ACQUISIZIONE, CONSERVAZIONE, CATALOGAZIONE, RESTAURO, RICERCA, FRUIZIONE E VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CINEMATOGRAFICO E AUDIOVISIVO (ATTIVITÀ CINETECHE)	10	6	425.000,00 €
Art. 29	PIANO STRAORDINARIO DIGITALIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CINEMATOGRAFICO E AUDIOVISIVO	38	25	10.000.000 €
TOTALE		**48**	**31**	**10.425.500 €**

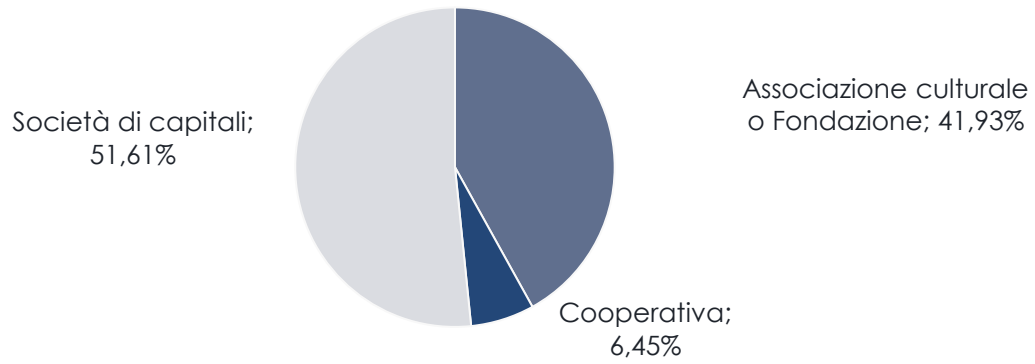
Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

2.4.2. Volume dei materiali digitalizzati

L'indicatore mostra l'impatto del sostegno sul volume e la qualità dei materiali oggetto di digitalizzazione, ma allo stato attuale della modulistica DGCol non è possibile portare avanti l'analisi.

2.4.3. Utilizzo per tipologia di richiedente

Figura 2.23: % domande secondo natura giuridica dei beneficiari (Attività cineteche e Piano straordinario digitalizzazione del patrimonio cinematografico e audiovisivo)



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

2.4.4. Estensione territoriale dell'utilizzo

Figura 2.25: Distribuzione delle domande relative alle linee Attività cineteche (Art.27) e Piano straordinario digitalizzazione del patrimonio cinematografico e audiovisivo (Art.29)



Figura 2.24: Distribuzione del finanziamento approvato relativo alle linee Attività cineteche (Art.27) e Piano straordinario digitalizzazione del patrimonio cinematografico e audiovisivo (Art.29)



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

2.5. CURARE LA FORMAZIONE PROFESSIONALE, FAVORENDO IL RICONOSCIMENTO DEI PERCORSI FORMATIVI SEGUITI E DELLE PROFESSIONALITÀ ACQUISITE, E PROMUOVERE STUDI E RICERCHE NEL SETTORE CINEMATOGRAFICO (LETTERA E)

2.5.1. Grado di utilizzo delle misure a livello di settore

Tabella 2.15: Numero domande pervenute e approvate per la misura Iniziative SCA-Gruppo B

RIF. LEGGE 220/2016	PROCEDIMENTO	DOMANDE PERVENUTE	DOMANDE APPROVATE
Art. 27	INIZIATIVE SCA - GRUPPO B (SVILUPPO DELLA CULTURA CINEMATOGRAFICA E AUDIOVISIVA; SVILUPPO DEL CINEMA E DELL'AUDIOVISIVO SUL PIANO ARTISTICO, CULTURALE, TECNICO ED ECONOMICO; STUDIO, RICERCHE E VALUTAZIONI D'IMPATTO)	66	48[10]

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

10 Di cui 2 hanno rinunciato al contributo.

Tabella 2.16: Progetti speciali relativi alla formazione professionale

PROGETTI SPECIALI		
ENTE BENEFICIARIO	PROGETTO	DECRETO DI ASSEGNAZIONE
DIREZIONE GENERALE CINEMA E AUDIOVISIVO	REALIZZAZIONE DELLA RELAZIONE SULLA VALUTAZIONE D'IMPATTO AI SENSI DELL'ART. 12, COMMA 6 DELLA LEGGE 220/2016	D.M. n. 59 14/2/2019
ISTITUTO LUCE CINECITTA'	OSSERVATORIO EUROPEO DELL'AUDIOVISIVO	D.M. n. 342 25/7/2019
ANAC-ASS. NAZIONALE AUTORI CINEMATOGRAFICI	SCUOLA DI SCENEGGIATURA LEO BENVENUTI	D.D. 11/11/2019
FONDAZIONE CENTRO SPERIMENTALE DI CINEMATOGRAFIA	PROMOZIONE ATTIVITA' CINEMATOGRAFICHE PRESSO L'ISTITUTO D'ISTRUZIONE SUPERIORE ENZO FERRARI	D.D. 11/11/2019

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

2.5.2. Importo dei finanziamenti per il cinema e l'audiovisivo destinati a migliorare le competenze, la formazione e l'alfabetizzazione

Tabella 2.17: Finanziamento approvato per la misura Iniziative SCA-Gruppo B

RIF. LEGGE 220/2016	PROCEDIMENTO	DOMANDE APPROVATE	IMPORTO APPROVATO
Art. 27	INIZIATIVE SCA - GRUPPO B (SVILUPPO DELLA CULTURA CINEMATOGRAFICA E AUDIOVISIVA; SVILUPPO DEL CINEMA E DELL'AUDIOVISIVO SUL PIANO ARTISTICO, CULTURALE, TECNICO ED ECONOMICO; STUDIO, RICERCHE E VALUTAZIONI D'IMPATTO)	48[11]	891.000,00 €

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 2.18: Finanziamento approvato per i Progetti speciali relativi alla formazione professionale

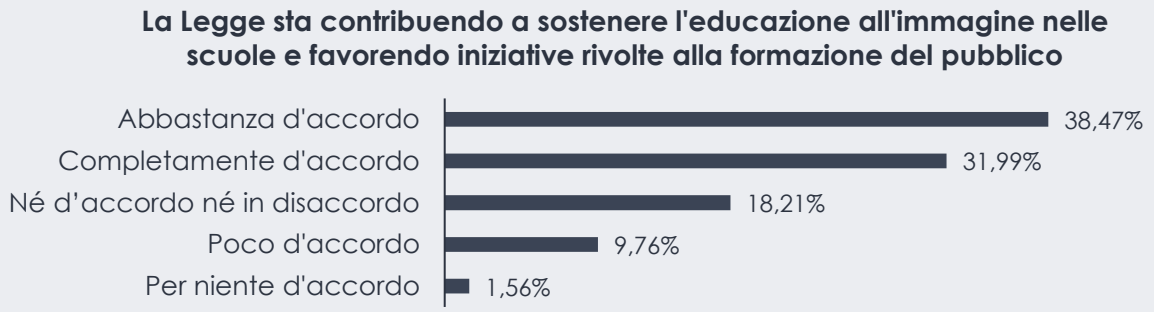
PROGETTI SPECIALI		
ENTE BENEFICIARIO	PROGETTO	IMPORTO APPROVATO
DIREZIONE GENERALE CINEMA E AUDIOVISIVO	REALIZZAZIONE DELLA RELAZIONE SULLA VALUTAZIONE D'IMPATTO AI SENSI DELL'ART. 12, COMMA 6 DELLA LEGGE 220/2016	150.000,00 €[12]
ISTITUTO LUCE CINECITTA'	OSSERVATORIO EUROPEO DELL'AUDIOVISIVO	264.942,84 €
ANAC-ASS. NAZIONALE AUTORI CINEMATOGRAFICI	SCUOLA DI SCENEGGIATURA LEO BENVENUTI	30.000,00 €
FONDAZIONE CENTRO SPERIMENTALE DI CINEMATOGRAFIA	PROMOZIONE ATTIVITA' CINEMATOGRAFICHE PRESSO L'ISTITUTO D'ISTRUZIONE SUPERIORE ENZO FERRARI	40.000,00 €
TOTALE		**484.942,84 €**

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

[11] Di cui 2 hanno rinunciato al contributo.
[12] A valere su fondi 2017-2018.

2.6. DISPORRE E SOSTENERE L'EDUCAZIONE ALL'IMMAGINE NELLE SCUOLE E FAVORIRE TUTTE LE INIZIATIVE IDONEE ALLA FORMAZIONE DEL PUBBLICO (LETTERA F)

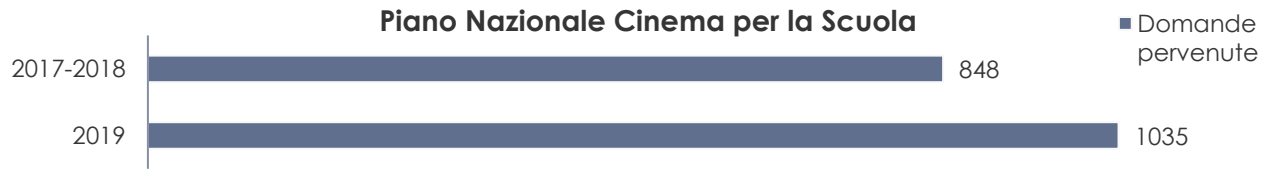
Figura 2.26: Percezione del contributo delle misure previste dalla Legge n. 220/2016 al sostegno della formazione del pubblico



Fonte: Indagine Soggetti Finanziati 2019

2.6.1. Grado di utilizzo delle misure a livello di settore

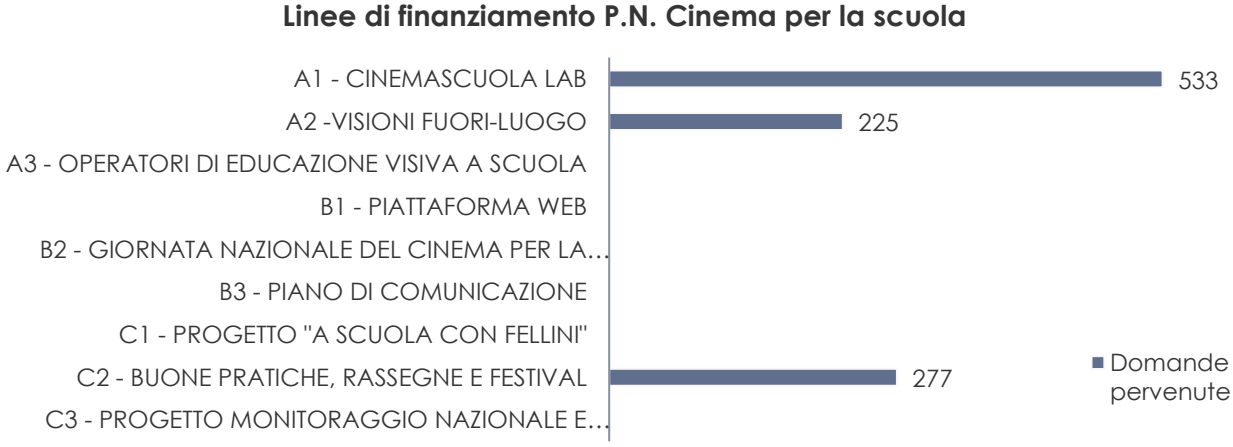
Figura 2.27: Numero di domande pervenute per il Piano Nazionale Cinema per la scuola 2017-2018 vs 2019



Fonte: MIUR-MiBACT. I dati si riferiscono alle domande pervenute nel corso del 2019

2.6.2. Valorizzazione del pluralismo culturale

Figura 2.28: Linee di finanziamento e numero di domande pervenute per il Piano Nazionale Cinema per la scuola 2019-2020



Fonte: MIUR-MiBACT. I dati si riferiscono alle domande pervenute nel corso del 2019

2.6.3. Ampiezza della rete del soggetto richiedente

Nella presente Valutazione d'impatto non è possibile dare conto del presente indicatore.

2.6.4. Utilizzo per tipologia di richiedente

Nella presente Valutazione d'impatto non è possibile dare conto del presente indicatore.

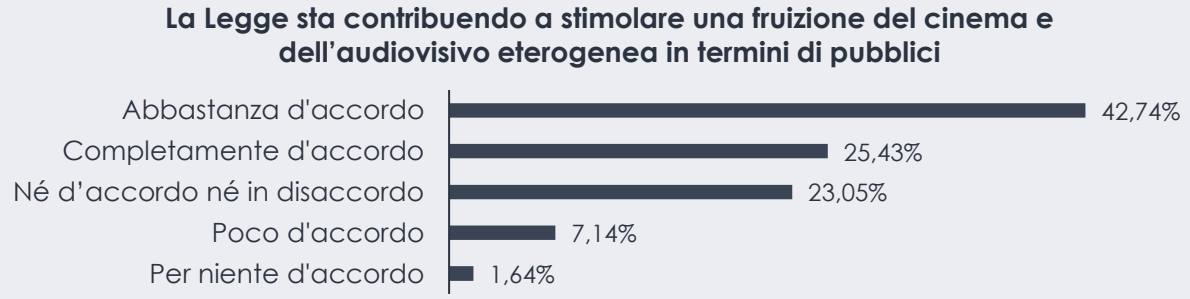
2.6.5. Estensione territoriale dell'utilizzo

Nella presente Valutazione d'impatto non è possibile dare conto del presente indicatore.

2.7. PROMUOVERE E FAVORIRE LA PIÙ AMPIA FRUIZIONE DEL CINEMA E DELL'AUDIOVISIVO, TENENDO ALTRESÌ CONTO DELLE SPECIFICHE ESIGENZE DELLE PERSONE CON DISABILITÀ, SECONDO I PRINCIPI STABILITI DALLE CONVENZIONI INTERNAZIONALI SOTTOSCRITTE DALL'ITALIA IN MATERIA (LETTERA G)

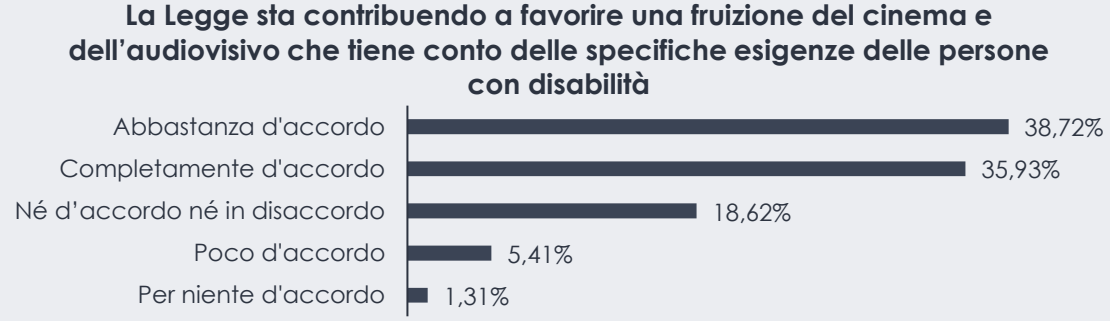
2.7.1. Pubblici e inclusività

Figura 2.29: Percezione del contributo delle misure previste dalla Legge n. 220/2016 al miglioramento della fruizione in termini di varietà del pubblico



Fonte: Indagine Soggetti Finanziati 2019

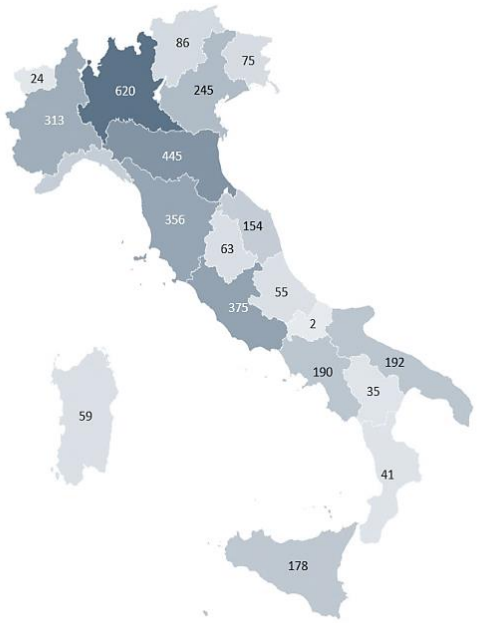
Figura 2.30: Percezione del contributo delle misure previste dalla Legge n. 220/2016 al sostegno di una fruizione del cinema e dell'audiovisivo inclusiva



Fonte: Indagine Soggetti Finanziati 2019

2.7.2. Estensione territoriale dell'utilizzo

Figura 2.31: Numero domande approvate, secondo l'ubicazione degli schermi (tutte le linee)[13]



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

2.8. RISERVARE PARTICOLARE ATTENZIONE ALLA SCRITTURA, PROGETTAZIONE, PREPARAZIONE, PRODUZIONE, POST-PRODUZIONE, PROMOZIONE, DISTRIBUZIONE E PROGRAMMAZIONE DEI PRODOTTI CINEMATOGRAFICI E AUDIOVISIVI ITALIANI E ALLA VALORIZZAZIONE DEL RUOLO DELLE SALE CINEMATOGRAFICHE E DEI FESTIVAL CINEMATOGRAFICI QUALI MOMENTI DI FRUIZIONE SOCIALE COLLETTIVA DEL PRODOTTO CINEMATOGRAFICO (LETTERA H)

[13] Alcune domande prevendono l'azione su più sale/schermi, anche dislocati in regioni diverse. Il numero delle istanze riportate nella mappa risulta dunque superiore al numero delle domande approvate.

2.8.1. Grado di utilizzo delle misure a livello di settore

Tabella 2.19: Grado di utilizzo delle misure a sostegno del settore

RIF. LEGGE 220/2016	PROCEDIMENTO	APPROVATO				CONTRIBUTO ASSEGNATO/ CREDITO SPETTANTE 2019
		ANNO DI COMPETENZA			TOTALE	
		2017	2018	2019		
Artt.15 -16 – 17 – 18 - 19 – 20	TAX CREDIT	-	3.234	580	3.814	312.477.953,68 €
	TAX CREDIT SVILUPPO DI OPERE AUDIOVISIVE	-	1	2	3	139.917,52 €
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI FILM	-	190	95	285	91.186.585,45 €
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI OPERE TV	-	50	22	72	84.982.691,02 €
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI OPERE TV - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	-	25	-	25	4.660.427,63 €
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI OPERE WEB	-	6	-	9	8.346.693,15 €
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI OPERE WEB - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	-	1		1	119.676,40 €
	TAX CREDIT PRODUZIONE ESECUTIVA DI OPERE STRANIERE	-	12	17	29	35.947.743,05 €
	TAX CREDIT PRODUZIONE ESECUTIVA DI OPERE STRANIERE - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	-	4	-	4	253.204,58 €
	TAX CREDIT PRODUZIONE FILM - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	-	197	-	197	25.714.361,02 €
	TAX CREDIT INVESTITORI ESTERNI - DEFINITIVA	-	-	10	10	1.141.500,00 €
	TAX CREDIT INVESTITORI ESTERNI - DEFINITIVA - PASSAGGIO A NUOVE ALIQUOTE	-	-	11	11	955.812,50 €
	TAX CREDIT DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE DI OPERE AUDIOVISIVE	-	3	12	15	45.508,03 €
	TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	-	51	22	73	7.187.888,13 €
	TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	-	34		34	1.841.181,67 €
	TAX CREDIT SALE (PROGRAMMAZIONE)	-	2.349	380	2.729	25.888.622,20 €
	TAX CREDIT ADEGUAMENTO STRUTTURALE E RINNOVO IMPIANTI	-	257	6	263	10.545.169,26 €
	TAX CREDIT REALIZZAZIONE, RIPRISTINO E AUMENTO SCHERMI	-	54		54	13.520.972,07 €
Art. 26	CONTRIBUTI SELETTIVI	25	227	-	252	27.539.865,00 €
	SCRITTURA DI SCENEGGIATURE \ LUNGOMETRAGGI E OPERE NON SERIALI TV E WEB	-	32	-	32	500.000,00 €
	SCRITTURA DI SCENEGGIATURE \ OPERE SERIALI TV E WEB	-	16	-	16	240.000,00 €
	SVILUPPO E PRE-PRODUZIONE \ LUNGOMETRAGGI E OPERE NON SERIALI TV E WEB	-	33	-	33	1.794.185,00 €
	SVILUPPO E PRE-PRODUZIONE \ OPERE SERIALI TV E WEB	-	12	-	12	640.280,00 €
	PRODUZIONE - DOCUMENTARI E CORTOMETRAGGI	-	40	-	40	2.098.000,00 €
	PRODUZIONE - LUNGOMETRAGGI DI GIOVANI AUTORI	-	16	-	16	4.930.000,00 €
	PRODUZIONE - LUNGOMETRAGGI DI PARTICOLARE QUALITÀ ARTISTICA E FILM DIFFICILI CON RISORSE FINANZIARIE MODESTE	-	21	-	21	7.850.000,00 €

	PRODUZIONE - LUNGOMETRAGGI OPERE PRIME O SECONDE	-	22	-	22	5.965.000,00 €
	PRODUZIONE - OPERE DI ANIMAZIONE	-	10	-	10	2.915.000,00 €
	DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	-	25	-	25	375.000,00 €
	PROGETTI DI DISTRIBUZIONE CINEMATOGRAFICA ESTERA	25	-	-	25	232.400,00 €
	PROGETTI SPECIALI	-	-	27	27	2.210.500,00 €
	BANDO "NON VIOLENZA"	-	-	9	9	200.000,00 €
	COPRODUZIONI MINORITARIE	-	-	18	18	2.010.500,00 €
Art. 27	CONTRIBUTI ALLE ATTIVITÀ E ALLE INIZIATIVE DI PROMOZIONE CINEMATOGRAFICA E AUDIOVISIVA	354	-	206	560	11.757.000,00 €
	ATTIVITÀ DELLE CINETECHE	-	-	6	6	425.000,00 €
	FESTIVAL	-	-	92	92	4.000.000,00 €
	PREMI	-	-	16	16	458.000,00 €
	RASSEGNE	-	-	22	22	305.000,00 €
	INIZIATIVE DI SCA (GRUPPO A)	-	-	22	22	678.000,00 €
	INIZIATIVE DI SCA (GRUPPO B)	-	-	48	48	891.000,00 €
	RICONOSCIMENTO QUALIFICA SALA D'ESSAI	354	-		354	5.000.000,00 €
	CONTRIBUTI AD ATTIVITA' DI DIFFUSIONE DELLA CULTURA CINEMATOGRAFICA SVOLTE DAI CIRCOLI DI CULTURA CINEMATOGRAFICA, DALLE ASSOCIAZIONI NAZIONALI DI CULTURA	-	-	-	41	773.500,00 €
	ATTIVITÀ SVOLTE DA ASSOCIAZIONI NAZIONALI DI CULTURA CINEMATOGRAFICA	-	9	-	9	600.000,00 €
	ATTIVITÀ SVOLTE DA CIRCOLI DI CULTURA CINEMATOGRAFICA	-	14	-	14	87.500,00 €
	ATTIVITÀ SVOLTE DALLE SALE DELLA COMUNITÀ	-	18	-	18	86.000,00 €
Art. 28	PIANO STRAORDINARIO PER IL POTENZIAMENTO DEL CIRCUITO DELLE SALE CINEMATOGRAFICHE E POLIFUNZIONALI	41	-	-	41	26.657.819,84 €
	AUMENTO NUMERO DI SCHERMI	7	-	-	7	5.281.436,32 €
	REALIZZAZIONE NUOVE SALE	8	-	-	8	9.828.710,57 €
	RIATTIVAZIONE SALE DISMESSE	10	-	-	10	8.547.672,95 €
	RISTRUTTURAZIONE E ADEGUAMENTO STRUTTURALE	16	-	-	16	3.000.000,00 €
Art. 29	PIANO STRAORDINARIO PER LA DIGITALIZZAZIONE DEL PATRIMONIO AUDIOVISIVO	19	25	-	44	18.377.000,00 €
	PROGETTI DI DIGITALIZZAZIONE DEL PATRIMONIO AUDIOVISIVO	19	25	-	44	18.377.000,00 €
TOTALE COMPLESSIVO		**439**	**3.527**	**813**	**4.779**	**399.793.638,52 €**

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

2.8.2. Tasso medio e/o importo del sostegno ottenuto per progetto

Tabella 2.20: Importo medio del sostegno per progetto nel 2019

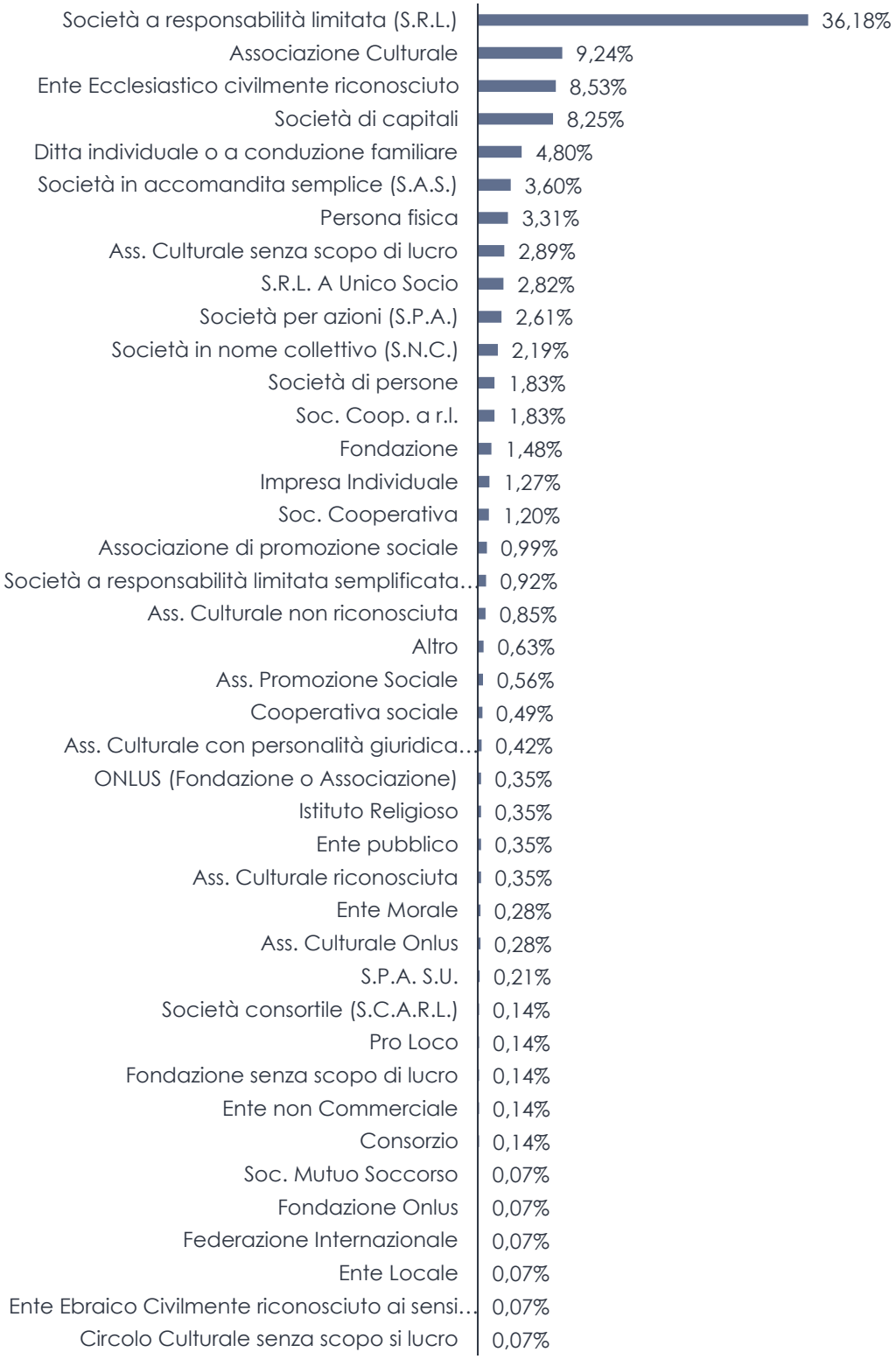
RIF. LEGGE 220/2016	PROCEDIMENTO	DOMANDE APPROVATE 2019	CONTRIBUTO MEDIO
Artt.15 -16 – 17 – 18 - 19 – 20	TAX CREDIT	3.814	81.929,20 €
	TAX CREDIT SVILUPPO DI OPERE AUDIOVISIVE	3	46.639,17 €
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI FILM	285	319.952,93 €
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI OPERE TV	72	1.180.315,15 €
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI OPERE TV - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	25	186.417,11 €
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI OPERE WEB	9	927.410,35 €
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI OPERE WEB - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	1	119.676,40 €
	TAX CREDIT PRODUZIONE ESECUTIVA DI OPERE STRANIERE	29	1.239.577,35 €
	TAX CREDIT PRODUZIONE ESECUTIVA DI OPERE STRANIERE - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	4	63.301,15 €
	TAX CREDIT PRODUZIONE FILM - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	197	130.529,75 €
	TAX CREDIT INVESTITORI ESTERNI - DEFINITIVA	10	114.150,00 €
	TAX CREDIT INVESTITORI ESTERNI - DEFINITIVA - PASSAGGIO A NUOVE ALIQUOTE	11	86.892,05 €
	TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	73	98.464,22 €
	TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	34	54.152,40 €
	TAX CREDIT DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE DI OPERE AUDIOVISIVE	15	3.033,87 €
	TAX CREDIT SALE (PROGRAMMAZIONE)	2.729	9.486,49 €
	TAX CREDIT REALIZZAZIONE, RIPRISTINO E AUMENTO SCHERMI	54	250.388,37 €
	TAX CREDIT ADEGUAMENTO STRUTTURALE E RINNOVO IMPIANTI	263	40.095,70 €
Art. 26	CONTRIBUTI SELETTIVI	252	109.285,18 €
	SCRITTURA DI SCENEGGIATURE \ LUNGOMETRAGGI E OPERE NON SERIALI TV E WEB	32	15.625,00 €
	SCRITTURA DI SCENEGGIATURE \ OPERE SERIALI TV E WEB	16	15.000,00 €
	SVILUPPO E PRE-PRODUZIONE \ LUNGOMETRAGGI E OPERE NON SERIALI TV E WEB	33	54.369,24 €
	SVILUPPO E PRE-PRODUZIONE \ OPERE SERIALI TV E WEB	12	53.356,67 €
	PRODUZIONE - DOCUMENTARI E CORTOMETRAGGI	40	52.450,00 €
	PRODUZIONE - LUNGOMETRAGGI DI GIOVANI AUTORI	16	308.125,00 €

	PRODUZIONE - LUNGOMETRAGGI DI PARTICOLARE QUALITÀ ARTISTICA E FILM DIFFICILI CON RISORSE FINANZIARIE MODESTE	21	373.809,52 €
	PRODUZIONE - LUNGOMETRAGGI OPERE PRIME O SECONDE	22	271.136,36 €
	PRODUZIONE - OPERE DI ANIMAZIONE	10	291.500,00 €
	DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	25	15.000,00 €
	PROGETTI DI DISTRIBUZIONE CINEMATOGRAFICA ESTERA	25	9.296,00 €
	PROGETTI SPECIALI	27	81.870,37 €
	BANDO "NON VIOLENZA"	9	22.222,22 €
	COPRODUZIONI MINORITARIE	18	111.694,44 €
Art. 27	CONTRIBUTI ALLE ATTIVITÀ E ALLE INIZIATIVE DI PROMOZIONE CINEMATOGRAFICA E AUDIOVISIVA	560	20.994,64 €
	ATTIVITÀ DELLE CINETECHE	6	70.833,33 €
	FESTIVAL	92	43.478,26 €
	PREMI	16	28.625,00 €
	RASSEGNE	22	13.863,64 €
	INIZIATIVE DI SCA (GRUPPO A)	22	30.818,18 €
	INIZIATIVE DI SCA (GRUPPO B)	48	18.562,50 €
	RICONOSCIMENTO QUALIFICA SALA D'ESSAI	354	14.124,29 €
	CONTRIBUTI AD ATTIVITA' DI DIFFUSIONE DELLA CULTURA CINEMATOGRAFICA SVOLTE DAI CIRCOLI DI CULTURA CINEMATOGRAFICA, DALLE ASSOCIAZIONI NAZIONALI DI CULTURA	41	18.865,85 €
	ATTIVITÀ SVOLTE DA ASSOCIAZIONI NAZIONALI DI CULTURA CINEMATOGRAFICA	9	66.666,67 €
	ATTIVITÀ SVOLTE DA CIRCOLI DI CULTURA CINEMATOGRAFICA	14	6.250,00 €
	ATTIVITÀ SVOLTE DALLE SALE DELLA COMUNITÀ	18	4.777,78 €
Art. 28	PIANO STRAORDINARIO PER IL POTENZIAMENTO DEL CIRCUITO DELLE SALE CINEMATOGRAFICHE E POLIFUNZIONALI	41	650.190,73 €
	AUMENTO NUMERO DI SCHERMI	7	754.490,90 €
	REALIZZAZIONE NUOVE SALE	8	1.228.588,82 €
	RIATTIVAZIONE SALE DISMESSE	10	854.767,30 €
	RISTRUTTURAZIONE E ADEGUAMENTO STRUTTURALE	16	187.500,00 €
Art. 29	PIANO STRAORDINARIO PER LA DIGITALIZZAZIONE DEL PATRIMONIO AUDIOVISIVO	44	417.659,09 €
	PROGETTI DI DIGITALIZZAZIONE DEL PATRIMONIO AUDIOVISIVO	44	417.659,09 €
TOTALE		**4.779**	**83.656,34 €**

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

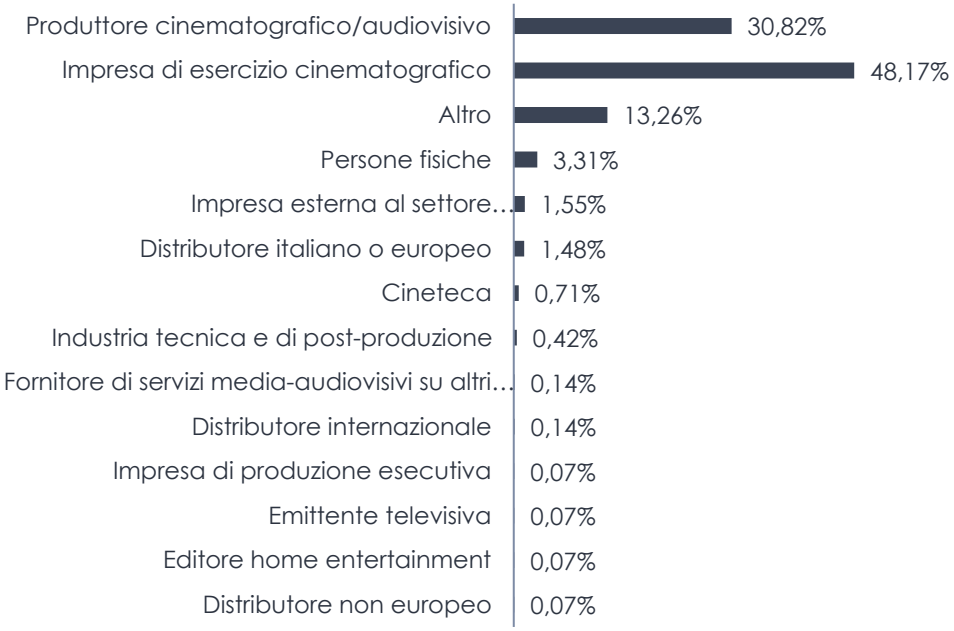
2.8.3. Utilizzo per tipologia di richiedente

Figura 2.32: Numero di soggetti beneficiari nel 2019 per natura giuridica



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Figura 2.33: Numero di soggetti beneficiari nel 2019 per categoria di attività



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

2.8.4. Estensione territoriale dell'utilizzo

Tabella 2.21: Distribuzione regionale dei soggetti beneficiari per l'anno 2019

REGIONI	SOGGETTI BENEFICIARI
VALLE D'AOSTA	4
MOLISE	5
BASILICATA	11
CALABRIA	14
UMBRIA	15
ABRUZZO	16
TRENTINO-ALTO ADIGE	18
SARDEGNA	20
FRIULI-VENEZIA GIULIA	28
LIGURIA	33
MARCHE	35
SICILIA	57
CAMPANIA	80
PUGLIA	81
PIEMONTE	85
VENETO	88
TOSCANA	96
EMILIA-ROMAGNA	137
LOMBARDIA	199
LAZIO	401
TOTALE COMPLESSIVO	1.418



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 2.22: Distribuzione dei contributi assegnati / crediti d'imposta spettanti per regione di provenienza dei soggetti beneficiari nell'anno 2019

REGIONI	CONTIRBUTO ASSEGNATO/CREDITO D'IMPOSTA SPETTANTE
ABRUZZO	1.668.204,75 €
BASILICATA	4.490.270,10 €
CALABRIA	3.548.326,46 €
CAMPANIA	15.625.212,46 €
EMILIA-ROMAGNA	33.356.508,41 €
FRIULI-VENEZIA GIULIA	10.251.948,00 €
LAZIO	150.070.008,16 €
LIGURIA	5.719.707,59 €
LOMBARDIA	52.644.309,27 €
MARCHE	4.022.694,00 €
MOLISE	200.029,18 €
PIEMONTE	19.784.906,83 €
PUGLIA	9.719.550,96 €
SARDEGNA	1.804.647,20 €
SICILIA	16.468.311,09 €
TOSCANA	18.499.410,86 €
TRENTINO-ALTO ADIGE	2.508.583,47 €
UMBRIA	4.418.371,43 €
VALLE D'AOSTA	5.365.340,99 €
VENETO	39.627.297,31 €
TOTALE COMPLESSIVO	399.793.638,52 €



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

2.8.5. Numero di singole imprese che beneficiano del sostegno e numero di imprese che ricevono finanziamenti multipli

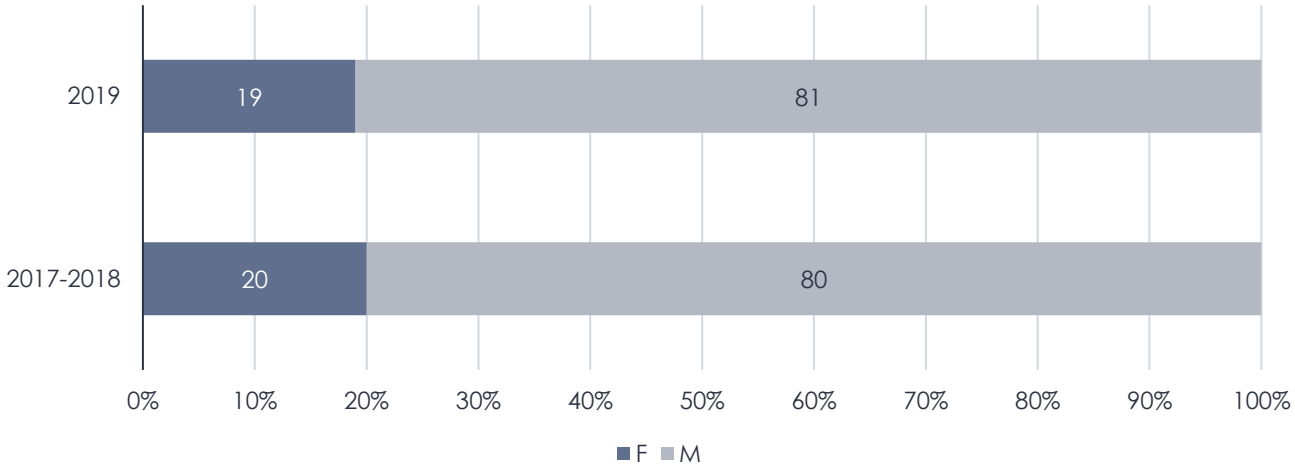
Tabella 2.23: Numero di singole imprese che beneficiano del sostegno e numero di imprese che beneficiano di finanziamenti multipli nel 2019

TOTALE SOGGETTI BENEFICIARI	1.418
SOGGETTI BENEFICIARI DI UN UNICO FINANZIAMENTO	655
SOGGETTI BENEFICIARI DI FINANZIAMENTI MULTIPLI	763
MEDIA DOMANDE APPROVATE PER IMPRESA	3,37

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

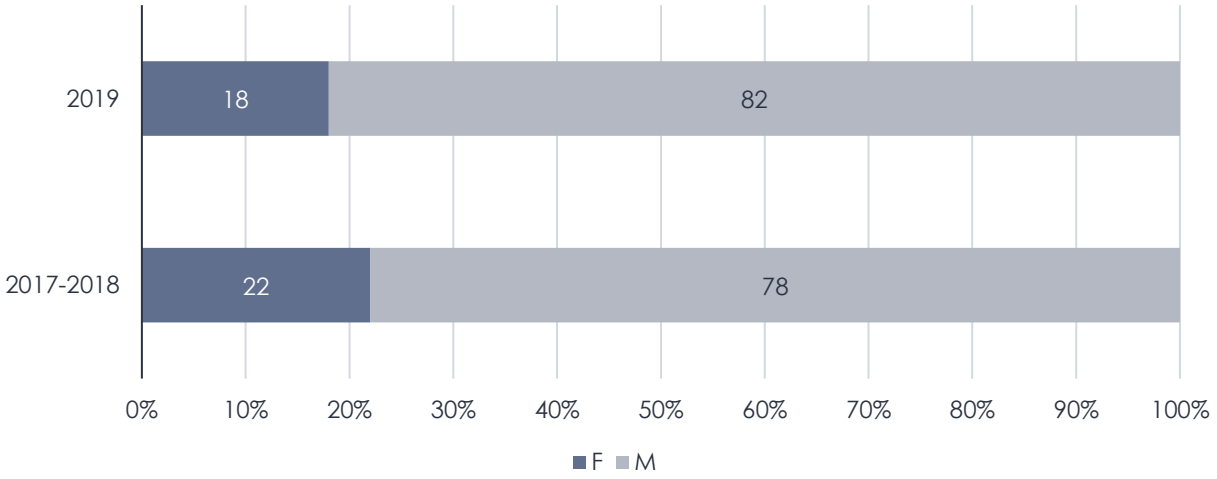
2.8.6. Parità di genere e diversità

Figura 2.34: Quota di opere a direzione femminile (o prevalentemente femminile) e maschile (o prevalentemente maschile) che hanno beneficiato degli aiuti per la produzione nel 2017-2018 e nel 2019[14]



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2017-2018 e nel 2019

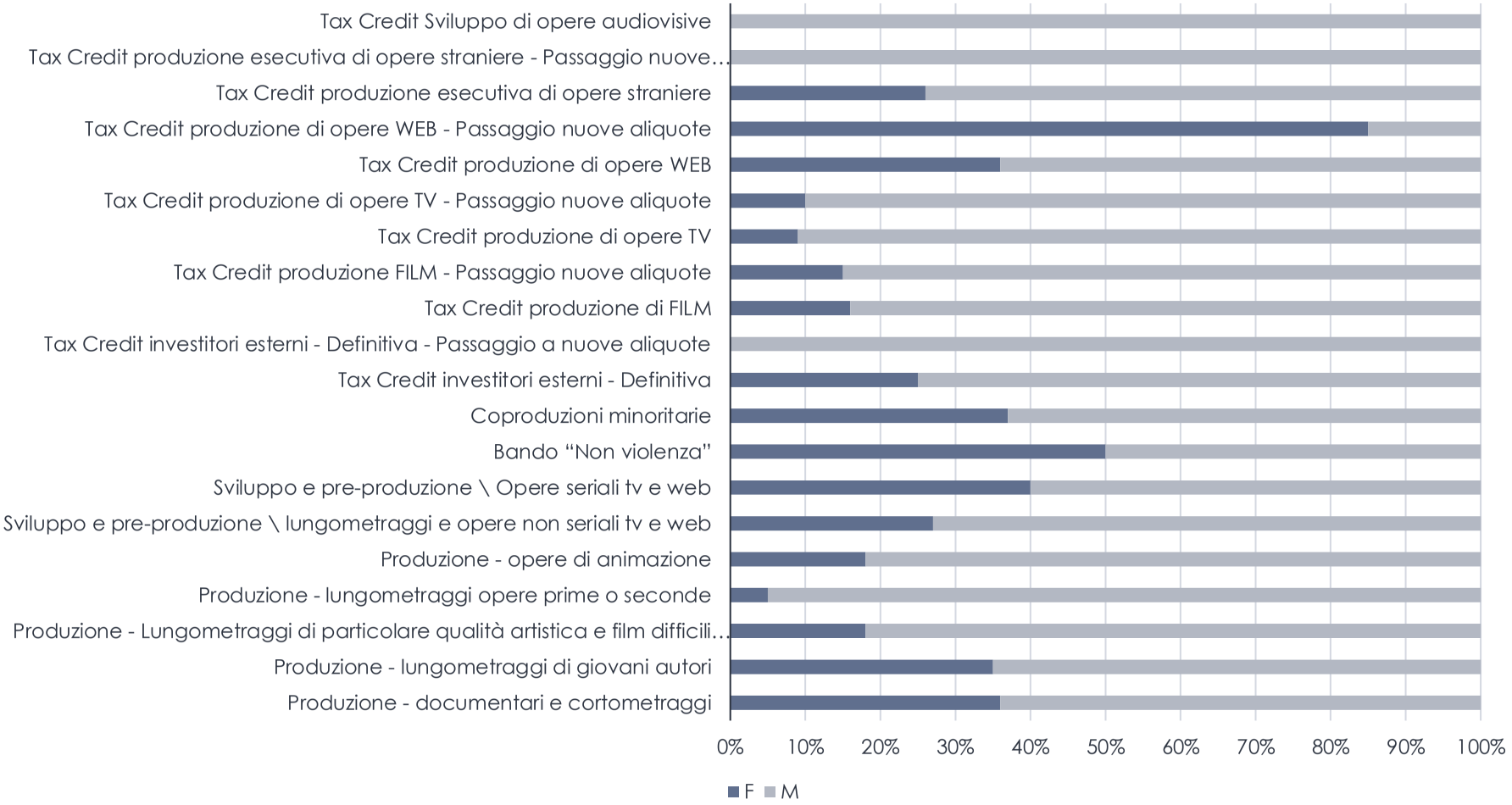
Figura 2.35: Quota di opere a direzione femminile (o prevalentemente femminile) e maschile (o prevalentemente maschile) che hanno beneficiato dei Contributi selettivi alla produzione nel 2017-2018 e nel 2019



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2017-2018 e nel 2019

[14] Sono esclusi gli aiuti per la Scrittura di sceneggiature.

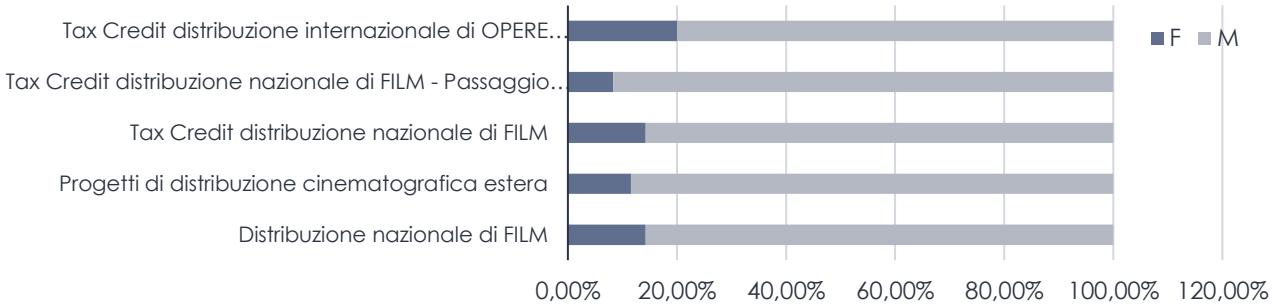
Figura 2.36: Quota di opere a direzione femminile (o prevalentemente femminile) e a direzione maschile (o prevalentemente maschile) che hanno beneficiato degli aiuti per la produzione. Dettaglio per linea[15]



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

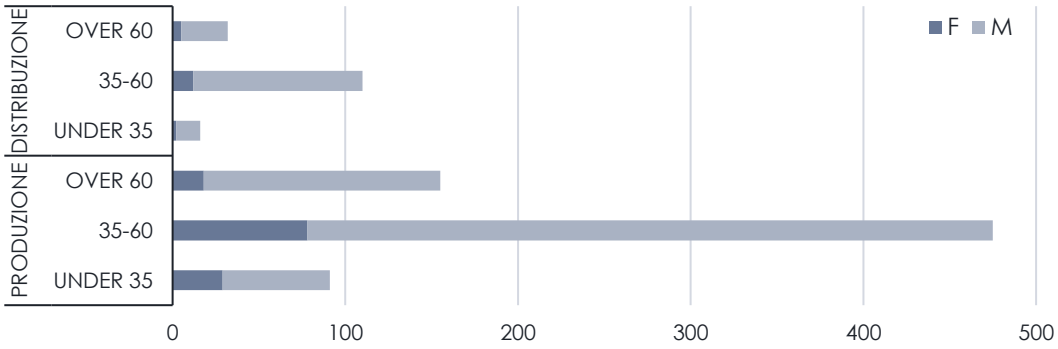
[15] Ivi.

Figura 2.37: Quota di opere a direzione femminile (o prevalentemente femminile) e a direzione maschile (o prevalentemente maschile) che hanno beneficiato degli aiuti per la distribuzione. Dettaglio per linea.



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Figura 2.38: Distribuzione delle registe e dei registi che hanno beneficiato degli aiuti alla Produzione e alla Distribuzione, per fascia d'età [16]



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Figura 2.39: Percezione del contributo delle misure previste dalla Legge n. 220/2016 alla partecipazione giovanile e all'emergere di nuovi talenti



Fonte: Indagine Soggetti Finanziati 2019

Tabella 2.24: Quota delle professioniste e dei professionisti impiegati nella realizzazione delle opere che hanno beneficiato degli aiuti alla Produzione

PROFESSIONI	F	M
REGISTA	24%	76%
AUTORE DELLA SCENEGGIATURA	29%	71%
AUTORE DEL MONTAGGIO	75%	25%

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

[16] I valori si riferiscono qui al numero di registe e di registi complessivamente impiegati nella produzione delle opere beneficiarie degli aiuti alla produzione e alla distribuzione. I valori non includono le opere che hanno beneficiato degli aiuti alla scrittura di sceneggiature.

2.8.7. Turismo

Figura 2.40: Percezione del contributo delle misure previste dalla Legge n. 220/2016 allo sviluppo del turismo e/o alla promozione di una location

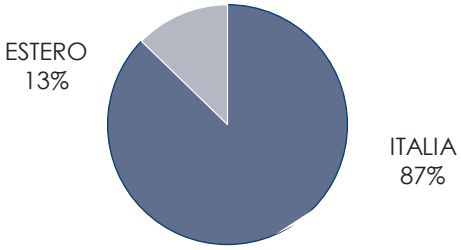


Fonte: Indagine Soggetti Finanziati 2019

2.8.8. Giornate di riprese e lavorazione complessive per regione

Tabella 2.25: Numero di giornate di ripresa realizzate in Italia e all'estero nel 2019

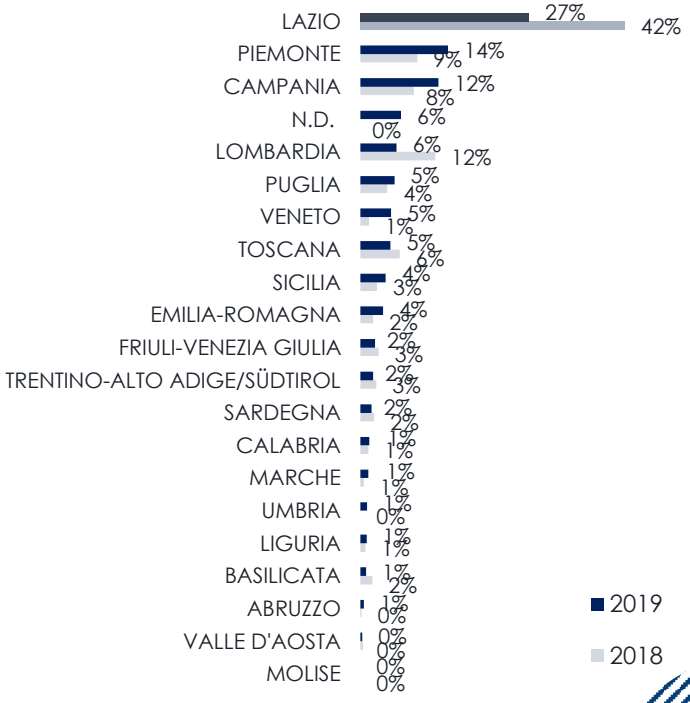
GIORNATE DI RIPRESA E LAVORAZIONE	2019
ITALIA	21.110
ESTERO	3.086
TOTALE	24.196



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Figura 2.41: Distribuzione regionale delle giornate di ripresa nel 2019 e confronto con il 2018





Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

2.8.9. Coinvolgimento dei fornitori SMAV

Tabella 2.26: Numero di progetti beneficiari del tax credit produzione con partecipazione di fornitori SMAV nel 2018 e 2019 per tipologia opera

TIPOLOGIA OPERA	NUMERO DI PROGETTI	
	2018	2019
ANIMAZIONE	3	2
DOCUMENTARIO	19	20
FINZIONE	5	40
TOTALE	27	62

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 2.27: Numero di progetti beneficiari del tax credit produzione con partecipazione di fornitori SMAV nel 2018 e 2019 per destinazione opera

DESTINAZIONE OPERA	NUMERO DI PROGETTI	
	2018	2019
CINEMA	7	52
TV	20	10
TOTALE	27	62

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

2.8.10. Mantenimento dei diritti tra i produttori audiovisivi indipendenti

Tabella 2.28: Mantenimento dei diritti tra i produttori audiovisivi indipendenti nel 2018 e 2019

MANTENIMENTO DEI DIRITTI TRA I PRODUTTORI AUDIOV. INDIPENDENTI	2018	2019
PRODUTTORI INDIPENDENTI ITALANI 100%	68,5%	94%
PRODUTTORI INDIPENDENTI COPRODUZIONI	66,4%	69%

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

3. INDICATORI DI COMPARTO

All'interno del presente capitolo sono presentati i risultati delle elaborazioni riferite agli **Indicatori di comparto** che, tramite la combinazione di differenti fonti e metodologie, hanno consentito di sviluppare una valutazione complessiva del settore cinematografico e audiovisivo italiano ed evidenziare gli impatti generati in termini di produzione, valore aggiunto e gettito fiscale dalle risorse messe in campo dal MiBACT all'interno del sistema economico nazionale nell'anno solare 2019.

Per le fonti dati e la metodologia adottata si rimanda alla **Valutazione di impatto della Legge Cinema e Audiovisivo, ANNI 2017-2018**[*].

[*] http://www.cinema.beniculturali.it/direzionegenerale/148/valutazione-di-impatto/

EXECUTIVE SUMMARY

INDICATORI DI COMPARTO

FOTOGRAFIA DEL SETTORE

- Nel 2018 (ultima rilevazione disponibile), in base ai dati Infocamere, è possibile osservare, complessivamente, un **incremento positivo** in termini di composizione del tessuto imprenditoriale e produttivo del comparto cinematografico e audiovisivo italiano. Si registra infatti la presenza di un totale di:
  - **43.477 imprese** (**+13,25%** rispetto al 2017);
  - **285.483 addetti** (**+8,27%** rispetto al 2017) di cui **238.232 dipendenti** (+7,5% rispetto all'anno precedente).

IL SEGMENTO CORE

- Il segmento ***Core***, nel 2018, è composto da:
  - **7.411 imprese** (**+14%** rispetto al 2017);
  - **33.911 addetti** (**+1,63%** rispetto al 2017). Diminuisce, rispetto all'anno precedente, il **numero dei dipendenti** (**-1,81%**) che, nel 2018, si attesta a **25.575 unità**.
- Osservando i dati delle **variazioni percentuali** del numero di imprese per **tipologia di attività economica**, si rileva un segno positivo per tutti i comparti ad eccezione dell'**attività di proiezione cinematografica (-0,45%)**. In particolare, si registra un aumento significativo delle **imprese di edizione di giochi per computer** (**+77,78%**) e di **post-produzione (+34,25%)**.
- Osservando la **variazione percentuale degli addetti per tipologia di attività economica**, si rileva, in coerenza con i dati sulle imprese, un incremento per tutti i comparti ad eccezione delle **attività di proiezione cinematografica** (**-4,67%,**) e di **programmazione e trasmissioni televisive** (**-3,12%**). Si segnala, in particolare, un significativo incremento per le **imprese di edizione di giochi per computer** (**+54,95%**).
- Con riferimento **alla natura giuridica delle imprese *Core***, nell'anno di riferimento la distribuzione resta sostanzialmente analoga a quella del 2017; prevalgono le **Società a responsabilità limitata** (**43,85%**), seguite dalle **Ditte individuali** (**30,32**%), le **Altre forme giuridiche** (**11,07**%), le **Società di persone** (**10,88%**).
- In merito alla **distribuzione sul territorio nazionale** si riconferma il ruolo centrale del **Lazio** che, nel 2018, catalizza il maggior numero di imprese **Core** pari a **1.901** unità, ovvero il 25,65% del totale. Seguono, tra le principali regioni, la **Lombardia** (18,15%), l'**Emilia-Romagna** (7,49%), la **Toscana** (5,94%), la **Campania** (5,83%), il **Piemonte** (5,65%), il **Veneto** (5,3%).
- Tutte le regioni registrano una crescita del numero di imprese. Gli **incrementi maggiori** in termini di variazione percentuale del numero di imprese sono rilevati in **Sardegna** (+30%), **Trentino-Alto Adige** (+28,76%) e **Friuli-Venezia Giulia** (+27,27%).
- Per ultimo, dal punto di vista provinciale, coerentemente con la distribuzione a livello regionale, **Roma** è la provincia che assorbe il maggior numero di imprese *Core*: **1.810 imprese** pari al 24,42% del totale. Seguono, tra le principali province, quella di **Milano** (11,55%,), **Torino** (3,81%), **Napoli** (3,27%), **Bologna** (2,43%), **Firenze** (2,32%) e **Bari** (2%). Si registrano, infine, incrementi notevoli per le province di **Biella** (+71,43%), **Sondrio** (+62,50%), **Lodi** (+57,14%).

IL SEGMENTO DRIVEN

- Il segmento ***Driven***, nel 2018, è composto da:
  - **28.482 imprese (+11,82%** rispetto al 2017);
  - **224.113 addetti** (**+9,28%** rispetto al 2017). Aumentano anche il **numero di dipendenti** (**+9,07%**) che, nel 2018, si attesta a **193.053 unità.**
- Osservando i dati delle **variazioni percentuali** del numero di imprese per **tipologia di attività economica**, si rileva un segno positivo per tutti i comparti.
- Osservando la variazione percentuale **degli addetti per tipologia di attività economica**, si rileva, in coerenza con i dati sulle imprese, un incremento per tutti i comparti ad accezione delle aziende che operano nel settore del **Noleggio di videocassette e dischi** (**-8,58%** addetti; **-56,64%** dipendenti), **Commercio all'ingrosso di altre macchine e attrezzature per l'industria, il commercio e la navigazione** (-6,5% addetti; -10,58%

dipendenti).

- Con riferimento alla **natura giuridica** delle imprese analizzate, rispetto al 2017, la distribuzione del numero di imprese risulta analoga; prevalgono anche nel 2018 le **Società a responsabilità limitata** (**44,03%**), seguite dalle **Ditte individuali** (**35,17%**), le **Società di persone** (**14,12%**).
- In merito alla **distribuzione sul territorio nazionale**, come nel 2017, la regione capofila per numero di imprese *Driven*, a differenza del segmento *Core*, è la **Lombardia** con un totale di **6.136 imprese** (**21,54%** del totale). Seguono, tra le principali, il **Lazio** (11,55%), il **Veneto** (9,29%), l'**Emilia-Romagna** (8,48%), il **Piemonte** (8,15%), la **Campania** (7,63%), la **Toscana** (6,53%), la **Sicilia** (5,04%).
- Dal confronto con il 2017, emerge un sostanziale **aumento delle imprese *Driven* in tutte le regioni**; gli incrementi maggiori sono rilevati in **Calabria** (**+26,05%**), in **Campania** (+25,10%) e in **Sardegna** (+16,88%).
- La distribuzione provinciale rispecchia in parte quella regionale, con in testa **Milano** (**10,38%**, 2.956 aziende) e **Roma** (**9,65%**, 2.748). Seguono, tra le principali province, quella di **Torino** (5,33%), **Napoli** (4,11%), **Brescia** (2,38%) e **Bologna** (2,35%).

IL SEGMENTO PROMOZIONE

- Il segmento *Promozione*, nel 2018, è composto da:
  - **7.584 imprese** (**+18,19%** rispetto al 2017);
  - **27.459 addetti** (**+8,82%** rispetto al 2017). Aumenta anche il **numero di dipendenti** (**+5,64%**) che, nel 2018, si attesta a **19.604.**
- Osservando i dati delle **variazioni percentuali del numero di imprese per tipologia di attività economica**, si rileva, un segno positivo per **attività di intrattenimento (19,02%), attività di musei (+11,94%) e biblioteche ed archivi (+8,9%).**
- Osservando la variazione percentuale del **numero degli addetti** delle imprese analizzate per **tipologia di attività economica**, si rileva un sostanziale aumento, in particolare: **Attività di biblioteche ed archivi** (+**22,36**%), **Attività di musei** (+**14,08**%) e delle **Atre attività di intrattenimento e di divertimento n.c.a** (**+5,64%**),
- Con riferimento alla **natura giuridica** delle imprese *Promozione*, anche nel 2018 la forma prevalente è quella delle **Ditte individuali**, che rappresentano il **51,96%.** Seguono le **Società a responsabilità limitata** (**11,87%**), le **Cooperative** (**10,50%**) e le **Società di persone** (**10,15%**).
- In merito alla **distribuzione sul territorio nazionale**, nel 2018 la **Lombardia** si riconferma la regione con una **maggiore concentrazione** di imprese operanti nel segmento *Promozione*, per un totale di **1.066 imprese** (**14,06%** del totale). Seguono, tra le principali, analogamente al 2017, la **Campania** (10,97%), il **Lazio** (9,65%), la **Sicilia** (8,58%), la **Puglia** (7,81%), il **Veneto** (7,79%), l'**Emilia-Romagna** (7,28%), la **Toscana** (6,46%), il **Piemonte** (6,43%).
- Dal confronto con il 2017, emerge un sostanziale **aumento delle imprese *Promozione* in tutte le regioni**; gli incrementi maggiori sono rilevati in **Valle d'Aosta** (+71,43%), **Calabria** (+35,51%), **Abruzzo** (+31,21%), **Campania** (+24,36%).
- Infine, differentemente dalla scala regionale, l'analisi della **distribuzione provinciale** rileva una maggiore concentrazione di imprese operanti nel segmento ***Promozione*** nella provincia di **Roma** (**7,32%** del totale). Seguono tra le principali, le province di **Milano** (4,98%), **Napoli** (4,85%), **Torino** (3,55%), **Bari** (3,06%), **Salerno** (2,98%) e Lecce (2,48%).

LA FILIERA

- Il peso dei diversi nodi della filiera è rimasto invariato: il **64%** sono imprese di **produzione**, **17%** di **promozione**, il **16%** di **distribuzione** e il **3%** di **esercizio**.
- Nel 2018 le imprese di **produzione,** secondo la classificazione adottata, **sono 27.719,** distribuite tra i segmenti *Core* (5.588) e *Driven* (22.131). Il valore complessivo risulta in **aumento del 12,35%** rispetto al 2017.
- Le imprese di **esercizio**, **invariate** rispetto al 2017 (-0,45%), sono racchiuse nel segmento *Core* e sono **1.332**.
- Le imprese di **distribuzione**, **6.842** in totale (**+14,74%** rispetto al 2017), sono distribuite tra il segmento *Core* (491) e quello *Driven* (6.351).
- La imprese di **promozione** registrano l'aumento maggiore (**+18,19%**), per un totale di **7.584** unità nel 2018.

VALORE AGGIUNTO LORDO

- In base alle stime effettuate per il 2018, il **Valore Aggiunto Lordo** prodotto dalle 7.411 imprese *Core* operanti nel settore cinematografico e audiovisivo risulta pari a **2.756.128.869 €,** mentre il valore della Produzione, ovvero il fatturato, risulta pari a **2.499.819.347 €.**
- Rispetto al 2017, in cui il Valore Aggiunto Lordo era stato stimato pari a 2,5 MLD, nel 2018 si registra un **incremento positivo pari al +10,25%.**
- **Confrontando il dato settoriale con il valore aggiunto prodotto a livello nazionale** nel 2018 (1.589.263 MLN), è possibile rilevare che le imprese operanti all'interno del comparto *Core* audiovisivo e cinematografico **hanno contribuito, in termini di valore aggiunto, per lo 0,17%.** Nel 2017 il contributo si attestava allo **0,16%.**
- Infine, con riferimento alla **scomposizione del Valore Aggiunto Lordo per nodo della filiera**, nel 2018, coerentemente con quanto avvenuto nell'annualità precedente, le imprese operanti nel nodo della **produzione** producono il **53,87%** del valore aggiunto settoriale (**1.485 MLN**), quelle attive nella **distribuzione** ne producono il **35,07%** (**966,7 MLN**), mentre quelle impiegate nel nodo dell'esercizio ne producono il **11,06%** (**305 MLN**).

SPESA

- Sulla base delle stime effettuate, la **Spesa** realizzata nel 2018 dalle **7.411** imprese *Core* operanti nel settore cinematografico e audiovisivo italiano risulta pari a **7.603.322.219,46 €**. L'**81,02%** delle spese sostenute dalle imprese del settore riguarda i costi per l'**acquisto di beni e servizi** (**6,160 MLD**), mentre il restante **18,98%** (**1,443 MLD**) dei costi realizzati riguardano le **spese del personale**.
- Rispetto al 2017, in cui la **Spesa** è calcolata per un totale di 5.954.971.359,80 €, nel 2018 si registra una **variazione positiva del +27,68%**.
- Con riferimento alla scomposizione della **Spesa per nodo di filiera**, il **35,77% (2,719 MLD)** è realizzata dalle imprese operanti nel nodo della **Produzione**, il **47,45% (3,607 MLD)** nella **Distribuzione** e il **16,79% (1.276 MLD)** nell'**Esercizio.**
- Infine, analizzando la composizione della **Spesa** nei differenti nodi si osserva che, coerentemente con quanto rilevato nel 2017, le imprese del settore tendono ad **esternalizzare** le attività acquisendo all'esterno gli **asset materiali e immateriali** necessari alla realizzazione della propria attività produttiva. In tutti i nodi della filiera, infatti, il **peso medio percentuale** dei costi sostenuti per l'acquisto di beni e servizi è pari all'80%, dato che conferma quanto rilevato nel corso del 2017.

OCCUPAZIONE

- In base alle stime effettuate per il 2018, l'Occupazione in unità di lavoro a tempo pieno, per le **7.411** aziende *Core* operanti nel settore cinematografico e audiovisivo italiano, risulta pari a **22.715 ULA.**
- Rispetto al 2017, in cui l'Occupazione è calcolata per un totale di **18.823** ULA, nel 2018 si registra una **variazione positiva** del **+ 20,68%**.
- Con riferimento alla scomposizione dell'**Occupazione per nodo di filiera**, nel 2018, coerentemente con quanto osservato nell'annualità precedente, il **48,28%** del totale (10.968 ULA) degli occupati in termini di ULA nel settore sono impiegati nel nodo della **Produzione**, il **23,23%** (**5.278** ULA) nelle imprese operanti nel segmento della **Distribuzione**, mentre il **28,48%** (**6.470** ULA) nell'**Esercizio.** Rispetto al **2017** si evidenzia un **incremento del peso percentuale** delle ULA nella **produzione e distribuzione** a discapito dell'esercizio.

REMUNERAZIONE DEL LAVORO

- In base alle stime effettuate per il 2018, la **Remunerazione del lavoro** per i dipendenti delle 7.411 aziende *Core* operanti nel settore, risulta pari a circa **1.065.433.357,46 €**.
- Rispetto al **2017**, in cui la Remunerazione del lavoro è calcolata pari a 839.456.376,83 € si registra una **variazione positiva del +26,92%.** Tale **aumento** è dovuto sia ad un **incremento** del numero complessivo di **ULA** del comparto, sia ad un incremento della **remunerazione media per ULA del +5%.**
- Con riferimento alla scomposizione **dell'indicatore Remunerazione del lavoro per nodo di filiera**, nel settore della

Produzione si rileva una retribuzione lorda dei dipendenti pari a 490.243.637,49 € (**52,28% del totale**), in quello della **Distribuzione** pari a **267.052.988,55 €** (**28,48%**), mentre nell'**Esercizio** pari a **180.391.986,07 €** (**19,24%**).

ESPORTAZIONE

- Nel 2018 il valore totale delle **Esportazioni** del settore cinematografico e audiovisivo è stato pari a **99.543.000,00 €.** Nello specifico:
  - il **78,7%** dell'export è stato realizzato in termini di **commercio di prodotti cinematografici e audiovisivi**, per un ammontare superiore ai **78,34 MLN €**;
  - **il 21,3%** dell'export è stato realizzato, invece, in termini di **commercio di servizi cinematografici e audiovisivi**, per un valore superiore ai **21,2 MLN €**.
- Rispetto al 2017, nell'anno di riferimento il totale dell'export è **calato** del **-31,75%**; a pesare negativamente è stato, in particolare, il **commercio di servizi cinematografici e audiovisivi** che è passato da un totale di circa 83,3 MLN nel 2017 ad un ammontare di 21,2 MLN nel 2018.

ESPORTAZIONE DI PRODOTTI CINEMATOGRAFICI E AUDIOVISIVI

- Tra il 2011 e il 2014, nel periodo post crisi economica globale, le esportazioni di prodotti cinematografici e audiovisivi italiani hanno seguito un lento e altalenante percorso di ripresa. Tra il 2017 e il 2018, in particolare, si rileva una **variazione positiva** pari al **+25,24%**.
- Nel 2018 il **mercato europeo** si riconferma come il **principale sbocco** per il commercio di prodotti cinematografici e audiovisivi italiani, per un ammontare di circa **49,1 MLN €** (**62,68%** del totale).
- Guardando invece al **contesto mondiale nel suo complesso**, il principale importatore è il **Regno Unito** (10,96 MLN), seguito dalla **Francia** (10,44 MLN), dalla **Germania** (9,04 MLN), dalla **Spagna** (6,1 MLN), dagli **Stati Uniti** (4,02 MLN), dalla **Corea del Sud** (3,81 MLN) e dalla **Repubblica Ceca** (3,23 MLN). Altri Paesi che registrano quote significative sono il **Pakistan**, la **Cina**, la **Svizzera**, l'**Arabia Saudita**, la **Polonia**, l'**Australia**, gli **Emirati Arabi** e la **Slovenia**.
- Infine, confrontando il valore dell'export italiano del settore nei **Paesi appartenenti allo spazio Schengen**, la **Germania** si riconferma come il **principale esportatore** di prodotti cinematografici e audiovisivi, mentre l'**Italia** si trova al **10° posto.**

ESPORTAZIONE DI SERVIZI CINEMATOGRAFICI E AUDIOVISIVI

- L'andamento delle esportazioni di servizi cinematografici e audiovisivi, come quello dei prodotti, è molto altalenante e nel 2018, in base ai dati Eurostat, subisce un arresto (-74% rispetto al 2017) fermandosi a 21.200.000 €.
- A differenza del 2017, invece, nel 2018 il **commercio di servizi cinematografici e audiovisuali** trova prevalentemente sbocco nel **mercato europeo** per un valore complessivo di circa **16,9 MLN €,** pari al **79,72%** del totale.
- Guardando anche in questo caso al **contesto mondiale nel suo complesso** il principale importatore di servizi cinematografici e audiovisivi italiani, nel 2018, è nuovamente la **Svizzera** (5,2 MLN) seguita dal **Regno Unito** (4,2 MLN), dall'**Irlanda** (3,2 MLN), dall'**Australia** (1,8 MLN), dalla **Cina** (1,5 MLN), dalla **Germania** (1,4 MLN) e dalla **Francia** (1,1 MLN). Quote meno significative, ma comunque interessanti nel rilevare quali sono altri potenziali mercati o economie di sbocco per il settore, sono rappresentate dal **Giappone**, dalla **Norvegia**, dalla **Svezia** e dalla **Spagna**.
- Infine, confrontando il valore dell'export italiano di servizi audiovisuali dei **Paesi appartenenti all'area di Schengen**, troviamo, come nel 2017, al primo posto il **Lussemburgo**, per un valore di poco più superiore ai 3 MLD di euro. Seguono, tra i principali, la **Francia** (1,749 MLD), i **Paesi Bassi** (1,444 MLD), la **Germania** (1,429 MLD) e la **Svezia** (1,126 MLD). L'**Italia** si trova al **19° posto**, perdendo qualche posizione rispetto al 2017.

IMPATTO DELLE RISORSE ASSEGNATE

MOLTIPLICATORE

- Nel corso del 2019 si stima che, a fronte di un investimento – impatto diretto – di oltre **222 MLN** di euro sia stato attivato, in termini di **produzione**, un impatto **indiretto** pari a circa **219 MLN** di euro e un **impatto indotto**

di **oltre 166 MLN** di euro. Complessivamente, l'impatto totale attivato in termini di produzione nell'anno di riferimento è stato pari a **606.735.282,69 €.**

- Nel 2019, inoltre, le risorse assegnate dal MiBACT ai sensi della legge 220/2016 hanno avuto un effetto **moltiplicatore di 2,75** in termini di produzione sul resto dell'economia. Vale a dire che per ogni euro assegnato dalla DGCA si produce un effetto sul sistema economico, in termini di produzione, pari a 2,75 euro.
- È possibile, infine, osservare che, rispetto al 2018, l'impatto complessivo attivato in termini di produzione è fortemente cresciuto (di quasi 2,5 volte) grazie all'accelerazione subita dalle risorse investite dalla DGCA nel settore.
- In termini di **valore aggiunto**, invece, si stima che, nel corso del 2019, a fronte di un impatto diretto di oltre 79 MLN di euro, sia stato attivato un impatto **indiretto** pari a circa **104 MLN** di euro e un **impatto indotto** di circa **99 MLN** di euro. Complessivamente, l'impatto totale attivato in termini di produzione nell'anno di riferimento è stato pari a **274.068.130 €.**
- Nel 2019 le risorse assegnate dal MiBACT ai sensi della Legge 220/2016 hanno avuto un effetto **moltiplicatore di 3,39** in termini di **valore aggiunto** sul resto dell'economia. Vale a dire che per ogni euro assegnato dal MiBACT si produce un effetto sul sistema economico, in termini di valore aggiunto, pari a 3,39 euro.
- È possibile, infine, osservare che, rispetto al 2018, l'impatto complessivo attivato in termini di valore aggiunto ha subito una forte crescita (di oltre 2,5 volte) collegata all'incremento delle risorse assegnate dalla DGCA.

RITORNO SUGLI INVESTIMENTI

- Con l'**investimento** complessivo del MIBACT di **220.577.280 €**, distribuito tra Tax credit e altre misure, nel 2019 viene prodotto un **gettito fiscale** totale per l'Erario pari a **69.199.329 €**. L'investimento statale, dunque, è interessato da un **moltiplicatore** pari a **0,314**; per ogni 100 euro di contributo o credito d'imposta si produce mediamente un gettito aggiuntivo di 31,4 euro.
- Dalle elaborazioni effettuate, si stima che, a fronte di un investimento complessivo del MiBACT, nel 2019, pari a 220.577.280 € (tenuto conto dell'abbattimento delle risorse destinate al tax credit), sia stato generato un **gettito fiscale totale per l'Erario** pari a **69.199.329 €.** Di questi circa 36 MLN di euro **sono imposte dirette**, 20 MLN di euro sono **imposte indirette (IVA**), mentre 12 MLN di euro **sono imposte nette sulla produzione**.
- Nello specifico, l'investimento statale vanta nel 2019 di un **moltiplicatore pari a 0,314**, ovvero per ogni 100 euro di contributo e/o credito d'imposta speso dai soggetti beneficiari nell'anno di riferimento viene prodotto un gettito aggiuntivo pari a 31,4 €.
- Confrontando il dato ottenuto con il biennio precedente, si registra un **incremento del gettito fiscale** del **+150,9%** rispetto al 2018 e del +674,8% rispetto al 2017.

3.1. FOTOGRAFIA DEL SETTORE

3.1.1. Numero di imprese

Al fine di misurare il ***Numero di imprese*** afferenti al comparto audiovisivo e cinematografico, secondo la metodologia elaborata nella *Valutazione di impatto della Legge Cinema e Audiovisivo, ANNI 2017-2018*, le imprese del settore sono state analizzate e articolate in tre categorie: ***Core***, ***Driven*** e ***Promozione***. Sulla base di quest'ultima perimetrazione è stata effettuata un'estrazione di tutte le imprese operanti nel 2018, ultima rilevazione disponibile, sul territorio nazionale presenti all'interno del Registro Imprese di Info Camere.[17]

Tabella 3.1: Numero di imprese, addetti e dipendenti del settore cinematografico e audiovisivo italiano nel 2017 e 2018

IMPRESE SETTORE CINEMATOGRAFICO E AUDIOVISIVO	2017	2018	Δ%
IMPRESE	38.389	43.477	13,25%
ADDETTI	263.680	285.483	8,27%
di cui DIPENDENTI	221.608	238.232	7,50%

Fonte: dati Registro Imprese

3.1.1.1. Il segmento Core

Il segmento ***Core*** è definito come l'insieme delle imprese le cui attività rientrano pienamente nel settore cinematografico e audiovisivo.

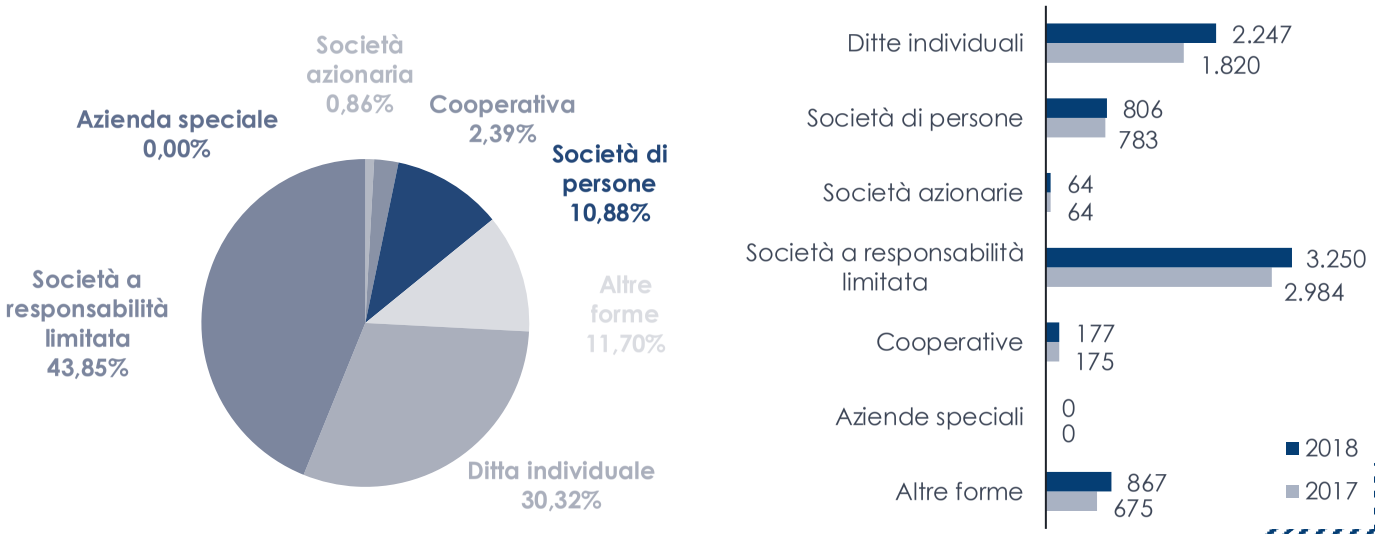
[17] Tale Registro contiene le principali informazioni relative alle imprese italiane sia di carattere anagrafico (denominazione, statuto, amministratori, sede, ecc.), sia di carattere societario (ad es. modifiche dello statuto e di cariche sociali, trasferimento di sede, liquidazione, procedure concorsuali, ecc.). Il Registro costituisce, quindi, un archivio di rilevante importanza per l'elaborazione di analisi economiche e statistiche di ciascun settore economico.

Tabella 3.2: Numero di imprese, addetti e dipendenti per il segmento Core nel 2017 e 2018

IMPRESE CORE		2017			2018			Δ %		
		IMPRESE	ADDETTI	di cui DIPENDENTI	IMPRESE	ADDETTI	di cui DIPENDENTI	IMPRESE	ADDETTI	di cui DIPENDENTI
58210	EDIZIONE DI GIOCHI PER COMPUTER	27	111	82	48	172	119	77,78%	54,95%	45,12%
59110	ATTIVITÀ DI PRODUZIONE CINEMATOGRAFICA, DI VIDEO E DI PROGRAMMI TELEVISIVI	4.364	19.437	14.582	5.101	19.671	14.000	16,89%	1,20%	-3,99%
59120	ATTIVITÀ DI POST-PRODUZIONE CINEMATOGRAFICA, DI VIDEO E DI PROGRAMMI TELEVISIVI	327	1.565	1.218	439	1.965	1.484	34,25%	25,56%	21,84%
59130	ATTIVITÀ DI DISTRIBUZIONE CINEMATOGRAFICA, DI VIDEO E DI PROGRAMMI TELEVISIVI	205	1.232	1.025	227	1.555	1.316	10,73%	26,22%	28,39%
59140	ATTIVITÀ DI PROIEZIONE CINEMATOGRAFICA	1.338	8.329	6.671	1.332	7.940	6.304	-0,45%	-4,67%	-5,50%
60200	ATTIVITÀ DI PROGRAMMAZIONE E TRASMISSIONI TELEVISIVE	240	2.692	2.469	264	2.608	2.352	10,00%	-3,12%	-4,74%
TOTALE		6.501	33.366	26.047	7.411	33.911	25.575	14,00%	1,63%	-1,81%

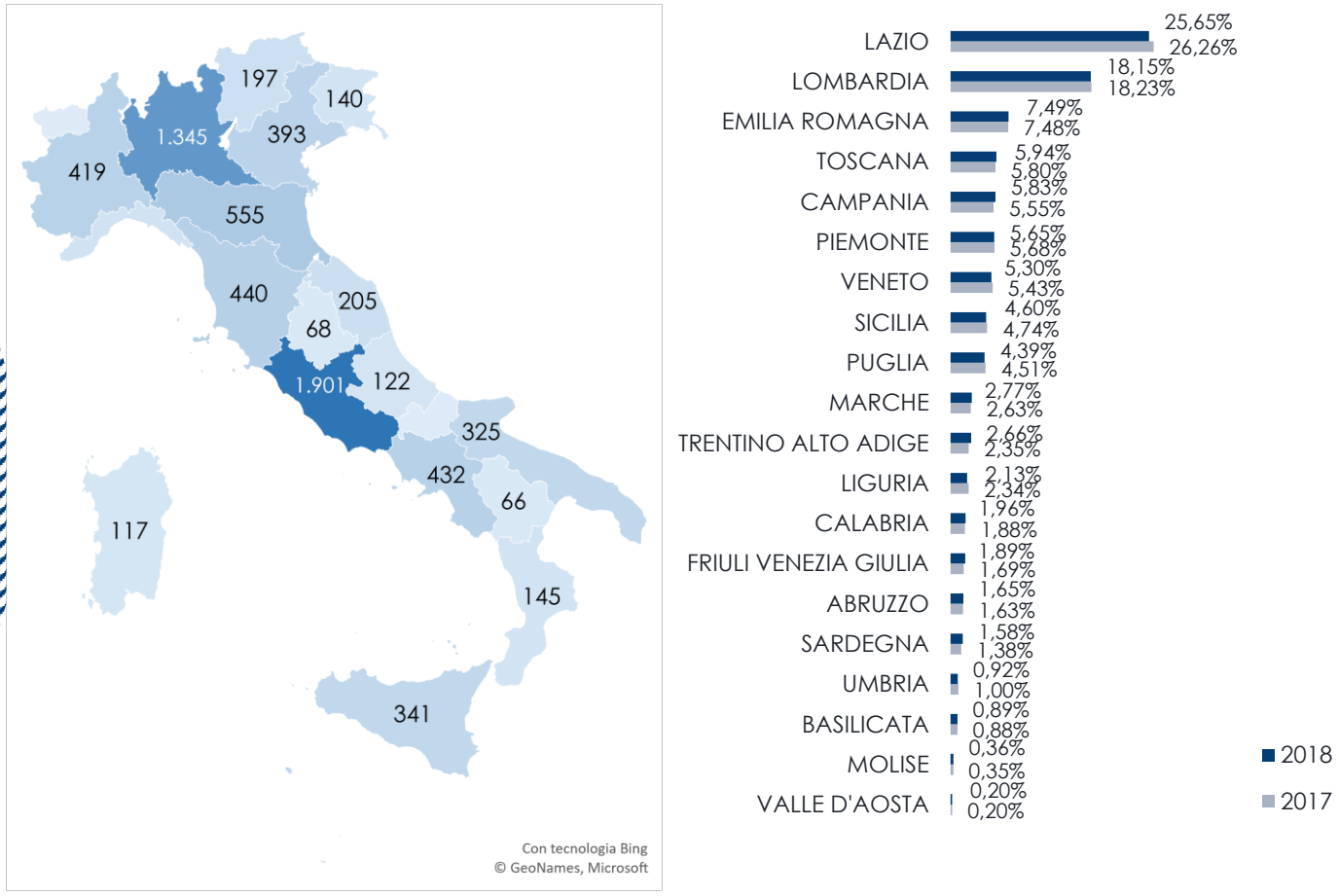
Fonte: dati Registro Imprese

Figura 3.1: Distribuzione delle imprese Core per forma giuridica nel 2018 e confronto biennio 2017-2018



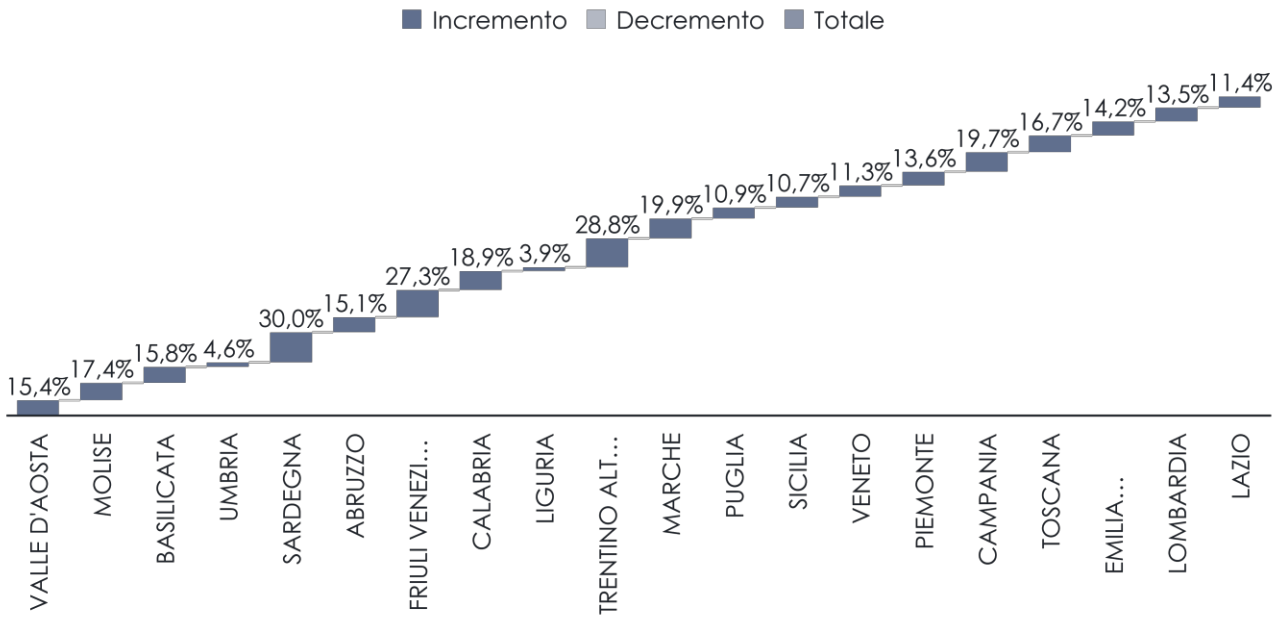
Fonte: dati Registro Imprese

Figura 3.2: Distribuzione geografica delle imprese Core nel 2018 e confronto nel biennio 2017-2018



Fonte: dati Registro Imprese

Figura 3.3: Variazione % della distribuzione geografica del numero di imprese Core tra il 2017 e il 2018



Fonte: dati Registro Imprese

3.1.1.2. *Il segmento Driven*

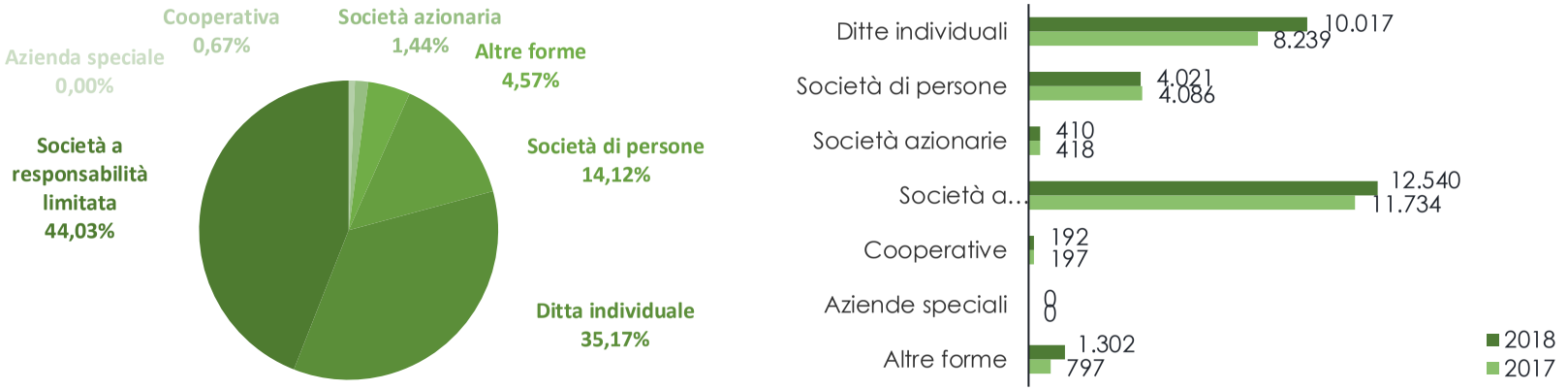
Il segmento ***Driven*** comprende quelle imprese le cui attività non rientrano strettamente al settore di riferimento e per le quali la classificazione statistica non consente di estrapolare la componente cinematografica e audiovisiva.

Tabella 3.3: Numero di imprese, addetti e dipendenti per il segmento Driven nel 2017 e 2018

IMPRESE DRIVEN		2.017			2.018			Δ %		
		IMPRESE	ADDETTI	di cui DIPENDENTI	IMPRESE	ADDETTI	di cui DIPENDENTI	IMPRESE	ADDETTI	di cui DIPENDENTI
46432	COMMERCIO ALL'INGROSSO DI SUPPORTI REGISTRATI, AUDIO, VIDEO (CD, DVD E ALTRI SUPPORTI)	340	1.410	1.013	378	1.453	1.014	11,18%	3,05%	0,10%
46699	COMMERCIO ALL'INGROSSO DI ALTRE MACCHINE E ATTREZZATURE PER L'INDUSTRIA, IL COMMERCIO E LA NAVIGAZIONE	100	492	378	116	460	338	16,00%	-6,50%	-10,58%
47630	COMMERCIO AL DETTAGLIO DI REGISTRAZIONI MUSICALI E VIDEO IN ESERCIZI SPECIALIZZATI	287	473	103	332	582	167	15,68%	23,04%	62,14%
62010	PRODUZIONE DI SOFTWARE NON CONNESSO ALL'EDIZIONE	19.197	185.436	164.786	21.096	203.933	181.529	9,89%	9,97%	10,16%
77220	NOLEGGIO DI VIDEOCASSETTE E DISCHI	723	1.084	183	740	991	83	2,35%	-8,58%	-54,64%
90030	CREAZIONI ARTISTICHE E LETTERARIE	756	1.369	504	1.035	1.669	521	36,90%	21,91%	3,37%
93293	SALE GIOCHI E BILIARDI	4.068	14.816	10.037	4.785	15.025	9.401	17,63%	1,41%	-6,34%
TOTALE		25.471	205.080	177.004	28.482	224.113	193.053	11,82%	9,28%	9,07%

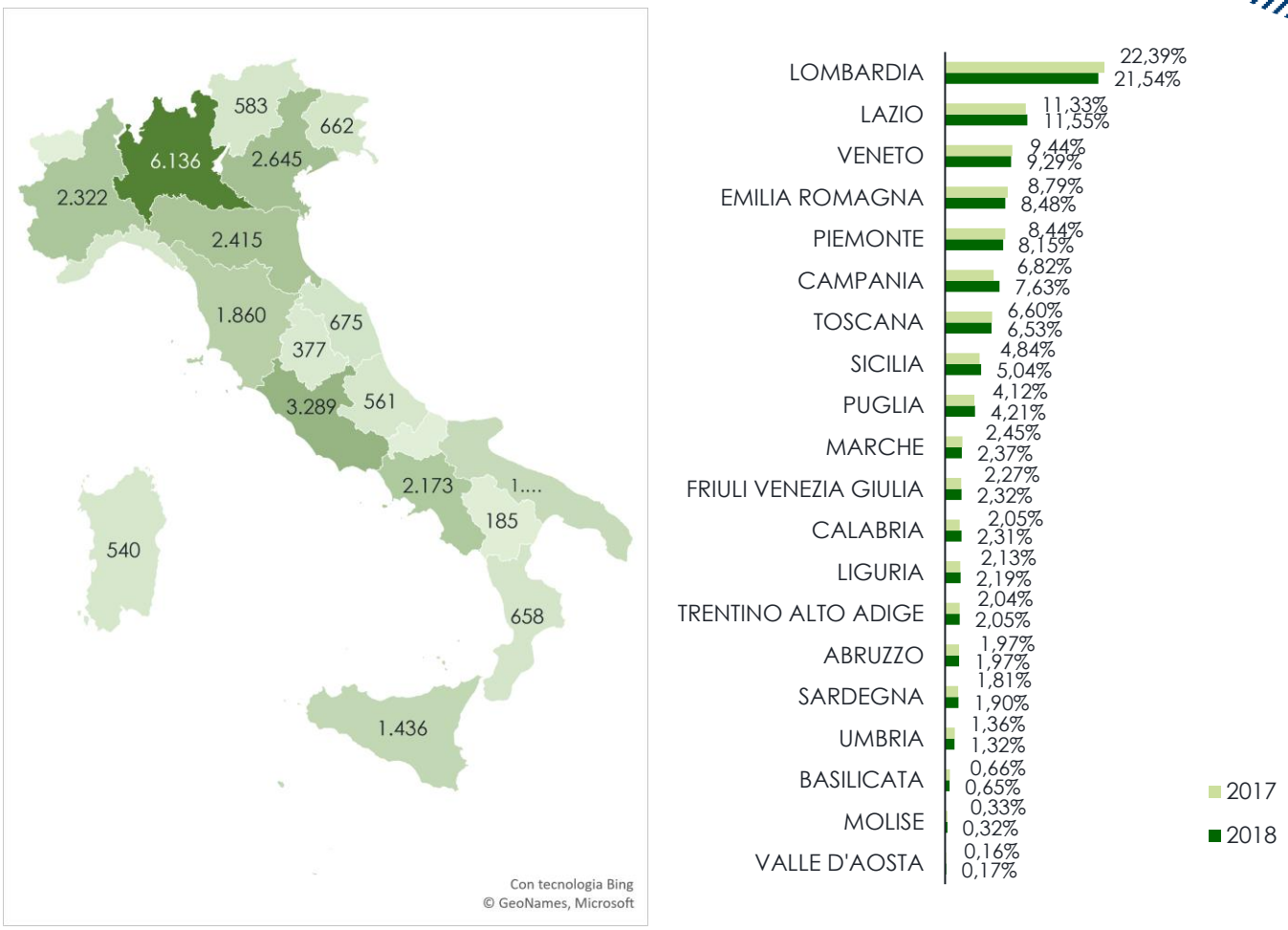
Fonte: dati Registro Imprese

Figura 3.4: Distribuzione delle imprese Driven per forma giuridica nel 2018 e confronto nel biennio 2017-2018



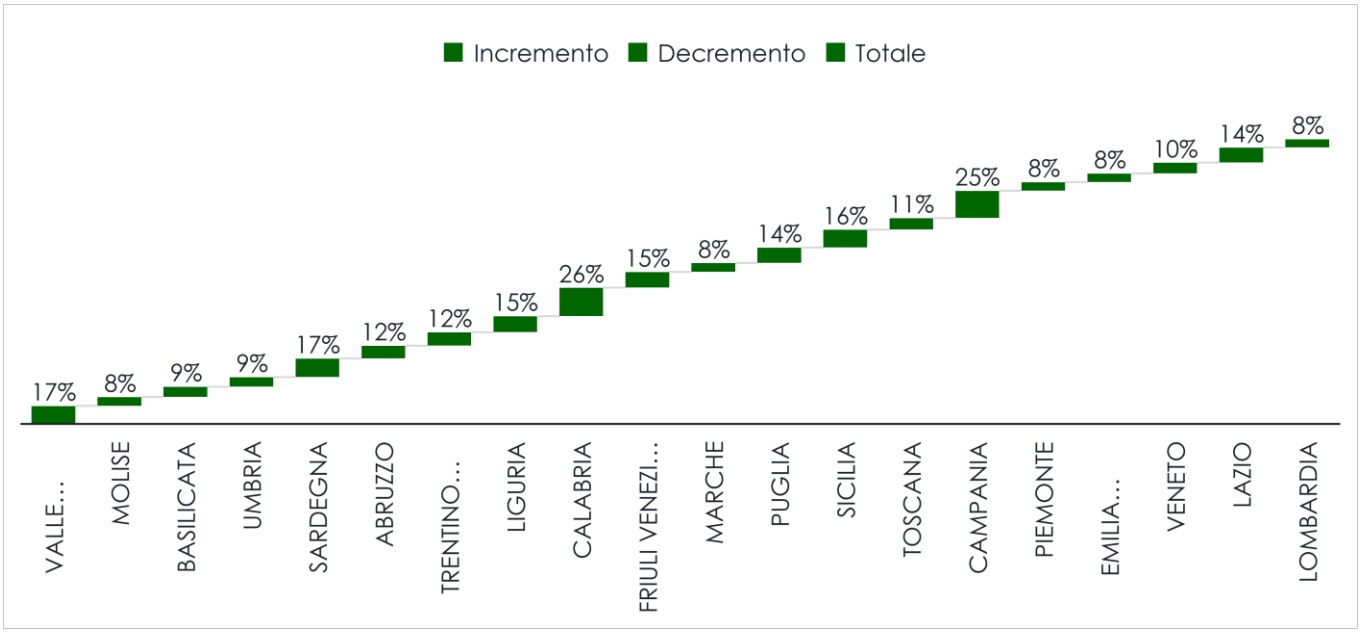
Fonte: dati Registro Imprese

Figura 3.5: Distribuzione geografica delle imprese Driven nel 2018 confronto nel biennio 2017-2018



Fonte: dati Registro Imprese

Figura 3.6: Variazione % della distribuzione geografica del numero di imprese Driven tra il 2017 e il 2018



Fonte: dati Registro Imprese

3.1.1.3. *Il segmento Promozione*

Il segmento ***Promozione*** comprende quelle imprese che non operano direttamente all'interno del settore cinematografico e audiovisivo, ma le cui attività possono essere oggetto delle misure di sostegno previste all'Art. 27 della Legge n. 220/2016.

Tabella 3.4: Numero di imprese, addetti e dipendenti per il segmento Promozione nel 2017 e 2018

ATECO		2.017			2.018			Δ %		
		IMPRESE	ADDETTI	di cui DIPENDENTI	IMPRESE	ADDETTI	di cui DIPENDENTI	IMPRESE	ADDETTI	di cui DIPENDENTI
91010	ATTIVITÀ DI BIBLIOTECHE ED ARCHIVI	236	3.600	3.397	257	4.405	4.191	8,90%	22,36%	23,37%
91020	ATTIVITÀ DI MUSEI	360	2.414	2.095	403	2.754	2.368	11,94%	14,08%	13,03%
93299	ALTRE ATTIVITÀ DI INTRATTENIMENTO E DI DIVERTIMENTO NCA	5.809	19.175	13.030	6.914	20.256	13.010	19,02%	5,64%	-0,15%
94992	ATTIVITÀ DI ORGANIZZAZIONI CHE PERSEGUONO FINI CULTURALI, RICREATIVI E LA COLTIVAZIONE DI HOBBY	5	11	7	4	10	7	-20,00%	-9,09%	0,00%
94999	ATTIVITÀ DI ALTRE ORGANIZZAZIONI ASSOCIATIVE NCA	7	34	28	6	34	28	-14,29%	0,00%	0,00%
TOTALE		6.417	25.234	18.557	7.584	27.459	19.604	18,19%	8,82%	5,64%

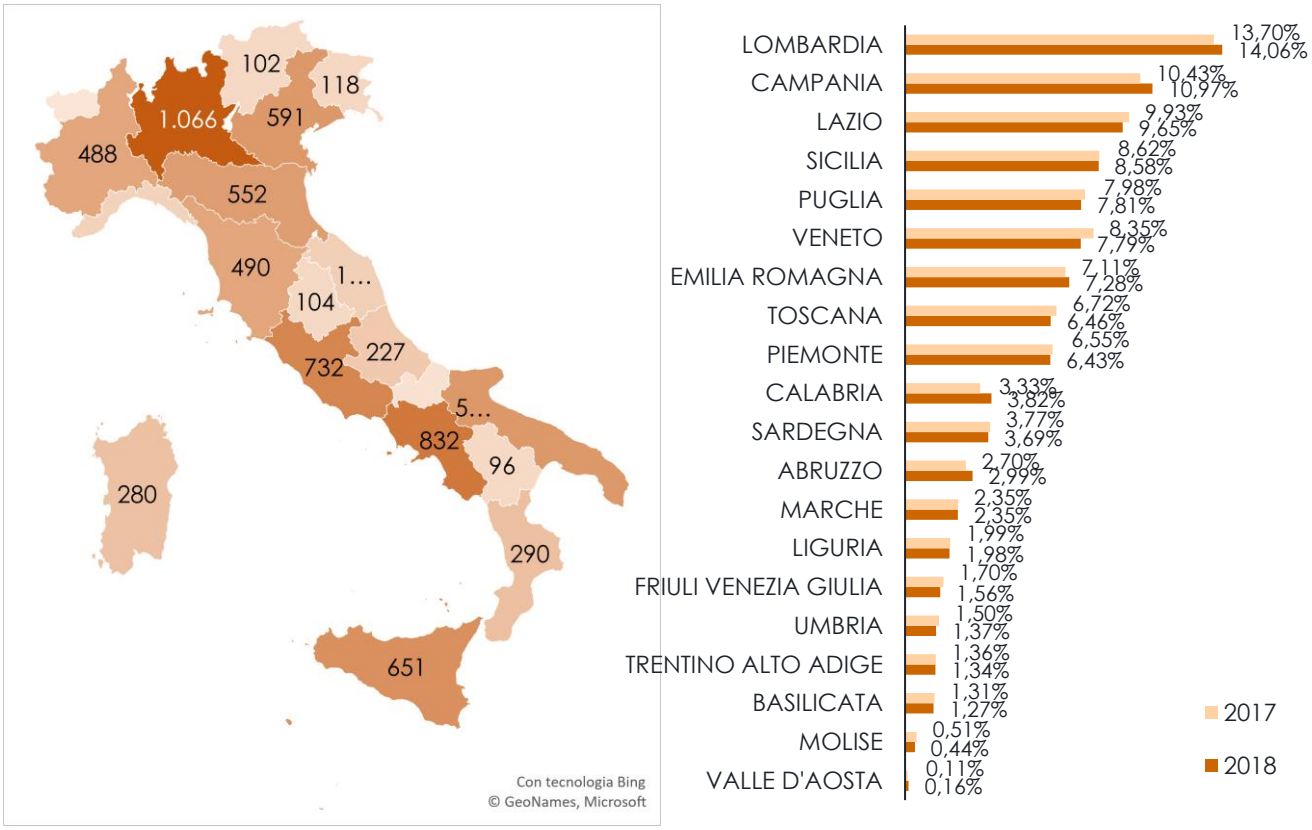
Fonte: dati Registro Imprese

Figura 3.7: Distribuzione delle imprese di Promozione per forma giuridica nel 2018 e confronto nel biennio 2017-2018



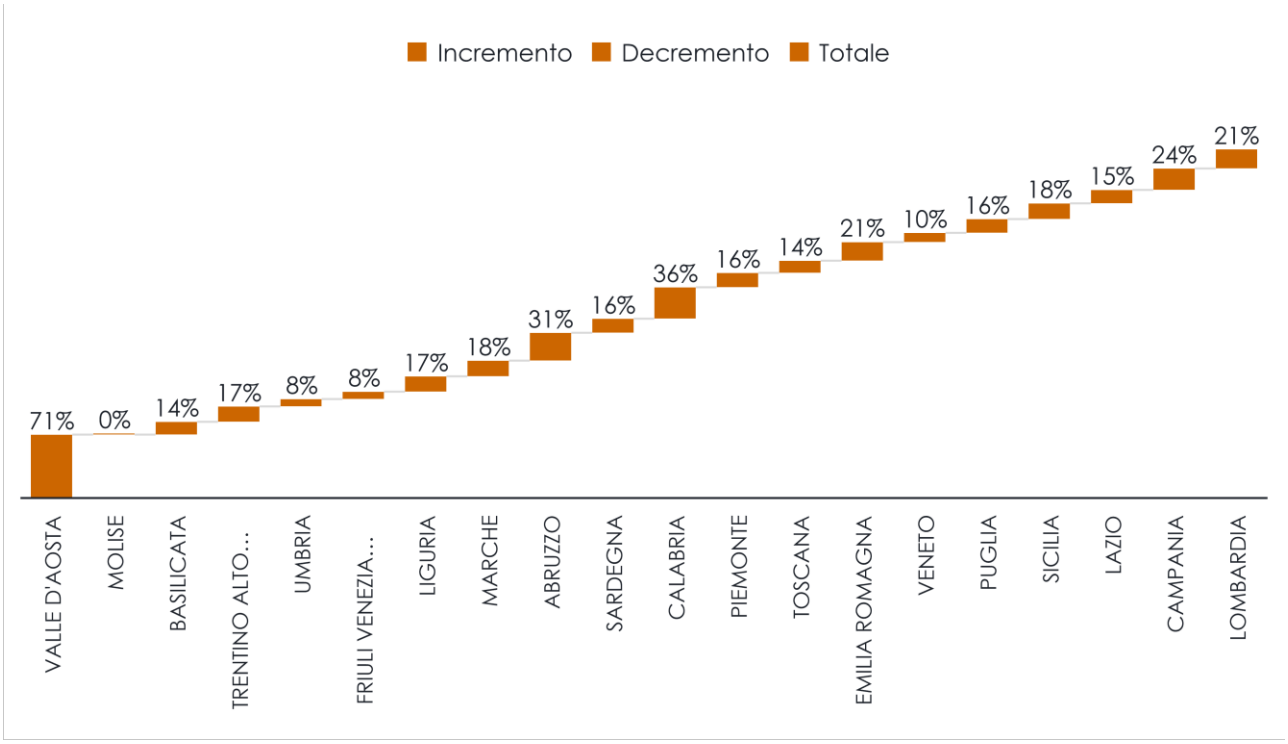
Fonte: dati Registro Imprese

Figura 3.8: Distribuzione geografica delle imprese Promozione nel 2018 e confronto nel biennio 2017-2018



Fonte: dati Registro Imprese.

Figura 3.9: Variazione % della distribuzione geografica del numero di imprese Promozione tra il 2017 e il 2018



Fonte: dati Registro Imprese

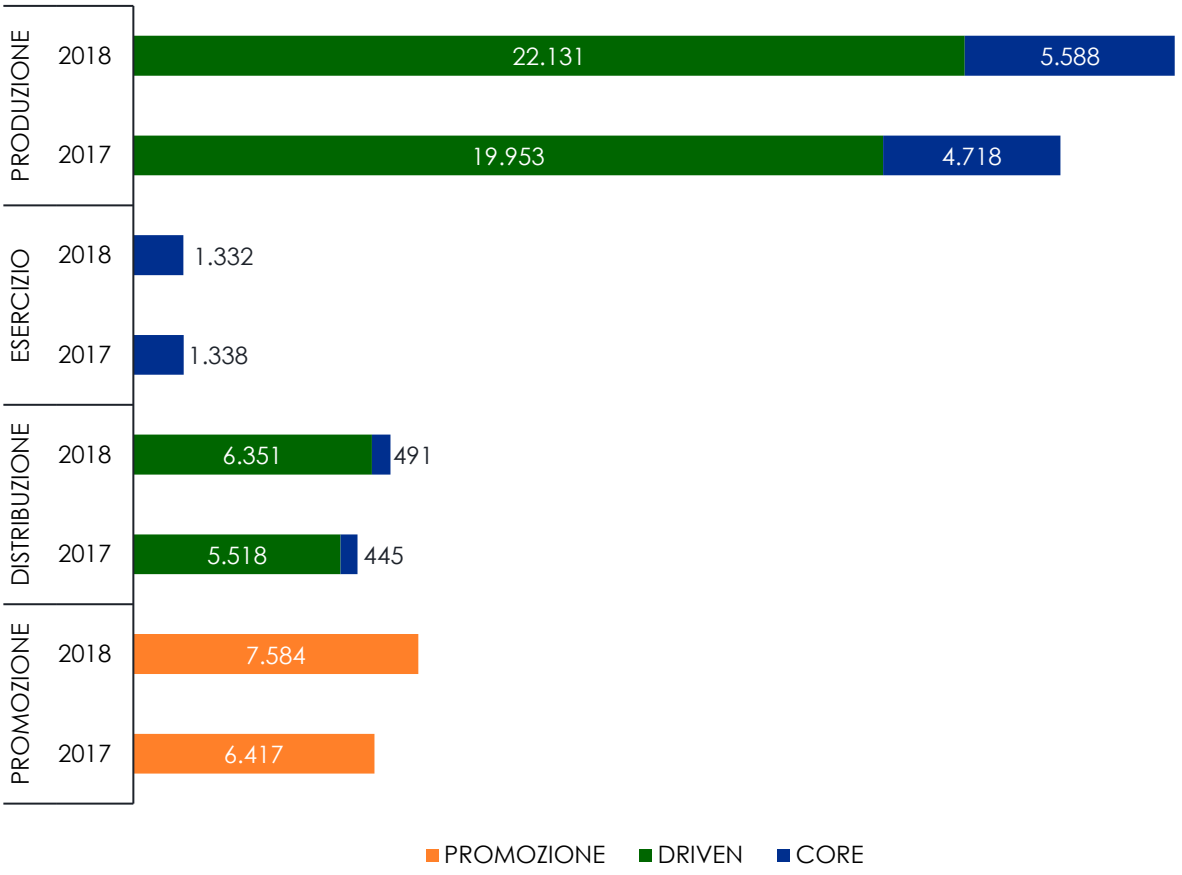
3.1.1.4. La Filiera

Tabella 3.5: Distribuzione delle imprese Core, Driven e Promozione per nodi di filiera nel 2018

	PRODUZIONE	DISTRIBUZIONE	ESERCIZIO	PROMOZIONE	TOTALE
CORE	5.588	491	1.332	0	7.411
DRIVEN	22.131	6.351	0	0	28.482
PROMOZIONE	0	0	0	7.584	7.584
TOTALE	27.719	6.842	1.332	7.584	43.477

Fonte: dati Registro Imprese

Figura 3.10: Distribuzione delle imprese Core, Driven e Promozione per nodi di filiera nel 2017 e 2018

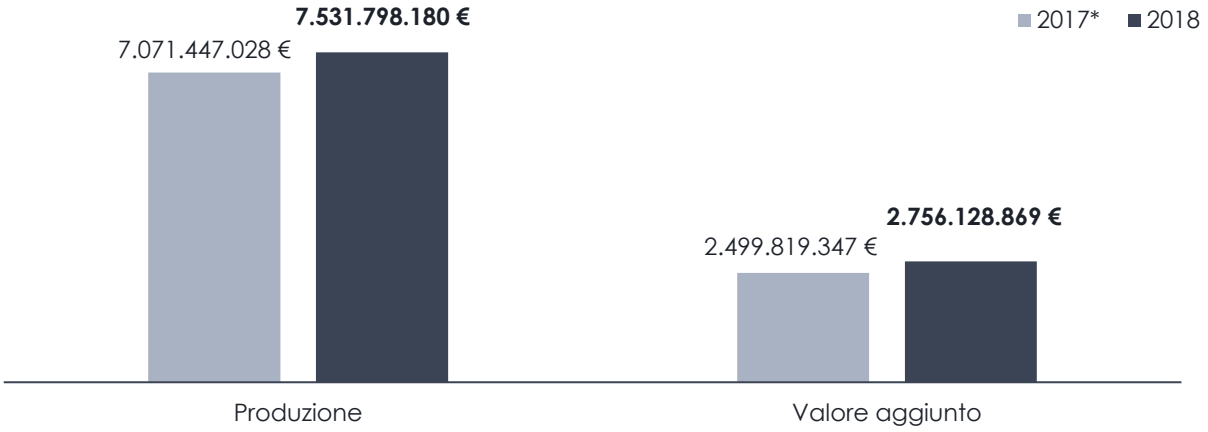


Fonte: dati Registro Imprese

3.1.2. Valore Aggiunto Lordo

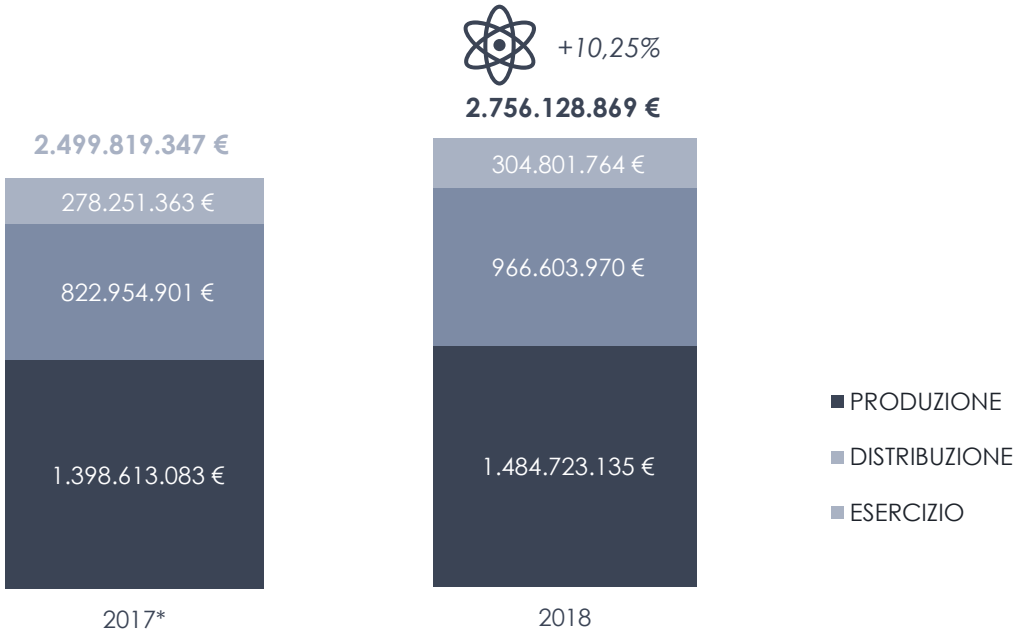
L'indicatore ***Valore Aggiunto Lordo (VAL)***[18] misura il valore di beni e servizi prodotti in un determinato settore o comparto dell'economia ed è la *"risultante della differenza tra il valore della produzione di beni e servizi conseguita dalle singole branche produttive ed il valore dei beni e servizi intermedi dalle stesse consumati"*[19].

Grafico 3.1: Valore Aggiunto Lordo e Produzione del settore audiovisivo e cinematografico italiano nel 2017 e 2018



Fonte: Stima su dati Registro delle Imprese e Istat

Grafico 3.2: Scomposizione del valore aggiunto settoriale per nodi della filiera nel 2017 e 2018



Fonte: Stima su dati Registro delle Imprese e Istat

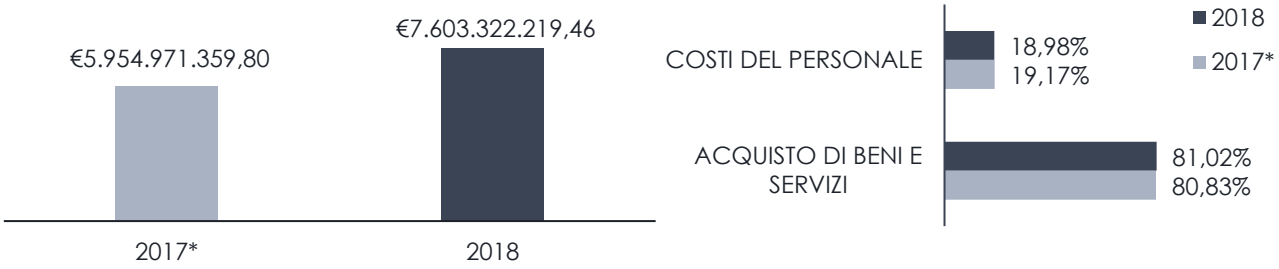
[18] I dati riferiti alla Produzione e al Valore Aggiunto Lordo nel 2017 erano stati stimati, nella precedente Valutazione, combinando le informazioni circa la composizione del settore Core, così come definita ai fini del presente studio, con i dati restituiti dalla fonte ISTAT (ASIA-Competitività e Asia Occupazione). Quest'anno il dato 2017 è stato ricalcolato sulla base dell'aggiornamento delle fonti statistiche a disposizione.

[19] *La matrice dei conti nazionali*. Glossario, ISTAT, 2012.

3.1.3. Spesa

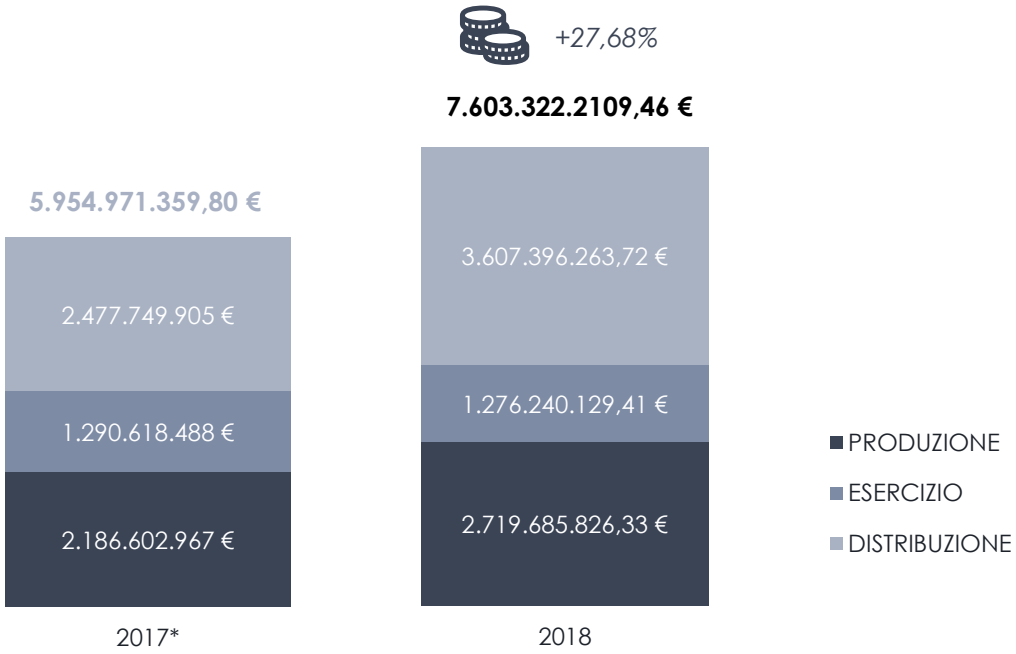
L'indicatore di comparto ***Spesa***[20] misura l'ammontare della spesa sostenuta dagli operatori del settore e dedicata all'attività produttiva. Nello specifico, il calcolo del presente indicatore è stato costruito in modo da comprendere i costi operativi sostenuti dalle imprese per svolgere la propria attività caratteristica, tra cui i costi per l'acquisto di materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci, i costi per servizi, i costi per godimento di beni di terzi e i costi per il personale.

Grafico 3.3: La Spesa del settore cinematografico e dell'audiovisivo nel 2017 e 2018



Fonte: Stima su dati Registro delle Imprese e Istat.

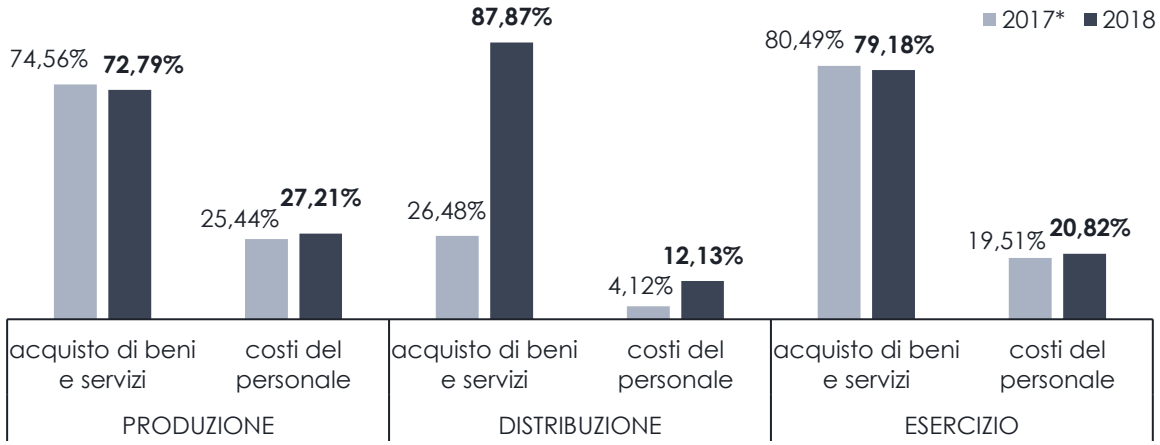
Figura 3.11: Scomposizione della Spesa per nodo di filiera nel 2017 e 2018



Fonte: Stima su dati Registro delle Imprese e Istat.

[20] I dati riferiti alla Spesa nel 2017 erano stati stimati, nella precedente Valutazione, combinando le informazioni circa la composizione del settore Core, così come definita ai fini del presente studio, con i dati restituiti dalla fonte ISTAT (ASIA-Competitività e Asia Occupazione). Quest'anno il dato 2017 è stato ricalcolato sulla base dell'aggiornamento delle fonti statistiche a disposizione.

Grafico 3.4: Distribuzione della spesa realizzata per tipologia di costo nei nodi di filiera nel 2017 e 2018

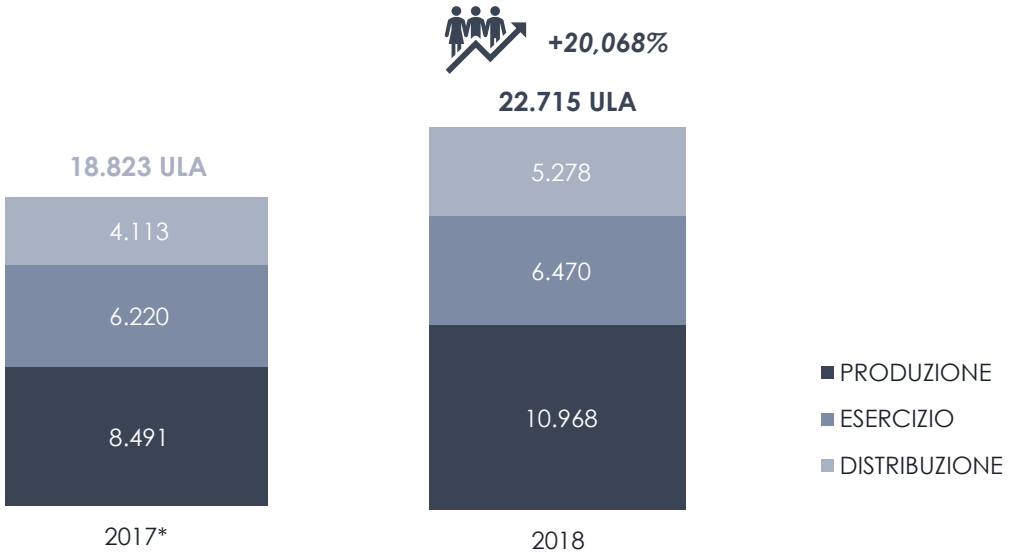


Fonte: Stima su dati Registro delle Imprese e Istat

3.1.4. Occupazione

L'indicatore ***Occupazione***[21] rappresenta il numero di dipendenti del settore convertiti in unità equivalenti a tempo pieno (ULA). Coerentemente con la metodologia precedentemente adottata con l'indicatore Spesa, anche l'Occupazione in termini di ULA dell'industria audiovisiva e cinematografica italiana, relativa all'anno 2018, è stata calcolata a partire dai dati relativi alle imprese appartenenti al segmento *Core*.

Grafico 3.5: Scomposizione dell'Occupazione per nodo di filiera nel 2017 e 2018



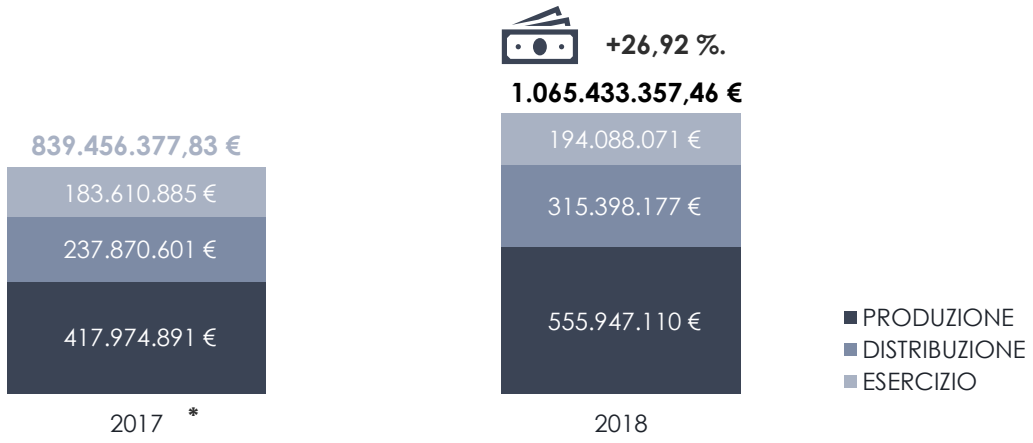
Fonte: Stima su dati Registro delle Imprese e Istat.

[21] I dati riferiti all'Occupazione nel 2017 erano stati stimati, nella precedente Valutazione, combinando le informazioni circa la composizione del settore Core, così come definita ai fini del presente studio, con i dati restituiti dalla fonte ISTAT (ASIA-Competitività e Asia Occupazione). Quest'anno il dato 2017 è stato ricalcolato sulla base dell'aggiornamento delle fonti statistiche a disposizione.

3.1.5. Remunerazione del lavoro

L'indicatore ***Remunerazione del lavoro***[22] rappresenta le retribuzioni lorde dei dipendenti del settore cinematografico e audiovisivo. In linea con il modello classificatorio proposto, la Remunerazione del lavoro nell'industria cinematografica e audiovisiva italiana, relativa all'anno 2018, è stata calcolata a partire dai dati relativi alle imprese appartenenti al segmento *Core*.

Grafico 3.6: Scomposizione della Remunerazione del lavoro per nodo di filiera nel 2017 e 2018



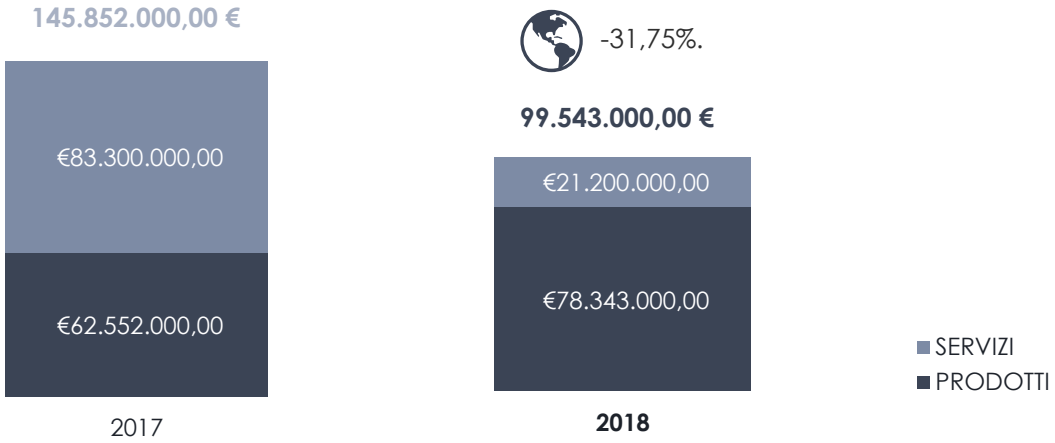
Fonte: Stima su dati Registro delle Imprese e Istat

3.1.6. Esportazione

L'indicatore di comparto ***Esportazione*** misura il valore di beni e servizi audiovisivi e cinematografici esportati dalle imprese italiane operanti nel settore. In altri termini, permette di rilevare gli utilizzi di manodopera, beni e servizi nazionali da parte di soggetti stranieri.

I dati di seguito presentati sono suddivisi in due sezioni; la prima si riferisce al *Commercio Internazionale di Prodotti cinematografici e audiovisivi italiani*, mentre la seconda è dedicata al *Commercio Internazionale di Servizi cinematografici e audiovisivi italiani*.

Grafico 3.7: Esportazioni di beni e servizi audiovisivi e cinematografici nel 2017 e 2018

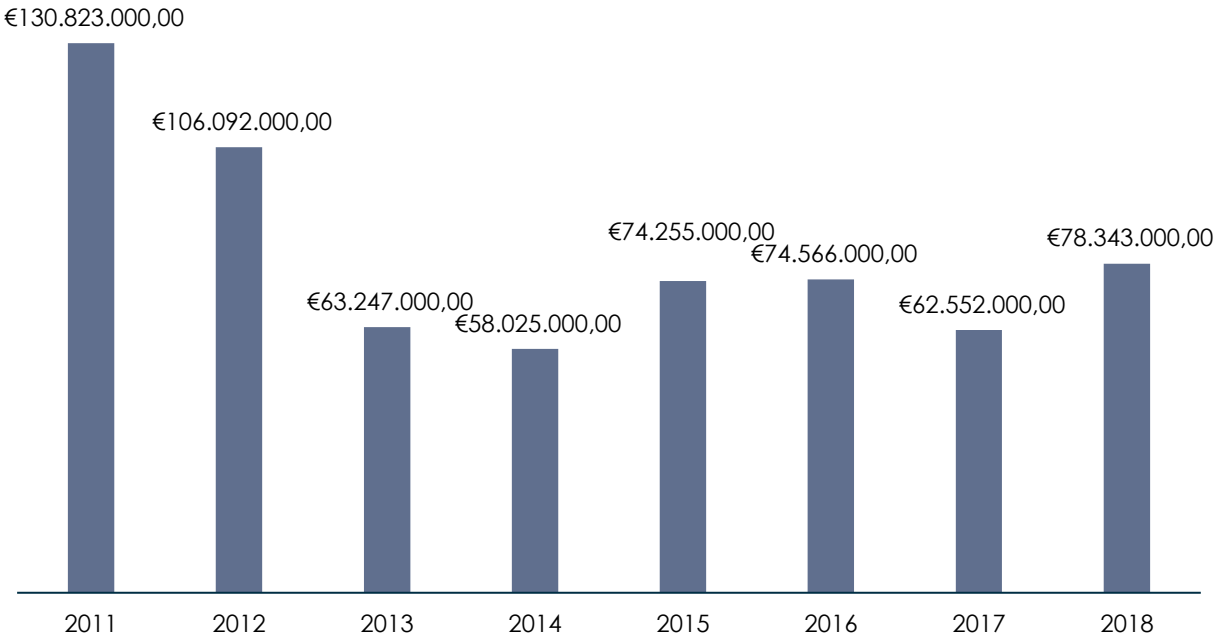


Fonte: Eurostat - Cultural Statistics

[22] I dati riferiti alla Remunerazione del lavoro nel 2017 erano stati stimati, nella precedente valutazione, combinando le informazioni circa la composizione del settore Core, così come definita ai fini del presente studio, con i dati restituiti dalla fonte ISTAT (ASIA-Competitività e Asia Occupazione). Quest'anno il dato 2017 è stato ricalcolato sulla base dell'aggiornamento delle fonti statistiche a disposizione.

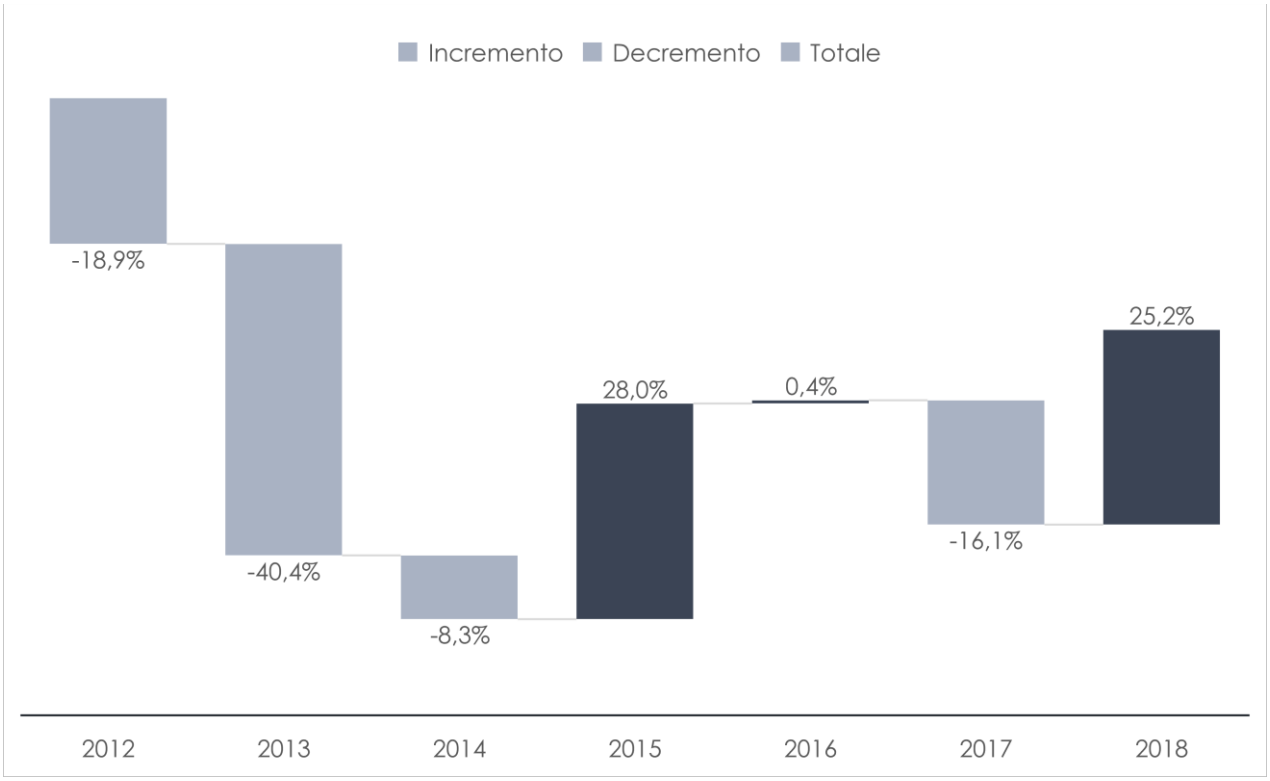
3.1.6.1. Esportazioni di prodotti audiovisivi e cinematografici

Grafico 3.8: Esportazioni italiane di beni audiovisivi e cinematografici dal 2011 al 2018



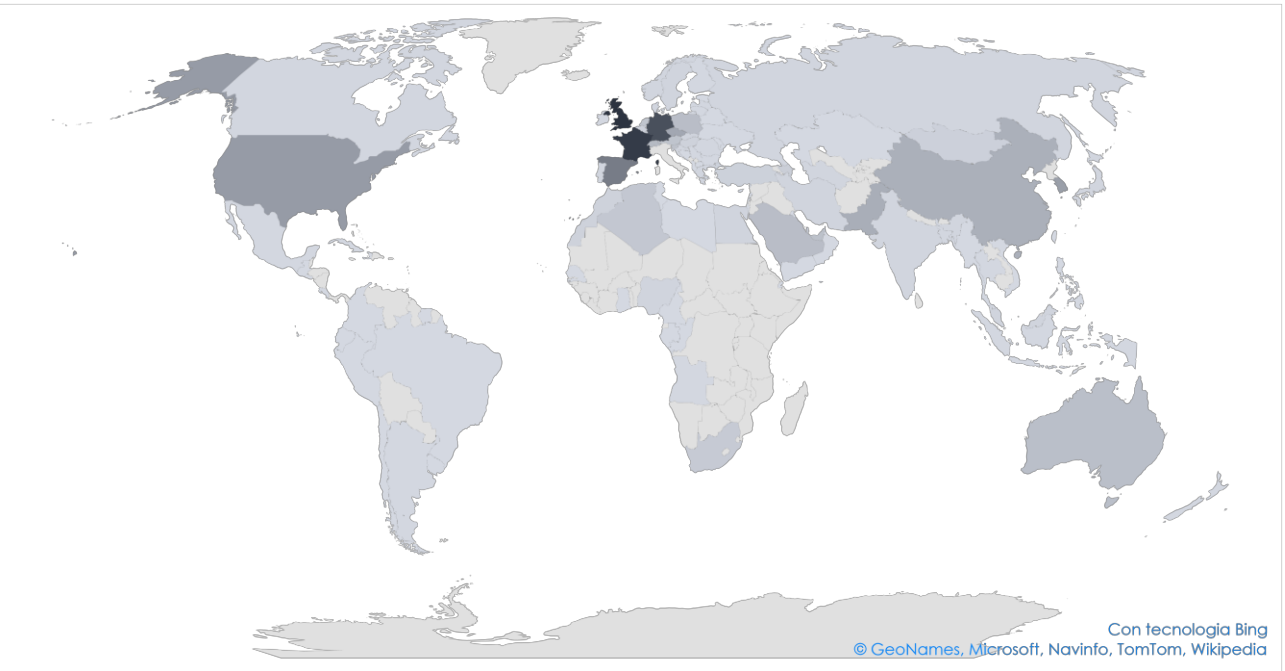
Fonte: Eurostat - Cultural Statistics

Grafico 3.9: Variazioni % delle esportazioni italiane di beni audiovisivi e cinematografici 2012-2018.



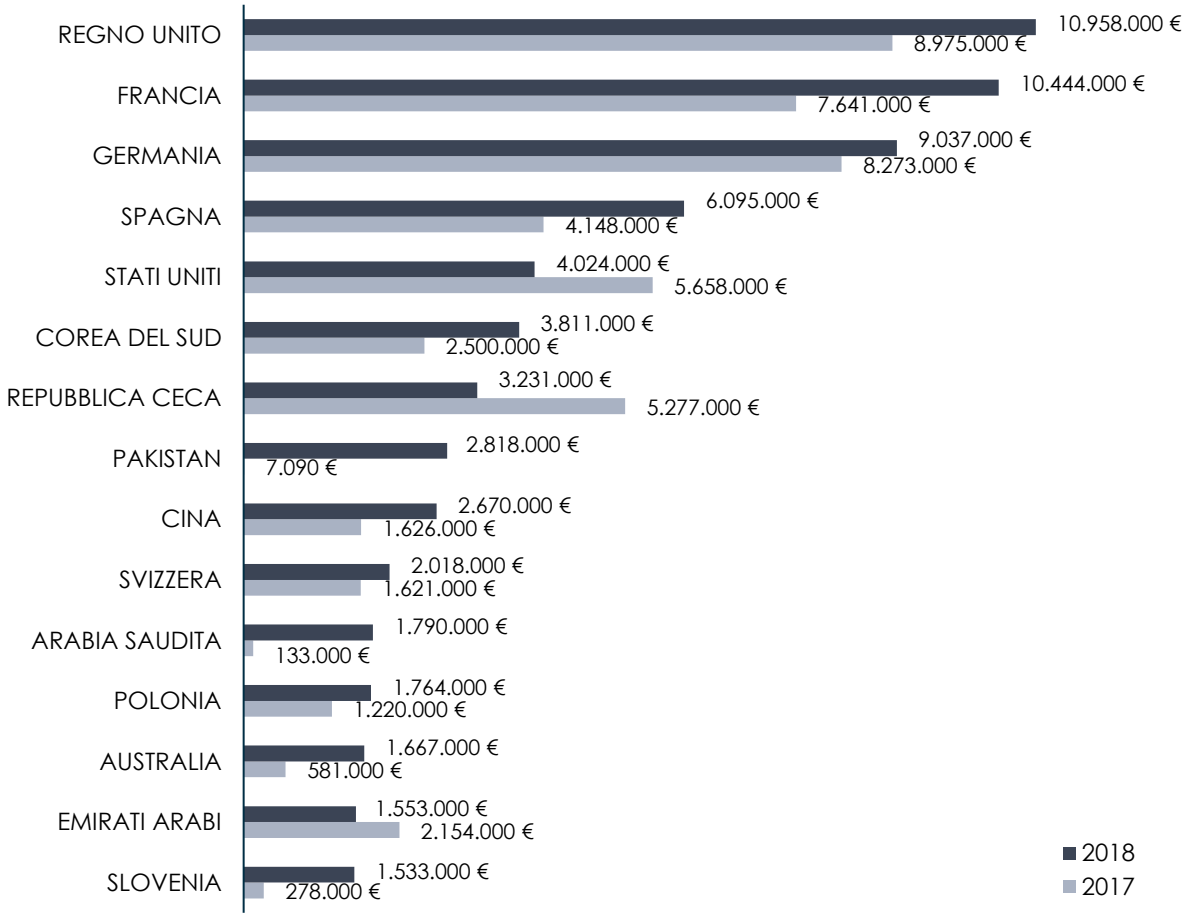
Fonte: Eurostat – Cultural Statistics

Grafico 3.10: Principali mercati di sbocco dei prodotti cinematografici e audiovisivi italiani nel 2018



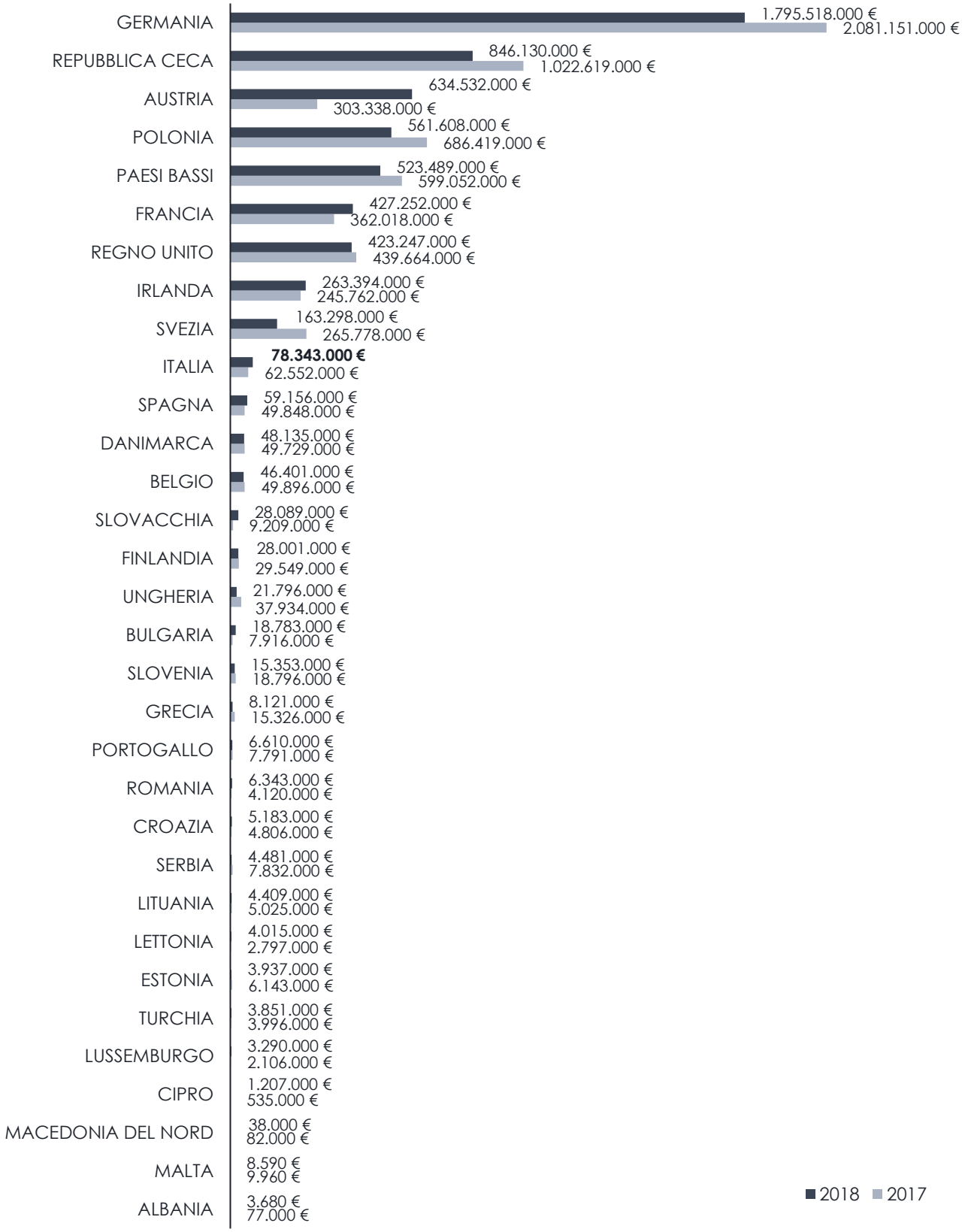
Fonte: Eurostat – Cultural Statistics

Grafico 3.11: Principali mercati di sbocco dei prodotti cinematografici e audiovisivi italiani nel 2017 e 2018



Fonte: Eurostat – Cultural Statistics

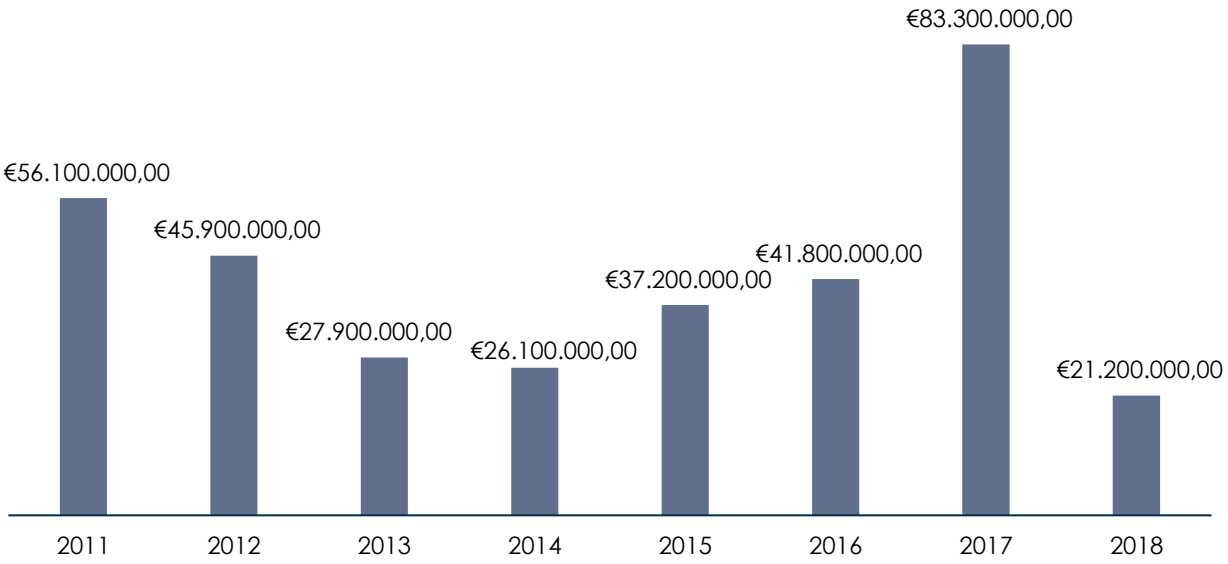
Grafico 3.12: Esportazioni di prodotti audiovisivi e cinematografici – Confronto tra dati Schengen – 2011 e 2018



Fonte: Eurostat – Cultural Statistics.

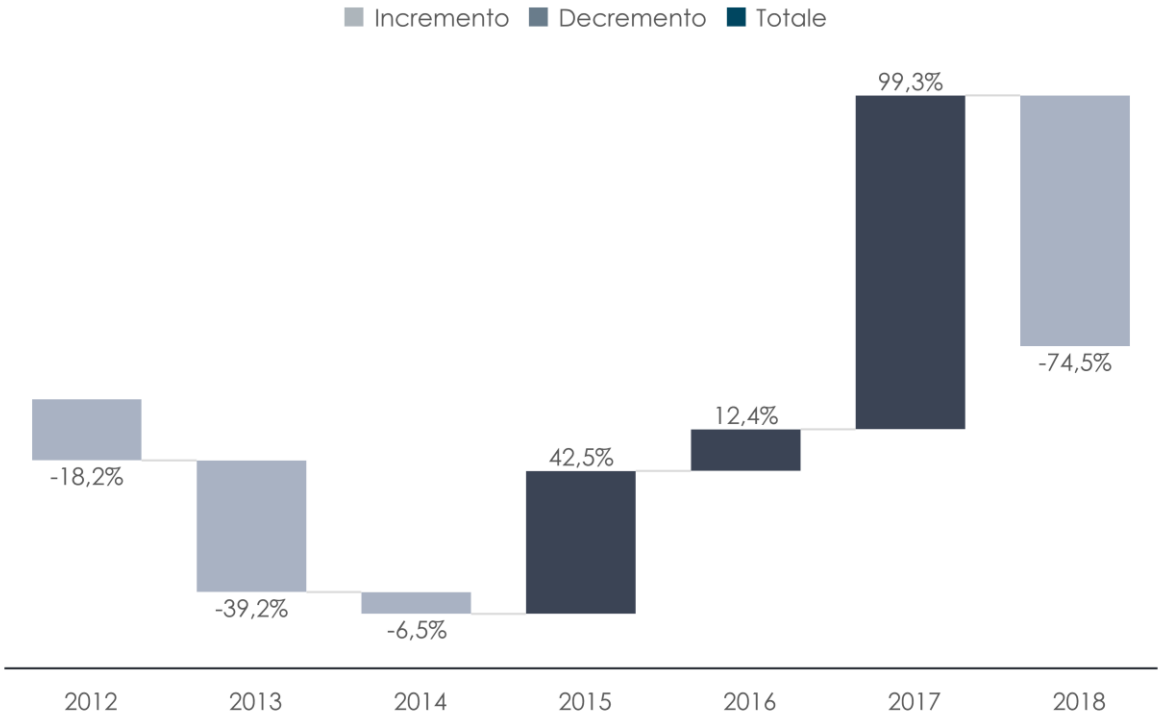
3.1.6.2. *Esportazioni di servizi audiovisivi e cinematografici*

Grafico 3.13: Esportazioni italiane di servizi audiovisivi e cinematografici dal 2011 al 2018.



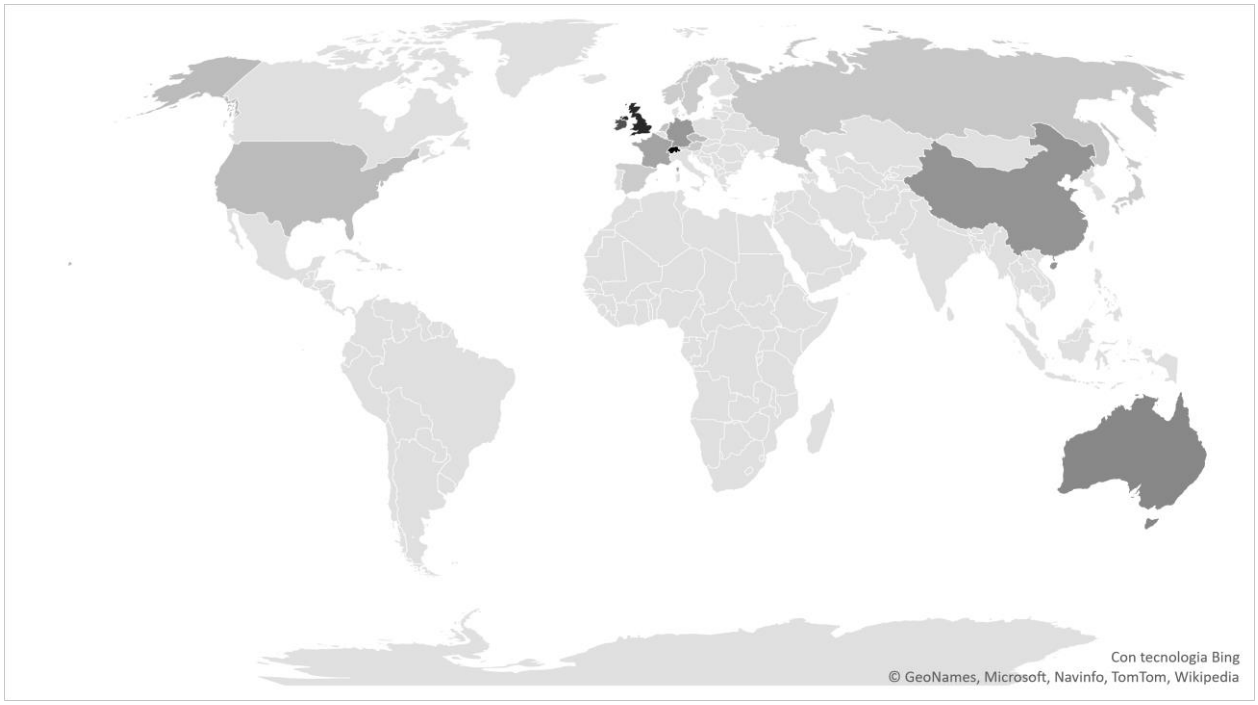
Fonte: Eurostat - Cultural Statistics

Grafico 3.14: Variazioni % delle esportazioni italiane di servizi audiovisivi e cinematografici 2012-2018.



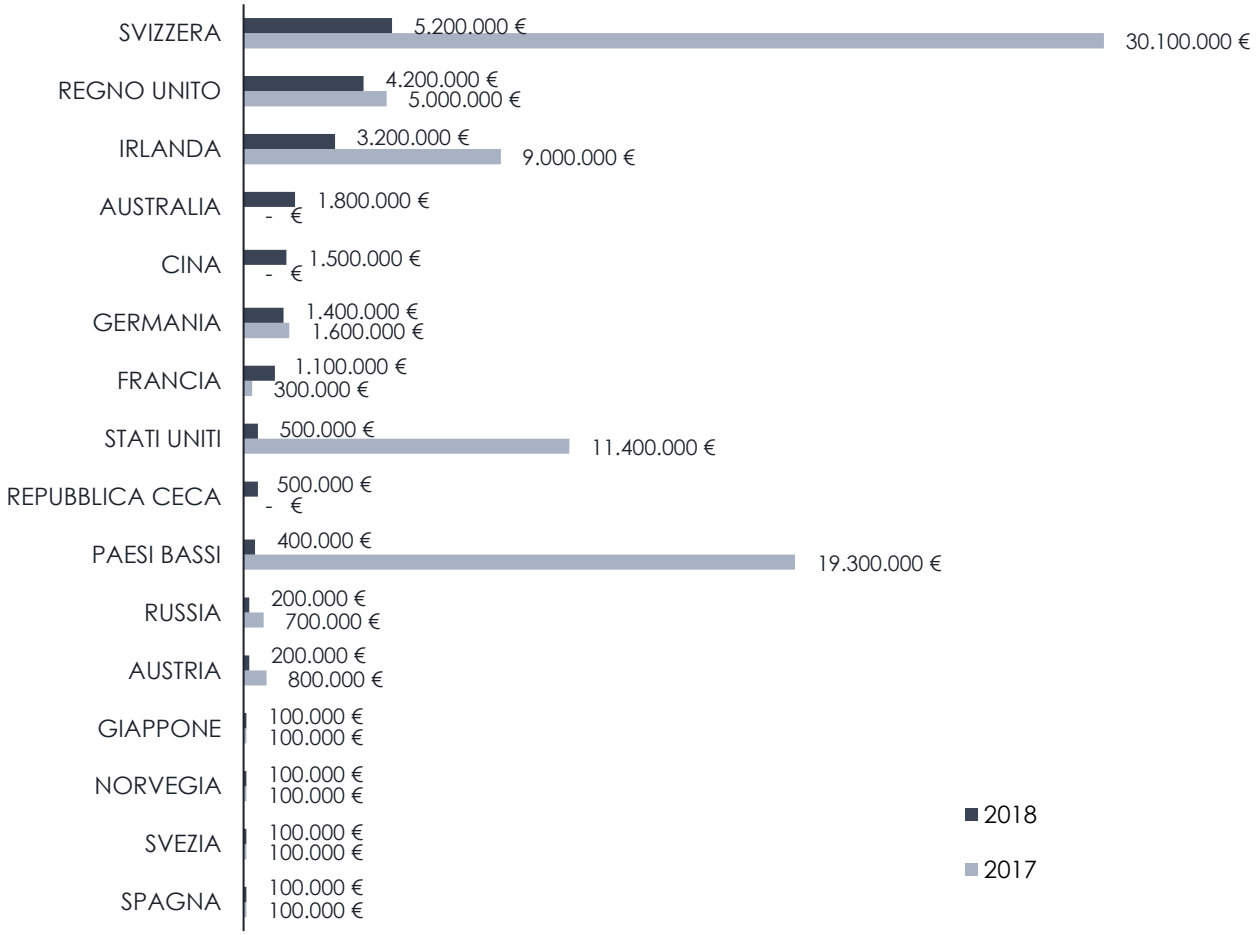
Fonte: Eurostat - Cultural Statistics

Grafico 3.15: Principali mercati di sbocco dei servizi cinematografici e audiovisivi italiani nel 2018.



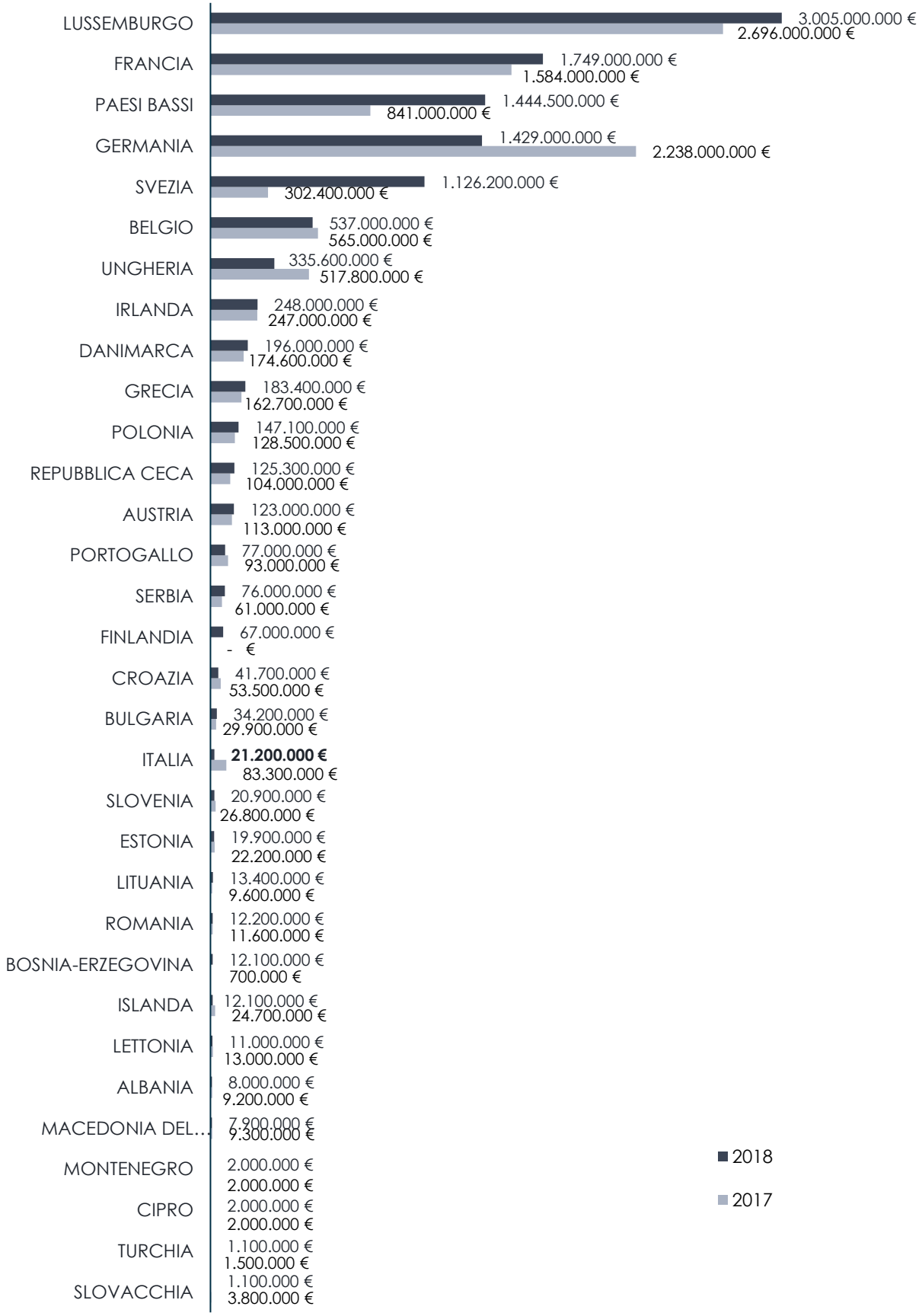
Fonte: Eurostat – Cultural Statistics

Grafico 3.16: Principali mercati di sbocco dei servizi cinematografici e audiovisivi italiani nel 2017 e 2018



Fonte: Eurostat – Cultural Statistics

Grafico 3.17: Esportazioni di servizi audiovisivi e cinematografici – Confronto tra dati Schengen – 2017 e 2018



Fonte: Eurostat – Cultural Statistics

3.2. IMPATTO DELLE RISORSE ASSEGNATE

3.2.1. Moltiplicatore

Lo studio di impatto è stato costruito prendendo come riferimento le misure attuate nel corso del 2019, per le quali è stato riconosciuto un sostegno. A partire dal volume dei **contributi approvati al 31/12/2019**, è stato quindi possibile stimare gli **impatti diretti, indiretti e indotti delle risorse immesse nel sistema economico nazionale in termini di produzione e valore aggiunto** attivato e definire i rispettivi **moltiplicatori socio-economici** grazie all'utilizzo delle matrici Input-Output[23].

Ai fini di una più facile comprensione e lettura dei risultati per:

- **impatto diretto** (o attivazione diretta) si intende l'ammontare delle risorse (spesa o investimento) immesse nel sistema rispetto alle quali si calcola l'impatto, ovvero il totale delle risorse assegnate in riferimento alle misure introdotte dalla Legge;
- **impatto indiretto** (o attivazione indiretta) definisce l'attività economica che le risorse economiche immesse nel sistema (attivazione diretta) mettono in movimento attraverso il circuito delle interdipendenze produttive;
- **impatto indotto** rappresenta la stima dell'ulteriore attività prodotta dal circuito del reddito distribuito che, trasformandosi parzialmente in domanda di consumi, si ripresenta come nuova domanda di beni e servizi.

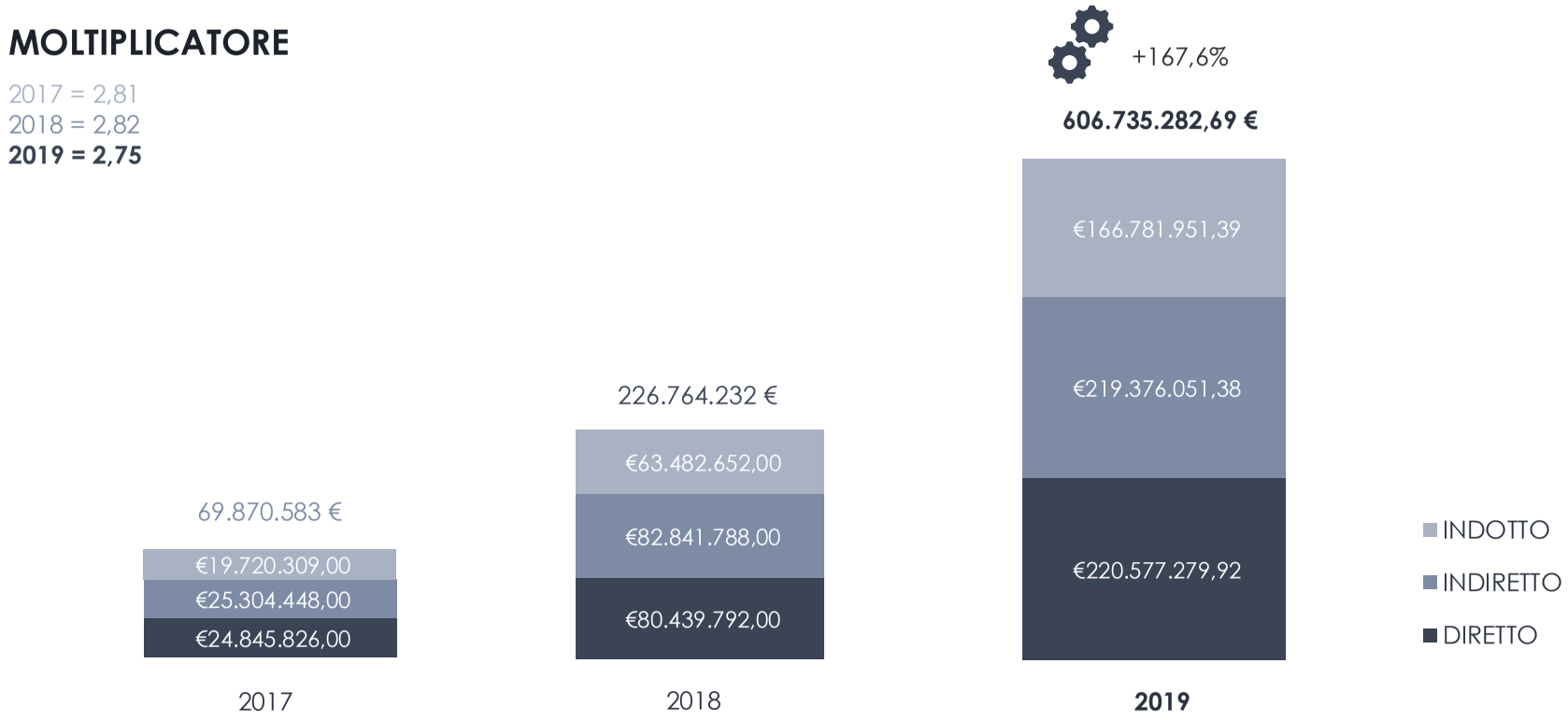
Ai fini della stima delle dimensioni sopra descritte, si è deciso, secondo un criterio di prudenzialità, di abbattere le risorse complessivamente assegnate in via preventiva per la linea del Tax credit 2019 del 50%. Tale scelta è stata intrapresa partendo dal presupposto che le risorse assegnate, in via preventiva, per tale linea non rientrano nel ciclo economico in base alle seguenti considerazioni:

- la misura del tax credit, per sua natura, non comporta l'erogazione di un contributo ma rappresenta un'agevolazione fiscale e, pertanto, una "minore uscita" per l'impresa; inoltre, la Legge non prevede l'obbligo di reinvestimento del credito d'imposta ottenuto (ad eccezione del Tax Credit per la produzione di opere Televisive e Web);
- è possibile godere dell'agevolazione scaglionandola nel tempo in base ad un piano di utilizzo di 4 anni (5 anni per le opere di animazione); ciò limita, di fatto, l'ammontare delle risorse "utilizzate" dai soggetti beneficiari per le annualità considerate.

[23] Per lo studio è stata utilizzata la Tavola I/O relativa all'economia italiana riferita al 2016 di fonte Istat. Le "tavole delle risorse e degli impieghi sono matrici per branca di produzione omogenea e per branca di attività economica che descrivono dettagliatamente i processi di produzione interni e le operazioni sui prodotti dell'economia nazionale." (*Il sistema di tavole input-output. Nota metodologica*, ISTAT, 2010-2011).

3.2.1.1. *Produzione*

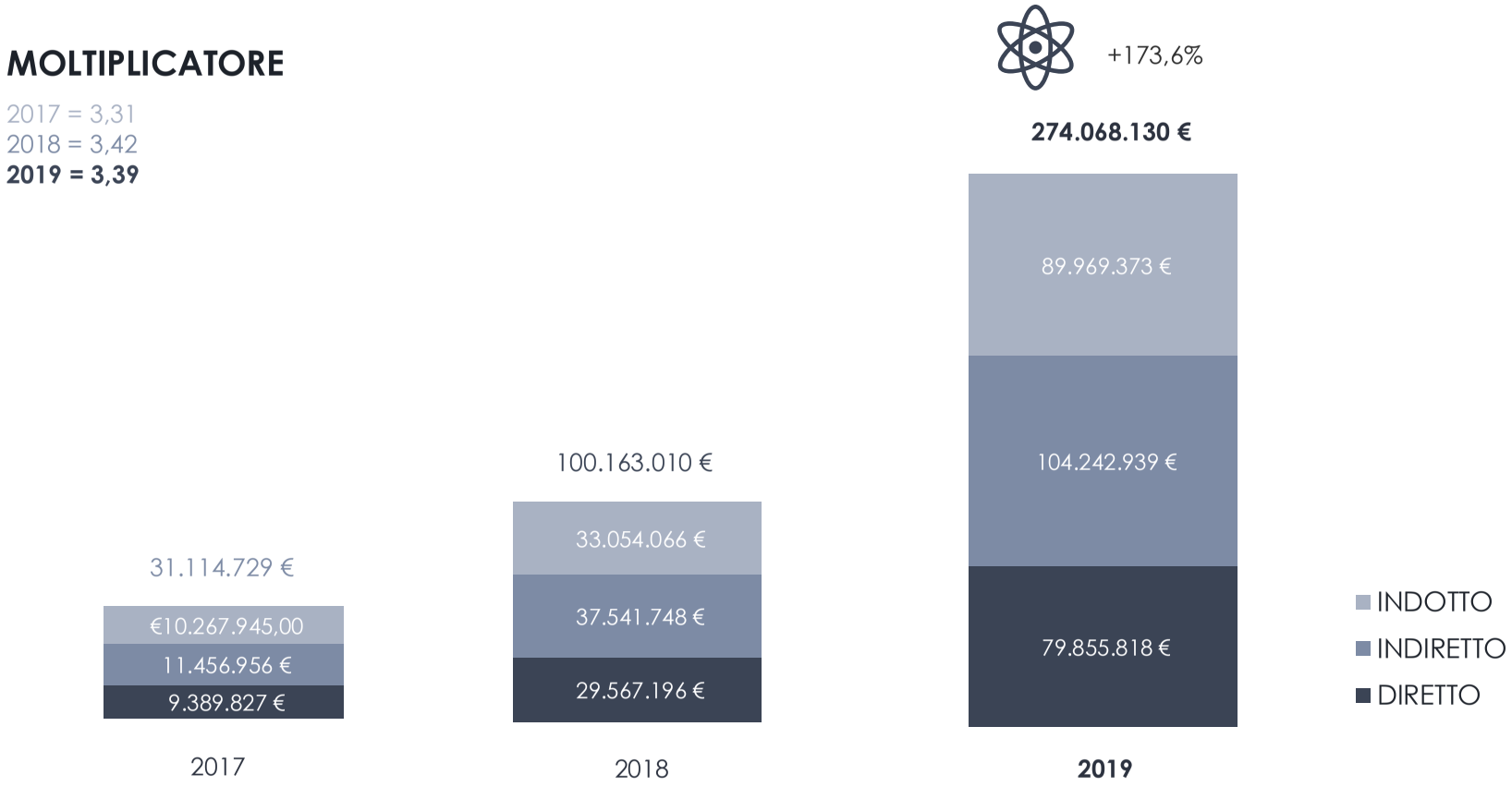
Figura 3.12: Impatto economico in termini di produzione attivato dalle misure introdotte dalla Legge 220/2016 nel 2017, 2018 e 2019.



Fonte: DGCol. Contributi approvati nel 2017, 2018 e 2019

3.2.1.2. *Valore aggiunto*

Figura 3.13: Impatto economico in termini di valore aggiunto attivato dalle misure introdotte dalla Legge 220/2016 nel 2017, 2018 e 2019



Fonte: DGCol. Contributi approvati nel 2017, 2018 e 2019

3.2.2. Ritorno sugli investimenti

L'indicatore **Ritorno sugli Investimenti (ROI)** misura le entrate fiscali dello Stato generate dai **contributi approvati al 31/12/2019.**

La stima dell'impatto fiscale, nello specifico, è stata ottenuta combinando l'ammontare delle risorse investite dal MiBACT nel settore con i dati sulle imposte indirette tratti dalla Tavola Input-Output. La combinazione delle diverse fonti ha consentito di calcolare per l'annualità 2019, le imposte dirette sugli incrementi del valore aggiunto e le imposte indirette determinate dalla produzione e dai consumi aggiuntivi generati dalle misure stesse. Preme precisare che, anche in questo caso, secondo un principio di prudenzialità, in relazione al tax credit si è inteso utilizzare un dato abbattuto del 50%.

Tabella 3.6: Impatto dei contributi e dei crediti d'imposta a favore del settore cinematografico e audiovisivo sul gettito fiscale nel 2019 [24].

	2019		
	CONTRIBUTI	TAX CREDIT	**TOTALE**
IMPORTO CONTRIBUTI E CREDITO D'IMPOSTA	89.315.68 €	131.261.595 €	220.577.280 €
VALORE AGGIUNTO GENERATO[25]	111.536.690 €	162.531.440 €	274.068.130 €
GETTITO GENERATO			
IMPOSTE DIRETTE	15.573.787 €	22.004.807 €	37.578.594 €
IMPOSTE INDIRETTE (IVA) [26]	7.960.157 €	11.599.553 €	19.559.710 €
IMPOSTE NETTE SULLA PRODUZIONE[27]	5.150.374 €	6.910.651 €	12.061.025 €
TOTALE GETTITO	28.684.318 €	40.515.011 €	69.199.329 €
GETTITO/CONTRIBUTI (%)	0,321	0,309	0,314

Fonte: DGCOL e Agenzia delle Entrate

[24] Come anticipato per l'impatto, le risorse erogate secondo la modalità del Tax credit sono ponderate al 50%.
[25] Diretto, indiretto e indotto. Comprende: redditi da lavoro dipendente (compresi oneri sociali), risultato netto di gestione, ammortamenti, "altre" imposte indirette nette sulla produzione. Le imposte dirette gravano solo sulle retribuzioni lorde e sul risultato di gestione.
[26] IRPEF netta, Addizionali regionali e comunali, IRES, IRAP, imposta sostitutiva su regimi fiscali agevolati.
[27] IVA sui consumi aggiuntivi generati dai contributi (anche di provenienza estera).

Tabella 3.7: Impatto dei contributi e dei crediti d'imposta a favore del settore cinematografico e audiovisivo sul gettito fiscale nel 2017, 2018 e 2019

	2017	2018			2019			Δ 17-19	Δ 18-19
	CONTRIBUTI	TAX CREDIT	CONTRIBUTI	TOTALE	CONTRIBUTI	TAX CREDIT	TOTALE		
IMPORTO CONTRIBUTI E CREDITO D'IMPOSTA	24.845.826,0 €	73.426.293,5 €	7.013.498,0 €	80.439.791,5 €	89.315.684,8 €	131.261.595,1 €	220.577.279,9 €	+787,8%	+174,2%
VALORE AGGIUNTO GENERATO	31.114.729,2 €	91.241.308,3 €	8.921.701,2 €	100.163.009,5 €	111.536.690,0 €	162.531.440,0 €	274.068.130,0 €	+780,8%	+173,6%
GETTITO FISCALE GENERATO									
IMPOSTE DIRETTE	4.785.975,3 €	13.556.749,9 €	1.473.428,4 €	15.030.178,3 €	15.573.787,0 €	22.004.807,0 €	37.578.594,0 €	+685,2%	+150,0%
IMPOSTE INDIRETTE (IVA)	2.272.061,6 €	6.662.628,2 €	651.481,0 €	7.314.109,2 €	7.960.157,0 €	11.599.553,0 €	19.559.710,0 €	+760,9%	+167,4%
IMPOSTE NETTE SULLA PRODUZIONE	1.872.898,6 €	4.509.300,4 €	722.493,1 €	5.231.793,4 €	5.150.374,0 €	6.910.651,0 €	12.061.025,0 €	+544,0%	+130,5%
TOTALE GETTITO	8.930.935,5 €	24.728.678,4 €	2.847.402,5 €	27.576.081,0 €	28.684.318,0 €	40.515.011,0 €	69.199.329,0 €	+674,8%	+150,9%
GETTITO/CONTRIBUTI	0,359	0,337	0,406	0,343	0,321	0,309	0,314	-12,7%	-8,5%

Fonte: DGCOL e Agenzia delle Entrate

4. PRODUZIONE

Nel rispetto della natura e conformazione del settore cinematografico e audiovisivo, caratterizzato da una forte preponderanza di **società di produzione** nel contesto nazionale, anche le misure e le risorse introdotte dalla Legge 220/2016 presentano una grande attenzione al nodo produttivo.

In particolare, all'interno del **segmento Produzione** la Legge supporta il comparto dalla **concezione a quella di realizzazione** dell'opera cinematografica o audiovisiva attraverso sostegni **all'ideazione** del progetto artistico, alla **scrittura di sceneggiature**, al primo **sviluppo e organizzazione delle attività di realizzazione**, fino alla **produzione**.

Di seguito si presentano i risultati dell'analisi d'impatto svolta in riferimento alle diverse linee di finanziamento rivolte al segmento produttivo oggetto di valutazione. **L'analisi ha preso in considerazione le domande che sono giunte ad approvazione nel corso dell'anno solare 2019.** L'anno di competenza di tali domande è compreso fra il 2017 e il 2019.

Il raffronto con i dati della precedente Valutazione d'impatto 2017-2018 coinvolge solo alcuni indicatori e alcune misure di finanziamento, ossia quelle le cui delibere di approvazione siano state chiuse entro il 2018 per l'anno di competenza 2017-2018 ed entro il 2019 per l'anno di competenza 2019.

Si segnala, infine, che, ai fini della presente Valutazione, non sono stati considerati i dati relativi ai **contributi automatici** in quanto, sebbene siano state deliberate delle approvazioni nel 2019 (Cfr. Capitolo 1, paragrafo 1.3.2.3), le tempistiche connesse alla richiesta del reinvestimento non consentono di individuare un impatto nell'anno di riferimento. Pertanto, ai fini della presente Valutazione, vengono presentati esclusivamente i dati connessi al numero di approvazioni effettuate.

EXCUTIVE SUMMARY

MISURE E STATO DI ATTUAZIONE

Come meglio precisato nel Capitolo 1, nell'anno solare 2019 **tutte le misure** previste dalla Legge n. 220/2016 e riferite al nodo produttivo della filiera cinematografica e audiovisiva **hanno trovato attuazione**, per un totale di **875 domande approvate** e **282.591.577,32 € di risorse assegnate** in relazione ai seguenti procedimenti:

- **Contributi selettivi:** *Scrittura di sceneggiature di lungometraggi e opere non seriali tv e web, Scrittura di sceneggiature di Opere seriali tv e web, Sviluppo e pre-produzione di lungometraggi e opere non seriali tv e web, Sviluppo e pre-produzione di Opere seriali tv e web, Produzione di documentari e cortometraggi, Produzione di lungometraggi di giovani autori, Produzione di Lungometraggi di particolare qualità artistica e film difficili con risorse finanziarie modeste, Produzione di lungometraggi opere prime o seconde e Produzione di opere di animazione;*
- **Progetti speciali:** *Bando "Non violenza" e bando Coproduzioni minoritarie***;**
- **Credito d'imposta:** *Tax Credit investitori esterni – Definitiva, Tax Credit investitori esterni - Definitiva - Passaggio a nuove aliquote, Tax Credit produzione di FILM, Tax Credit produzione FILM - Passaggio nuove aliquote, Tax Credit produzione di opere TV, Tax Credit produzione di opere TV - Passaggio nuove aliquote, Tax Credit produzione di opere WEB, Tax Credit produzione di opere WEB - Passaggio nuove aliquote, Tax Credit produzione esecutiva di opere straniere, Tax Credit produzione esecutiva di opere straniere - Passaggio nuove aliquote, Tax Credit Sviluppo di opere audiovisive.*

Il **79% dei procedimenti** arrivati a conclusione nel 2019 è stato avviato nel **2018**. Fanno eccezione, i **Progetti Speciali *Bando "Non Violenza"*** e ***Coproduzioni minoritarie*** entrambi pubblicati e approvati nell'anno solare **2019.** Si precisa che i dati presentati finora non includono le **124 approvazioni** riferite ai contributi automatici, in quanto, come indicato in premessa, le relative assegnazioni, sebbene siano state deliberate nel corso del 2019 (per domande presentate nel 2018), non rientrano nel perimetro di cui alla presente Valutazione.

INDICATORI DI FILIERA

GRADO DI UTILIZZO DELLE MISURE A LIVELLO DI SETTORE

- **Tra il 2017 e il 2019 sono pervenute un totale di 5.028 domande**, la maggior parte delle quali in relazione ai **Contributi selettivi (3.693 domande ricevute)**. In particolare, la misura più richiesta è stata il ***Contributo selettivo per la scrittura di sceneggiature di lungometraggi e opere non seriali tv e web*** con un totale di **1.347** istanze pervenute nel triennio 2017-2019, di cui **375** nel 2019. Seguono, per grado di utilizzo, il ***Credito d'imposta per la produzione di Film*** (555 istanze pervenute tra il 2017 e il 2019, di cui 285 nell'anno di riferimento) e il ***Contributo selettivo per la produzione di documentari e cortometraggi*** (516 istanze pervenute nel triennio di cui 40 nel 2019).
- Nel **2019** sono state **approvate un totale di 874 domande**. Il **Credito d'imposta** è il settore che registra un miglior risultato; sono in totale **646** le **domande approvate**, di cui **285** solo per il **Credito d'imposta per la produzione di Film.** Viceversa, sebbene i contributi selettivi siano la misura con il più alto livello di partecipazione da parte delle imprese del comparto produttivo, si registra un tasso di approvazione più basso; nel 2019 per il settore della ***Scrittura di sceneggiatura di lungometraggi e opere non seriali tv e web*** su 375 domande valutate ne sono state approvate 32**.** La ragione di tale dato è riconducibile sia al tetto massimo dei progetti finanziabili, definito dal bando annuale, sia al meccanismo di valutazione previsto per questo procedimento che, tramite uno specifico iter condotto da una commissione di esperti del settore, premia la presenza di definiti criteri e parametri qualitativi delle opere ammesse al contributo.

TASSO MEDIO E IMPORTO DEL SOSTEGNO PER PROGETTO

Al 31/12/2019, su un totale di 875 domande, l'**importo medio a progetto**

registrato è stato pari a **322.961,80 €.**

- Guardando nel dettaglio ai diversi procedimenti finanziati, l'importo medio più consistente è registrato dal **Tax credit** per un totale di **392.335,31 €** e, in particolare, dal settore del ***Tax credit produzione esecutiva di opere straniere*** per un importo medio pari a **1.239.577,35 €** su 29 opere finanziate.
- I **Contributi selettivi** registrano, invece, un importo medio inferiore e pari a **133.329,03 €.** All'interno di questo ambito il settore con il contributo medio più elevato è quello della ***Produzione di Lungometraggi di particolare qualità artistica e film difficili con risorse finanziarie modeste*** con un importo medio pari **373.809,52 €.**
- I **Progetti Speciali,** infine, registrano un importo medio a progetto pari a **81.870,37 €,** di cui per le ***Coproduzioni minoritarie*** l'importo medio si attesta ad un valore pari a **111.694,44 €,** mentre per il ***Bando "Non Violenza"*** ad un totale di **22.222,22 €.**

UTILIZZO PER TIPOLOGIA DI RICHIEDENTE

- Su un totale di **456 imprese beneficiarie**, il **62,06%** è costituito da ***Società a responsabilità limitata (S.R.L.)*** per un totale di **283 imprese.** A queste seguono tra le principali: le ***Società di capitali*** **(12,28%)**) e le ***Persone fisiche*** (**10,31%**). Rispetto alla **natura giuridica dei soggetti beneficiari nel 2019** emerge uno scenario composito che si differenzia dal biennio 2017-2018 con particolare riferimento alla categoria delle ***persone fisiche*** alle quali è destinata un'unica linea di finanziamento della contribuzione selettiva (Scrittura di sceneggiature)***;*** nel 2017 rappresentavano il 37,86% dei soggetti beneficiari mentre nel 2018 lo 0%.
- In riferimento alle **categorie di attività** alle quali appartengono i soggetti che hanno ottenuto nel 2019 risorse in relazione alla produzione, ovviamente ritroviamo i **Produttori cinematografici/audiovisivi** che costituiscono l'**83,99%** del totale dei soggetti beneficiari. Dal confronto con il biennio precedente, risulta invece interessante segnalare il dato relativo alle **Imprese esterne al settore cinematografico/audiovisivo** che nel 2019 registrano un +3,51%; dato riconducibile alle approvazioni definitive relative al ***Tax credit investitori esterni-2018*** avvenute nel corso del 2019.
- Infine, per quanto concerne la **valorizzazione dei giovani autori** emerge che:
  - **94 soggetti (20,18%)** hanno ottenuto finanziamenti presentando **opere di giovani autori**;
  - **230 soggetti (45,61%)** hanno ottenuto il contributo presentando **opere prime/seconde**.

ESTENSIONE TERRITORIALE DELL'UTILIZZO

- In riferimento alla distribuzione regionale delle imprese beneficiarie di un contributo nel 2019, il **Lazio** si conferma come la regione con la maggiore concentrazione di soggetti finanziati con un totale di **242 imprese**. Seguono, tra le principali, la **Lombardia** (**56**), la **Puglia** e la **Campania** (**23**) e l'**Emilia-Romagna** e il **Piemonte** (**20**).
- Analizzando le singole linee di finanziamento, è possibile osservare come la distribuzione complessiva dei soggetti beneficiari resti pressoché invariata confermando la **polarizzazione rispetto al territorio laziale e lombardo**, mentre non si registrano imprese provenienti dalla **Valle d'Aosta** e dalla **Liguria**. Risultano, inoltre, assenti in riferimento ai:
  - ***Contributi selettivi***: imprese beneficiarie operanti in Umbria, Abruzzo, Basilicata e Calabria;
  - ***Progetti speciali:*** imprese beneficiarie operanti in Trentino-Alto Adige, Umbria, Marche, Abruzzo, Molise, Basilicata, Sicilia e Sardegna.

ADDIZIONALITA'

- Analizzando i risultati della rilevazione realizzata presso i **soggetti beneficiari** di misure a sostegno **del nodo produttivo** della filiera cinematografica e audiovisiva, emerge che il **79%** degli intervistati **non avrebbe realizzato le attività e/o i progetti oggetto di contributo in assenza delle agevolazioni previste dalla Legge n.**

220/2016.

- Osservando la distribuzione dell'Addizionalità per tipologia di attività economica prevalente del soggetto finanziato, si evince inoltre che, nel corso del 2019, le misure di sostegno rivolte al **comparto produttivo** hanno avuto un effetto maggiormente incentivante per le ***Imprese di produzione cinematografica e audiovisiva***, per le quali l'indicatore Addizionalità è pari al **78%** (195 soggetti su 250 hanno risposto "No" alla domanda di ricerca). Ciò vuol dire che, per questi soggetti, in quasi 4 casi su 5 le attività sostenute dalla DGCA non si sarebbero realizzate in assenza delle risorse rese disponibili dalla Legge 220/2016. A mero titolo esemplificativo, in relazione alla categoria degli **Autori** si rileva un Addizionalità pari al **96%** in quanto, su un totale di 25 soggetti intervistati, 24 dichiarano che non avrebbero realizzato le rispettive sceneggiature in assenza dell'incentivo e/o sostegno statale.

NUMERO DI SINGOLE IMPRESE CHE BENEFICIANO DEL SOSTEGNO

- Come anticipato, nel corso del 2019 sono stati **456** i soggetti a cui sono state assegnate risorse in riferimento alle linee di finanziamento previste dalla Legge n.220/2016 e connesse al nodo produttivo della filiera cinematografica e audiovisiva, per un **numero medio di domande approvate ad impresa** pari a **1,92.**
- Nel 2019, il **70% delle imprese (319)** sono state beneficiarie di un **unico finanziamento**. Osservando la loro composizione per natura giuridica, è possibile rilevare come il **58%** di queste sia composto da ***Società a Responsabilità Limitata (S.R.L.)***, il **14%** da ***Persone Fisiche***, mentre il **12%** da ***Società di Capitali.***

NUMERO DI IMPRESE CHE RICEVONO FINANZIAMENTI MULTIPLI

Analizzando il livello di concentrazione del sostegno rispetto ai soggetti beneficiari si registra che, nel corso del 2019, **137 imprese** (il **30,04%**) hanno beneficiato di più di un finanziamento.

- Riescono a ottenere finanziamenti multipli i soggetti che si dimostrano più organizzati e che quindi sono strutturati in forma societaria.
- La maggior parte di questi soggetti ha beneficiato del **Tax credit** (83), seguono i **Contributi selettivi** (18), mentre non si registrano casi di finanziamenti multipli per i **Progetti speciali** in quanto questo specifico settore non può cumulare finanziamenti su altre linee.

PARITA' DI GENERE E DIVERSITA'

- Permane un **significativo gap nella composizione di genere** delle iniziative che hanno beneficiato degli aiuti per la produzione nel 2019: la **quota di opere a direzione prevalentemente femminile** è pari al **20%.**
- La **capacità delle misure a sostegno della produzione di favorire le opere dirette da autori under 35 risulta ancora bassa**. Considerando l'insieme delle registe e dei registi le cui opere hanno beneficiato di uno o più aiuti, solo il **12,62% del totale ha meno di 35 anni**; la larga parte dei registi che hanno diretto opere beneficiarie delle misure di finanziamento a sostegno della produzione hanno un'età compresa tra i **35 e 60 anni** (**65,88%** del totale), mentre il **21,49%** sono **over60**. Questo sbilanciamento si rileva con analoga incidenza tra le registe e/o registi, sebbene si noti una maggiore incidenza delle autrici **donne under 35:** sul totale delle **registe, il 12%** ha **meno di 35 anni**, rispetto al 10% degli autori maschi (4%).
- Considerando **l'insieme delle figure professionali** analizzate per le opere beneficiarie di aiuti per la produzione nel 2019, emerge un **migliore bilanciamento di genere** per gli **autori della sceneggiatura,** per i quali il **25%** delle opere beneficiarie coinvolge almeno una donna. Seguono gli autori del montaggio (24%) e i registi (18%).
- Guardando invece al dettaglio delle **registe/i** delle opere beneficiarie di aiuti per i diversi settori afferenti al nodo produttivo della filiera, **il migliore risultato in termini di bilanciamento di genere** si rileva per il ***Bando "Non Violenza"*** per il

quale emerge un sostanziale equilibrio; il **50%** dei registi delle opere beneficiarie analizzate risulta essere di **genere femminile**. Seguono lo *Sviluppo e pre-produzione di opere seriali TV e WEB* (40% di registe donne), il progetto speciale *Coproduzioni minoritarie* (37%), la *Produzione di documentari e cortometraggi* e *Tax credit produzione di opere WEB* (entrambi 36%), la *Produzione di lungometraggi di giovani autori* (35%).

- In riferimento alla figura dello **sceneggiatore e/o sceneggiatrice** si rileva invece, in generale, una **migliore efficacia delle misure a favore del bilanciamento di genere:** il migliore risultato* è ottenuto dalle opere beneficiare del ***Bando "Non Violenza"*** (67% di sceneggiatrici donne) e del contributo selettivo per lo ***Sviluppo e pre-produzione \ opere seriali tv e web*** (56%) per le quali, addirittura, l'incidenza femminile supera quella maschile. Seguono i settori della *Produzione di opere di animazione* (48%), della *Produzione di documentari e cortometraggi* (36%), il *Tax credit produzione di opere WEB* (41%), il *Tax credit produzione di opere TV* (33%), il *Tax credit produzione di opere TV - passaggio nuove aliquote* (30%).
- Infine, con riferimento agli **autori e/o autrici del montaggio** il migliore risultato** in termini di bilanciamento di genere si rileva per il ***Tax credit investitori esterni – definitiva*** (il 67% dei montatori è di genere femminile) a cui seguono il contributo selettivo per la *Produzione di lungometraggi di giovani autori* (42%) e il *Tax credit produzione FILM - passaggio nuove aliquote* (37%).
- Per ultimo, molto bassa risulta la capacità delle misure analizzate di sostenere la diversità attraverso la promozione delle opere di **registe e/o registi stranieri** (ma residenti in Italia) e che, per il totale delle misure considerate in riferimento al comparto produttivo, risulta essere pari al 13% delle opere finanziate. L'**87**% dei progetti finanziati risulta infatti avere un **regista di nazionalità italiana.**

COSTITUZIONE E RAFFORZAMENTO DELLE IMPRESE

Con riferimento alle imprese beneficiarie di contributi nel 2019 (escluse le persone fisiche) si rileva che:

- l'**85,57%** è stata istituita prima del 2017;
- il **6,36%** tra il **2017-2018**.

Nessuna impresa risulta invece essere stata fondata nel corso del **2019.**

TURISMO

Dall'analisi delle rilevazioni emerge che l'**85,8%** dei soggetti che hanno beneficiato delle misure a sostegno del nodo produttivo della filiera cinematografica e audiovisiva **ritengono che le opere beneficiarie abbiano prodotto ripercussioni sul turismo di una location e/o sulla promozione del territorio.** Tale dato è ottenuto dalla somma di coloro che si dichiarano completamente d'accordo (49,7%) e abbastanza d'accordo (36,2%).

VALORIZZAZIONE DEL PLURALISMO CULTURALE

Dall'analisi dei dati inerenti alle opere per le quali è stato assegnato un finanziamento nel 2019, come nello scorso biennio, il genere associato al maggior numero di opere è quello **Drammatico (39,61%).** A questo seguono, tra i generi prediletti dai registi e produttori cinematografici e audiovisivi italiani, quello della **Commedia (21,60%)**, a carattere **Biografico (17,61%)**, **Sentimentale (8,67%), Per Ragazzi (6,74%)**, **Avventura (5,36%).**

PUBBLICI E INCLUSIVITA'

- In base ai dati SIAE, il novero di titoli beneficiari che nell'anno di competenza è stato immesso sul mercato attraverso i canali theatrical è stato pari a **172 opere su 565**. Le **opere che hanno avuto una maggiore circolazione sono i film che hanno goduto del credito d'imposta**, con particolare riguardo al credito di imposta per la produzione di film (70 opere fra quelle che hanno ottenuto il Credito di imposta sulla produzione e

*Il dato riferito al Tax credit produzione di opere web - passaggio nuove aliquote fa riferimento ad un'unica opera per la quale è stata rilevata la presenza di una sola sceneggiatrice donna.
**Il dato relativo al tax credit produzione esecutiva di opere straniere - passaggio nuove aliquote si riferisce a quattro opere per le quali è stata rilevata la presenza di un solo autore al montaggio di genere femminile.

altrettante fra quelle che hanno ottenuto il Credito di imposta sulla produzione-passaggio nuove aliquote).

- **Tali film hanno**, conseguentemente, **registrato anche i migliori riscontri in termini di pubblico: complessivamente 7.852.777 spettatori**. Se si guarda tuttavia alla performance media per opera, emerge una significativa capacità dei **lungometraggi di giovani autori di ottenere positivi riscontri di pubblico in sala**: in media 109.298 spettatori, fornendo un dato positivo anche in relazione al principio della Parità di genere e diversità.
- La **capacità delle opere di raggiungere i propri pubblici anche attraverso i canali non theatrical** restituisce un quadro all'insegna del miglioramento.
- Escludendo le opere che hanno beneficiato dei contributi automatici e degli aiuti finalizzati a sviluppo e preproduzione e le opere web, il **24,35% delle opere** a cui nel 2019 è stato riconosciuto uno o più aiuti ha avuto almeno un passaggio televisivo rispetto al 9,5% registrato nella precedente Valutazione di impatto.
- Le misure di Legge che evidenziano una correlazione particolarmente positiva con la distribuzione televisiva sono le **linee esplicitamente finalizzate al sostegno delle opere Tv**: risultavano aver avuto almeno un passaggio tv al 30 giugno 2020 **44 opere** fra quelle che hanno ottenuto il riconoscimento del Credito di imposta per la produzione, pari al **61,11%**; e 19 fra quelle che hanno ottenuto il riconoscimento per il Credito di imposta produzione-Passaggio a nuove aliquote, pari al **76%**.
- Si rileva anche una **positiva correlazione fra passaggi Tv e opere a cui è stato riconosciuto il Credito di imposta per la produzione d Film:** 45 fra tali opere, pari al 15,79% del totale, hanno avuto un passaggio Tv.
- Le opere che sono state distribuite in televisione si concentrano nelle **fasce serali**: il 75,15% nella prima serata e il 6,51% nel preserale. I dati sono tendenzialmente in linea con quanto rilevato nel 2017-2018, salvo una leggera diminuzione nel day time e un altrettanto lieve aumento nelle fasce notturne.
- In termini di ascolti, le opere distribuite hanno avuto un ascolto medio pari a 1.325.364 **spettatori sulla FREE Tv** e pari a **47.858 spettatori sulla PAY Tv**. Tali dati, come i corrispondenti dati di share (4,44% sulla FREE Tv e 0,2% sulla PAY Tv), sono in linea con le **medie di rete**, con una performance leggermente migliore nella Tv a pagamento e nella fascia pregiata del prime time.

INDICATORI DI PROCEDIMENTO

Art.15 – CREDITO D'IMPOSTA PER LE SOCIETA' DI PRODUZIONE

NAZIONALITA' DELLE COPRODUZIONI

- In termini di sviluppo ed espansione a livello internazionale del mercato cinematografico e audiovisivo italiano, rispetto al 2018, le opere che hanno beneficiato del tax credit produzione nel 2019 presentano un **maggiore livello di apertura al mercato internazionale.** Sono, infatti, **281** (**il 55% del totale**) le **opere con un assetto produttivo al 100% italiano**, mentre nel 2018 corrispondevano all'80% del totale (119 opere). Di queste **166 (59%)** sono opere di **finzione**, **103 (37%) documentari**, **12 (4%)** opere di **animazione**. In merito, invece, alla loro destinazione, **223 (79%)** sono **opere cinematografiche**, **51 (18%)** sono opere **TV**, **7 (2%)** sono destinate al **Web e ai servizi media audiovisivi su altri mezzi**.
- Con riferimento alle opere prodotte in **coproduzione maggioritaria**, nel 2019 sono state **72** (**il 26% del totale**) registrando un incremento rispetto all'anno precedente pari al +200% (nel 2018 erano 24). Di queste, **69 (96%)** sono **opere cinematografiche** e **3 (4%)** opere **TV.** In merito, invece alla loro tipologia, **53 (74%)** sono opere di **finzione**, **16 (22%) documentari**, **3 (4%)** opere di **animazione**.
- In merito alle opere prodotte in **coproduzione minoritaria**, anche quest'ultime hanno registrato un **incremento nel 2019**, attestandosi ad un totale di **30 (11% del totale**), contro le 7 prodotte nel 2018 (5% del totale). Di

queste **27 (90%)** sono **opere cinematografiche** e **3 (10%)** sono opere **TV**. In merito, invece, alla loro tipologia, **20 (67%)** sono opere di **finzione**, **7 (23%)** sono **documentari**, **3 (10%)** opere di **animazione**.

- Le **coproduzioni paritarie** nell'anno di riferimento risultano essere **2** (nel 2018 era una sola con la Francia). Di queste, una riguarda un **documentario cinematografico** realizzato in coproduzione con la **Francia**, mentre la seconda è un'**opera di finzione cinematografica** realizzata con un partner proveniente da **Cuba**.
- Infine, guardando in generale alle opere prodotte in coproduzione, rispetto al 2018, si rileva una partecipazione più composita, in termini di provenienza geografica, dei coproduttori. Nello specifico, si segnalano i partner provenienti dalla **Slovenia** (3,26%), **Regno Unito**, **Polonia**, **Danimarca** e **Cile** (tutte al 2,17%), **Ungheria**, **Serbia**, **Nuova Zelanda**, **Marocco**, **Macedonia**, **Lettonia**, **Grecia**, **Cina**, **Canada**, **Cuba Austria** e **Australia** (tutti all'1,09%). Il Paese partner con il quale sono state realizzate il maggior numero di opere resta, tuttavia, anche nel 2019 la **Francia (30,43%).**

GIORNATE DI RIPRESA

- Il totale delle giornate di ripresa per le produzioni sostenute dal tax credit nel 2019 è pari a **24.196**. Di queste l'87% è stato realizzato in Italia, a conferma della forte relazione del cinema italiano con il proprio territorio.
- Osservandone la distribuzione regionale, si conferma il coinvolgimento di tutto il territorio nazionale nella scelta della location di ripresa. La regione Lazio rimane la scelta prevalente, assorbendo da sola il **27%** delle giornate di ripresa realizzate sul territorio nazionale, seppur in calo rispetto al 42% del 2018. Seguono, con un trend crescente che fa supporre un processo di redistribuzione territoriale, tra le principali destinazioni delle troupe, il **Piemonte (14%)** e la **Campania (12%).**

COINVOLGIMENTO DEI FORNITORI SMAV

Nel corso del 2019, sono stati **62** i progetti, beneficiari del tax credit produzione, con partecipazione di **fornitori SMAV**. Rispetto al 2018, in cui se ne rilevavano 27, si registra quindi un **incremento** pari al **+129,6%.**

- Inoltre, a differenza del 2018 in cui si osservava una predominanza di documentari (19 ovvero il 70% del totale), nel 2019, prevalgono le **opere di finzione (40)** seguite dai **documentari (20)** e dalle opere di **animazione (2)**.

MANTENIMENTO DEI DIRITTI TRA I PRODUTTORI AUDIOVISIVI INDIPENDENTI

Il rafforzamento del ruolo del produttore indipendente italiano è uno degli obiettivi che la Legge Cinema e Audiovisivo si propone. Nell'analisi delle quote di proprietà dell'opera in capo al produttore si è reputato opportuno valutare separatamente il caso delle:

- **produzioni 100% italiane**, per le quali si registra un incremento della percentuale media di proprietà dell'opera in capo al produttore indipendente italiano che passa dal 68,5% nel 2018 al **94%** nel 2019;
- **coproduzioni,** per le quali il rafforzamento del ruolo del produttore indipendente italiano è meno evidente, in quanto, la percentuale media di proprietà dell'opera in capo al produttore indipendente italiano passa dal 66,4% nel 2018 al **69%** nel 2019.

Art.19 – CREDITO D'IMPOSTA PER L'ATTRAZIONE DI INVESTIMENTI CINEMATOGRAFICI E AUDIOVISIVI IN ITALIA

DOMANDE PER ANNO E NAZIONALITA' DEL PROGETTO

Il **numero di opere prodotte in Italia da parte di produttori di nazionalità straniera** e beneficiari del tax credit per l'attrazione di investimenti in Italia ammonta, nel 2019, a **32**, un dato in lieve **aumento (+14,3%)** rispetto al 2018 in cui ne erano state rilevate 28.

- In riferimento alla **provenienza geografica dei produttori esteri** prevalgono, nell'anno di riferimento, i

soggetti provenienti dal **Regno Unito (41%),** a differenza dell'anno precedente in cui il dato maggiore si registrava per la Germania (32% contro il 13% del 2019).
- Infine, sempre nel 2019, si osserva la presenza di produttori provenienti da **"nuovi" mercati** quali il **Marocco**, la **Colombia** e il **Brasile** (tutti al 3%), mentre non risultano produttori provenienti da **Polonia** e **Portogallo** (nel 2018 entrambi pari al 4%).

GIORNATE DI LAVORAZIONE E RIPRESE IN ITALIA

- Le giornate di ripresa realizzate da produttori di nazionalità straniera ammontano, nel 2019, a 15.709 (rispetto alle 1.403 del 2018).
- Dall'analisi delle **giornate di ripresa e lavorazione delle produzioni internazionali,** nel 2019 emerge uno scenario differente rispetto ai dati riferiti alle produzioni italiane. Le produzioni estere tendono a prediligere **location straniere** che, nel 2019, hanno assorbito in totale **14.400 (91%) giornate di ripresa e lavorazione**.
- Confrontando la loro distribuzione territoriale con l'annualità precedente emerge, inoltre, che, mentre nel 2018 si riscontrava una forte concentrazione delle giornate di ripresa principalmente in 5 regioni (Veneto, Trentino-Alto Adige, Lazio, Toscana e Sardegna) pari all'81% del totale, nel 2019 si rileva il coinvolgimento di un **maggiore numero di regioni**, sebbene il **Lazio** abbia rafforzato la sua posizione.

Art.20 – CREDITO D'IMPOSTA PER LE SOCIETA' NON APPARTENENTI AL SETTORE CINEMATOGRAFICO E AUDIOVISIVO

INVESTIMENTI ANNUI TOTALI PROVENIENTI DA SETTORI ESTERNI

Gli **investimenti da parte di soggetti esterni al settore cinematografico e audiovisivo**, nel 2019, ammontano a 6,5 milioni di euro:
- **3.805.000,00 €** investiti dalle imprese private per la realizzazione di opere che hanno beneficiato del ***Tax Credit investitori esterni***;
- **2.769.375,00 €** investiti da imprese private per la realizzazione di opere che hanno beneficiato del ***Tax Credit Investitori esterni - Passaggio a nuove aliquote.***

IMPORTO MEDIO TOTALE INVESTITO DA CIASCUNA IMPRESA

- Nel 2019, le **18 imprese** totali che hanno beneficiato del credito d'imposta per le imprese non appartenenti al settore cinematografico e audiovisivo hanno **investito mediamente 313.065,48 €.**
- Osservando la natura giuridica di questi soggetti, è possibile rilevare che sono le **Società per Azioni a Socio Unico - S.P.A.S.U**. che **mediamente hanno investito di più** per un totale di **625.000 €.** Seguono le Società a Responsabilità Limitata Semplificata - S.R.L.S. (500.000 €), le Società per Azioni - S.P.A. (445.000 €), i Consorzi (350.000 €), le Società a Responsabilità Limitata - S.R.L. (170.479,2 €), le Società di Capitali (100.000 €) e le imprese Individuali (78.833,33 €).

NUMERO DI INVESTIMENTI EFFETTUATI PER I QUALI SI HA DIRITTO AD UN'ALIQUOTA PIU' ELEVATA

Il credito d'imposta per le società non appartenenti al settore cinematografico e audiovisivo prevede un'aliquota massima elevata al 40% nel caso di apporto in denaro effettuato per lo sviluppo e la produzione di opere che abbiano ricevuto i contributi selettivi di cui all'articolo 26 della Legge n.220/2016. Nel 2019 sono state:
- **2** le **domande di contributo**, presentate da **un'unica impresa**, che sono riuscite a beneficiare dell'aliquota al **40%**;
- **19** le **domande**, presentare da **17 soggetti**, che hanno beneficiato dell'aliquota al **30%**.

TIPOLOGIA DI SOCIETA' CHE EFFETTUANO INVESTIMENTI

- Osservando, infine, la **natura giuridica**

delle imprese esterne al settore che hanno beneficiato del credito d'imposta, si osserva che la maggior parte di esse sono **Società a Responsabilità Limitata - S.R.L. (33%)** a cui seguono le Società per Azioni - S.P.A. (28%), le Imprese Individuali (17% le Società di Capitali, le Società a Responsabilità Limitata Semplificata - S.R.L.S., le Società per Azioni a Socio Unico - S.P.A.S.U. e i Consorzi (tutti 6%).

4.1. MISURE E STATO DI ATTUAZIONE

Per il dettaglio sullo ***Stato di attuazione*** delle misure riferite al nodo produttivo della filiera cinematografica e audiovisiva si rimanda al Capitolo 1 del presente rapporto.

Tabella 4.1: Misure e stato di attuazione

RIF. LEGGE 220/2016	LINEA DI FINANZIAMENTO	APPROVATO 2019			
		DOMANDE APPROVATE	% APPROVAZIONE PER ANNO COMPETENZA DOMANDA		CONTRIBUTO ASSEGNATO/CREDITO IMPOSTA SPETTANTE
			2018	2019	
Art.26	CONTRIBUTI SELETTIVI	202	100%	0%	26.932.465,00 €
	PRODUZIONE (ATTIVA SOLO NEL 2017)	-	-	-	-
	PRODUZIONE - DOCUMENTARI E CORTOMETRAGGI	40	100%	0%	2.098.000,00 €
	PRODUZIONE - LUNGOMETRAGGI DI GIOVANI AUTORI	16	100%	0%	4.930.000,00 €
	PRODUZIONE - LUNGOMETRAGGI DI PARTICOLARE QUALITÀ ARTISTICA E FILM DIFFICILI CON RISORSE FINANZIARIE MODESTE	21	100%	0%	7.850.000,00 €
	PRODUZIONE - LUNGOMETRAGGI OPERE PRIME O SECONDE	22	100%	0%	5.965.000,00 €
	PRODUZIONE - OPERE DI ANIMAZIONE	10	100%	0%	2.915.000,00 €
	SCRITTURA DI SCENEGGIATURE \ LUNGOMETRAGGI E OPERE NON SERIALI TV E WEB	32	100%	0%	500.000,00 €
	SCRITTURA DI SCENEGGIATURE \ OPERE SERIALI TV E WEB	16	100%	0%	240.000,00 €
	SVILUPPO E PRE-PRODUZIONE \ LUNGOMETRAGGI E OPERE NON SERIALI TV E WEB	33	100%	0%	1.794.185,00 €
	SVILUPPO E PRE-PRODUZIONE \ OPERE SERIALI TV E WEB	12	100%	0%	640.280,00 €
	PROGETTI SPECIALI	27	0%	100%	2.210.500,00 €
	BANDO "NON VIOLENZA"	9	0%	100%	200.000,00 €
	COPRODUZIONI MINORITARIE	18	0%	100%	2.010.500,00 €
Artt.15 - 19 – 20	TAX CREDIT	646	75%	25%	253.448.612,32 €
	TAX CREDIT INVESTITORI ESTERNI - DEFINITIVA	10	0%	100%	1.141.500,00 €
	TAX CREDIT INVESTITORI ESTERNI - DEFINITIVA - PASSAGGIO A NUOVE ALIQUOTE	11	0%	100%	955.812,50 €
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI FILM	285	67%	33%	91.186.585,45 €
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI FILM - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	197	69%	31%	25.714.361,02 €
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI OPERE TV	72	100%	0%	84.982.691,02 €
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI OPERE TV - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	25	67%	33%	4.660.427,63 €
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI OPERE WEB	9	100%	0%	8.346.693,15 €
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI OPERE WEB - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	1	41%	59%	119.676,40 €
	TAX CREDIT PRODUZIONE ESECUTIVA DI OPERE STRANIERE	29	100%	0%	35.947.743,05 €
	TAX CREDIT PRODUZIONE ESECUTIVA DI OPERE STRANIERE - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	4	100%	0%	253.204,58 €
	TAX CREDIT SVILUPPO DI OPERE AUDIOVISIVE	3	33%	67%	139.917,52 €
TOTALE		**875**	**79%**	**21%**	**282.591.577,32 €**

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 4.2: Contributi automatici: misure e stato di attuazione

RIF. LEGGE 220/2016	LINEA DI FINANZIAMENTO	APPROVATO 2019			
		DOMANDE APPROVATE	% APPROVAZIONE PER ANNO COMPETENZA DOMANDA		CONTRIBUTO ASSEGNATO /CREDITO SPETTANTE
			2018	2019	
Art. 23	CONTRIBUTI AUTOMATICI	124	100%	0%	0 €
	CONTRIBUTI AUTOMATICI PER LA PRODUZIONE DI OPERE CINEMATOGRAFICHE	113	100%	0%	0 €
	CONTRIBUTI AUTOMATICI PER LA PRODUZIONE DI OPERE DI ANIMAZIONE CINEMATOGRAFICHE	1	100%	0%	0 €
	CONTRIBUTI AUTOMATICI PER LA PRODUZIONE DI OPERE DI ANIMAZIONE TV	2	100%	0%	0 €
	CONTRIBUTI AUTOMATICI PER LA PRODUZIONE DI OPERE TELEVISIVE	8	100%	0%	0 €

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

4.2. INDICATORI DI FILIERA

4.2.1. Grado di utilizzo delle misure a livello di settore

L'indicatore ***Grado di utilizzo delle misure a livello di settore*** indica l'utilizzo complessivo della misura e gli andamenti nei diversi anni.

Tabella 4.3: Grado di utilizzo delle misure da parte del settore nel 2019

RIF. LEGGE 220/2016	LINEA DI FINANZIAMENTO	DOMANDE RICEVUTE			DOMANDE APPROVATE 2019
		2017	2018	2019	
Art.26	CONTRIBUTI SELETTIVI	3.693			202
	PRODUZIONE (ATTIVA SOLO NEL 2017)	353	-	-	-
	PRODUZIONE - DOCUMENTARI E CORTOMETRAGGI	-	241	275	40
	PRODUZIONE - LUNGOMETRAGGI DI GIOVANI AUTORI	-	42	29	16
	PRODUZIONE - LUNGOMETRAGGI DI PARTICOLARE QUALITÀ ARTISTICA E FILM DIFFICILI CON RISORSE FINANZIARIE MODESTE	-	95	125	21
	PRODUZIONE - LUNGOMETRAGGI OPERE PRIME O SECONDE	-	97	120	22
	PRODUZIONE - OPERE DI ANIMAZIONE	-	21	31	10
	SCRITTURA DI SCENEGGIATURE \ LUNGOMETRAGGI E OPERE NON SERIALI TV E WEB	454	518	375	32
	SCRITTURA DI SCENEGGIATURE \ OPERE SERIALI TV E WEB	85	127	70	16
	SVILUPPO E PRE-PRODUZIONE \ LUNGOMETRAGGI E OPERE NON SERIALI TV E WEB	114	146	169	33
	SVILUPPO E PRE-PRODUZIONE \ OPERE SERIALI TV E WEB	39	94	73	12
	PROGETTI SPECIALI	140			27
	BANDO "NON VIOLENZA"	-	-	87	9
	COPRODUZIONI MINORITARIE	-	-	53	18
Artt.15 - 19 – 20	TAX CREDIT	1.195			646
	TAX CREDIT INVESTITORI ESTERNI - DEFINITIVA	-	-	19	10
	TAX CREDIT INVESTITORI ESTERNI - DEFINITIVA - PASSAGGIO A NUOVE ALIQUOTE	-	-	14	11
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI FILM	-	310	245	285
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI FILM - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	-	321	-	197
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI OPERE TV	-	79	60	72

	TAX CREDIT PRODUZIONE DI OPERE TV - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	-	47	-	25
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI OPERE WEB	-	9	10	9
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI OPERE WEB - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	-	1	-	1
	TAX CREDIT PRODUZIONE ESECUTIVA DI OPERE STRANIERE	-	20	19	29
	TAX CREDIT PRODUZIONE ESECUTIVA DI OPERE STRANIERE - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	-	29	-	4
	TAX CREDIT SVILUPPO DI OPERE AUDIOVISIVE	-	4	8	3
TOTALE		5.028			875

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 4.4: Contributi automatici: grado di utilizzo delle misure da parte del settore

RIF. LEGGE 220/2016	LINEA DI FINANZIAMENTO	DOMANDE RICEVUTE			DOMANDE APPROVATE
		2017	2018	2019	
Art. 23	CONTRIBUTI AUTOMATICI	0	0	146	124
	CONTRIBUTI AUTOMATICI PER LA PRODUZIONE DI OPERE CINEMATOGRAFICHE	0	0	130	113
	CONTRIBUTI AUTOMATICI PER LA PRODUZIONE DI OPERE DI ANIMAZIONE CINEMATOGRAFICHE	0	0	1	1
	CONTRIBUTI AUTOMATICI PER LA PRODUZIONE DI OPERE DI ANIMAZIONE TV	0	0	3	2
	CONTRIBUTI AUTOMATICI PER LA PRODUZIONE DI OPERE TELEVISIVE	0	0	12	8

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

4.2.2. Tasso medio e importo del sostegno per progetto

L'indicatore ***Tasso medio e importo del sostegno per progetto*** evidenzia l'importo medio effettivo e il valore finanziario delle misure di supporto economico analizzate.

Tabella 4.5: Importo medio del sostegno per progetto nel 2019

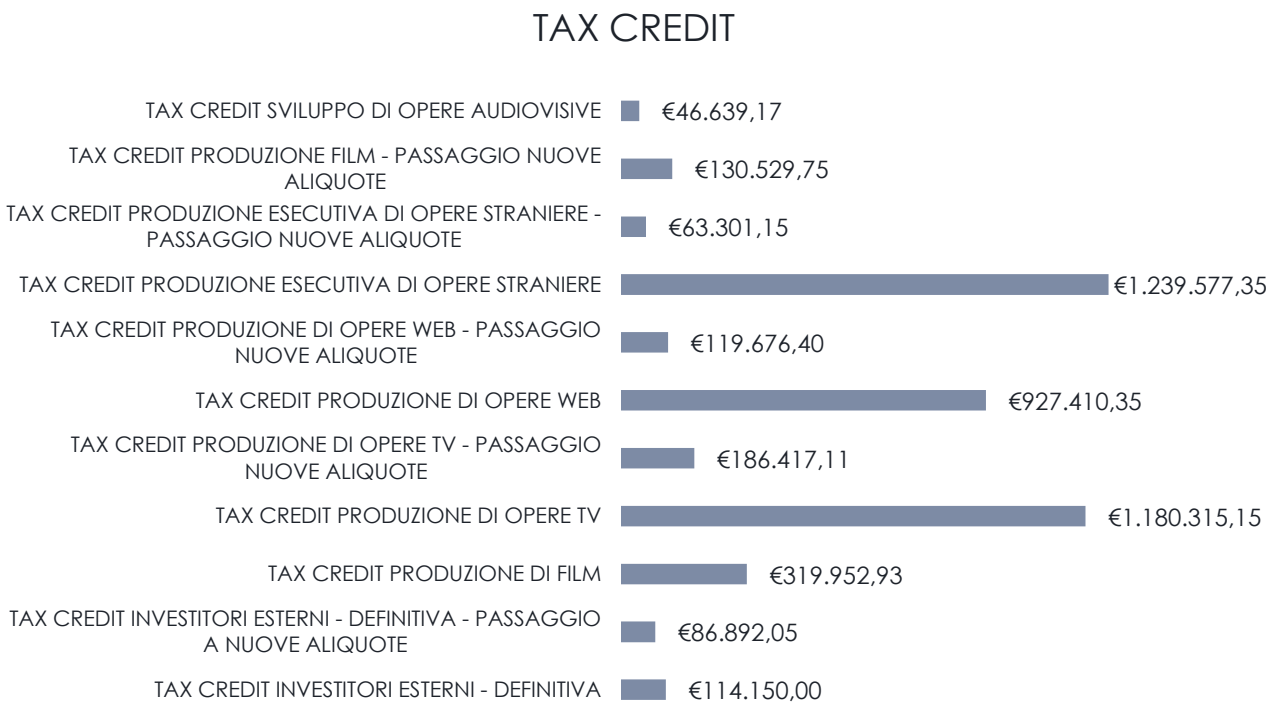
RIF. LEGGE 220/2016	LINEA DI FINANZIAMENTO	DOMANDE APPROVATE 2019	CONTRIBUTO ASSEGNATO / CREDITO SPETTANTE	IMPORTO MEDIO A PROGETTO
Art.26	CONTRIBUTI SELETTIVI	202	26.932.465,00 €[28]	133.329,03 €
	PRODUZIONE - DOCUMENTARI E CORTOMETRAGGI	40	2.098.000,00 €	52.450,00 €
	PRODUZIONE - LUNGOMETRAGGI DI GIOVANI AUTORI	16	4.930.000,00 €	308.125,00 €
	PRODUZIONE - LUNGOMETRAGGI DI PARTICOLARE QUALITÀ ARTISTICA E FILM DIFFICILI CON RISORSE FINANZIARIE MODESTE	21	7.850.000,00 €	373.809,52 €
	PRODUZIONE - LUNGOMETRAGGI OPERE PRIME O SECONDE	22	5.965.000,00 €	271.136,36 €
	PRODUZIONE - OPERE DI ANIMAZIONE	10	2.915.000,00 €	291.500,00 €
	SCRITTURA DI SCENEGGIATURE \ LUNGOMETRAGGI E OPERE NON SERIALI TV E WEB	32	500.000,00 €	15.625,00 €
	SCRITTURA DI SCENEGGIATURE \ OPERE SERIALI TV E WEB	16	240.000,00 €	15.000,00 €

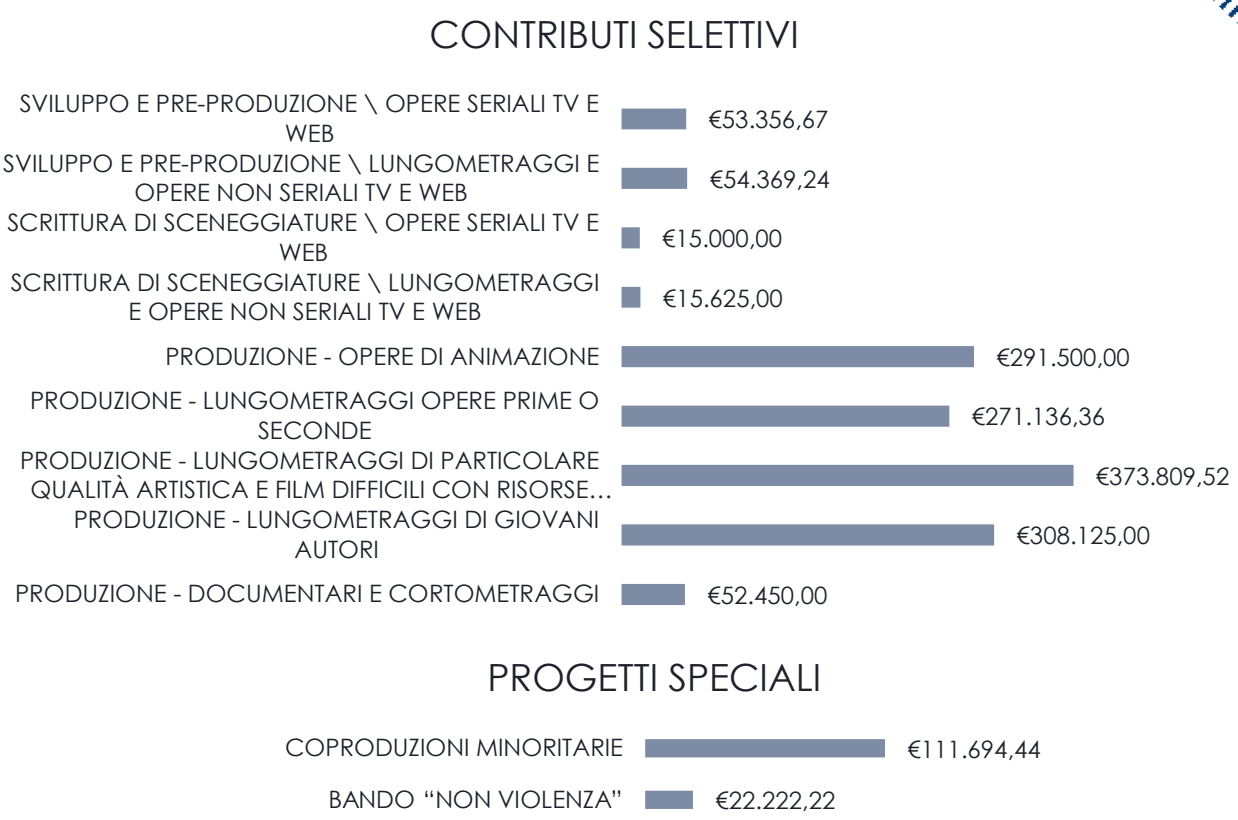
[28] D cui 4 domande revocate per un importo pari a 405.621,00 € e 2 domande in stato di Rinuncia del contributo pari a 118.000,00 €.

	SVILUPPO E PRE-PRODUZIONE \ LUNGOMETRAGGI E OPERE NON SERIALI TV E WEB	33	1.794.185,00 €	54.369,24 €
	SVILUPPO E PRE-PRODUZIONE \ OPERE SERIALI TV E WEB	12	640.280,00 €	53.356,67 €
	PROGETTI SPECIALI	27	2.210.500,00 €	81.870,37 €
	BANDO "NON VIOLENZA"	9	200.000,00 €	22.222,22 €
	COPRODUZIONI MINORITARIE	18	2.010.500,00 €	111.694,44 €
Artt.15 - 19 - 20	TAX CREDIT	646	253.448.612,32 €	392.335,31 €
	TAX CREDIT INVESTITORI ESTERNI - DEFINITIVA	10	1.141.500,00 €	114.150,00 €
	TAX CREDIT INVESTITORI ESTERNI - DEFINITIVA - PASSAGGIO A NUOVE ALIQUOTE	11	955.812,50 €	86.892,05 €
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI FILM	285	91.186.585,45 €	319.952,93 €
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI OPERE TV	72	84.982.691,02 €	1.180.315,15 €
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI OPERE TV - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	25	4.660.427,63 €	186.417,11 €
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI OPERE WEB	9	8.346.693,15 €	927.410,35 €
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI OPERE WEB - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	1	119.676,40 €	119.676,40 €
	TAX CREDIT PRODUZIONE ESECUTIVA DI OPERE STRANIERE	29	35.947.743,05 €	1.239.577,35 €
	TAX CREDIT PRODUZIONE ESECUTIVA DI OPERE STRANIERE - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	4	253.204,58 €	63.301,15 €
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI FILM - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	197	25.714.361,02 €	130.529,75 €
	TAX CREDIT SVILUPPO DI OPERE AUDIOVISIVE	3	139.917,52 €	46.639,17 €
TOTALE		**875**	**282.591.577,32 €**	**322.961,80 €**

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Figura 4.1: Importo medio del sostegno per progetto nel 2019





Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

4.2.3. Utilizzo per tipologia di richiedente

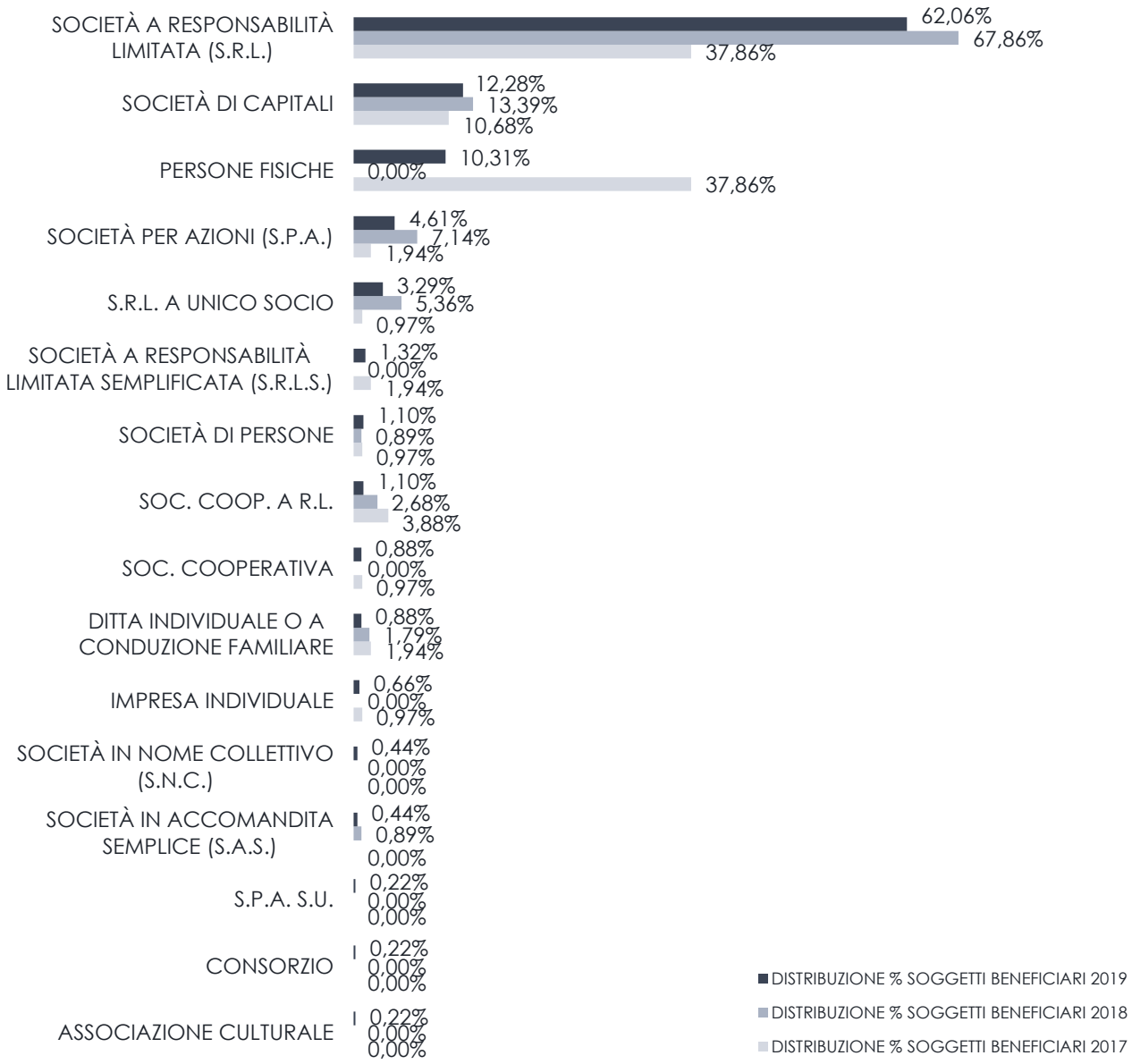
L'indicatore ***Utilizzo per tipologia di richiedente*** evidenzia la capacità della Legge di supportare soggetti diversi, con riferimento alle tipologie e dimensioni delle imprese e delle iniziative.

Tabella 4.6: Numero di soggetti beneficiari nel 2019 per natura giuridica

SOGGETTI BENEFICIARI PER NATURA GIURIDICA	
ASSOCIAZIONE CULTURALE	1
CONSORZIO	1
DITTA INDIVIDUALE O A CONDUZIONE FAMILIARE	4
IMPRESA INDIVIDUALE	3
PERSONE FISICHE	47
S.P.A. S.U.	1
S.R.L. A UNICO SOCIO	15
SOC. COOP. A R.L.	5
SOC. COOPERATIVA	4
SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA (S.R.L.)	283
SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA SEMPLIFICATA (S.R.L.S.)	6
SOCIETÀ DI CAPITALI	56
SOCIETÀ DI PERSONE	5
SOCIETÀ IN ACCOMANDITA SEMPLICE (S.A.S.)	2
SOCIETÀ IN NOME COLLETTIVO (S.N.C.)	2
SOCIETÀ PER AZIONI (S.P.A.)	21

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Figura 4.2: Distribuzione % dei soggetti beneficiari nel 2017, 2018 e 2019 per natura giuridica



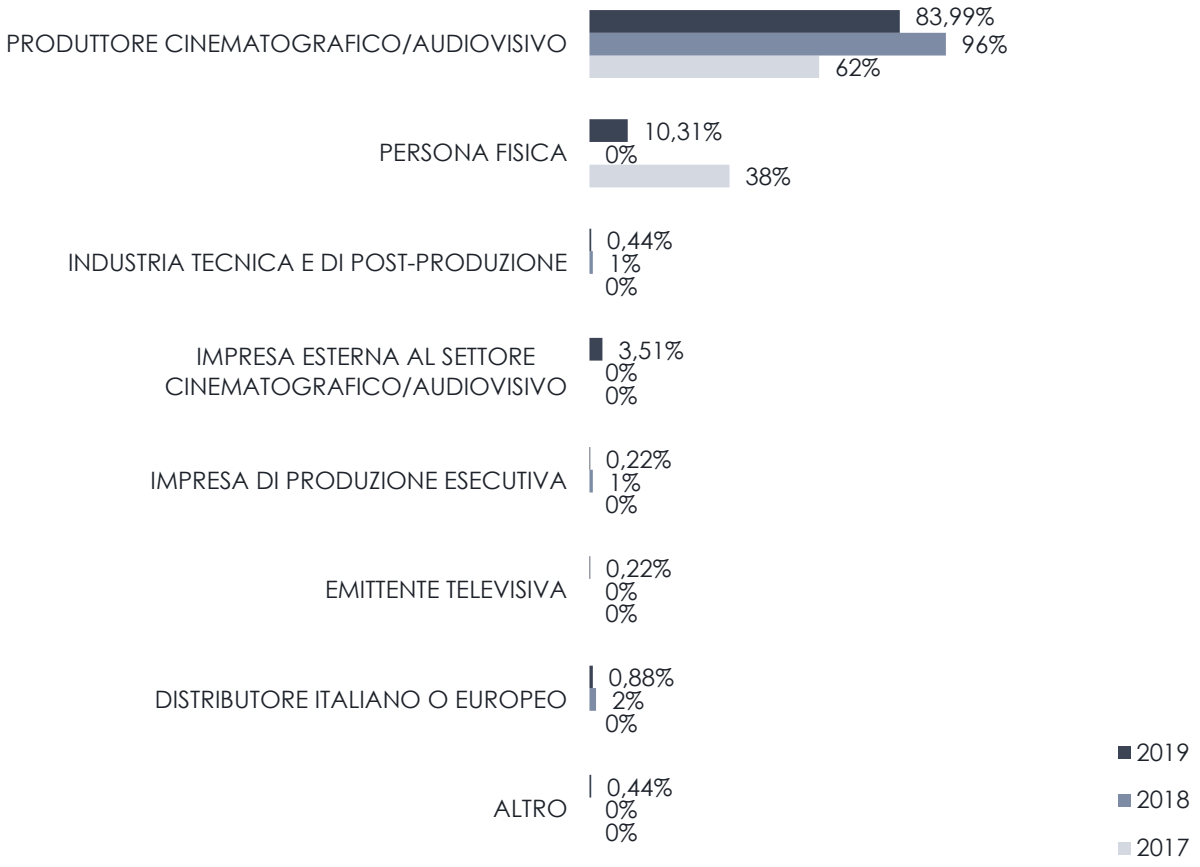
Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 4.7: Numero di soggetti beneficiari nel 2019 per categoria di attività

SOGGETTI BENEFICIARI PER CATEOGRIA DI ATTIVITA'	
ALTRO	2
DISTRIBUTORE ITALIANO O EUROPEO	4
EMITTENTE TELEVISIVA	1
IMPRESA DI PRODUZIONE ESECUTIVA	1
IMPRESA ESTERNA AL SETTORE CINEMATOGRAFICO/AUDIOVISIVO	16
INDUSTRIA TECNICA E DI POST-PRODUZIONE	2
PERSONA FISICA	47
PRODUTTORE CINEMATOGRAFICO/AUDIOVISIVO	383
TOTALE	456

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Figura 4.3: Distribuzione % dei soggetti beneficiari nel 2017, 2018 e 2019 per categoria di attività



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 4.8: Numero di soggetti che hanno ottenuto finanziamenti presentando opere di giovani autori

ANNO DI RIFERIMENTO	SOGGETTI BENEFICIARI PER OPERE DI GIOVANI AUTORI
2017	20
2018	14
2019	94

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 4.9: Numero di soggetti che hanno ottenuto finanziamenti presentando opere prime/seconde

ANNO DI RIFERIMENTO	SOGGETTI BENEFICIARI PER OPERE PRIME/SECONDE
2017	29
2018	44
2019	230

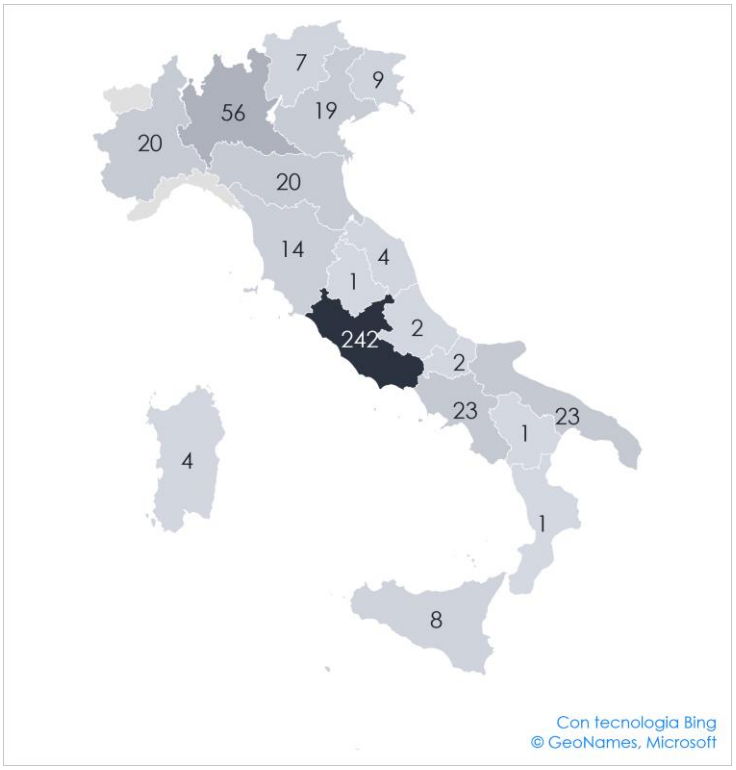
Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

4.2.4. Estensione territoriale dell'utilizzo

L'indicatore ***Estensione territoriale dell'utilizzo*** evidenzia la distribuzione regionale dei soggetti beneficiari in Italia e ne consente una loro mappatura.

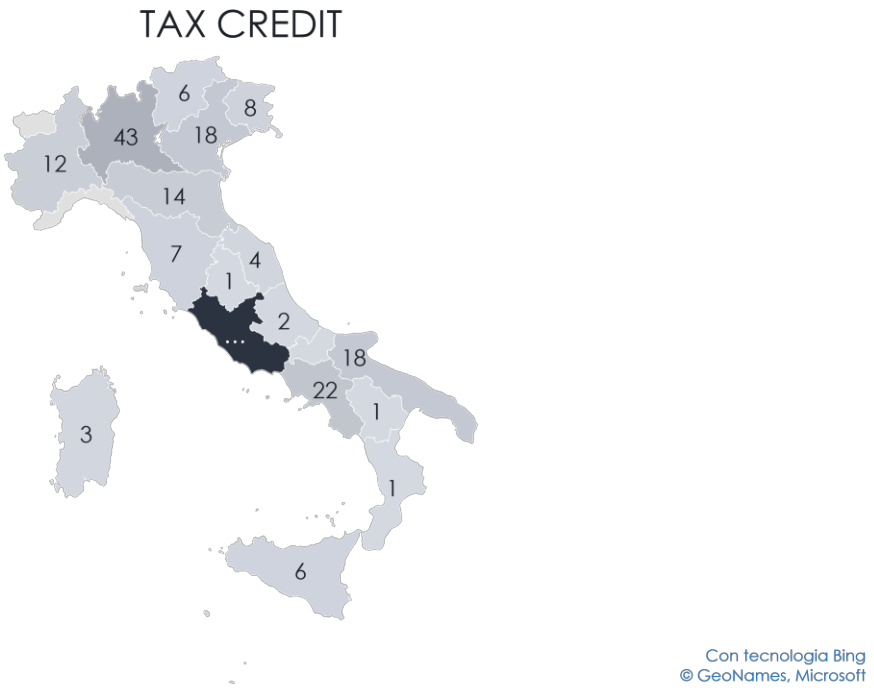
Tabella 4.10: Distribuzione regionale dei soggetti beneficiari per l'anno 2019

REGIONE	SOGGETTI BENEFICIARI
ABRUZZO	2
BASILICATA	1
CALABRIA	1
CAMPANIA	23
EMILIA-ROMAGNA	20
FRIULI-VENEZIA GIULIA	9
LAZIO	242
LOMBARDIA	56
MARCHE	4
MOLISE	2
PIEMONTE	20
PUGLIA	23
SARDEGNA	4
SICILIA	8
TOSCANA	14
TRENTINO-ALTO ADIGE	7
UMBRIA	1
VENETO	19
TOTALE	456



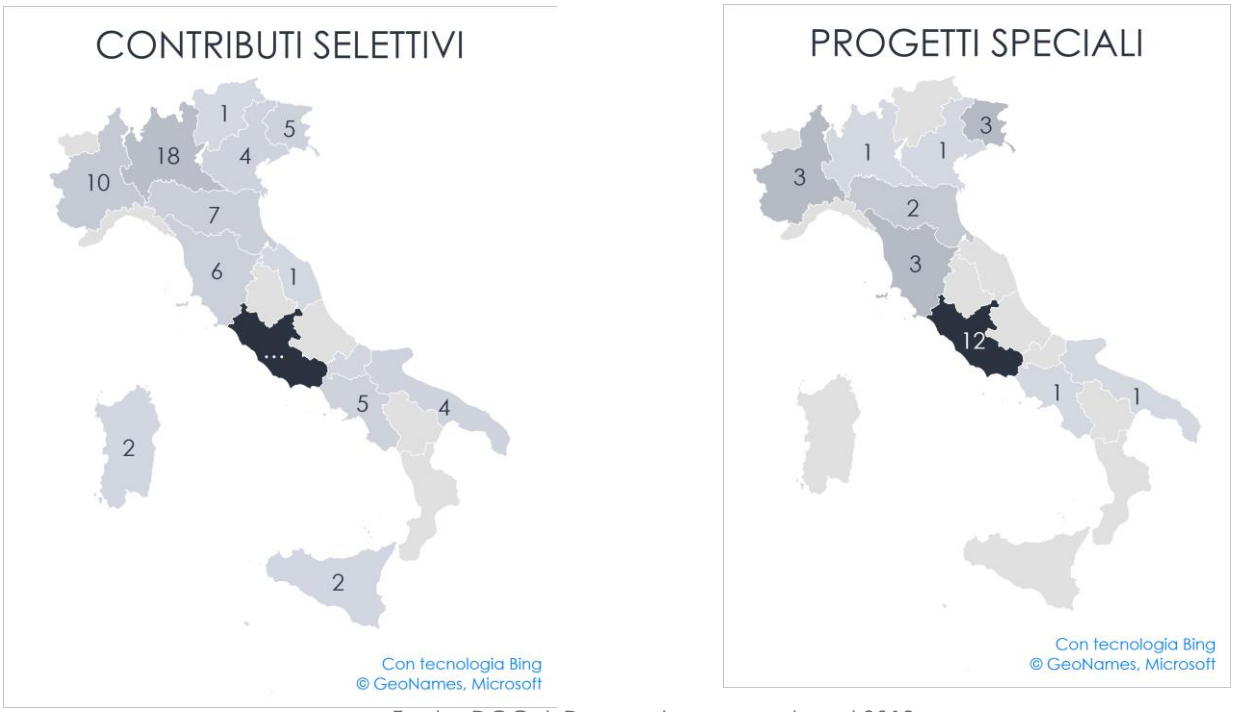
Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Figura 4.4: Distribuzione regionale dei soggetti beneficiari del credito d'imposta per l'anno 2019



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Figura 4.5: Distribuzione regionale dei soggetti beneficiari dei Contributi selettivi e dei progetti speciali per l'anno 2019



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

4.2.5. Addizionalità

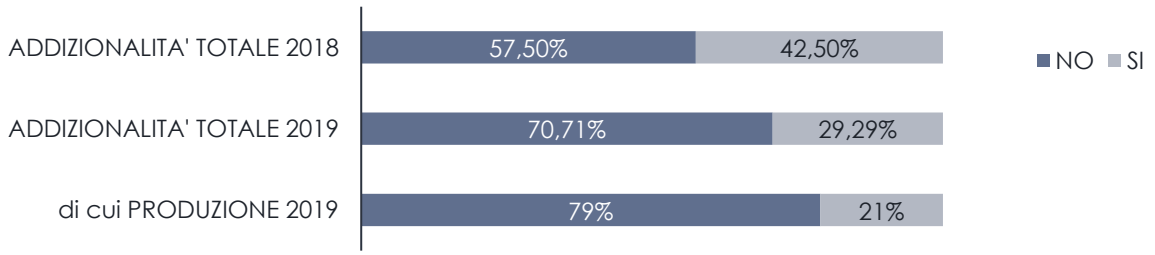
L'indicatore ***Addizionalità*** valuta la quota di operatori che in assenza di contributo non avrebbero realizzato le opere e/o i progetti per i quali hanno ricevuto sostegno. In altri termini, valuta la capacità dei contributi e finanziamenti previsti dalla Legge 220/2016 di stimolare la realizzazione di opere e/o progetti audiovisivi e cinematografici che viceversa, senza il sostegno di tali misure, non si sarebbero concretizzati.

Il calcolo dell'indicatore è avvenuto tramite un'indagine mirata, realizzata attraverso la somministrazione di un questionario strutturato, rivolto ai soggetti beneficiari dei contributi previsti dalla Legge al 31/12/2019. La domanda di ricerca che è stata posta ai soggetti beneficiari è la seguente: *"Avrei realizzato l'opera/il progetto finanziato, anche senza ricevere il contributo ottenuto dalla DGCA?"*

L'indagine si è svolta tra il 09/10/2020 e il 26/10/2020. Si specifica che:

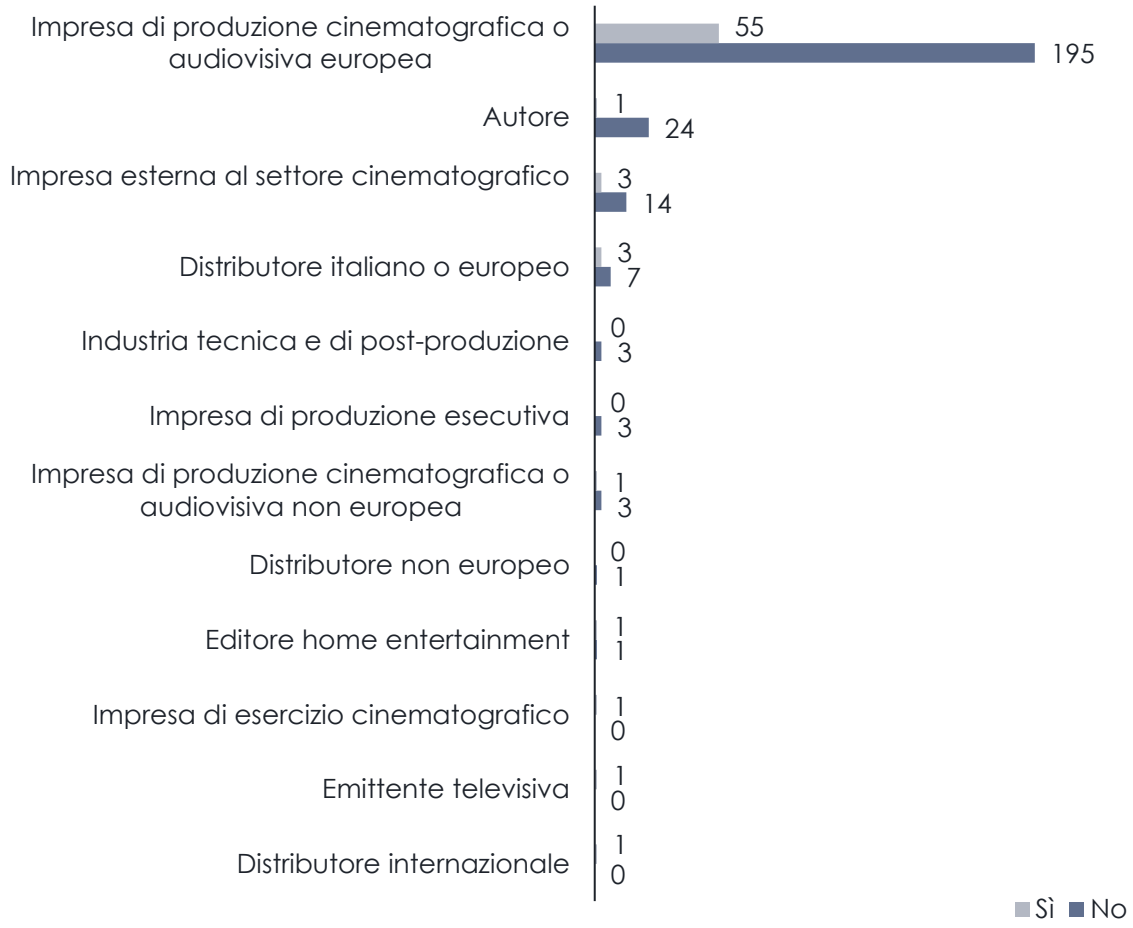
- per l'anno 2018 il campione totale dei soggetti intervistati è stato pari a 481 operatori:
- per l'anno 2019 il campione totale dei soggetti intervistati è stato pari a 1.219 e, nello specifico, per il settore Produzione hanno risposto al questionario 318 operatori, pari al 69,74% del totale dei soggetti beneficiari di misure a sostegno del nodo produttivo della filiera nell'anno di riferimento (456).

Figura 4.6: Addizionalità delle misure previste dalla Legge n.220/2016 a sostengo del nodo produttivo della filiera cinematografica e audiovisiva



Fonte: Indagine Soggetti Finanziati 2019

Figura 4.7: Distribuzione dell'Addizionalità per tipologia di attività prevalente del soggetto beneficiario di misure previste dalla Legge n.220/2016 a sostengo del nodo produttivo della filiera cinematografica e audiovisiva



Fonte: Indagine Soggetti Finanziati 2019

4.2.6. Numero di singole imprese che beneficiano del sostegno

L'indicatore ***Numero di singole imprese che beneficiano del*** sostegno evidenzia il numero di imprese che hanno fatto richiesta di supporto e il numero di imprese che beneficiano di agevolazioni.

Tabella 4.11: Numero di singole imprese che beneficiano del sostegno nel 2019

SOGGETTI BENEFICIARI	NUMERO MEDIO DI DOMANDE APPROVATE PER IMPRESA
456	1,92

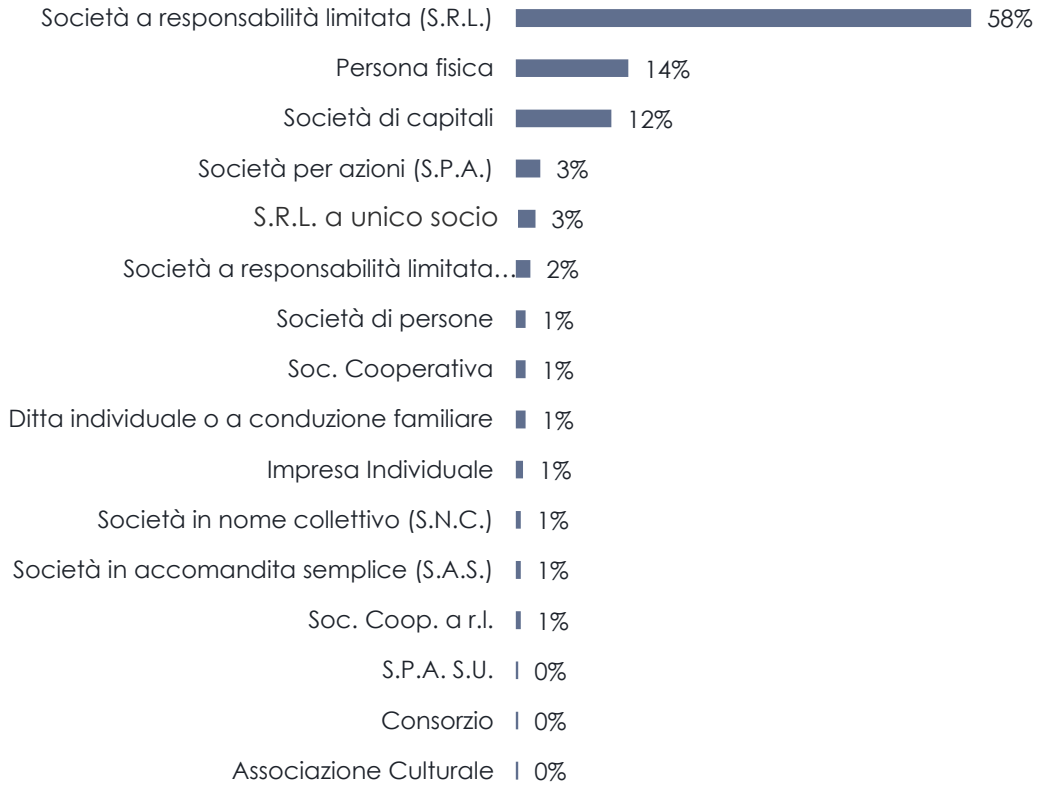
Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 4.12: Numero di soggetti beneficiari di un unico finanziamento nel 2019

SOGGETTI BENEFICIARI DI UN UNICO FINANZIAMENTO	319	69,96%

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Figura 4.8: Distribuzione % delle imprese che hanno beneficiato di un unico finanziamento per natura giuridica del soggetto per l'anno 2019



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

4.2.7. Numero di imprese che ricevono finanziamenti multipli

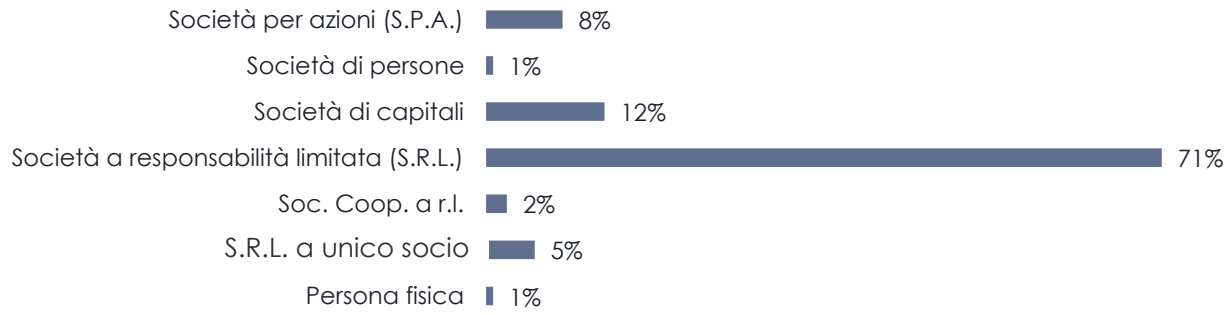
L'indicatore ***Numero di imprese che ricevono finanziamenti multipli*** evidenzia la concentrazione del sostegno in determinate categorie di soggetti.

Tabella 4.13: Numero di imprese beneficiarie nel 2019 di finanziamenti multipli

SOGGETTI BENEFICIARI DI FINANZIAMENTI MULTIPLI	137	30,04%

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Figura 4.9: Numero di imprese che hanno beneficiato di finanziamenti multipli nel 2019 per natura giuridica del soggetto



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

4.2.8. Parità di genere e diversità

L'Indicatore ***Parità di genere e diversità***[29] evidenzia i livelli di pari opportunità nelle imprese del nodo produttivo che hanno avuto accesso alle misure nell'anno oggetto di valutazione. La Legge 220/2016 ha ampliato e consolidato l'intervento a favore delle donne e dei giovani autori (sotto i 35 anni), soprattutto attraverso i **Contributi selettivi**, che **favoriscono** nella produzione, **le opere dirette da donne o con maggioranza di professioniste donne** e le **opere dei giovani autori** (under 35). Per valutare l'impatto di tali azioni e con riferimento alla capacità complessiva della Legge di promuovere la parità di genere e la diversità si è proceduto dunque a ponderare:

- la *quota di opere beneficiarie a direzione prevalentemente femminile*;
- la *quota di opere beneficiarie dirette da autori giovani* (con meno di 30 anni) e la complessiva distribuzione delle opere rispetto all'età anagrafica dei registi e delle registe e alla *nazionalità dei registi*;
- la *quota di professioniste donne* (con riferimento ai ruoli dello sceneggiatore e del montatore [30]) impiegate nella produzione;
- la *quota di opere beneficiarie dirette da registi stranieri e/o di nazionalità italiana*.

Si precisa che le elaborazioni di seguito presentate non comprendono i dati riferiti alle **48 opere beneficiarie nel 2019 di Contributi selettivi alla scrittura di sceneggiatura** in quanto, per questo specifico settore, non vengono raccolte all'interno della piattaforma DGCol informazioni circa la composizione del Cast/Troupe. Il totale delle opere analizzate, pertanto, risulta essere pari a 679.

Figura 4.11: Quota di opere beneficiare a direzione prevalentemente femminile

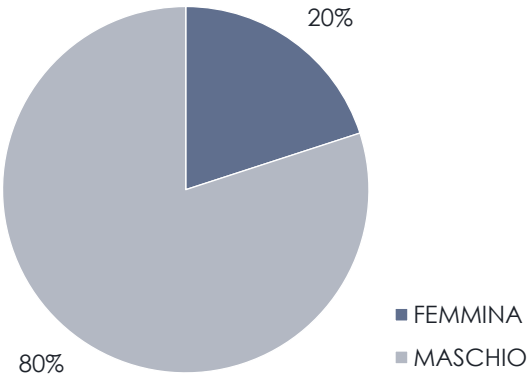
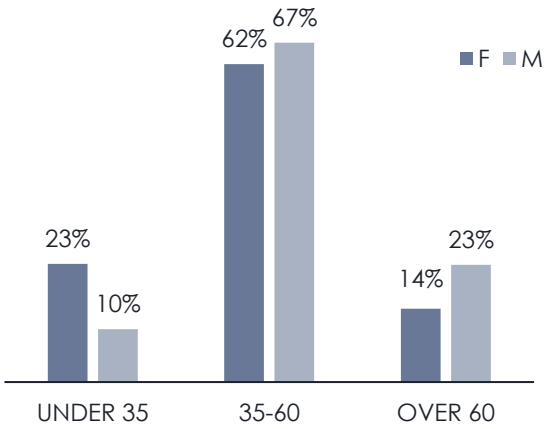


Figura 4.10: Quota di opere beneficiare secondo l'età anagrafica dei/le registi/e[31]



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

[29] L'indicatore "Parità di genere e diversità" è stato elaborato usando il programma CENTRIC. CENTRIC (CrEative NeTwoRks Information Cruncher) è un programma di acquisizione e di analisi dati elaborato nel quadro delle attività di LDH (Lab in Digital Humanities) di ALMED (Università Cattolica). Per l'elaborazione del budget di genere delle iniziative produttive, film e serie tv e web, che hanno beneficiato dei contributi pubblici nel campo del cinema e dell'audiovisivo CENTRIC ha censito le maestranze coinvolte nei singoli progetti, con riferimento alle professioni del regista, autore della sceneggiatura e autore del montaggio. I dati relativi ai professionisti coinvolti sono stati acquisiti incrociando le informazioni contenute nei principali database a carattere pubblico e presenti nel web.

[30] L'indice del bilanciamento di genere delle iniziative produttive non include la presenza di donne in qualità di soggetista o autore delle musiche, sebbene esse figurino come criteri premiamali nei decreti attuativi delle misure selettive e automatiche. Tale scelta è motivata dalla lacunosità delle informazioni su tali ruoli inserite dalle imprese di produzione nella piattaforma DGCol.

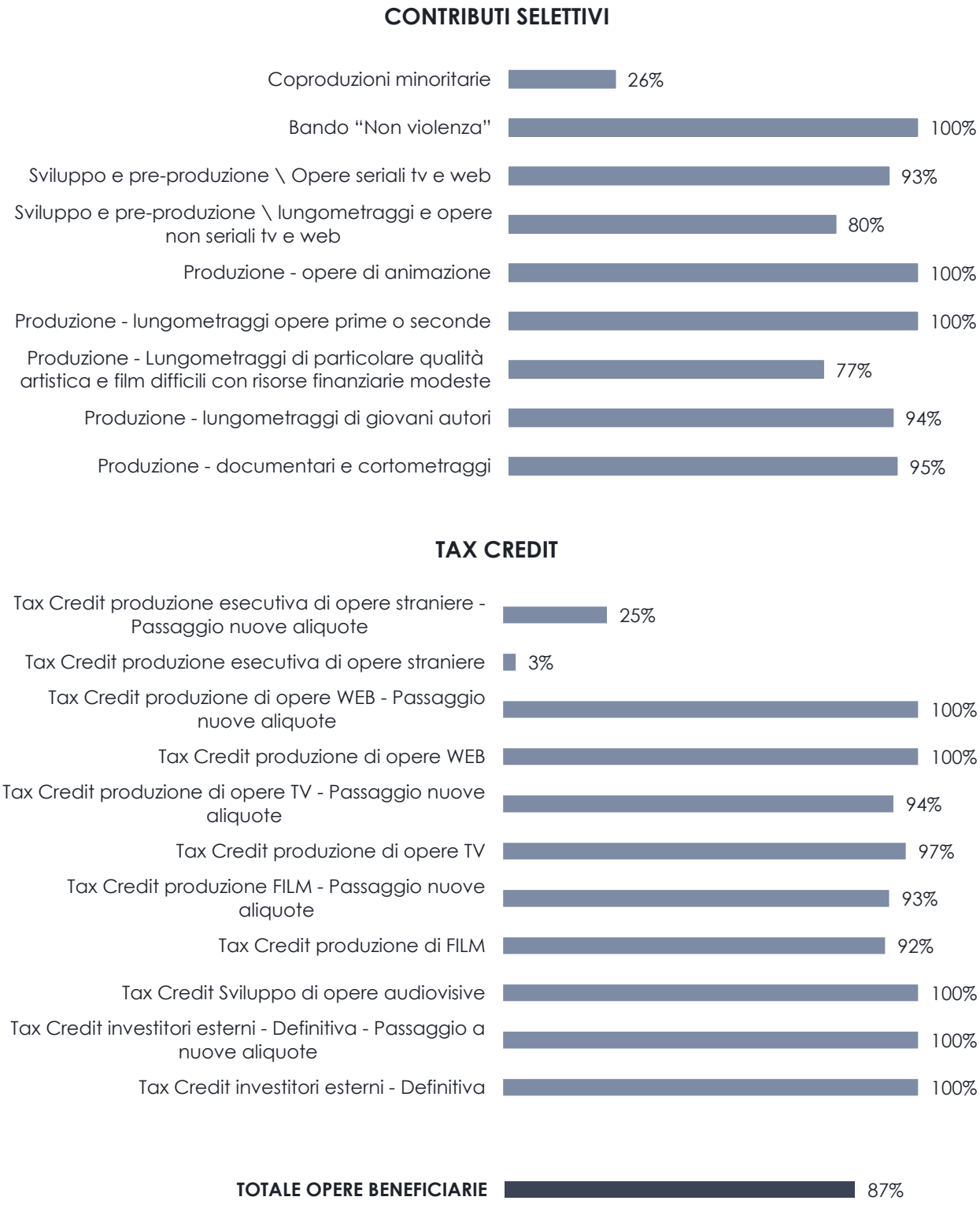
[31] La percentuale è qui calcolata sul totale delle registe e sul totale dei registi coinvolti nelle produzioni che hanno beneficiato delle misure per la produzione (con eccezione per le misure a sostegno della Scrittura di sceneggiature).

Tabella 4.14: Bilanciamento di genere nelle opere beneficiarie, con riferimento ai ruoli di: regista, autore della sceneggiatura e montaggio, per linea di finanziamento

RIF. LEGGE 220/2016	LINEA DI FINANZIAMENTO	REGISTA			AUTORE DELLA SCENEGGIATURA			AUTORE DEL MONTAGGIO		
		FEMALE	MALE	Δ	FEMALE	MALE	Δ	FEMALE	MALE	Δ
CONTRIBUTI SELETTIVI	PRODUZIONE - DOCUMENTARI E CORTOMETRAGGI	36%	64%	-27	36%	64%	-28	24%	76%	-52
	PRODUZIONE - LUNGOMETRAGGI DI GIOVANI AUTORI	35%	65%	-29	23%	77%	-53	42%	58%	-17
	PRODUZIONE - LUNGOMETRAGGI DI PARTICOLARE QUALITÀ ARTISTICA E FILM DIFFICILI CON RISORSE FINANZIARIE MODESTE	18%	82%	-64	31%	69%	-39	11%	89%	-78
	PRODUZIONE - LUNGOMETRAGGI OPERE PRIME O SECONDE	5%	95%	-91	18%	82%	-64	23%	77%	-54
	PRODUZIONE - OPERE DI ANIMAZIONE	18%	82%	-64	48%	52%	-4	22%	78%	-56
	SCRITTURA DI SCENEGGIATURE \ LUNGOMETRAGGI E OPERE NON SERIALI TV E WEB	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.
	SCRITTURA DI SCENEGGIATURE \ OPERE SERIALI TV E WEB	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.
	SVILUPPO E PRE-PRODUZIONE \ LUNGOMETRAGGI E OPERE NON SERIALI TV E WEB	27%	73%	-46	22%	78%	-57	25%	75%	-50
	SVILUPPO E PRE-PRODUZIONE \ OPERE SERIALI TV E WEB	40%	60%	-20	56%	44%	+13	0%	100%	-100
	BANDO "NON VIOLENZA"	50%	50%	0	67%	33%	+33	29%	71%	-43
	COPRODUZIONI MINORITARIE	37%	63%	-26	24%	76%	-52	25%	75%	-50
CREDITO D'IMPOSTA	TAX CREDIT INVESTITORI ESTERNI - DEFINITIVA	17%	83%	-67	20%	80%	-60	67%	33%	+33
	TAX CREDIT INVESTITORI ESTERNI - DEFINITIVA - PASSAGGIO A NUOVE ALIQUOTE	20%	80%	-60	31%	69%	-38	0%	100%	-100
	TAX CREDIT SVILUPPO DI OPERE AUDIOVISIVE	0%	100%	-100	0%	100%	-100	0%	100%	-100
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI FILM	16%	84%	-67	21%	79%	-59	27%	73%	-46
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI FILM - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	15%	85%	-70	19%	81%	-62	37%	63%	-26
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI OPERE TV	9%	91%	-82	33%	67%	-33	12%	88%	-75
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI OPERE TV - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	10%	90%	-81	30%	70%	-41	0%	100%	-100
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI OPERE WEB	36%	64%	-29	41%	59%	-19	0%	100%	-100
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI OPERE WEB - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	0%	100%	-100	100%	0%	+100	N.D.	N.D.	N.D.
	TAX CREDIT PRODUZIONE ESECUTIVA DI OPERE STRANIERE	26%	74%	-48	29%	71%	-41	20%	80%	-60
	TAX CREDIT PRODUZIONE ESECUTIVA DI OPERE STRANIERE - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	0%	100%	-100	0%	100%	-100	100%	0%	+100
TOTALE		**18%**	**82%**	**-64**	**25%**	**75%**	**-50**	**24%**	**76%**	**-51%**

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Figura 4.12: Quota di opere beneficiare dirette da registi/e di nazionalità italiana



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

4.2.9. Costituzione e rafforzamento delle imprese esistenti

L'Indicatore ***Costituzione e Rafforzamento delle imprese esistenti*** evidenzia l'effetto delle misure sullo sviluppo di nuove imprese e sul rafforzamento di quelle esistenti.

Tabella 4.15: Anno di costituzione delle imprese beneficiarie nel 2019

ANNO COSITITUZIONE IMPRESE BENEFICIARIE	SOGGETTI BENEFICIARI	%
2019	0	0,00%
2017-2018	26	6,36%
< 2017	350	85,57%
N.P.	32	7,82%
TOTALE	**409**	**100%**

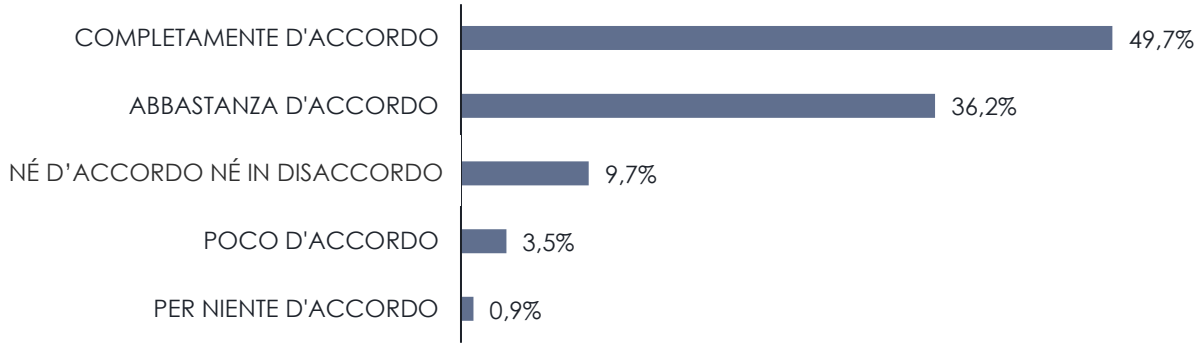
Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

4.2.10. Turismo

L'indicatore ***Turismo*** intende misurare l'impatto della produzione cinematografica e audiovisiva e più ampiamente della *screen culture* sull'industria del turismo.

Nel presente report il calcolo dell'indicatore è avvenuto tramite due indagini mirate. La prima è rendicontata nel capitolo 11. Turismo. La seconda è stata realizzata attraverso la somministrazione di un questionario strutturato, rivolto ai soggetti beneficiari dei contributi previsti dalla Legge al 31/12/2019. La domanda di ricerca che è stata posta ai soggetti beneficiari è la seguente: "*Secondo la mia esperienza, le opere e le iniziative beneficiare di finanziamento hanno ripercussioni sul turismo di una location e/o sulla promozione del territorio?*". I dettagli dell'indagine sono illustrati nel paragrafo Addizionalità.

Figura 4.13: Impatto turistico delle misure previste dalla Legge n.220/2016 a sostengo del nodo produttivo della filiera cinematografica e audiovisiva

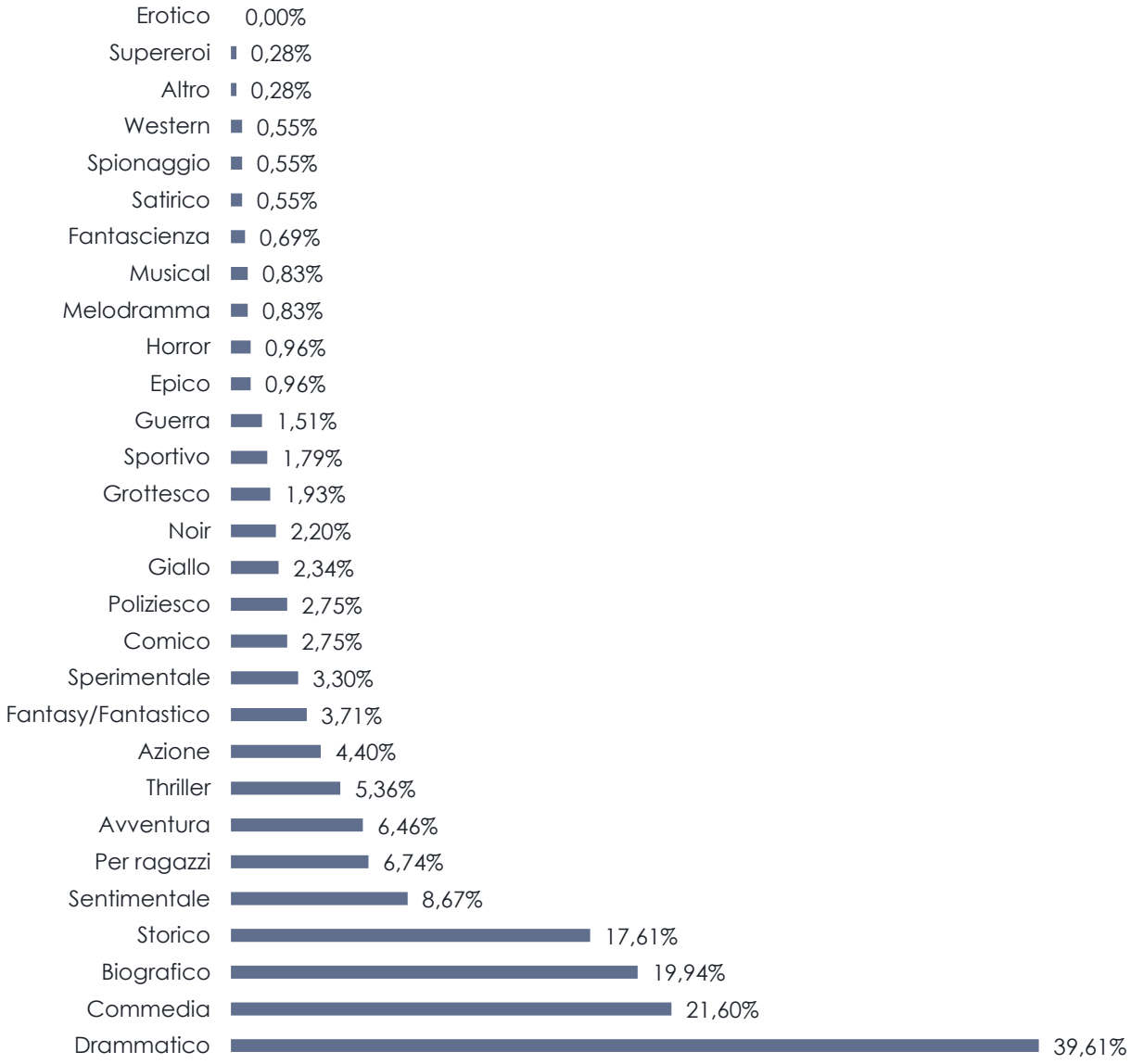


Fonte: Indagine Soggetti Finanziati 2019

4.2.11. Valorizzazione del pluralismo culturale

L'indicatore ***Valorizzazione del pluralismo culturale*** consente di ponderare la capacità delle misure di favorire la varietà di opere (cinematografiche, tv, web, videoludiche) in termini di linguaggio, genere e tipologie di progetti e iniziative.

Figura 4.14: Distribuzione dei generi delle opere che hanno richiesto un finanziamento nel 2019



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

4.2.12. Pubblici e inclusività

Il presente indicatore valuta la capacità delle misure di estendere i pubblici, favorendo la più ampia fruizione del cinema e dell'audiovisivo, nonché un accesso ampio e inclusivo alle opere.

Nello specifico, l'indicatore ***Pubblici è inclusività*** è stato misurato con riferimento alla **circolazione in sala e sui canali domestici delle opere che hanno avuto accesso ai benefici di Legge** in una o più linee di finanziamento. Non sono state prese in considerazione le opere che hanno beneficiato dei contributi automatici, delle linee a sostegno della scrittura di sceneggiature e dello sviluppo e pre-produzione e dei contributi alle opere televisive (nel caso della distribuzione theatrical) e web. Salvo diversa indicazione, inoltre, le opere che hanno ricevuto sostegno attraverso più misure sono state conteggiate al netto delle duplicazioni.

4.2.12.1. *Pubblici della sala*

La capacità delle opere di raggiungere il più ampio pubblico è stata valutata in prima battuta in relazione alla loro presenza nel circuito nazionale delle sale e alla luce dei risultati ottenuti in termini di spesa al botteghino e di numero di spettatori nel 2019.

Figura 4.15: Mercato theatrical 2019. Misure di impatto della distribuzione dei film nel mercato theatrical

RIF. LEGGE 220/2016	LINEA DI FINANZIAMENTO	NUMERO	% SUL TOTALE DELLE OPERE BENEFICIARIE	VALORE SPESA TOTALE	MEDIA DELLA SPESA AL BOTTEGHINO PER LE OPERE DISTRIBUITE	NUMERO DI INGRESSI TOTALE	NUMERO MEDIO DI INGRESSI PER LE OPERE DISTRIBUITE[32]
Art.26	CONTRIBUTI SELETTIVI	20	20,20%	6.165.661 €	308.283 €	963.384	48.169
	PRODUZIONE - DOCUMENTARI E CORTOMETRAGGI	5	14,29	66.218 €	13.244 €	10.347	2069
	PRODUZIONE - LUNGOMETRAGGI DI GIOVANI AUTORI	4	25,00	2.798.039 €	699.510 €	437.194	109.298
	PRODUZIONE - LUNGOMETRAGGI DI PARTICOLARE QUALITÀ ARTISTICA E FILM DIFFICILI CON RISORSE FINANZIARIE MODESTE	4	19,05	1.068.013 €	267.003 €	166.877	41.719
	PRODUZIONE - LUNGOMETRAGGI OPERE PRIME O SECONDE	6	27,27	2.233.361 €	372.227 €	348.963	58.160
	PRODUZIONE - OPERE DI ANIMAZIONE	1	20,00	29 €	29 €	5	5
	PROGETTI SPECIALI	1	3,85%	46.586 €	46.586 €	7.279	7.279
	BANDO "NON VIOLENZA"	1	12,50	46.586 €	46.586 €	7279	7279
	COPRODUZIONI MINORITARIE	-	-	-	-	-	-
Artt.15 - 19 - 20	TAX CREDIT	151	34,32%	50.870.007 €	336.887 €	7.948.439	52.639
	TAX CREDIT INVESTITORI ESTERNI - DEFINITIVA	5	83,33	521.270 €	104.254 €	81.448	16.290
	TAX CREDIT INVESTITORI ESTERNI - DEFINITIVA - PASSAGGIO A NUOVE ALIQUOTE	4	80,00	86.307 €	21.577 €	13.485	3371
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI FILM	70	28,23	31.678.051 €	452.544 €	4.949.696	70.710
	TAX CREDIT PRODUZIONE FILM - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	70	43,48	18.579.724 €	265.425 €	2.903.082	41.473
	TAX CREDIT PRODUZIONE ESECUTIVA DI OPERE STRANIERE	1	6,25	3.685 €	3.685 €	576	576
	TAX CREDIT PRODUZIONE ESECUTIVA DI OPERE STRANIERE - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	1	25,00	970 €	970 €	152	152

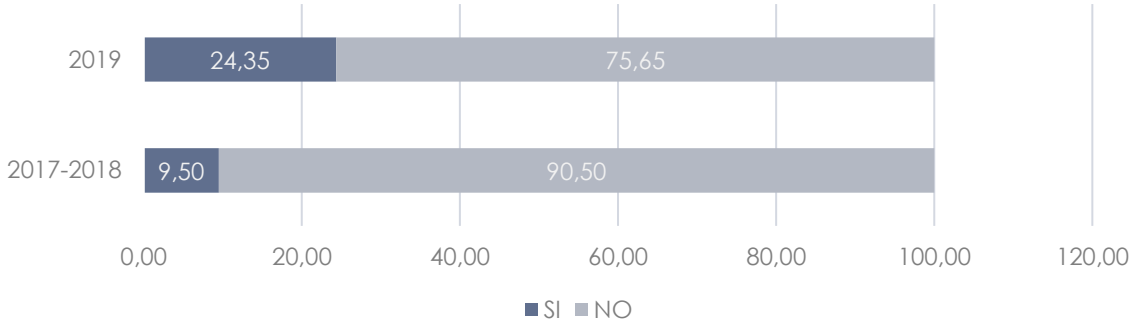
Fonte: DGCol-SIAE. Domande approvate nel 2019

[32] Il numero di ingressi è stato calcolando dividendo il Valore di spesa al botteghino, ovvero le "somme che gli spettatori corrispondono per poter accedere al luogo di spettacolo" (SIAE, Annuario dello Spettacolo, 2018), per il costo medio dell'ingresso, pari nel 2019 a 6,40€.

4.2.12.2. *Pubblici televisivi*

La capacità delle opere che hanno beneficiato degli aiuti di Legge di raggiungere una pluralità di soggetti è stata misurata anche con riguardo ai **passaggi televisivi**. I dati riportati nelle figure e tabelle successive si riferiscono alle sole **prime visioni**, rilevate **al 30/06/2020**, delle opere a cui sono stati riconosciuti uno o più benefici di Legge.

Figura 4.16: Percentuale opere beneficiarie 2017-2018 e 2019 trasmesse in Tv



Fonte: DGCol e Auditel

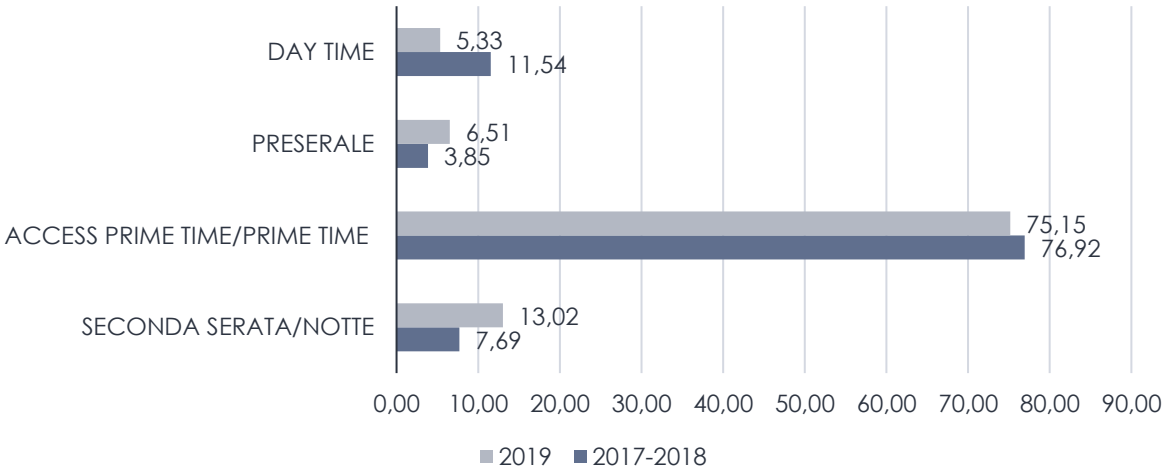
Tabella 4.16: Numero e percentuale delle opere beneficiarie trasmesse in Tv entro il 30/06/2020[33]

RIF. NORM.	LINEA DI FINANZIAMENTO	OPERE PASSATE IN TV	% SUL TOTALE DELLE OPERE
Art. 26	PRODUZIONE - DOCUMENTARI E CORTOMETRAGGI	3	7,50
	PRODUZIONE - LUNGOMETRAGGI DI GIOVANI AUTORI	3	18,75
	PRODUZIONE - LUNGOMETRAGGI DI PARTICOLARE QUALITÀ ARTISTICA E FILM DIFFICILI CON RISORSE FINANZIARIE MODESTE	1	4,76
	PRODUZIONE - LUNGOMETRAGGI OPERE PRIME O SECONDE	3	13,64
	PRODUZIONE - OPERE DI ANIMAZIONE	3	30,00
Artt. 15-19-20	TAX CREDIT INVESTITORI ESTERNI - DEFINITIVA	9	90,00
	TAX CREDIT INVESTITORI ESTERNI - DEFINITIVA - PASSAGGIO A NUOVE ALIQUOTE	5	45,45
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI FILM	45	15,79
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI OPERE TV	44	61,11
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI OPERE TV - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	19	76,00
	TAX CREDIT PRODUZIONE ESECUTIVA DI OPERE STRANIERE	3	10,34
	TAX CREDIT PRODUZIONE ESECUTIVA DI OPERE STRANIERE - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	1	25,00
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI FILM - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	73	37,06
TOTALE COMPLESSIVO		212	

Fonte: DGCol e Auditel

[33] Le opere che hanno ricevuto aiuto su più linee di finanziamento sono state qui considerate al lordo delle duplicazioni.

Figura 4.17: Distribuzione opere beneficiarie per fascia oraria. 2017-2018 vs. 2019



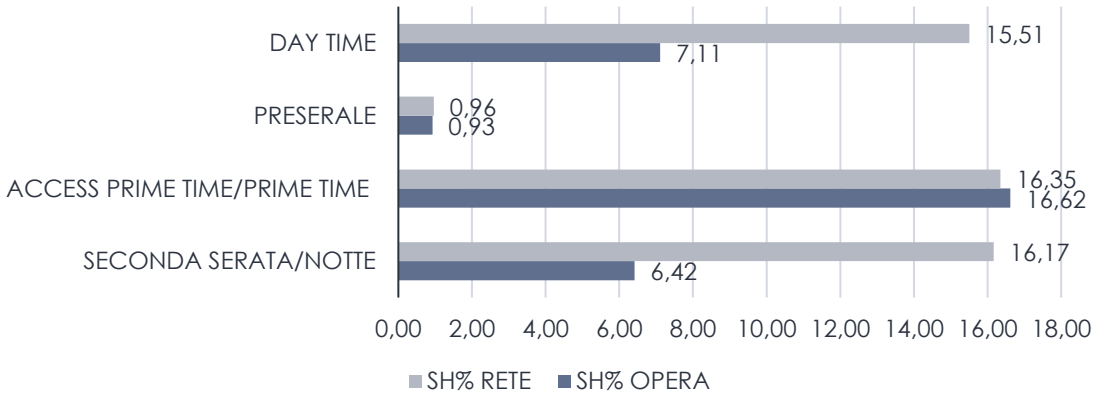
Fonte: DGCol e Auditel

Tabella 4.17: Ascolto medio delle opere beneficiarie

FASCIA ORARIA	FREE TV	PAY TV
DAY TIME	649.750	10.000
PRESERALE	174.167	20.800
ACCESS PRIME TIME/PRIME TIME	4.006.102	110.632
SECONDA SERATA/NOTTE	471.438	50.000
MEDIA	1.325.364	47.858

Fonte: DGCol e Auditel

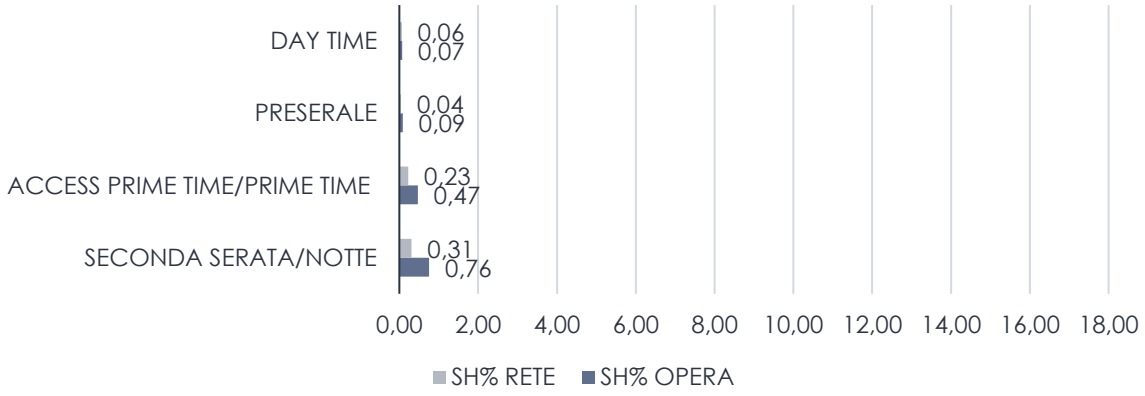
Figura 4.18: Sh% opere vs Sh % rete – Free Tv[34]



Fonte: DGCol e Auditel

[34] Il valore di share del canale (SH % Rete) è stato misurato con riferimento alla fascia oraria e alla stagione televisiva della Prima Tv dell'opera. Nel conteggio della Share media del canale si è, come d'abitudine, eliminata la settimana del Festival di Sanremo. Le opere sono state considerate al lordo del doppio passaggio su FREE TV e PAY TV.

Figura 4.19: Sh% opere vs Sh % rete – Pay Tv[35]



Fonte: DGCol e Auditel

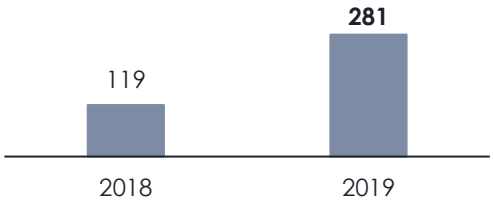
4.3. INDICATORI DI PROCEDIMENTO

4.3.1. Art. 15 – Credito d'imposta per le società di produzione

4.3.1.1. Nazionalità delle coproduzioni

L'indicatore ***Nazionalità delle coproduzioni*** misura lo sviluppo e l'espansione internazionale del mercato delle imprese italiane operanti nel comparto produttivo del settore cinematografico e audiovisivo.

Figura 4.20: Produzioni al 100% italiane nel 2018 e 2019



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

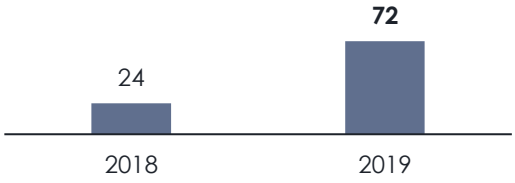
Tabella 4.18: Produzioni al 100% italiane nel 2019 per tipologia e destinazione opera

PRODUZIONI 100% ITALIANE PER TIPOLOGIA E DESTINAZIONE OPERA				
	CINEMA	TV	WEB - SERVIZI MEDIA AUDIOVISIVI SU ALTRI MEZZI	TOTALE
ANIMAZIONE	8	3	1	12
DOCUMENTARIO	75	27	1	103
FINZIONE	140	21	5	166
TOTALE	223	51	7	281

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

[35] Crf. Nota precedente.

Figura 4.21: Coproduzioni maggioritarie nel 2018 e nel 2019



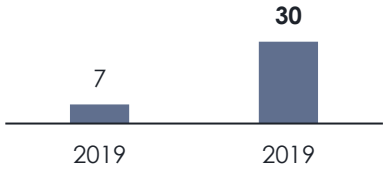
Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 4.19: Coproduzioni maggioritarie nel 2019 per tipologia e destinazione opera

COPRODUZIONI MAGGIORITARIE PER TIPOLOGIA E DESTINAZIONE OPERA			
	CINEMA	TV	TOTALE
ANIMAZIONE		3	3
DOCUMENTARIO	16		16
FINZIONE	53		53
TOTALE	69	3	72

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Figura 4.22: Coproduzioni minoritarie nel 2018 e 2019



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 4.20: Coproduzioni minoritarie nel 2019 per tipologia e destinazione opera

COPRODUZIONI MINORITARIE PER TIPOLOGIA E DESTINAZIONE OPERA				
	CINEMA	TV	WEB - SERVIZI MEDIA AUDIOVISIVI SU ALTRI MEZZI	TOTALE
ANIMAZIONE	2	1	3	6
DOCUMENTARIO	6	1	7	14
FINZIONE	19	1	20	40
TOTALE	27	3	30	60

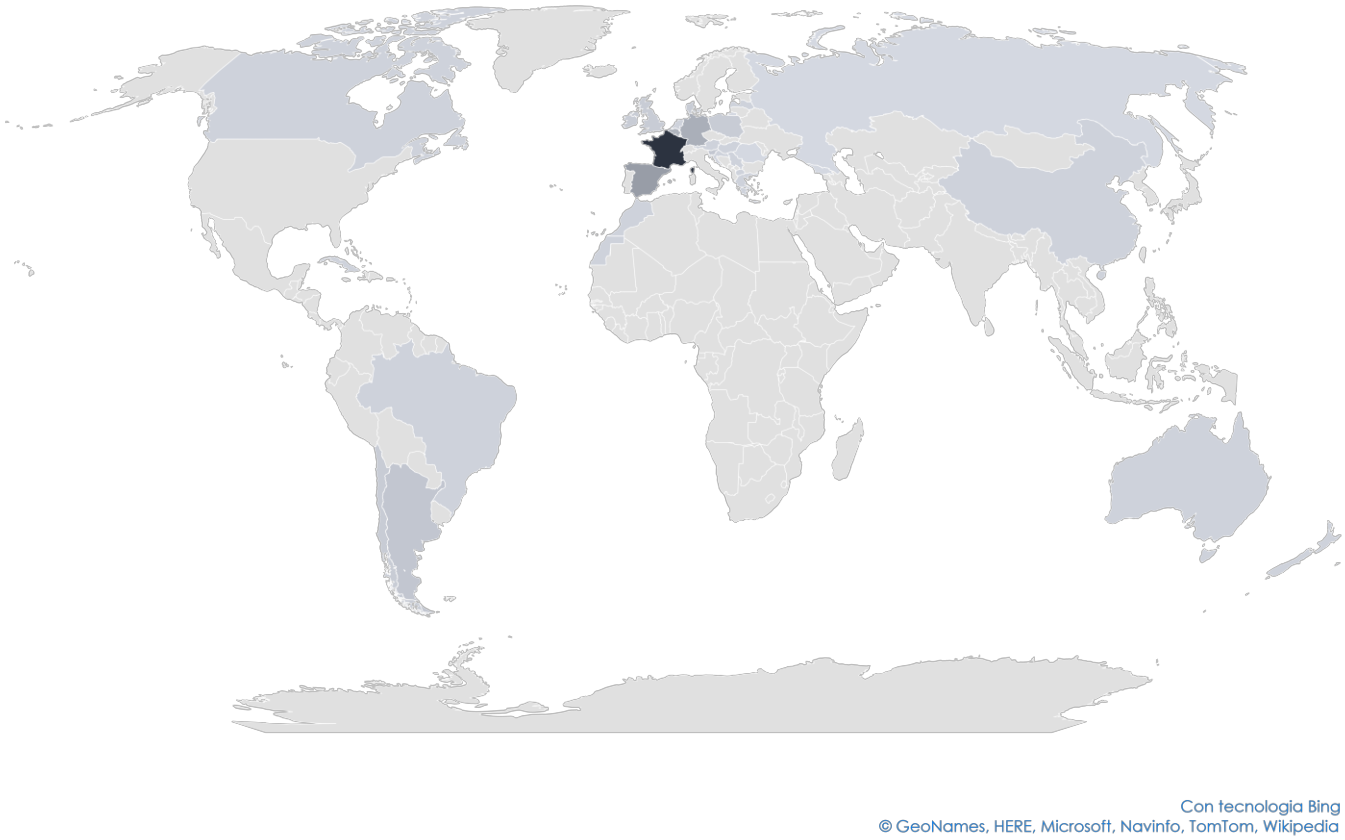
Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 4.21: Coproduzioni paritarie nel 2018 e 2019 per tipologia e destinazione opera

COPRODUZIONI PARITARIE	DESTINAZIONE	TIPOLOGIA OPERA	COPRODUTTORE PARITARIO	NUMERO PROGETTI
2018	CINEMA	DOCUMENTARIO	FRANCIA	1
2019	CINEMA	FINZIONE	CUBA	1
	CINEMA	DOCUMENTARIO	FRANCIA	1

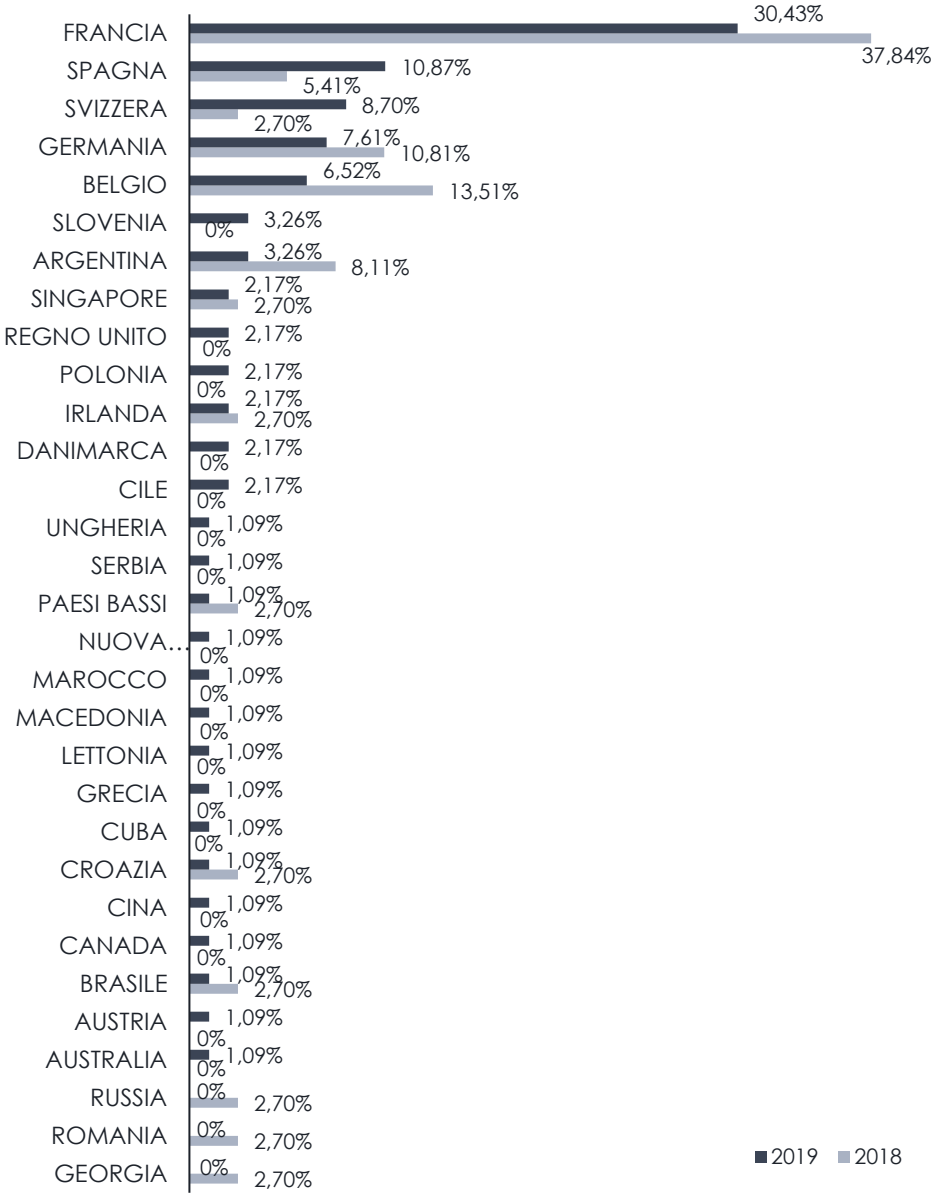
Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Figura 4.23: Distribuzione geografica delle opere per nazionalità dei coproduttori partner nel 2019



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Figura 4.24: Distribuzione % delle opere per nazionalità dei coproduttori partner nel 2018 e 2019



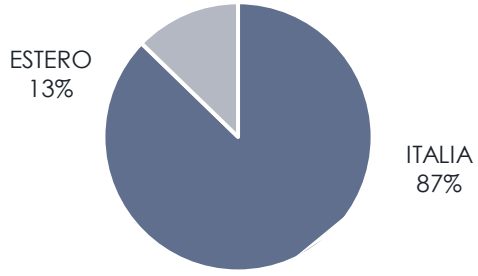
Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

4.3.1.2. Giornate di ripresa

L'indicatore ***Giornate di ripresa*** misura il numero di giorni di riprese effettuate dalle produzioni che accedono al credito d'imposta per le società di produzione.

Tabella 4.22: Numero di giornate di ripresa e lavorazioı

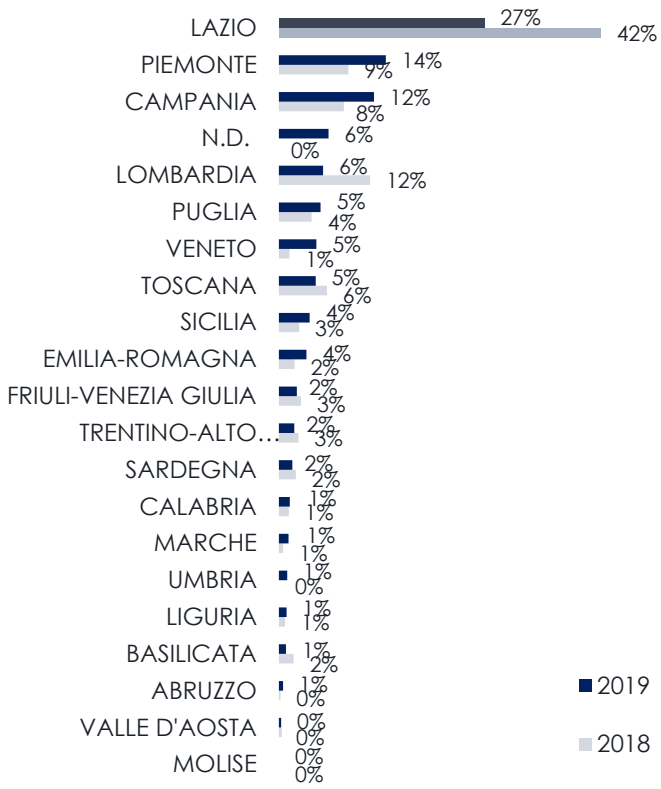
GIORNATE DI RIPRESA E LAVORAZIONE	2019
ITALIA	21.110
ESTERO	3.086
TOTALE	24.196



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Figura 4.25: Distribuzione regionale delle giornate di ripresa e lavorazione nel 2019 e confronto con il 2018





Fonte: DGCol. Do

4.3.1.3. *Coinvolgimento dei Fornitori SMAV*

L'indicatore **Coinvolgimento dei Fornitori SMAV** evidenzia l'impatto nello stimolare il coinvolgimento dei fornitori SMAV.

Tabella 4.23: Numero di progetti beneficiari del tax credit produzione con partecipazione di fornitori SMAV nel 2018 e 2019 per tipologia opera

TIPOLOGIA OPERA	NUMERO DI PROGETTI	
	2018	2019
ANIMAZIONE	3	2
DOCUMENTARIO	19	20
FINZIONE	5	40
TOTALE	27	62

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 4.24: Numero di progetti beneficiari del tax credit produzione con partecipazione di fornitori SMAV nel 2018 e 2019 per destinazione opera

DESTINAZIONE OPERA	NUMERO DI PROGETTI	
	2018	2019
CINEMA	7	52
TV	20	10
TOTALE	27	62

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

4.3.1.4. *Mantenimento dei diritti tra i produttori audiovisivi indipendenti*

L'indicatore ***Mantenimento dei diritti tra i produttori audiovisivi indipendenti*** misura l'impatto sulla conservazione dei diritti.

Tabella 4.25: Mantenimento dei diritti tra i produttori audiovisivi indipendenti nel 2018 e 2019

MANTENIMENTO DEI DIRITTI TRA I PRODUTTORI AUDIOV. INDIPENDENTI	2018	2019
PRODUTTORI INDIPENDENTI ITALANI 100%	68,5%	94%
PRODUTTORI INDIPENDENTI COPRODUZIONI	66,4%	69%

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

4.3.2. Art.19 – Credito d'imposta per l'attrazione degli investimenti cinematografici e audiovisivi in Italia

4.3.2.1. *Domande per anno e nazionalità del progetto*

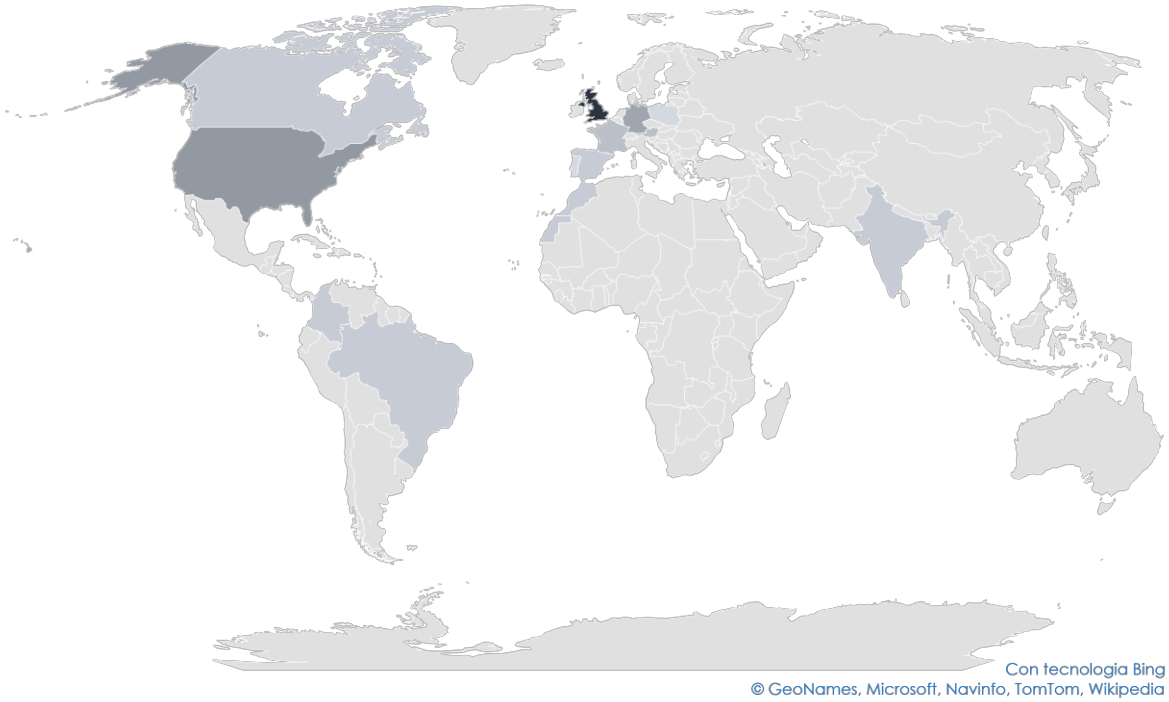
L'indicatore ***Domande per anno e nazionalità del progetto*** mostra quali mercati internazionali sono attratti in Italia dal credito d'imposta.

Tabella 4.26: Numero di opere prodotte in Italia da produttori di nazionalità straniera nel 2018 e 2019

ANNO	NUMERO PROGETTI
2018	28
2019	32

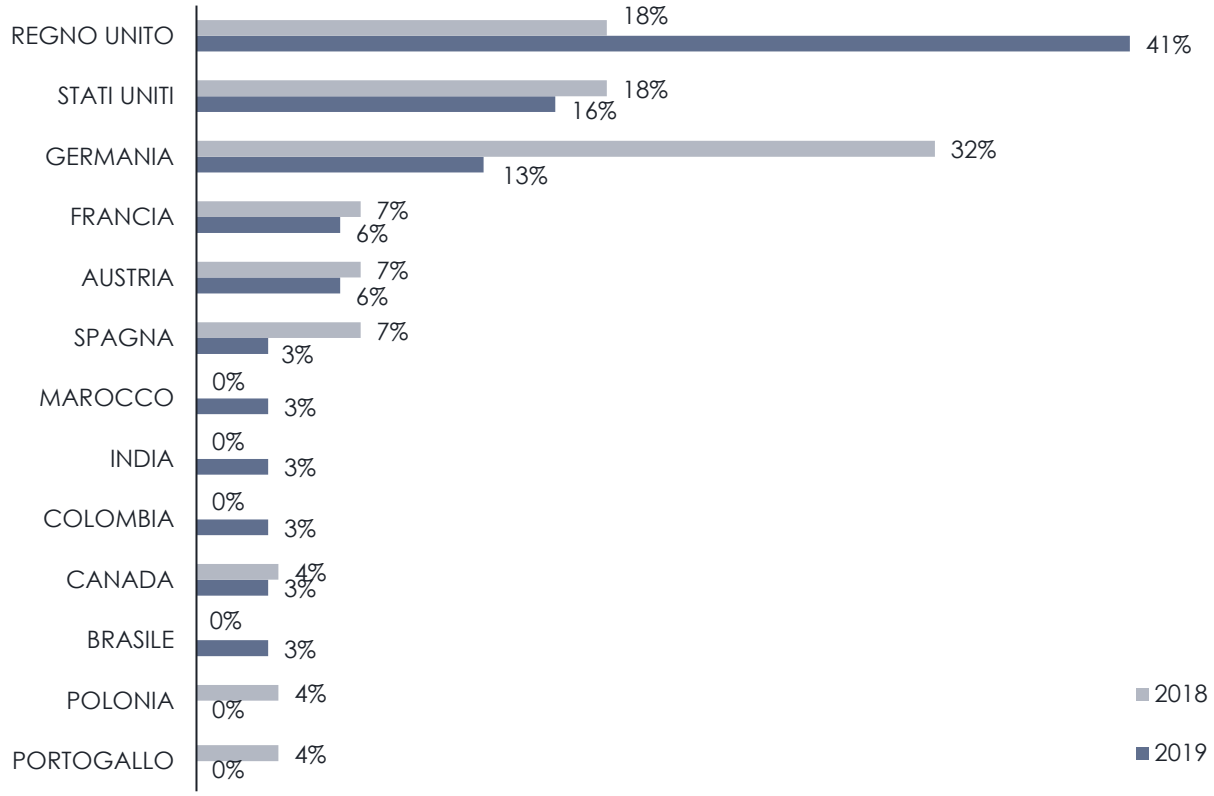
Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Figura 4.26: Distribuzione dei produttori di nazionalità straniera nel 2019 per nazione di appartenenza



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Figura 4.27: Distribuzione % del numero di produttori di nazionalità straniera per nazione di provenienza nel 2019



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

4.3.2.2. *Giornate di lavorazione complessive per regione*

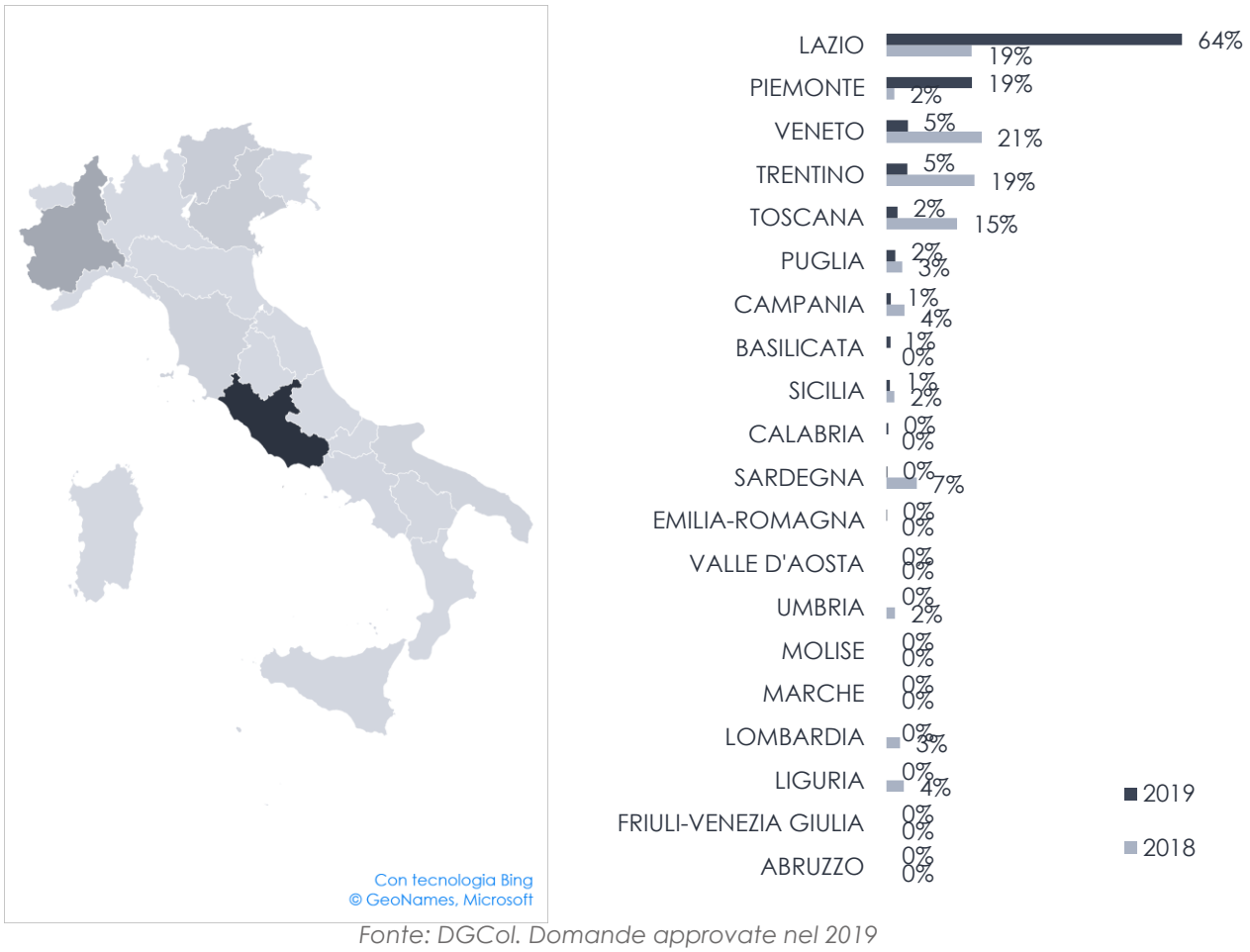
L'indicatore ***Giornate di lavorazione complessive per regione*** misura l'impatto regionale in termini di numero di giorni di lavorazione effettuate dalle produzioni estere che accedono al credito d'imposta.

Tabella 4.27: Numero di giornate di ripresa e lavorazione realizzate in Italia e all'estero nel 2019 dai produttori di nazionalità straniera

GIORNATE DI RIPRESE	2018	2019
ITALIA	636	1.309
ESTERO	767	14.400
TOTALE	1.403	15.709

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Figura 4.28: Distribuzione regionale delle giornate di ripresa e lavorazione nel 2019 dei produttori di nazionalità stranieri e confronto con il 2018



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

4.3.3. Art.20 – Credito d'imposta per le società non appartenenti al settore cinematografico e audiovisivo

4.3.3.1. Investimenti annui totali provenienti da settori esterni

L'indicatore ***Investimenti annui totali provenienti da settore esterni*** mostra l'efficacia del credito d'imposta nell'aumentare gli investimenti privati.

Tabella 4.28: Investimento annuo attivato dalle imprese esterne al settore nel 2019 per linea di finanziamento

PROCEDIMENTO	INVESTIMENTO IMPRESE ESTERNE AL SETTORE
TAX CREDIT INVESTITORI ESTERNI - DEFINITIVA	3.805.000,00 €
TAX CREDIT INVESTITORI ESTERNI - DEFINITIVA - PASSAGGIO A NUOVE ALIQUOTE	2.769.375,00 €
TOTALE	6.574.375,00 €

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

4.3.3.2. *Importo medio del totale investito da ciascuna impresa*

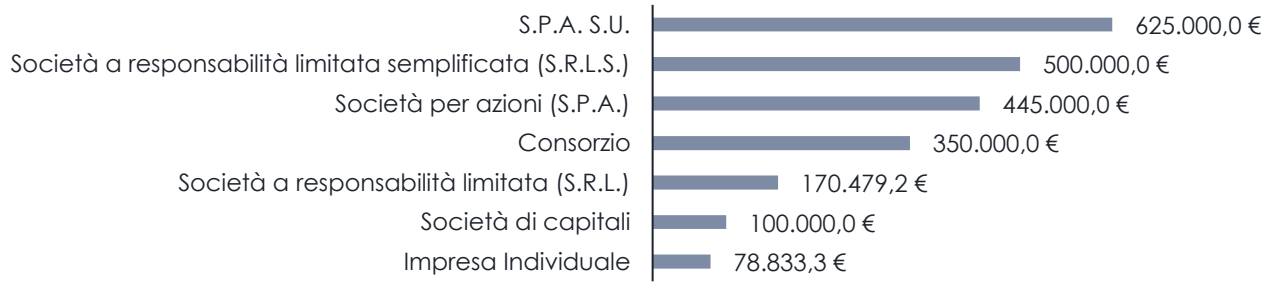
L'indicatore ***Importo medio del totale investito da ciascuna impresa*** mostra l'efficacia del credito d'imposta nella raccolta degli investimenti privati.

Tabella 4.29: Importo medio investito dalle imprese esterne al settore nel 2019

IMPORTO MEDIO INVESTITO	313.065,48 €

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Figura 4.29: Importo medio investito dalle imprese esterne al settore nel 2019 per natura giuridica



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

4.3.3.3. *Numero di investimenti effettuati per i quali si ha diritto a un'aliquota più elevata*

L'indicatore ***Numero di investimenti effettuati per i quali si ha diritto a un'aliquota più elevata*** evidenzia gli investimenti che ottengono il sostegno selettivo previsto all'art.26 della Legge 220/2016.

Tabella 4.30: Numero di imprese esterne al settore che hanno investito nel 2019 per tipologia di aliquota

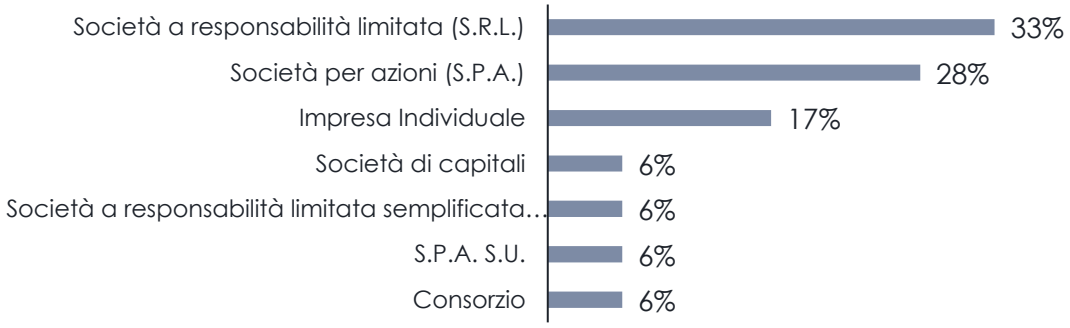
ALIQUOTA	NUMERO DI INVESTIMENTI	NUMERO DI IMPRESE
30%	19	17
40%	2	1
TOTALE	21	18

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

4.3.3.4. *Tipologia di società che effettuano investimenti*

L'indicatore ***Tipologie di società che effettuano investimenti*** mostra l'efficacia del credito d'imposta nell'ampliare la gamma di imprese che investono nel settore.

Figura 4.30: Imprese esterne al settore che hanno effettuato investimenti nel 2019 per natura giuridica



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

5. DISTRIBUZIONE

Essenziale per la promozione e la diffusione delle opere presso il grande pubblico, il sistema distributivo italiano presenta **il maggior grado di concentrazione di imprese** di tutto il settore audiovisivo e cinematografico, per il consolidato presidio di pochi gruppi a integrazione verticale – nazionali ed esteri - con le attività delle proprie società di produzione. A fronte delle nuove opportunità offerte, in un tempo relativamente recente, dalla pluralità dei canali di veicolazione e commercializzazione via tv e web e delle connesse modalità di fruizione, l'apertura **degli accessi al mercato, anche attraverso l'attività di nuovi operatori indipendenti**, rientra fra gli obiettivi di sviluppo dell'audiovisivo con cui è stata concepita e varata la Legge n. 220/2016. In questa ottica si riconduce, inoltre, la difficile ricerca di strumenti per dare impulso a una **presenza sui circuiti internazionali delle opere italiane** storicamente circoscritta.

Coerentemente con quanto realizzato nel precedente fascicolo, l'analisi di impatto del settore **Distribuzione** prende in considerazione le domande **giunte ad approvazione** nel corso dell'**anno solare 2019**. L'anno di competenza di tali domande è compreso fra il 2017 e il 2019. L'analisi di impatto fa riferimento, inoltre, ai dati registrati nella piattaforma DGCol e alle ricerche sviluppate *ad hoc* per gli indicatori Addizionalità, Turismo, Pubblici e inclusività, Parità di genere e diversità, Progetti distribuiti a livello nazionale e internazionale e Performance sui diversi mercati. Il raffronto con i dati della precedente Valutazione d'impatto 2017-2018 coinvolge solo alcuni indicatori e alcune misure di finanziamento, ossia quelle le cui delibere di approvazione siano state chiuse entro il 2018 per l'anno di competenza 2017-2018 ed entro il 2019 per l'anno di competenza 2019.

Si segnala, infine, che, anche in questo capitolo, non sono stati considerati i dati relativi ai **contributi automatici** in quanto, sebbene siano state deliberate delle approvazioni nel 2019 (Cfr. Capitolo 1, paragrafo 1.3.2.3) le tempistiche connesse alla richiesta del reinvestimento non consentono di individuare un impatto nell'anno di riferimento. Pertanto, ai fini della presente Valutazione, vengono presentati esclusivamente i dati connessi al numero di approvazioni effettuate.

EXECUTIVE SUMMARY

- Nell'analisi del settore sono state comprese **le seguenti misure**: *Credito d'imposta per la distribuzione internazionale*, *Credito d'imposta per la distribuzione nazionale*, *Credito d'imposta per la distribuzione nazionale nuove aliquote*, *Contributi selettivi per la distribuzione nazionale*, *Contributi selettivi per progetti di distribuzione estera*.
- Per quanto concerne i **Crediti d'imposta** si è rilevato l'atteso progresso delle richieste di compensazioni fiscali rispetto all'ancora ristretto utilizzo del 2018, **primo anno di effettiva istituzione per il Tax Credit distribuzione internazionale di opere audiovisive** e di **piena operatività per il Tax Credit nazionale di film**, dopo una serie di modificazioni normative (d'intesa con il MEF) del periodo precedente.
- In merito ai **Contributi selettivi** ha ripreso corso l'operatività della linea per la **distribuzione nazionale di film,** condizionata nel 2018 dal tempo utile oggettivamente ristretto per la presentazione delle richieste da parte degli operatori, in seguito alle modifiche apportate con i successivi Decreti attuativi della Legge (in particolare, accesso ai soli distributori indipendenti e ancoraggio ai vincoli di bilanciamento di genere per i progetti proposti).
- La linea di finanziamento per la **distribuzione internazionale di film** registra invece il completamento dei procedimenti attinenti due supporti attivi nel 2017, con le delibere di approvazione approdate – in conseguenza di alcune proroghe – all'aprile 2019: **Progetti di distribuzione cinematografica estera** e **Progetti di commercializzazione estera.** Alla limitata richiesta di sostegno ha fatto riscontro in fase di consuntivo un ristretto numero di ammissioni, ulteriormente ridotto dalla mancanza di concessioni nel caso della seconda tipologia.
- All'incentivazione per la diffusione all'estero della produzione nazionale contribuisce viceversa, dal 2018, la linea d'intervento **Gestione Fondi Cinema-Internazionalizzazione** affidata dal MIBACT (in conformità all'articolo 10 "Funzioni statali" della Legge istitutiva del Fondo per lo sviluppo degli investimenti nel cinema e nell'audiovisivo) all'Istituto Luce Cinecittà e Anica.
- Nel 2019 risultano approvate **254 domande** relative a **10.466.844,70 € di finanziamento.** con un **aumento esponenziale (+272,31%) rispetto al periodo precedent**e, comprendente oltre il 2018 la parte di 2017, nel corso della quale erano già state deliberate le contribuzioni di alcune misure.
- Le risultanze delle analisi sono presentate anche in una prospettiva specifica del mercato distributivo, tendendo a raffrontare l'impatto del Credito d'imposta e dei Contributi selettivi rispetto ai **mercati di destinazione nazionali piuttosto che internazionali**, mostrando la netta prevalenza dei progetti di distribuzione rivolti alla diffusione interna.

MISURE E STATO DI ATTUAZIONE

- Il progressivo sviluppo del sostegno al cinema e all'audiovisivo viene espresso principalmente nel confronto fra il 2019 e il 2018. A parità di linee d'intervento, **le istanze ammesse alle incentivazioni fiscali e alle contribuzioni selettive** mostrano un **aumento costante nel passaggio dal 2017, al 2018 e infine al 2019.**
- L'entità dell'impatto nel comparto distributivo si rivelerebbe più marcato qualora si facessero rientrare nel computo gli apporti dei **Contributi automatici**, con 189 approvazioni sulle 202 richieste avanzate, per un **importo stimato in oltre 9 MLN di €**. La loro considerazione permetterebbe anche di vedere in parte attenuati gli squilibri di impatto fra le misure previste per il mercato nazionale e quelle destinate a una maggiore penetrazione nei circuiti di diffusione all'estero.

INDICATORI DI FILIERA

GRADO DI UTILIZZO DELLE MISURE A LIVELLO DI SETTORE

Dai dati relativi alle linee d'intervento, che indicano in 55 il numero delle società italiane beneficiarie e in 144 le opere sostenute, emergono sostanzialmente due elementi:

- il primo è riscontrabile nel ricorso alle misure di sostegno da parte degli operatori del comparto distributivo si dimostra una **scelta in via preferenziale**

delle compensazioni degli oneri fiscali rispetto alle contribuzioni selettive. Le percentuali di attribuzione fra i due strumenti di supporto appaiono eloquenti e sono riflesse dai divari crescenti relativi alle opere sostenute, alle società beneficiarie e soprattutto **in termini di assegnazione di risorse**: 9.074.577,83€ (97,03%) contro 277.908,03€ (2,97%) per un **rapporto proporzionale di 35:1**;

- il secondo fattore – con ordini di grandezza analoghi - attiene agli ambiti di destinazione degli aiuti, nella ripartizione fra **mercato nazionale** e **mercati internazionali**: **9.404.069,80 € (97,13%)** rispetto a **277.908,03 € (2,87%).**

TASSO MEDIO E IMPORTO DEL SOSTEGNO PER PROGETTO

- I dati consentono di rilevare come il supporto dell'azione pubblica possa affiancare l'iniziativa delle imprese del comparto anche su più progetti o su più mercati. In media ai 55 operatori della distribuzione vengono riconosciuti **3,12 sostegni a** testa in favore di **2,62 opere**, che in termini economici corrispondono ad apporti economici mediamente superiori a **176.000 €** e di oltre **67.000 € per titolo**.

UTILIZZO PER TIPOLOGIA DI RICHIEDENTE

- Tutto l'apparato imprenditoriale del comparto distributivo è costituito da **Società di capitali** e non da Società di persone, come invece si riscontra in altri ambiti del settore audiovisivo e cinematografico. È la tipologia stessa di attività che conduce a operare sotto questa veste legale: i soggetti sono dotati di un proprio autonomo capitale sociale, senza alcuna commistione con i patrimoni personali.
- La maggioranza è costituita da **35 Società a responsabilità limitata (S.R.L.)** che rappresentano il **63,64%** del totale, mentre a **7 Società per azioni (S.p.A.**) e **2 S.p.A. a socio unico** corrisponde poco più del 15%. Queste ultime nove imprese, comprensive di filiali di gruppi esteri, **assommano oltre il 65% delle risorse**.

ESTENSIONE TERRITORIALE DELL'UTILIZZO

- Strettamente collegate all'attività di produzione, anche le imprese di distribuzione hanno il proprio centro di gravità a **Roma** dove si colloca il **56,37% delle società beneficiarie,** con il 67,34% delle opere sostenute, il 70,34% delle domande approvate **e** il 77,43% della raccolta di risorse.
- Al secondo posto per rilevanza si conferma la **Lombardia**, rappresentata da **Milano,** con il **12,73%** delle imprese e il 17,18% di contribuzioni. Soltanto **altre otto regioni - cinque del Nord Italia, una del Centro e due del Sud - contano la presenza di 17 imprese** impegnate nella distribuzione di opere cinematografiche, dividendo il restante 5,39% del monte sostegni.

ADDIZIONALITA'

- L'indicatore valuta la capacità della Legge di **stimolare la realizzazione di opere e/o progetti audiovisivi e cinematografici originali**, che in assenza di risorse pubbliche non si sarebbero concretizzati. Nello specifico, il **57,69% dei soggetti beneficiari** di misure a sostegno del **nodo distributivo** della filiera cinematografica e audiovisiva ha affermato che **non avrebbe realizzato le attività e/o i progetti oggetto di contributo in assenza delle agevolazioni previste dalla Legge n. 220/2016**, con una quota percentuale inferiore comunque a quella ricavata dal totale dei rispondenti al questionario (il 70,71% di tutti i beneficiari ha riposto "No" alla domanda di ricerca).
- Osservando la distribuzione dell'Addizionalità per tipologia di attività economica prevalente del soggetto beneficiario, si evince inoltre che, nel corso del 2019, le misure a sostegno del comparto distributivo hanno avuto un effetto maggiormente incentivante per le **Imprese di produzione cinematografica e audiovisiva europee**, per le quali l'indicatore Addizionalità è pari al **72,72%** (16 soggetti sui 22 che hanno risposto "No" alla domanda di ricerca).
- Avrebbero invece comunque portato avanti il proprio progetto di distribuzione il

Distributore internazionale e il Distributore non europeo.

NUMERO DI SINGOLE IMPRESE CHE PRESENTANO DOMANDA

- Sul ristretto gruppo di 66 soggetti che hanno presentato domanda di finanziamento (a fronte dei 465 e 749 richiedenti dei rispettivi comparti di produzione e dell'esercizio) **le imprese di distribuzione che contano su un unico sostegno costituiscono la maggioranza – 29 contro 26 - delle 55 società beneficiarie**.
- Appartenenti a tutte le categorie di natura legale, hanno sede in otto regioni, e in particolare va intestato un solo procedimento a tutte le quattro case di distribuzione attive in Campania e le due con sede in Piemonte.

NUMERO DI IMPRESE CHE RICEVONO FINANZIAMENTI MULTIPLI

- La media di domande approvate per i **26 operatori** che hanno avanzato istanze multiple è di **5,50 accettazioni a testa**. Il valore è influenzato principalmente dal numero di assegnazioni raccolte da soli **cinque soggetti: 77 per una quota pari al 44,77% del totale**.
- È rivolta esclusivamente all'estero l'attività dell'azienda con **il maggior numero di finanziamenti: 27 sostegni** (13 Tax Credit e 14 Selettivi) tutti riconosciuti **sulle linee d'intervento per la diffusione internazionale delle opere**.

PARITA' DI GENERE E DIVERSITA'

- Permane un **significativo gap nella composizione di genere** delle iniziative che hanno beneficiato degli aiuti per la distribuzione (Credito di imposta e Contributi selettivi): **la quota di opere a direzione prevalentemente femminile è pari al 12,59%.**
- Considerando l'insieme delle registe e dei registi dei film e delle opere audiovisive beneficiarie di aiuti per la distribuzione, emerge un **migliore bilanciamento di genere nelle opere audiovisive**, il 20% delle quali coinvolge almeno una donna in qualità di regista; **il gap maggiore si riscontra viceversa nelle opere filmiche che hanno ottenuto il Credito di imposta per la distribuzione nazionale con le nuove aliquote** (il 92% dei registi di tali opere è maschio).
- **La capacità dei Contributi selettivi di incidere sulla figura del regista resta limitata**: fra le opere che hanno beneficiato di tale misura **solo il 12,91% riguarda film a direzione femminile**. Si rileva una **migliore efficacia** delle misure a favore del bilanciamento di genere in relazione alla **figura dello sceneggiatore**: con riferimento alle opere qui analizzate, il 20,62% vede almeno una donna fra gli sceneggiatori; l'incidenza femminile appare anche in questo caso più consistente nelle opere audiovisive (34% degli sceneggiatori donne) e nelle opere beneficiarie dei Contributi selettivi per la distribuzione all'estero (28,95%).
- La capacità delle misure a sostegno della distribuzione di **favorire le opere degli autori giovani risulta ancora bassa**: il 10,12% del totale; la larga parte degli autori delle opere che hanno beneficiato degli aiuti per la distribuzione sono 35-60enni (69,62%). Questo sbilanciamento si rileva con analoga incidenza fra autori e autrici.
- **Molto bassa** è anche la capacità di sostenere le opere di **registe e di registi** che risiedono in Italia ma **non hanno la nazionalità italiana:** si tratta del **3,57%** delle opere finanziate.

COSTITUZIONE E RAFFORZAMENTO DELLE IMPRESE

- La struttura imprenditoriale è attraversata dal processo di evoluzione in corso per lo sviluppo delle modalità di consumo e dell'offerta di mercato. L'età anagrafica delle 55 aziende beneficiarie rileva da un lato la presenza di **tre imprese attive da oltre 50 anni** (una delle quali da oltre 90), **dieci dagli anni Ottanta e Novanta e** dall'altro l'operatività di **42 società costituite negli anni Duemila, 37 delle quali (pari al 67,27% del totale) fondate nei soli ultimi 15 anni.**

TURISMO

- Dall'analisi delle rilevazioni tramite il questionario ai soggetti beneficiari, emerge che il **91,88%** dei soggetti **ritiene che le opere beneficiarie abbiano prodotto ripercussioni sul turismo di una location e/o sulla promozione del territorio**.

Tale dato è stato ottenuto sommando le percentuali di coloro che si dichiarano "Completamente d'accordo" (43,24%) e "Abbastanza d'accordo" (48,64%) con l'affermazione in oggetto. Si tratta, come è evidente, di percentuali molto alte, che fanno riflettere sul potenziale di incentivatore turistico all'immagine delle location.

VALORIZZAZIONE DEL PLURALISMO CULTURALE

- La distribuzione per tipologia delle opere cinematografiche rispecchia le componenti di tutta la produzione audiovisiva.
- Il catalogo per genere dei titoli sostenuti e immessi sul mercato afferma nuovamente la **prevalenza** dell'offerta al pubblico di **commedie** (60) e **film di contenuto drammatico** (34) con un'incidenza su tutto il repertorio **pari al 65,73%**.
- In merito all'assetto realizzativo si riscontrano **60 titoli in qualità di opera prima o seconda, 11 a firma di giovani autori e 42 produzioni con scarse risorse finanziarie.**
- Nell'area del **Credito d'imposta** fra i 107 titoli destinati al mercato domestico si riscontrano 90 opere di Finzione (fra cui un cortometraggio), 7 Film, 9 Documentari e 1 lungometraggio d'animazione, tutti d'ambito cinematografico, mentre fra i 15 sostenuti per la diffusione internazionale sono 12 le opere di Finzione e 3 i documentari, uno dei quali - in quanto destinato ai circuiti televisivi europei - rientra nella sfera della produzione propriamente audiovisiva.
- Sulle linee dedicate alla **contribuzione selettiva** figurano per la distribuzione nazionale 20 opere di finzione (compreso l'unico cortometraggio di tutto il comparto), 4 documentari e 1 lungometraggio d'animazione, sul fronte internazionale invece le opere di finzione sono 16 contro 7 Film e 2 Documentari.

PUBBLICI E INCLUSIVITA'

In base ai dati SIAE, il novero di titoli beneficiari che, nell'anno di competenza, è stato immesso sul mercato ha raccolto **riscontri di pubblico molto limitati** rispetto a quanto viene registrano nella media di tutti i progetti posti in distribuzione. La raccolta di poco più di 2.500 ingressi appare da ricondurre al fatto che la **prima data di uscita risale per buona parte delle opere al 2018 e per alcuni anche a periodi antecedenti**.

INDICATORI DI PROCEDIMENTO

Art. 16 – CREDITO DI IMPOSTA PER LE SOCIETA' DI DISTRIBUZIONE

PROGETTI DISTRIBUITI A LIVELLO NAZIONALE E INTERNAZIONALE E PAESI NEI QUALI AVVIENE LA DISTRIBUZIONE

- I progetti sostenuti nel 2019 tramite il Credito d'imposta sono 122, dei quali **107 (87,70%)** per la linea **Tax Credit distribuzione nazionale di film** (comprensivi di 34 procedimenti per il Passaggio nuove aliquote) e **15 (12,30%)** per il **Tax Credit distribuzione internazionale di opere audiovisive**.
- I titoli realizzati da singole società sono 87 e le coproduzioni 21**: 3 nazionali e 18 internazionali**, 14 delle quali maggioritarie (compresa l'unica destinata alla distribuzione oltre confine) e 4 con una partecipazione minoritaria degli operatori italiani.
- Sul territorio italiano sono state diffuse 74 opere, pari al 69,15% dei progetti sostenuti sulle linee del Credito d'imposta nazionale, e soltanto 3 sono state programmate in tutte le 20 regioni, mentre altre 2 sono uscite nelle sale di 19.
- **La regione con il maggior numero di titoli unici proiettati** nel proprio circuito dell'esercizio è la **Lombardia** con 49 opere, seguita da Lazio (43), Piemonte (40), Emilia Romagna (38) e Veneto (37). Alla soglia inferiore di 7 uscite si situano Molise e Valle d'Aosta. Le 15 opere destinate al mercato internazionale, nel periodo 2017 - 2019, hanno da parte loro sommato 73 programmazioni all'estero toccando 26 Paesi europei - 23 dei quali appartenenti all'Unione Europea - con una media di 4,86 proiezioni in ciascun Stato.
- Rispetto alle tradizionali aree di diffusione della cinematografia italiana, la mappa della distribuzione delle opere sostenute con il Tax Credit internazionale mostra **l'approdo a nuove frontiere, in particolare dell'Europa dell'Est**, con 36 uscite in otto

nazioni differenti che vedono **primeggiare la Russia** (primo mercato in assoluto con la programmazione di sette opere) **seguita da Repubblica Ceca** (sei uscite) **Estonia e Slovacchia** (cinque proiezioni, al pari della **Spagna**).

IMPATTO SUI TASSI DI USCITA NELLE SALE E SULLE SPESE P&A

- L'impatto sui **tassi di uscita** delle opere finanziate in regime di Tax Credit, limitato alla stagione 2019, espone una **quota pari al 37,87% relativa alla distribuzione complessiva di titoli nazionali** nelle sale del circuito dell'esercizio **e una quota del 5,25% in termini di ingressi**.
- L'impatto del Credito d'imposta sulle **spese P&A** per sostenere la diffusione delle opere sul mercato fa riferimento in via primaria alle **voci di costo cosiddette eleggibili,** tipiche dell'attività di distribuzione e riconducibili a quattro principali capitoli di spesa: acquisizione di spazi pubblicitari; acquisto di materiali promozionali e di marketing; oneri per l'attività di ufficio stampa e promozione; costi per edizione e realizzazione delle copie delle opere.
- In rapporto all'ammontare del **costo eleggibile a progetto di 460.393,06 €**, l'importo **del credito spettante, pari in media a 74.381,79 €,** esprime un'**incidenza del 16,15%.** La quota appare in gran parte determinata dalla **linea per la distribuzione nazionale** (su cui convergono 73 delle 122 domande complessive), dove **l'impatto si attesta al 20,50%,** contro il 30,00% riscontrabile per la distribuzione internazionale (15 soli procedimenti e del valore unitario di 30 volte inferiore) e l'8,71% nell'ambito del Passaggio nuove aliquote.
- L'analisi dei dati espone anche la **progressività del Credito d'imposta** in ragione delle condizionalità indirizzate a promuovere la distribuzione nazionale di determinati progetti. In merito, ad esempio, a opere prime o seconde, di giovani autori, di film "difficili" o di particolare qualità artistica, realizzati con scarse risorse finanziarie, a documentari, cortometraggi e film d'animazione o con budget inferiori a 2.500.00 €. In coerenza con la funzionalità del *reference system* adottato, l'ordine di grandezza dei costi eleggibili medi risulta inversamente proporzionale a quello delle aliquote applicate. **L'impatto medio del credito spettante con l'aliquota del 15% corrisponde al 7,83%, con quella al 20% si attesta al 12,79%, con la soglia al 30% sale al 23,70% e con l'ultimo livello del 40% raggiunge il 32,30%.**

PERFORMANCE SUI DIVERSI MERCATI

- In termini di pubblico le 74 opere sostenute con il **Credito d'imposta distribuzione nazionale** e diffuse nelle sale hanno ottenuto il riscontro di **1.108.805 ingressi**, con una **media complessiva di 14.983 spettatori**. In massima parte (99,49%) il risultato è legato ai 53 titoli della linea Tax Credit nazionale di film (il dato medio è di 20.815 ingressi), dal momento che i 21 titoli relativi al Passaggio a nuove aliquote hanno contribuito con sole 5.605 presenze.
- Sul piano della diffusione regionale le rilevazioni attribuiscono la **performance migliore alla Lombardia** con 201.841 ingressi, davanti al Lazio con 157.527. Da soli i due territori rappresentano il 32,41% del pubblico totale e la quota sale al 63,08% se si comprendono gli spettatori delle altre quattro regioni con l'affluenza più alta: Emilia Romagna con 101.784, Toscana con 83.761, Piemonte 77.767 e Veneto 76.783. Le quote minime di spettatori sono relative a Molise (2.525) e Valle d'Aosta (2.664).
- Oltre frontiera 13 dei 15 titoli sostenuti con il **Tax Credit distribuzione internazionale** di opere audiovisive hanno raccolto con 73 programmazioni complessive (13 nel 2017, 29 nel 2018 e 31 nel 2019) un pubblico valutato - in base alle rilevazioni della banca dati Lumière dell'European Audiovisual Observatory – in **460.814 unità** (**in media 35.547 per opera e 6.312 a uscita**).
  Il responso migliore al botteghino è riferito alla Russia, con un'affluenza di 163.772, pari al 35,54% del totale (un film ha raccolto da solo 98.360 spettatori). Diverso l'ordine di grandezza delle platee registrate nelle altre nazioni a più ampia partecipazione: 54.432 per la Turchia, 48.011 per la Francia e 40.912 per la Polonia.

UTILIZZO DA PARTE DI PRODUTTORI INDIPENDENTI

- L'apertura degli accessi al mercato distributivo, anche attraverso l'ingresso di nuovi soggetti, è uno dei principali obiettivi della Legge n. 220/2016, che identifica, in via primaria nel produttore cinematografico e/o audiovisivo indipendente e nel distributore italiano o europeo indipendente, le figure di operatori che agendo in autonomia diffondono opere realizzate senza il concorso (anche finanziario) di altre società. A supporto della loro attività è così legata parte delle condizionalità funzionali per l'ammissione alle misure di sostegno.
- La rilevazione riferita alle **122 domande** di sostegno approvate nel 2019 mostra che il **41,80% delle istanze approvate** per la gran parte nell'area della distribuzione nazionale **risale ai produttori indipendenti contro il 32,79% dei non indipendenti**, mentre al **distributore italiano o europeo indipendente fa capo il 10,65%** dei procedimenti concentrati nell'ambito, decisamente più ristretto, del Tax Credit internazionale.
- L'analisi relativa alle **41 società beneficiarie** (al netto di duplicazioni e domande multiple) indica che nella platea di operatori **le figure del produttore indipendente e del distributore indipendente rivestono** rispettivamente **la quota maggioritaria del 58,53**% e la seconda in ordine di grandezza pari al **24,39%,** mentre l'impresa di produzione **non indipendente,** con due sole posizioni ricoperte, **resta circoscritta al 4,88%**.

5.1. MISURE E STATO DI ATTUAZIONE

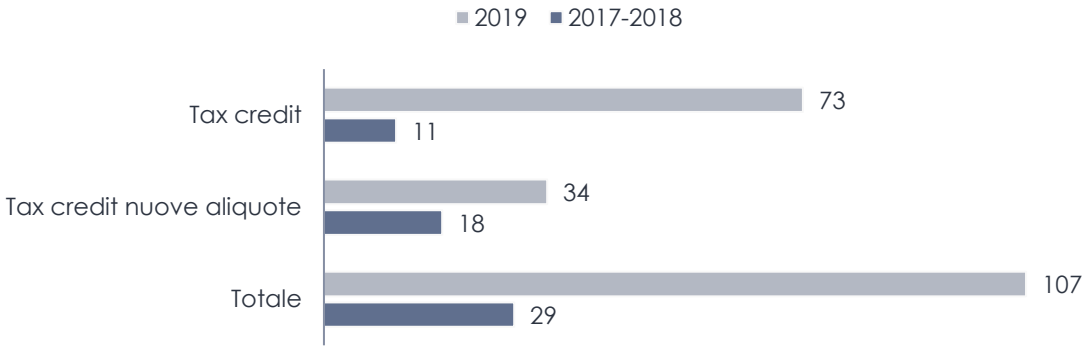
Per il dettaglio sullo ***Stato di attuazione*** delle misure a favore del comparto distributivo si rimanda al Capitolo 1 del presente rapporto.

Tabella 5.5.1: Misure e stato di attuazione

RIF. L. 220/2016	PROCEDIMENTI	DOMANDE PERVENUTE			APPROVATO	
					DOMANDE	€[36]
		2017	2018	2019	2019	
Art. 16	CREDITO D'IMPOSTA	227			122	9.074.577,83 €
			115	112		
	CREDITO DI IMPOSTA DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	-	112	85	107	9.029.069,80 €
	TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	-	*59*	*85*	73	7.187.888,13 €
	TAX CREDIT DISTRIBUZIONE DI FILM - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	-	*53*	-	34	1.841.181,67 €
	CREDITO DI IMPOSTA DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE OPERE AUDIOVISIVE	-	3	27	15	45.508,03 €
Art. 26	CONTRIBUTI SELETTIVI	192			132	1.392.266,87 €
		42	66	84		
	DISTRIBUZIONE NAZIONALE	-	35	27[37]	25	375.000,00 €
	DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE	42	31	57	107	1.017.266,87 €
	PROGETTI DI DISTRIBUZIONE CINEMATOGRAFICA ESTERA[38]	38	-	-	25	232.400,00 €
	PROGETTI DI COMMERCIALIZZAZIONE ESTERA[39]	4	-	-	0	0 €
(Art. 10)	FILM DISTRIBUTION FUND GESTIONE FONDI CINEMA - INTERNAZIONALIZZAZIONE (ISTITUTO LUCE CINECITTÀ)[40]	-	31	57	82	784.866,87 €
TOTALE		419			254	10.466.844,70 €

Fonte: DGCol e Istituto Luce Cinecittà[41]. Domande approvate nel 2019

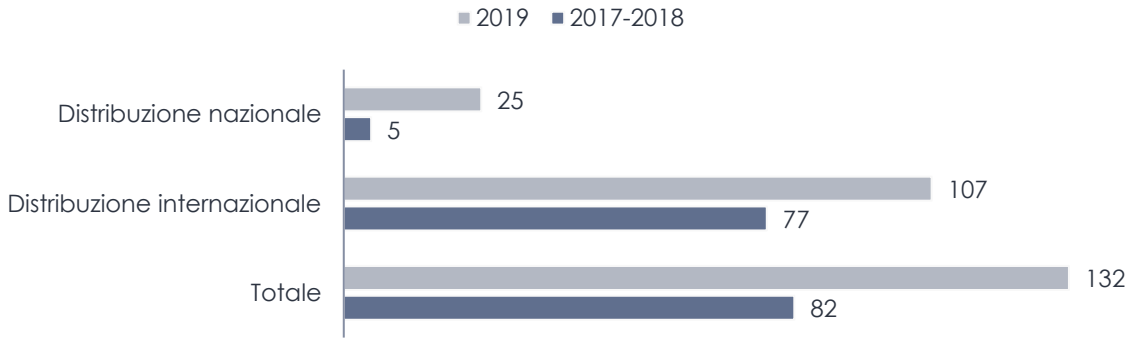
Figura 5.1: Numero domande approvate per la misura Credito d'imposta distribuzione nazionale 2017-2018 vs. 2019



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2017-2018 e 2019

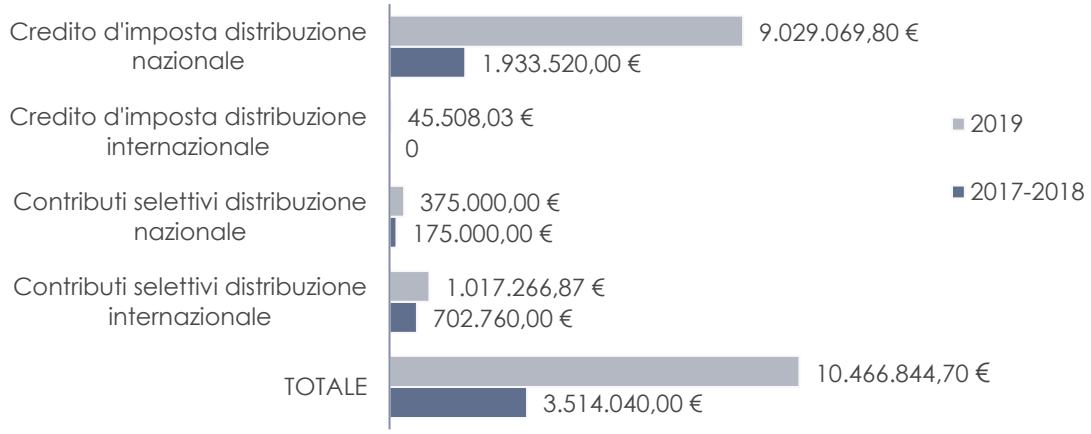
[36] Per il Tax Credit i valori si riferiscono al credito riconosciuto.
[37] La delibera di approvazione rispetto a queste domande non rientra nell'arco temporale della presente Valutazione.
[38] Linea attiva soltanto nel 2017.
[39] Linea attiva soltanto nel 2017.
[40] Linea relativa alla Gestione Fondi Cinema – Internazionalizzazione affidata all'Istituto Luce Cinecittà in base all'articolo 10 (comma g) della Legge n. 220/ 2016 e al D.P.C.M. del 20 maggio 2017 (articolo 4, comma 3).
[41] Ogni qual volta si faccia riferimento alla fonte dell'Istituto Luce Cinecittà si fa riferimento ai dati relativi alla misura del Film Distribution Fund.

Figura 5.2: Numero domande approvate per la misura Contributi selettivi 2017-2018 vs 2019



Fonte: DGCol e Istituto Luce Cinecittà. Domande approvate nel 2017-2018 e 2019

Figura 5.3: Finanziamento approvato 2017-2018 vs 2019 per il settore distribuzione (tutte le misure)



Fonte: DGCol e Istituto Luce Cinecittà. Domande approvate nel 2017-2018 e 2019

Tabella 5.2: Contributi automatici: misure e stato di attuazione

RIF. L. 220/2016	PROCEDIMENTI	DOMANDE APPROVATE			APPROVATO	
					DOMANDE	€
		2017	2018	2019	2019	
Artt. 23-25	CONTRIBUTI AUTOMATICI[42]	202			189	9.124.579,43 €
	DISTRIBUZIONE NAZIONALE	-	161	-	153	6.624.579,43 €
	DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI OPERE CINEMATOGRAFICHE	-	73	-	72	5.578.381,58 €
	DISTRIBUZIONE NAZIONALE HOME ENTERTAINMENT	-	87	-	80	1.000.000,00 €
	DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI OPERE DI ANIMAZIONE	-	1	-	1	46.197,85 €
	DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE DI OPERE CINEMATOGRAFICHE, TELEVISIVE E WEB	-	41	-	36	2.500.000,00 €

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

[42] Gli importi sono riferiti ai Contributi automatici riconosciuti con i Decreti direttoriali del MIBACT del 29 maggio 2019 (repertorio 1228) e del 2 agosto 2019 (repertorio 1974).

5.2. INDICATORI DI FILIERA

5.2.1. Grado di utilizzo delle misure a livello di settore

L'indicatore ***Grado di utilizzo delle misure a livello di settore*** rileva l'utilizzo complessivo delle misure e gli andamenti nei diversi anni.

Tabella 5.3: Grado di utilizzo delle misure di sostegno relative alle domande approvate nel 2019

RIF. L. 220/2016	PROCEDIMENTI	APPROVATE 2019	
		% SU DOMANDE PERVENUTE	% ASSEGNAZIONI SU RISORSE DISPONIBILI[43]
Art. 16	CREDITO D'IMPOSTA DISTRIBUZIONE	53,74%	56,71%
Art. 26	CONTRIBUTI SELETTIVI	68,75%	27,62%
	DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM[44]	40,32%	13,02%
	DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE	82,30%	47,09%
	PROGETTI DI DISTRIBUZIONE CINEMATOGRAFICA ESTERA	65,79%	35,21%
	PROGETTI DI COMMERCIALIZZAZIONE ESTERA	0	0
(Art. 10)	FILM DISTRIBUTION FUND - GESTIONE FONDI CINEMA – INTERNAZIONALIZZAZIONE (ISTITUTO LUCE CINECITTÀ)	93,18%	65,39%
TOTALE		60,62%	49,74%

Fonte: DGCol e Istituto Luce Cinecittà. Domande approvate nel 2019

Tabella 5.4: Grado di incidenza dell'utilizzo sulle diverse linee d'intervento

RIF. L. 220/2016	INCIDENZA PER LINEE DI SOSTEGNO	DOMANDE APPROVATE		RISORSE APPROVATE	
		QUOTA ASSOLUTA	QUOTA PER LINEA	QUOTA ASSOLUTA	QUOTA PER LINEA
Art. 16	CREDITO D'IMPOSTA DISTRIBUZIONE[45]	48,03%	100%	86,70%	100%
	CREDITO D'IMPOSTA DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	42,13%	87,70	86,26%	99,50%
	TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	28,74%	59,84%	68,67%	79,61%
	TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	13,39%	27,86%	17,59%	20,39%
	CREDITO D'IMPOSTA DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE DI OPERE AUDIOVISIVE	5,90%	12,30%	0,44%	0,50%
	TAX CREDIT DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE DI FILM	0,39%	0,82%	0,06%	0,06%
	TAX CREDIT DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE DI OPERE AUDIOVISIVE - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	5,51%	11,48%	0,38%	0,44%
Art. 26	CONTRIBUTI SELETTIVI	51,97%	100%	13,30%	100%
	DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	9,84%	18,94%	3,58%	26,94%
	DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE	42,13%	81,06%	9,72%	73,06%
	PROGETTI DI DISTRIBUZIONE CINEMATOGRAFICA ESTERA	9,85%	18,94%	2,22%	22,85%
	PROGETTI DI COMMERCIALIZZAZIONE ESTERA	0	0	0	0
(Art. 10)	FILM DISTRIBUTION FUND - GESTIONE FONDI CINEMA – INTERNAZIONALIZZAZIONE (ISTITUTO LUCE CINECITTÀ)	32,28%	62,12	7,50%	77,15%

Fonte: DGCol e Istituto Luce Cinecittà. Domande approvate nel 2019

[43] La linea dedicata al Credito d'imposta distribuzione è stata dotata complessivamente di 11.000.000€ nel 2017-2018 e di 5.000.000€ nel 2019 e tale dotazione ha alimentato entrambe le misure di Tax Credit, sia nazionale sia internazionale.

[44] La quota di risorse assegnate in rapporto a quelle disponibili è commisurata agli importi delle risorse stanziate per le sessioni relative alle successive delibere di approvazione. La linea distribuzione nazionale disponeva complessivamente di 2.880.000 € per le tre sessioni (2018) interessate; le due linee di distribuzione internazionale attive nel 2017 erano dotate di 960.000 € (660.000 € in due sessioni per i progetti di distribuzione e 300.000 € in altrettante sessioni per quelli di commercializzazione); la linea Film Distribution Fund aveva in dotazione 1.200.000 € per le tre call interessate (2017-2018).

[45] Il valore delle risorse considerate per il Credito d'imposta corrisponde all'ammontare del Tax Credit riconosciuto alle società di distribuzione.

Tabella 5.5: Grado di utilizzo dei sostegni in riferimento ai mercati di destinazione delle opere

SOSTEGNI IN RAPPORTO AI MERCATI DI DESTINAZIONE	NAZIONALE		INTERNAZIONALE		SETTORE TOTALE
	TOTALE	QUOTA %	TOTALE	QUOTA %	
SOCIETÀ SOSTENUTE[46]	57	87,69%	8	12,31%	55
CREDITO D'IMPOSTA	39	92,86%	3	7,14%	42
CONTRIBUTI SELETTIVI	18	78,26%	5	21,74%	23
OPERE SOSTENUTE	125	75,75%	40	24,25%	144
CREDITO D'IMPOSTA	105	87,70%	15	12,30%	109
CONTRIBUTI SELETTIVI	25	50,00%	25	50,00%	50
DOMANDE APPROVATE	132	76,74%	40	23,26%	172
CREDITO D'IMPOSTA	107	87,70%	15	12,30%	122
CONTRIBUTI SELETTIVI	25	50,00%	25	50,00%	50
RISORSE RICONOSCIUTE[47]	9.404.069,80	97,13%	277.908,03	2,87%	9.681.977,83
CREDITO D'IMPOSTA €	9.029.069,80	99,50%	45.508,03	0,50%	9.074.577,83
CONTRIBUTI SELETTIVI €	375.000,00	61,74%	232.400,00	38,26%	607.400,00

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 5.6: Contributi automatici. Grado di utilizzo dei sostegni in riferimento alle domande approvate nel 2019[48]

RIF. L. 220/2016	PROCEDIMENTI	DOMANDE APPROVATE NEL 2019	
		% SU DOMANDE PERVENUTE	% ASSEGNAZIONI SU RISORSE DISPONIBILI
Artt. 23-25	CONTRIBUTI AUTOMATICI	93,56%	N.R.
	DISTRIBUZIONE NAZIONALE	95,62%	N. R.
	DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI OPERE CINEMATOGRAFICHE	98,63%	N. R.
	DISTRIBUZIONE NAZIONALE HOME ENTERTAINMENT	91,95%	100%
	DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI OPERE DI ANIMAZIONE	100%	N. R.
	DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE	87,80%	100%

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 5.7: Contributi automatici. Grado di utilizzo dei sostegni in base ai mercati di destinazione delle opere

RIF. L. 220/2016	CONTRIBUTI AUTOMATICI E MERCATI DI DESTINAZIONE	NAZIONALE		INTERNAZIONALE		SETTORE
		TOTALE	QUOTA %	TOTALE	QUOTA %	TOTALE
Artt. 23-25	SOCIETÀ SOSTENUTE	26	83,87%	5	16,13%	30
	OPERE SOSTENUTE	124	77,50%	36	22,50%	136
	DOMANDE APPROVATE	153	80,95%	36	19,05%	189
	RISORSE RICONOSCIUTE IN €[49]	6.624.579,43	72,60%	2.500.000,00	27,40%	9.124.579,43

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

[46] I dati relativi alle società e alle opere nei due ambiti di operatività (nazionale e internazionale) sono riferiti a ogni singola operazione di sostegno, mentre i valori totali sono al netto delle duplicazioni. Le società che hanno visto approvare le loro domande sulle linee di distribuzione sono 55, al netto di 11 duplicazioni fra le linee d'intervento (9 fra quelle dedicate alla distribuzione nazionale e 2 fra quelle a sostegno del solo mercato estero). Sono esclusi dal raffronto i valori riferiti ai Contributi selettivi per l'ambito internazionale del Film Distribution Fund affidato all'Istituto Luce Cinecittà in quanto aperto solo a imprese straniere (64 nel 2019) che operano sui loro mercati nazionali (a supporto di 41 opere, 17 delle quali sostenute peraltro anche dalle misure considerate nel prospetto: [12] titoli per quanto concerne le linee attive per i confini nazionali e 5 per quanto riguarda la distribuzione oltre frontiera).

[47] Il valore delle risorse considerate per il Credito d'imposta corrisponde all'ammontare del Tax Credit riconosciuto alle società di distribuzione.

[48] I dati attengono alle linee di Contributi automatici con proprie specifiche dotazioni di risorse: 1.000.000 € per la distribuzione home entertainment e 2.500.000 € per la distribuzione internazionale (N.R. – valori "non rilevabili" in quanto riferiti a linee che attingono a dotazioni di risorse cumulative sia per la produzione sia per la distribuzione), 4.000.000 € nel caso delle opere di animazione e 34.000.000 € per le opere audiovisive e cinematografiche nel 2019.

[49] Il valore delle risorse considerate fa riferimento agli importi riconosciuti alle società con i Decreti direttoriali del MIBACT del 29 maggio 2019 (repertorio 1228) e del 2 agosto 2019 (repertorio 1974).

5.2.2. Tasso medio e importo del sostegno per progetto

L'indicatore ***Tasso medio e importo del sostegno per progetto*** evidenzia l'importo medio effettivo e il valore finanziario delle misure di supporto economico analizzate

Tabella 5.8: Importo medio dei sostegni per progetto

RIF. L. 220/2016	PROCEDIMENTI	IMPORTO MEDIO DEI SOSTEGNI PER PROGETTO
Art. 16	CREDITO D'IMPOSTA[50]	79.630,47 €
	CREDITO DI IMPOSTA DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	84.391,47 €
	TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	98.464,22 €
	TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	54.152,40 €
	CREDITO DI IMPOSTA DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE DI OPERE AUDIOVISIVE	3.033,86 €
Art. 26	CONTRIBUTI SELETTIVI	10.547.47 €
	DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	15.000,00 €
	DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE	9.5507,16 €
	PROGETTI DI DISTRIBUZIONE CINEMATOGRAFICA ESTERA	9.296,00 €
	PROGETTI DI COMMERCIALIZZAZIONE ESTERA	0
(Art. 10)	FILM DISTRIBUTION FUND - GESTIONE FONDI CINEMA - INTERNAZIONALIZZAZIONE (ISTITUTO LUCE CINECITTÀ)	9.571,54 €
TASSO MEDIO DEL SETTORE		41.207,73 €

Fonte: DGCol e Istituto Luce Cinecittà. Domande approvate nel 2019

Tabella 5.9: Indici medi dei sostegni per società, progetti e domande approvate in riferimento ai mercati di destinazione delle opere[51]

TASSI MEDI DEI PROCEDIMENTI	NAZIONALE	INTERNAZIONALE	TOTALE SETTORE[52]
MEDIA SOSTEGNI PER SOCIETÀ	2,69	5,71	3,12
CREDITO D'IMPOSTA	2,32	5,00	2,97
CONTRIBUTI SELETTIVI	1,35	5,00	1,78
MEDIA SOSTEGNI PER OPERA	1,05	1,00	1,19
CREDITO D'IMPOSTA	1,02	1,00	1,13
CONTRIBUTI SELETTIVI	1,00	1,00	1,00
MEDIA OPERE PER SOCIETÀ	2,19	5,00	2,62
CREDITO D'IMPOSTA	2,66	5,00	2,57
CONTRIBUTI SELETTIVI	1,38	5,00	2,17
MEDIA RISORSE IN € PER SOCIETÀ	164.983,68 €	34.738,50 €	176.035,96 €
CREDITO D'IMPOSTA	231.514,61 €	9.101,60 €	216.061,37 €
CONTRIBUTI SELETTIVI	20.833,33 €	77.466,66 €	26.408,69 €
MEDIA RISORSE IN € PER OPERA	72.232,55 €	6.947,70 €	67.235,40 €
CREDITO D'IMPOSTA	86.817,97 €	1.820,32 €	84.023,86 €
CONTRIBUTI SELETTIVI	15.000,00 €	9.296,00 €	12.148,00 €
MEDIA RISORSE IN € PER DOMANDA	54.291,37 €	6.947,70 €	56.290,56 €
CREDITO D'IMPOSTA	84.383,82 €	3.033,86 €	74.381,78 €
CONTRIBUTI SELETTIVI	15.000,00 €	9.296,00 €	12.148,00 €

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

[50] Il valore corrisponde all'ammontare del Credito d'imposta riconosciuto alle società di distribuzione.

[51] Per omogeneità degli indicatori rilevati nel prospetto sono stati considerati soltanto i valori riferiti alle società beneficiarie italiane escludendo la linea d'intervento Film Distribution Fund i cui Contributi selettivi per la distribuzione internazionale sono a sostegno di opere italiane (delle 41 complessive, 17 sono supportate anche con le altre misure) ma destinati soltanto a società straniere che operano sui rispettivi mercati esteri.

[52] Il valore delle risorse considerate per il Credito d'imposta corrisponde all'ammontare del Tax Credit riconosciuto alle società di distribuzione.

Tabella 5.10: Contributi automatici. Indici medi dei sostegni per società in riferimento ai mercati di destinazione delle opere

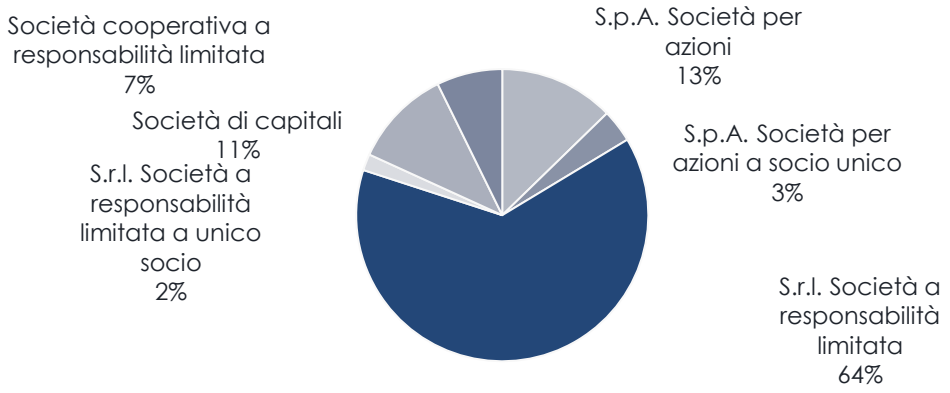
CONTRIBUTI AUTOMATICI	NAZIONALE	INTERNAZIONALE	TOTALE PROCEDIMENTO
MEDIA SOSTEGNI PER SOCIETÀ	5,88	7,20	6,30
MEDIA RISORSE IN € PER SOCIETÀ[53]	254.791,51 €	500.000 €	304.152,64 €

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

5.2.3. Utilizzo per tipologia di richiedente

L'indicatore ***Utilizzo per tipologia di richiedente*** evidenzia la capacità della Legge di supportare soggetti diversi, con riferimento alle tipologie e dimensioni delle imprese e delle iniziative.

Figura 5.4: Ripartizione delle società beneficiarie in base alla loro natura giuridica



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Figura 5.5: Numero società beneficiarie 2017-2018 vs 2019 secondo natura giuridica[54]



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2017-2018 e 2019

[53] Il valore degli importi medi fa riferimento alle risorse riconosciute alle società con i Decreti direttoriali del MIBACT del 29 maggio 2019 (repertorio 1228) e del 2 agosto 2019 (repertorio 1974).

[54] Una S.p.A.-Società per azioni ha mutato nel 2019 la sua veste giuridica in S.p.A. SU-Società per azioni a socio unico. Al netto delle duplicazioni fra le due linee di intervento il numero totale delle società corrisponde a 13 per il 2017-2018 e a 39 per il 2019.

Tabella 5.11: Numero delle imprese beneficiarie per natura giuridica secondo le diverse misure d'intervento[55]

PROCEDIMENTI	SOCIETÀ BENEFICIARIE PER NATURA GIURIDICA						
	SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA - SRL	S.R.L. A UNICO SOCIO	SOCIETÀ COOPERATIVA A R. L.	S.P.A. SOCIETÀ PER AZIONI	S.P.A A SOCIO UNICO	SOCIETÀ DI CAPITALI	TOTALE PER MISURA
CREDITO D'IMPOSTA	25	5	1	6	2	3	42
DISTRIBUZIONE NAZIONALE	23	4	1	6	2	3	39
DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE	2	1	-	-	-	-	3
CONTRIBUTI SELETTIVI	16	1	-	3	-	3	23
DISTRIBUZIONE NAZIONALE	12	1	-	2	-	3	18
DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE	4	-	-	1	-	-	5
TOTALE	35	4	1	7	2	6	55

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 5.12: Numero delle domande approvate per natura giuridica dell'impresa secondo le diverse misure d'intervento

PROCEDIMENTI	DOMANDE APPROVATE PER NATURA GIURIDICA DELLE IMPRESE						
	SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA - SRL	S.R.L. A UNICO SOCIO	SOCIETÀ COOPERATIVA A R. L.	S.P.A. SOCIETÀ PER AZIONI	S.P.A A SOCIO UNICO	SOCIETÀ DI CAPITALI	TOTALE PER MISURA
CREDITO D'IMPOSTA	54	9	2	22	26	9	122
DISTRIBUZIONE NAZIONALE	40	8	2	22	26	9	107
DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE	2	1	-	-	-	-	15
CONTRIBUTI SELETTIVI	37	2	-	8	-	3	50
DISTRIBUZIONE NAZIONALE	5	2	-	5	-	3	25
DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE	22	-	-	3	-	-	25
TOTALE	91	11	2	30	26	12	172

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 5.13: Importo medio per ogni domanda approvata secondo la natura giuridica delle società beneficiarie[56]

PROCEDIMENTI	IMPORTO MEDIO IN € DEI SOSTEGNI ALLE SOCIETÀ PER NATURA GIURIDICA						
	SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA - SRL	S.R.L. A UNICO SOCIO	SOCIETÀ COOPERATIVA A R. L.	S.P.A. SOCIETÀ PER AZIONI	S.P.A A SOCIO UNICO	SOCIETÀ DI CAPITALI	TOTALE PER LINEE
CREDITO D'IMPOSTA	54.494,73	61.226,28	9.584,11	103.969,94	109.925,16	46.251,56	74.381,78
DISTRIBUZIONE NAZIONALE	72.564,26	68.209,22	9.584,11	103.969,94	109.925,16	46.251,56	84.383,82
DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE	2.867,51	5.362,77	-	-	-	-	3.033,86

[55] Nella ripartizione delle imprese beneficiarie dei sostegni al segmento distribuzione secondo la loro diversa natura giuridica sono state considerate le 172 approvazioni complessive riconosciute nell'ambito delle linee d'intervento attive (a esclusione del Film Distribution Fund fra i Contributi selettivi per la distribuzione internazionale in quanto destinato alle sole società estere). Nell'ultima riga è riportato Il numero totale delle imprese beneficiarie (55) al netto delle duplicazioni (10) sulle diverse linee d'intervento.

[56] Il prospetto fa riferimento alle 55 società italiane beneficiarie dei Crediti d'imposta e dei Contributi selettivi per le quali è rilevata la natura giuridica.

CONTRIBUTI SELETTIVI	10.470,27	7.500,00	-	23.750,00	-	5.000,00	12.148,0
DISTRIBUZIONE NAZIONALE	15.333,33	7.500,00	-	23.000,00	-	5.000,00	15.000,00
DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE	7.154,54	-	-	25.000,00	-	-	9.296,00
TOTALE	36.594,68	51.457,86	9.584,11	82.577,96	109.925,16	35.938,70	56.290,56

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 5.14: Valori totali dei sostegni per ogni società beneficiaria secondo la natura giuridica

PROCEDIMENTI	SOSTEGNI TOTALI IN € ALLE SOCIETÀ PER NATURA GIURIDICA						
	SOCIETÀ A RESP. LIMITATA - SRL	S.R.L. A UNICO SOCIO	SOCIETÀ COOPERATIVA A R. L.	S.P.A. SOCIETÀ PER AZIONI	S.P.A A SOCIO UNICO	SOCIETÀ DI CAPITALI	TOTALE PER MISURE
CREDITO D'IMPOSTA	2.942.715,91	551.036,53	19.168,23	2.287.338,82	2.858.054,29	416.264,05	9.074.577,83
DISTRIBUZIONE NAZIONALE	2.902.570,65	545.673,76	19.168,23	2.287,338,82	2.858.054,29	416.264,05	9.029.069,80
DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE	40.145,26	5.362,77	-	-	-	-	45.508,03
CONTRIBUTI SELETTIVI	387.400,00	15.000,00	-	190.000,00	-	15.000,00	607.400,00
DISTRIBUZIONE NAZIONALE	230.000,00	15.000,00	-	115.000,00	-	15.000,00	375.000,00
DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE	157.400,00	-	-	75.000,00	-	-	232.400,00
TOTALE	3.330.115,91	566.036,53	19.168,23	2.477.338,82	2.858.054.29	431.264,05	9.681.977,83

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 5.15: Valori medi dei sostegni per ogni società beneficiaria secondo la natura giuridica

PROCEDIMENTI	IMPORTI MEDI IN € ALLE SOCIETÀ PER NATURA GIURIDICA						
	SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA - SRL	S.R.L. A UNICO SOCIO	SOCIETÀ COOPERATIVA A R. L.	S.P.A. SOCIETÀ PER AZIONI	S.P.A A SOCIO UNICO	SOCIETÀ DI CAPITALI	TOTALE PER LINEE
CREDITO D'IMPOSTA	117.708,63	110.207,30	9.584,11	381.223,13	1.429.027,45	138.754,68	216.061,37
DISTRIBUZIONE NAZIONALE	126.198,72	136.418,44	9.584,11	381.223,13	1.429.027,45	138.754,68	231.514,61
DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE	20.072,63	5.362,77	-	-	-	-	15.169,34
CONTRIBUTI SELETTIVI	24.212,50	15.000,00	-	63.33,33	-	5.000,00	26.408,69
DISTRIBUZIONE NAZIONALE	19.166,66	15.000,00	-	57.500,00	-	5.000,00	20.833,33
DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE	39.350,00	-	-	75.000,00	-	-	46.480,00
TOTALE	95.146,16	141.509,13	19.168,23	353.905,54	1.429.027,14	71.877,34	176.035,96

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 5.16: Ripartizione in quote percentuali di società, opere sostenute, domande approvate importi riconosciuti secondo la natura giuridica[57]

	SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA - SRL	S.R.L. A UNICO SOCIO	SOCIETÀ COOPERATIVA A R. L.	S.P.A. SOCIETÀ PER AZIONI	S.P.A A SOCIO UNICO	SOCIETÀ DI CAPITALI
SOCIETÀ BENEFICIARIE	63,64%	7,27%	1,81%	12,73%	3,64%	10,91%
OPERE SOSTENUTE	49,68%	6,45%	1,29%	18,07%	16,77%	7,74%
DOMANDE APPROVATE	52,91%	6,39%	1,16%	17,45%	15,11%	6,98%
CREDITI D'IMPOSTA IN €	32,43%	6,07%	0,21%	25,21%	31,50%	4,58%
CONTRIBUTI SELETTIVI IN €	63,78%	2,47%	-	31,28%	-	2,47%
ASSEGNAZIONI TOTALI IN €	34,39%	5,85%	0,20%	25,59%	29,52%	4,45%

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 5.17: Contributi automatici. Numero delle imprese beneficiarie per natura giuridica, secondo le diverse misure d'intervento[58]

RIF. L. 220/2016 ARTT. 23-25	NATURA GIURIDICA DELLE SOCIETÀ BENEFICIARIE DI CONTRIBUTI AUTOMATICI						
	IMPRESA INDIVIDUALE	SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA - SRL	S.R.L. A UNICO SOCIO	S.P.A. SOCIETÀ PER AZIONI	S.P.A A SOCIO UNICO	SOCIETÀ DI CAPITALI	TOTALE
CONTRIBUTI AUTOMATICI	1	15	6	4	2	4	**32**
DISTRIBUZIONE NAZIONALE	-	13	5	4	2	4	27
DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE	1	2	1	-	-	-	5

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 5.18: Contributi automatici. Numero domande delle imprese beneficiarie per natura giuridica, secondo le diverse misure d'intervento[59]

RIF. L. 220/2016 ARTT. 23-25	NATURA GIURIDICA DELLE SOCIETÀ BENEFICIARIE DI CONTRIBUTI AUTOMATICI						
	IMPRESA INDIVIDUALE	SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA - SRL	S.R.L. A UNICO SOCIO	S.P.A. SOCIETÀ PER AZIONI	S.P.A A SOCIO UNICO	SOCIETÀ DI CAPITALI	TOTALE
CONTRIBUTI AUTOMATICI	2	64	32	14	60	17	**189**
DISTRIBUZIONE NAZIONALE	-	38	31	14	60	17	153
DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE	2	26	1	-	-	-	36

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

57 La quota percentuale relativa alle opere sostenute dalle imprese suddivise per natura giuridica fa riferimento alla somma complessiva (anche di 11 duplicazioni) di 155 e non al numero effettivo dei 144 titoli unici beneficiari dei Crediti d'imposta o dei Contributi selettivi. Relativamente alle domande approvate la quota fa riferimento al numero globale di 172, comprensivo di 28 duplicazioni rispetto ai titoli unici sostenuti.

58 Fra i 32 soggetti beneficiari di Contributi automatici e suddivisi nel prospetto in base alla loro natura giuridica soltanto 24 compaiono fra i beneficiari anche di Crediti d'imposta e Contributi selettivi, mentre i restanti 11 risultano sostenuti con la sola misura dei Contributi automatici. In particolare una società riveste la natura giuridica di "Impresa individuale", l'unica per quanto concerne le linee d'intervento del comparto distribuzione che rientra nei confini delle società di persone (e non di capitali) e diversa dalle vesti legali annoverate nell'ambito dei sostegni in Tax Credit e Contributi selettivi, dove per altro si rileva la presenza di un soggetto con la forma giuridica di "Società cooperativa a responsabilità limitata", non annoverata nell'ambito dei Contributi automatici.

59 Si veda nota 23.

Tabella 5.19: Contributi automatici. Ripartizione dei sostegni riconosciuti alle società beneficiarie, secondo la forma e natura giuridica[60]

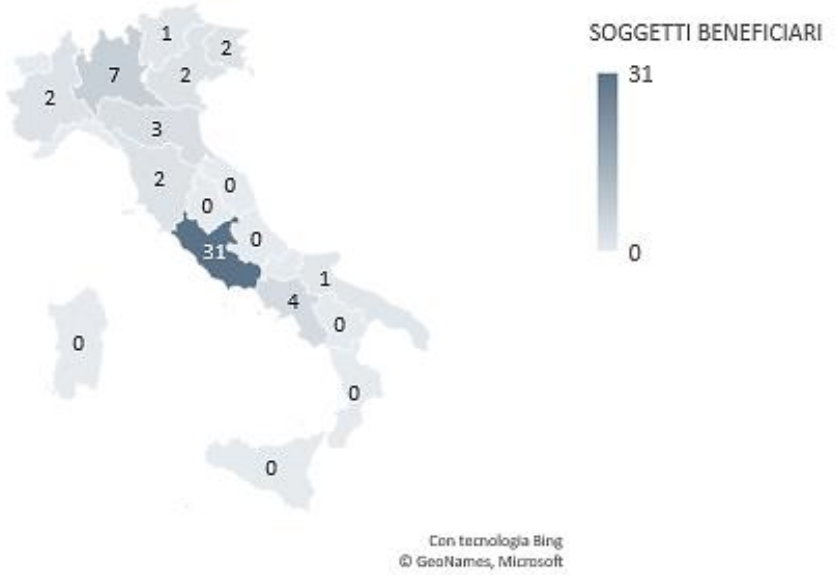
RIF. L. 220/2016 ARTT. 23-25	CONTRIBUTI AUTOMATICI IN € ALLE SOCIETÀ BENFICIARIE PER NATURA GIURIDICA						
	IMPRESA INDIVIDUALE	SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA - SRL	S.R.L. A SOCIO UNICO	S.P.A. SOCIETÀ PER AZIONI	S.P.A A SOCIO UNICO	SOCIETÀ DI CAPITALI	TOTALE
CONTRIBUTI AUTOMATICI	34.943,06	3.520.505,40	1.007.634,95	678.684,17	3.517.389,75	365.422,10	9.124.579,43
DISTRIBUZIONE NAZIONALE	-	1.380.982,08	1.002.656,42	358.129,08	3.517.389,75	365.422,10	6.624.579,43
DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE	34.943,06	2.139.523,32	4.978,53	320.555,09	-	-	2.500.000,00

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

5.2.4. Estensione territoriale dell'utilizzo

L'indicatore ***Estensione territoriale dell'utilizzo*** evidenzia la distribuzione regionale dei beneficiari in Italia e ne consente una loro mappatura.

Figura 5.6: Distribuzione geografica dei soggetti beneficiari secondo sede legale dell'impresa



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 5.20: Ripartizione regionale delle società, delle opere sostenute e delle domande approvate secondo i mercati di destinazione

REGIONE[61]	RIPARTIZIONE REGIONALE DEI SOSTEGNI PER MERCATI DI DESTINAZIONE						
	SOCIETÀ BENEFICIARIE	OPERE SOSTENUTE	CREDITI D'IMPOSTA		CONTRIBUTI SELETTIVI		DOMANDE APPROVATE
			NAZ.	INTER.	NAZ.	INTER.	
ABRUZZO	-	-	-	-	-	-	-
BASILICATA	-	-	-	-	-	-	-
CALABRIA	-	-	-	-	-	-	-

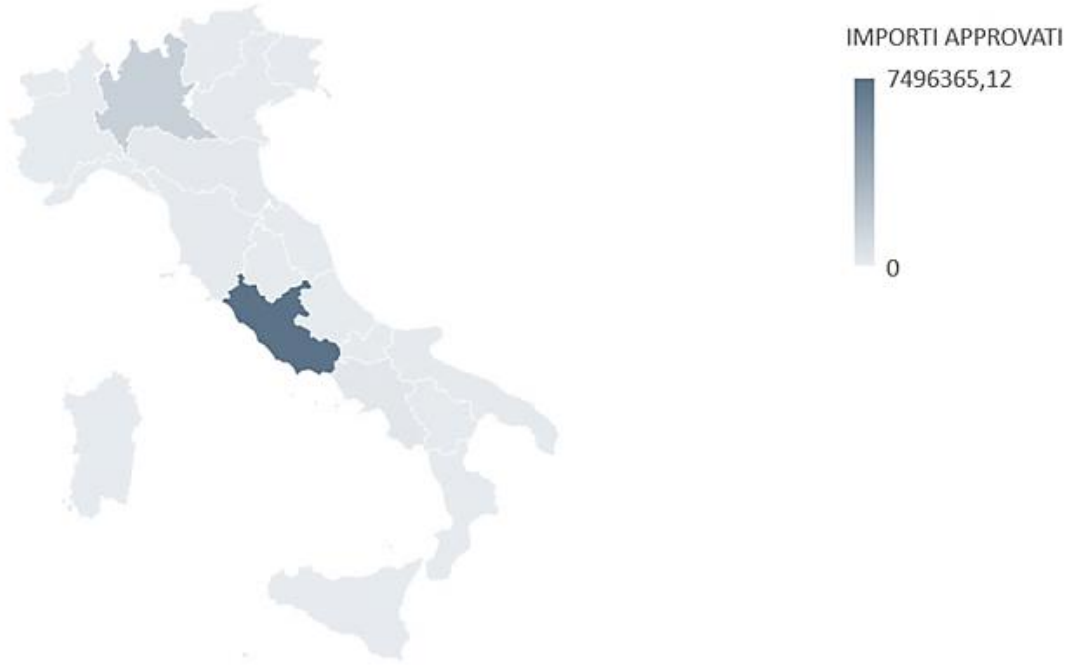
[60] Il valore degli importi fa riferimento alle risorse riconosciute alle società con i Decreti direttoriali del MIBACT del 29 maggio 2019 (repertorio 1228) e del 2 agosto 2019 (repertorio 1974).

[61] Fra le 55 imprese beneficiarie soltanto 9 non hanno sede nel capoluogo delle rispettive regioni: 2 in Friuli Venezia Giulia (Gorizia e Pordenone); 1 in Piemonte (Asti); 1 in Puglia (Martina Franca-Taranto); 3 in Toscana (Lucca, Prato, Colle Val D'Elsa-Siena); 2 in Veneto (Padova in entrambi i casi).

CAMPANIA	4	4	2	-	2	-	4
EMILIA ROMAGNA	3	5	4	-	2	-	6
FRIULI VENEZIA GIULIA	2	2	2	-	-	-	2
LAZIO	31	101	66	13	17	25	121
LIGURIA	-	-	-	-	-	-	-
LOMBARDIA	7	26	25	1	-	-	26
MARCHE	-	-	-	-	-	-	-
MOLISE	-	-	-	-	-	-	-
PIEMONTE	2	2	-	1	1	-	2
PUGLIA	1	2	2	-	-	-	2
SARDEGNA	-	-	-	-	-	-	-
SICILIA	-	-	-	-	-	-	-
TOSCANA	2	3	3	-	1	-	4
TRENTINO ALTO ADIGE	1	1	1	-	-	-	1
UMBRIA	-	-	-	-	-	-	-
VALLE D'AOSTA	-	-	-	-	-	-	-
VENETO	2	4	2	-	2	-	4
TOTALE	55	144[62]	107	15	25	25	172

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Figura 5.7: Distribuzione geografica del contributo approvato



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

[62] Il valore 144 esprime il totale delle opere sostenute in riferimento alle società delle diverse regioni e corrisponde al numero effettivo di titoli unici per i quali sono state approvate le 172 domande di accesso ai Crediti d'imposta e ai Contributi selettivi, mentre la somma aritmetica dei dati relativi a ogni singola regione è pari a 150, in quanto per 6 opere sono state presentate - oltre che per la distribuzione nazionale anche per quella all'estero – più domande di supporto (2 in sei casi) da imprese con sedi in due regioni differenti.

Tabella 5.21: Ripartizione regionale degli importi riconosciuti alle imprese

REGIONE	CREDITI D'IMPOSTA[63]		CONTRIBUTI SELETTIVI		TOTALE PER MERCATI DI DESTINAZIONE		TOTALE PER REGIONE
	NAZ.	INTERN.	NAZ.	INTERN.	NAZ.	INTERN.	
ABRUZZO	-	-	-	-	-	-	-
BASILICATA	-	-	-	-	-	-	-
CALABRIA	-	-	-	-	-	-	-
CAMPANIA	175.703,94 €	-	30.000,00 €	-	205.703,94 €	-	205.703,94 €
EMILIA ROMAGNA	80.647,59 €	-	35.000,00 €	-	115.647,59 €	-	115.647,59 €
FRIULI - VENEZIA GIULIA	37.507,55 €	-	-	-	37.507,55 €	-	37.507,55 €
LAZIO	6.955.838,05 €	33.127,07 €	275.000,00 €	232.400,00 €	7.230.838,05 €	265.527,07 €	7.496.365,12 €
LIGURIA	-	-	-	-	-	-	-
LOMBARDIA	1.658.433,60 €	5.362,77 €		-	1.658.433,60 €	5.362,77 €	1.663.796,37 €
MARCHE	-	-	-	-	-	-	-
MOLISE	-	-	-	-	-	-	-
PIEMONTE	-	7.018,19 €	5.000,00 €	-	5.000,00 €	7.018,19 €	12.018,19 €
PUGLIA	39.544,10 €	-	-	-	39.544,10 €	-	39.544,10 €
SARDEGNA	-	-	-	-	-	-	-
SICILIA	-	-	-	-	-	--	-
TOSCANA	36.692,44 €	-	20.000,00 €	-	56.692,44 €	-	56.692,44 €
TRENTINO - ALTO ADIGE	23.071,36 €	-	-	-	23.071,36 €	-	23.071,36 €
UMBRIA	-	-	-	-	-	-	-
VALLE D'AOSTA	-	-	-	-	-	-	-
VENETO	21.631,17 €	-	10.000,00 €	-	31.631,17 €	-	31.631,17 €
TOTALE	9.029.069,80 €	45.508,03 €	375.000,00 €	232.400,00 €	9.404.068,80 €	277.908,03 €	9.681.977,83 €

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 5.22: Ripartizione regionale degli importi medi per progetto secondo sede legale della impresa

REGIONE	MEDIA CREDITI D'IMPOSTA[64]		MEDIA CONTRIBUTI SELETTIVI		MEDIA PER MERCATI DI DESTINAZIONE	
	NAZ.	INTERN.	NAZ.	INTERN.	NAZ.	INTERN.
ABRUZZO	-	-	-	-	-	-
BASILICATA	-	-	-	-	-	-
CALABRIA	-	-	-	-	-	-
CAMPANIA	87.851,97 €	-	15.000,00 €	-	51.425,98 €	-
EMILIA ROMAGNA	20.161,90 €	-	17.500,00 €	-	28.693,07 €	-
FRIULI - VENEZIA GIULIA	18.753,78 €	-	-	-	18.753,78 €	-
LAZIO	105.391,49 €	2.548,24 €	16.176,47 €	9.296,00 €	87.118,53 €	6.987,55 €
LIGURIA						
LOMBARDIA	66.337,34 €	5.362,77 €	-	-	66.337,34 €	5.362,77 €

[63] Il valore delle risorse considerate per il Credito d'imposta corrisponde all'ammontare del Tax Credit riconosciuto alle società di distribuzione.
[64] Il valore delle risorse considerate per il Credito d'imposta corrisponde all'ammontare del Tax Credit riconosciuto alle società di distribuzione.

MARCHE	-	-	-	-	-	-
MOLISE	-	-	-	-	-	-
PIEMONTE	-	7.018,19 €	5.000,00 €	-	5.000,00 €	7.018,19 €
PUGLIA	19.772,05 €	-	-	-	19.772,05 €	-
SARDEGNA	-	-	-	-	-	-
SICILIA	-	-	-	-	-	-
TOSCANA	12.230,81 €	-	20.000,00 €	-	14.173,11 €	-
TRENTINO - ALTO ADIGE	23.071,36 €	-	-	-	23.071,36 €	-
UMBRIA	-	-	-	-	-	-
VALLE D'AOSTA	-	-	-	-	-	-
VENETO	10.815,59 €	-	5.000,00 €	-	7.907,79 €	-
TOTALE MEDIE	84,383,83 €	3.038,87 €	15.000,00 €	9.296,00 €	71.242,94 €	36.551,46 €

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 5.23: Ripartizione regionale in quote percentuali per società, opere sostenute, domande approvate e importi riconosciuti

REGIONE	SOCIETÀ BENEFICIARIE	OPERE SOSTENUTE	DOMANDE APPROVATE	CREDITI D'IMPOSTA	CONTRIBUTI SELETTIVI IN	ASSEGNAZIONI TOTALI
ABRUZZO	-	-	-	-	-	-
BASILICATA	-	-	-	-	-	-
CALABRIA	-	-	-	-	-	-
CAMPANIA	7,27%	2,67%	2,33%	1,93%	4,94%	2,12%
EMILIA ROMAGNA	5,45%	3,33%	3,49%	0,89%	5,77%	1,19%
FRIULI - VENEZIA GIULIA	3,64%	1,33%	1,16%	0,41%	-	0,40%
LAZIO	56,37%	67,34%	70,34%	77,03%	83,54%	77,43%
LIGURIA	-	-	-	-	-	-
LOMBARDIA	12,73%	17,34%	15,12%	18,34%	-	17,18%
MARCHE	-	-	-	-	-	-
MOLISE	-	-	-	-	-	-
PIEMONTE	3,64%	1,33%	1,16%	0,08%	0,82%	0,12%
PUGLIA	1,81%	1,33%	1,16%	0,43%	-	0,41%
SARDEGNA	-	-	-	-	-	-
SICILIA	-	-	-	-	-	-
TOSCANA	3,64%	2,00%	2,33%	0,40%	3,29%	0,58%
TRENTINO - ALTO ADIGE	1,81%	0,66%	0,58%	0,25%	-	0,24%
UMBRIA	-	-	-	-	-	-
VALLE D'AOSTA	-	-	-	-	-	-
VENETO	3,64%	2,67%	2,33%	0,24%	1,64%	0,33%

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

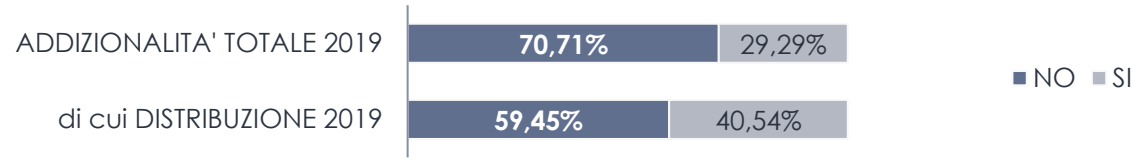
5.2.5. Addizionalità

L'indicatore ***Addizionalità*** valuta la quota di operatori che in assenza di contributo non avrebbero realizzato le opere e/o i progetti per i quali hanno ricevuto sostegno. In altri termini, valuta la capacità dei contributi e finanziamenti previsti dalla Legge n. 220/2016 di stimolare la realizzazione di opere e/o progetti audiovisivi e cinematografici che viceversa, senza il sostegno di tali misure, non si sarebbero concretizzati.

Il calcolo dell'indicatore è avvenuto tramite un'indagine mirata, realizzata attraverso la somministrazione di un questionario strutturato, rivolto ai soggetti beneficiari dei contributi previsti dalla Legge al 31/12/2019. La domanda di ricerca che è stata posta ai soggetti beneficiari è la seguente: "*Avrei realizzato l'opera/il progetto finanziato, anche senza ricevere il contributo ottenuto dalla DGCA*".

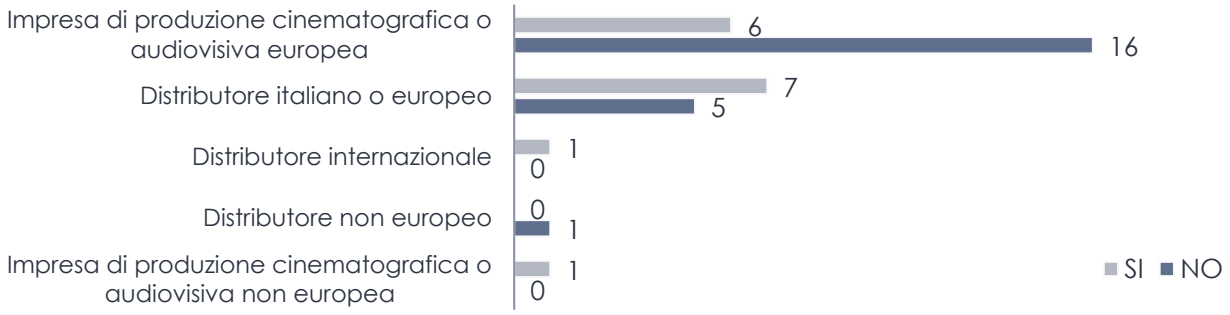
L'indagine si è svolta tra il 09/10/2020 e il 26/10/2020. Si specifica che per l'anno 2019 il campione totale dei soggetti intervistati è stato pari a 1.219 operatori e, nello specifico, per il settore Distribuzione hanno risposto al questionario 37 operatori pari al 67,27% del totale dei soggetti beneficiari di misure a sostegno del nodo distribuzione della filiera nell'anno di riferimento (55).

Figura 5.8: Addizionalità delle misure previste dalla Legge n. 220/2016 a sostegno del nodo distributivo della filiera cinematografica e audiovisiva



Fonte: Indagine Soggetti Finanziati 2019

Figura 5.9: Distribuzione dell'Addizionalità per tipologia di attività prevalente del soggetto beneficiario di misure a sostegno della distribuzione cinematografica e audiovisiva



Fonte: Indagine Soggetti Finanziati 2019

5.2.6. Numero di singole imprese che presentano domanda di sostegno

L'indicatore ***Numero di singole imprese che presentano domanda di sostegno*** evidenzia il numero di imprese che beneficiano di agevolazioni fiscali[65].

Tabella 5.24: Credito d'imposta e Contributi selettivi. Singole imprese che hanno presentato domanda di sostegno alla distribuzione

NUMERO DI IMPRESE AMMESSE AL SOSTEGNO	MEDIA DI DOMANDE APPROVATE PER IMPRESA
55	3,12

[65] I prospetti non considerano le società che hanno avuto accesso ai Contributi selettivi per la distribuzione internazionale del Film Distribution Fund della Gestione Fondi Cinema-Internazionalizzazione dell'Istituto Luce Cinecittà, in quanto si tratta di imprese di distribuzione estere che operano direttamente sui rispettivi mercati nazionali. Delle 66 società straniere che hanno presentato domanda di sostegno a questa misura d'intervento 64 hanno visto approvate le loro 82 domande, con un tasso medio per impresa di accesso alla misura pari a 1,28 e una quota di domande approvate pari al 92,13% rispetto al totale di 89 istanze esaminate.

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 5.25: Ripartizione regionale e per natura legale delle imprese con una sola domanda approvata

REGIONE	NATURA GIURIDICA DELLE SOCIETÀ BENEFICIARIE						
	SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA - SRL	S.R.L. A UNICO SOCIO	SOCIETÀ COOPERATIVA A R. L.	SOCIETÀ PER AZIONI S.P.A.	S.P.A A SOCIO UNICO	SOCIETÀ DI CAPITALI	TOTALE
ABRUZZO	-	-	-	-	-	-	-
BASILICATA	-	-	-	-	-	-	-
CALABRIA	-	-	-	-	-	-	-
CAMPANIA	4	-	-	-	-	-	4
EMILIA ROMAGNA	2	-	-	-	-	-	2
FRIULI - VENEZIA GIULIA	1	-	-	-	-	-	1
LAZIO	11	1	-	1	-	3	16
LIGURIA							
LOMBARDIA	2	-	-	-	-	-	2
MARCHE	-	-	-	-	-	-	-
MOLISE							
PIEMONTE	2	-	-	-	-	-	2
PUGLIA	-	-	-	-	-	-	-
SARDEGNA	-	-	-	-	-	-	-
SICILIA	-	-	-	-	-	-	-
TOSCANA	-	-	1	-	-	-	1
TRENTINO - ALTO ADIGE	1	.	-	-	-	-	1
UMBRIA	-	-	-	-	-	-	-
VALLE D'AOSTA	-	-	-	-	-	-	-
VENETO	-	-	-	-	-	-	-
TOTALE	**23**	**1**	**1**	**1**	**0**	**3**	**29**

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 5.26: Contributi automatici. Singole imprese che hanno presentato domanda di sostegno

NUMERO DI IMPRESE AMMESSE AL SOSTEGNO	MEDIA DI DOMANDE APPROVATE PER IMPRESA
30	6,30

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

5.2.7. Numero di imprese che ricevono finanziamenti multipli

L'indicatore ***Numero di imprese che ricevono finanziamenti multipli*** pondera l'intensità di aiuto, valutando la quota di imprese che hanno visto approvare nel 2019 più domande di sostegno, rispetto alla quota di imprese che hanno visto approvata nell'anno una sola domanda di aiuto[66].

Tabella 5.27: Singole imprese che hanno presentato una o più domande di sostegno alla distribuzione

IMPRESE CON UNA SOLA DOMANDA DI SOSTEGNO	IMPRESE CON PIÙ DOMANDE DI SOSTEGNO	APPROVAZIONI ALLE IMPRESE CON PIÙ DOMANDE	MEDIA DI APPROVAZIONI A IMPRESE CON PIÙ DOMANDE
29	26	143	5,50

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 5.28: Numero e quota di imprese secondo il numero di domande approvate

INTENSITÀ D'AIUTO	IMPRESE BENEFICIARIE			
	NUMERO IMPRESE	QUOTA IMPRESE	NUMERO DOMANDE	QUOTA DOMANDE
1 DOMANDA APPROVATA	29	52,73%	29	16,86%
PIÙ DOMANDE APPROVATE	26	47,27%	143	83,14%

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 5.29: Ripartizione delle società, delle opere sostenute e delle domande approvate in base al numero delle domande singole e multiple

CLASSI PER NUMERO DI DOMANDE	NUMERO DI SOCIETÀ	NUMERO DI OPERE	CREDITI D'IMPOSTA		CONTRIBUTI SELETTIVI		TOTALE DOMANDE DEL CLUSTER
			NAZ.	INTER.	NAZ.	INTER.	
1	29	28	17	1	9	2	29
2	11	19	16	1	5	-	22
3	4	13	7	-	2	3	12
4	2	6	3	-	5	-	8
5	1	4	3	-	2	-	5
6	2	12	6	-	-	6	12
7	1	7	7	-	-	-	7
11	1	11	11	-	-	-	11
12	2	22	22	-	2	-	24
15	1	15	15	-	-	-	15
27	1	25	-	13	-	14	27
TOTALE	**55**	**144**[67]	**107**	**15**	**25**	**25**	**172**

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

[66] La ripartizione delle imprese beneficiarie non include i dati relativi alla linea Film Distribution Fund della Gestione Fondi Cinema-Internazionalizzazione dell'Istituto Luce Cinecittà, i cui Contributi selettivi per la distribuzione internazionale sono destinati solo a società straniere, ossia a imprese che operano sui rispettivi mercati nazionali della distribuzione, per promuovere la diffusione e la programmazione delle opere italiane sugli schermi dei circuiti dell'esercizio all'estero. Di queste 64 società straniere 14 contano l'approvazione di più domande (32, con una media pari a 1,58) e 50 quella della loro unica domanda.

[67] Il valore 144 esprime il totale delle opere sostenute in riferimento alle società dei diversi cluster e corrisponde al numero effettivo di titoli unici per i quali sono state approvate le 172 domande di accesso ai Crediti d'imposta e ai Contributi selettivi, mentre per effetto delle duplicazioni dei titoli sostenuti la somma aritmetica relativa ai dati attribuiti a ogni singola classe è pari a 162.

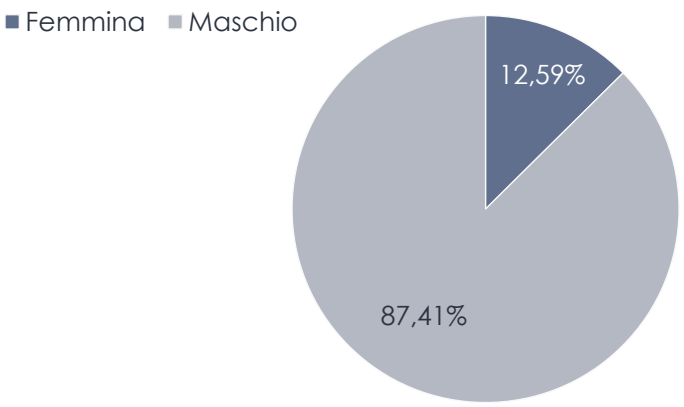
5.2.8. Parità di genere e diversità

La Legge n. 220/2016 ha ampliato e consolidato l'intervento a favore delle donne e dei giovani autori (sotto i 35 anni), soprattutto attraverso i Contributi selettivi, che favoriscono, sia nella produzione, sia nella distribuzione, le opere dirette da donne o con maggioranza di professioniste donne e le opere dei giovani autori (under 35). Per valutare l'impatto di tali azioni e con riferimento alla capacità complessiva della Legge di promuovere la parità di genere e la diversità si è proceduto dunque a ponderare:

- la *quota di opere beneficiarie a direzione prevalentemente femminile*;
- la *quota di opere beneficiarie dirette da autori giovani* (con meno di 35 anni) e la complessiva distribuzione delle opere rispetto all'età anagrafica dei registi e delle registe e alla *nazionalità dei registi*;
- la *quota di professioniste donne* (con riferimento ai ruoli dello sceneggiatore e del montatore[68]) impiegate nella produzione.

Nella misurazione sono state considerate le linee del Credito di imposta (Distribuzione nazionale di film; Distribuzione nazionale di film – Passaggio nuove aliquote; Distribuzione internazionale di opere audiovisive) e i Contributi selettivi (Distribuzione nazionale di film e Progetti di distribuzione cinematografica estera).

Figura 5.10: Quota di opere beneficiare a direzione prevalentemente femminile[69]



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 5.30: Bilanciamento di genere nelle opere beneficiarie, con riferimento ai ruoli di: regista, autore della sceneggiatura e montaggio (tutte le misure)

RIF. LEGGE 220/2016	PROCEDIMENTI	REGISTA			AUTORE DELLA SCENEGGIATURA			AUTORE DEL MONTAGGIO		
		F	M	Δ	F	M	Δ	F	M	Δ
Art.16	TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	14,29%	85,71%	-71,43	20,83%	79,17%	-58,33	66,67%	33,33%	33,33

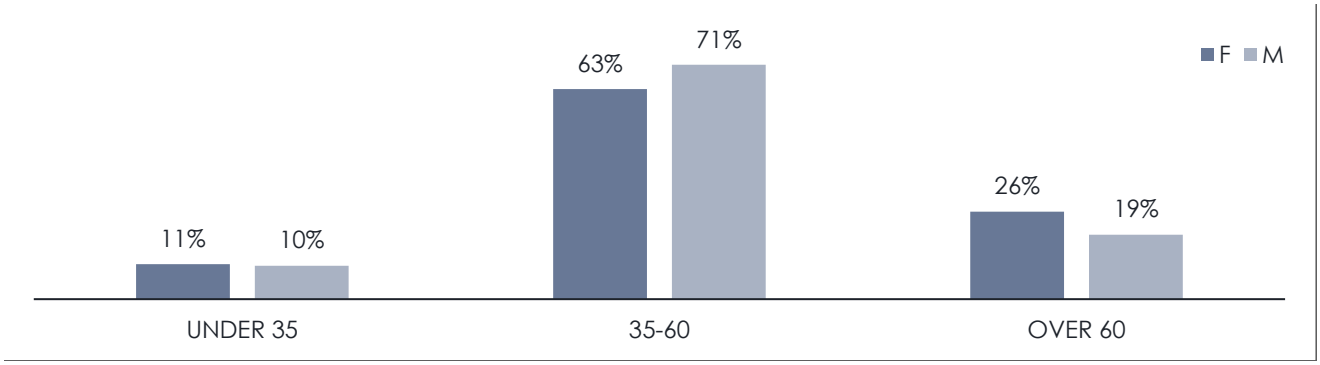
[68] L'indice del bilanciamento di genere delle iniziative produttive non include la presenza di donne in qualità di soggettista o autore delle musiche, sebbene esse figurino come criteri premiali nei Decreti attuativi delle misure selettive e automatiche. Tale scelta è motivata dalla lacunosità delle informazioni su tali ruoli inserite dalle imprese di distribuzione (e di produzione) nella piattaforma DGCol.

[69] Il grafico non pondera le due opere bilanciate dal punto di vista dell'identità di genere dei registi. Si consideri che delle 144 opere (al netto dei film che hanno chiesto finanziamenti su più linee) che hanno beneficato degli aiuti per la distribuzione, 9 sono a firma di più autori. Di queste, 2 sono bilanciate dal punto di vista del genere; 6 sono dirette da registi solo uomini; 1 è diretta da più registi, in prevalenza uomini.

	TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	8,33%	91,67%	-83,33	21,15%	78,85%	-57,69	50,00%	50,00%	0,00
	TAX CREDIT DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE DI OPERE AUDIOVISIVE	20%	80%	-60,00	34%	66%	-31,25	25%	75%	-50,00
Art. 26	DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	14,29%	85,71%	-71,43	20,83%	79,17%	-58,33	66,67%	33,33%	33,33
	PROGETTI DI DISTRIBUZIONE CINEMATOGRAFICA ESTERA	11,54%	88,46%	-76,92	28,95%	71,05%	-42,11	0,00%	100,00%	-100,00
TOTALE[70]		12,03%	87,97%	-75,95	20,62%	79,38%	-58,75	30,77%	69,23%	-38,46%

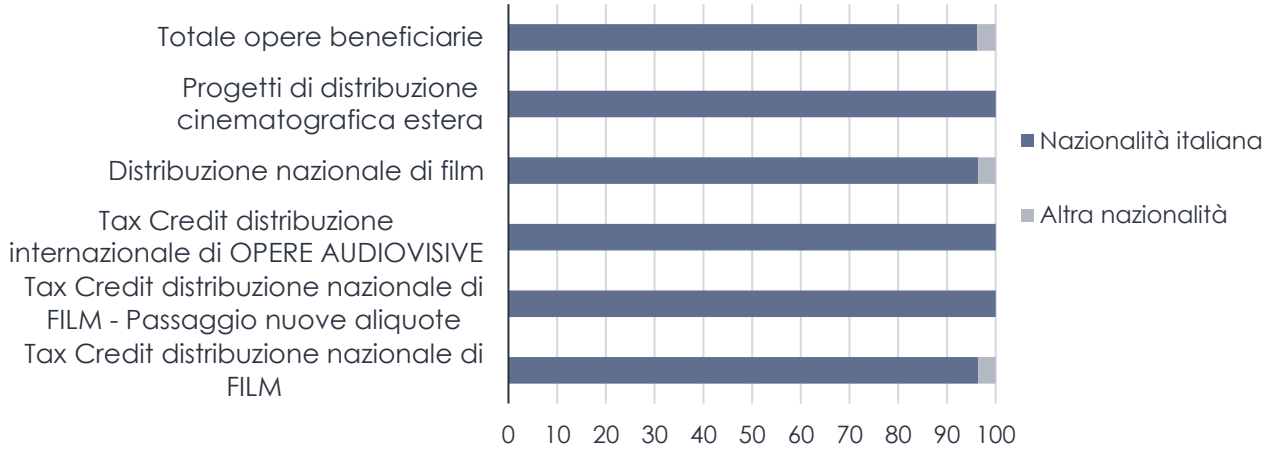
Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 5.31: Quota di opere beneficiare secondo l'età anagrafica dei/le registi/e[71]



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Figura 5.11: Quota di opere beneficiare secondo la nazionalità dei/le registi/e



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

[70] Il totale distribuzione si riferisce alle opere beneficiarie, al netto degli aiuti multipli. Il valore non corrisponde dunque alla media dei valori riportati nelle righe precedenti.
[71] La percentuale è qui calcolata sul totale delle registe e sul totale dei registi coinvolti nelle produzioni che hanno beneficiato delle misure per la distribuzione.

5.2.9. Costituzione e rafforzamento delle imprese esistenti

L'indicatore ***Costituzione e rafforzamento delle imprese esistenti*** porta a valutare le potenzialità della Legge nel supportare la crescita del settore per una maggiore apertura del mercato e un progressivo sviluppo delle attività di distribuzione, in particolare all'estero.

Tabella 5.32: Anno di costituzione delle imprese beneficiarie

ANNI DI COSTITUZIONE DELLE IMPRESE BENEFICIARIE	NUMERO DELLE IMPRESE	QUOTA PERCENTUALE
2015-2018	12	21,82%
2010-2014	13	23,63%
2005-2009	12	21,82%
2000-2004	5	9,09%
1995-1999	3	5,45%
1990-1994	1	1,82%
1985-1989	5	9,09%
1980-1984	1	1,82%
ANNI SETTANTA	1	1,82%
ANNI SESSANTA	1	1,82%
ANNI TRENTA	1	1,82%
TOTALE	**55**	**100%**

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 5.33: Assetto societario delle imprese di distribuzione nazionale e internazionale[72]

ATTIVITÀ PREVALENTE DELLE IMPRESE BENEFICIARIE	CATEGORIA D'ATTIVITÀ PER FORMA SOCIETARIA					
	SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA - SRL	S.R.L. A UNICO SOCIO	SOCIETÀ COOPERATIVA A R. L.	S.P.A. SOCIETÀ PER AZIONI	S.P.A A SOCIO UNICO	SOCIETÀ DI CAPITALI
PRODUTTORE CINEMATOGRAFICO/ AUDIOVISIVO	29	3	1	7	2	5
INDIPENDENTE	28	3	1	6	-	5
NON INDIPENDENTE	1	-	-	1	2	-
DISTRIBUTORE INTERNAZIONALE	1	-	-	-	-	-
INDIPENDENTE	1	-	-	-	-	-
NON INDIPENDENTE	-	-	-	-	-	-
DISTRIBUTORE ITALIANO O EUROPEO	4	1	-	-	-	1
INDIPENDENTE	4	1	-	-	-	1
NON INDIPENDENTE	-	-	-	-	-	-
DISTRIBUTORE NON EUROPEO	1	-	-	-	-	-
INDIPENDENTE	-	-	-	-	-	-
NON INDIPENDENTE	1	-	-	-	-	-
TOTALE	35	4	1	7	2	6

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

[72] Il prospetto fa riferimento alle 55 società italiane beneficiarie dei Crediti d'imposta e dei Contributi selettivi per le quali è rilevata la natura giuridica.

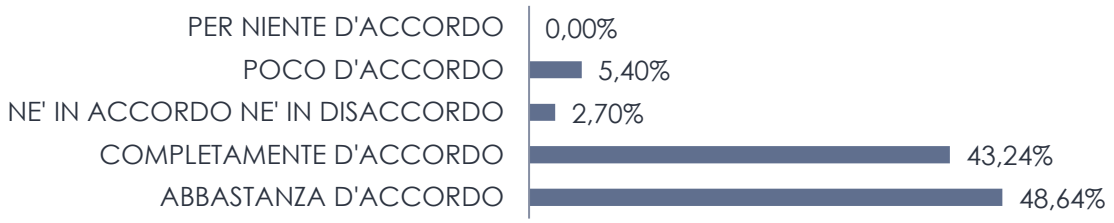
5.2.10. Turismo

L'indicatore ***Turismo*** intende misurare l'impatto della distribuzione cinematografica e audiovisiva e più ampiamente della screen culture sull'industria del turismo.

Il calcolo dell'indicatore è avvenuto tramite un'indagine mirata, realizzata attraverso la somministrazione di un questionario strutturato, rivolto ai soggetti beneficiari dei contributi previsti dalla Legge al 31/12/2019. La domanda di ricerca che è stata posta ai soggetti beneficiari è la seguente: "*Secondo la mia esperienza, le opere e le iniziative beneficiarie di finanziamento hanno ripercussioni sul turismo di una location e/o sulla promozione del territorio*".

L'indagine si è svolta tra il 09/10/2020 e il 26/10/2020. Si specifica che per il settore Distribuzione hanno risposto al questionario 37 operatori pari al 67,27% del totale dei soggetti beneficiari di misure a sostegno del nodo distribuzione della filiera nell'anno di riferimento (55).

Figura 5.12: Impatto turistico delle misure a sostegno della distribuzione

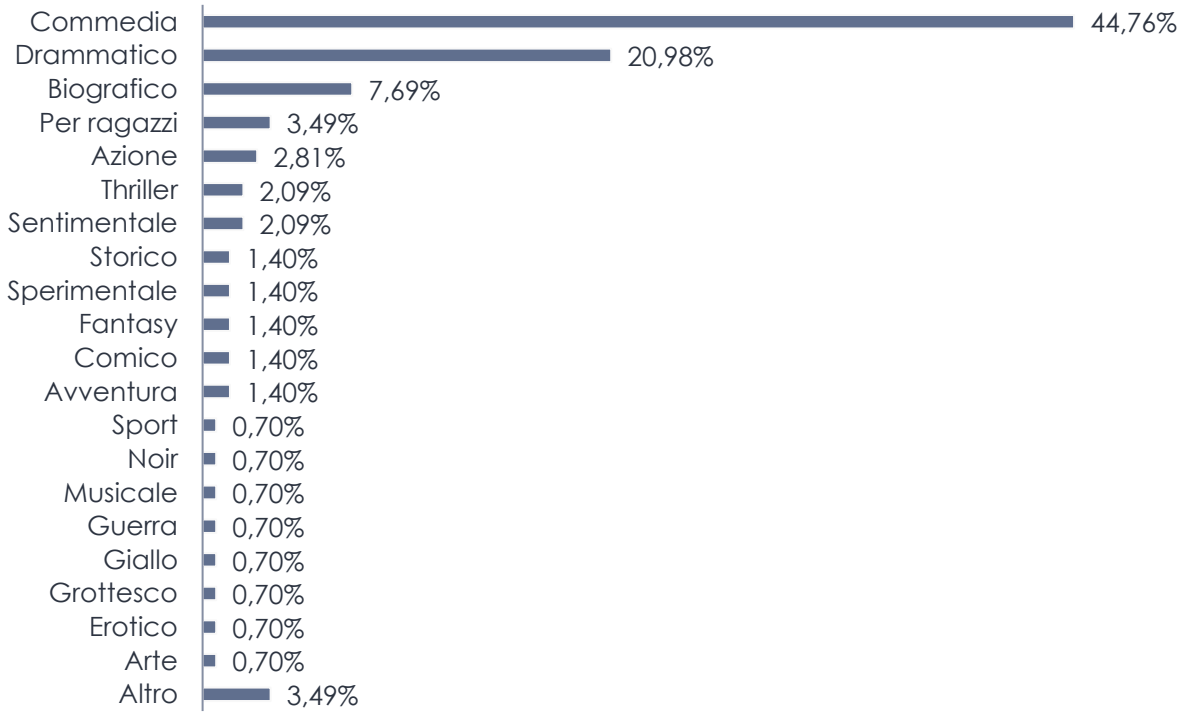


Fonte: Indagine Soggetti Finanziati 2019

5.2.11. Valorizzazione del pluralismo culturale

L'indicatore ***Valorizzazione del pluralismo culturale*** consente di ponderare la capacità delle misure di favorire la varietà di opere (cinematografiche, tv, web, videoludiche) in termini di linguaggio, genere e tipologia di progetti e iniziative.

Figura 5.13: Generi delle opere che hanno beneficiato di finanziamento (% sul totale distribuzione



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 5.34: Tipologia delle opere secondo le priorità di assegnazione dei finanziamenti[73]

RIF. NORM. 220/2016	PROCEDIMENTI	TIPOLOGIE PREVALENTI DELLE OPERE SOSTENUTE						
		PRIMA O SECONDA	GIOVANI AUTORI	SCARSE RISORSE FINANZIARIE	*PRIMA E GIOVANI AUTORI*	*PRIMA E SCARSE RISORSE*	*GIOVANI E SCARSE RISORSE*	*PRIMA GIOVANI SCARSE*
ART. 16	CREDITO D'IMPOSTA	44	10	26	*7*	*7*	-	*1*
	TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	32	8	22	*7*	*4*	-	*1*
	TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM-PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	8	2	2	-	*1*	-	-
	TAX CREDIT DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE DI OPERE AUDIOVISIVE	4	-	2	-	*2*	-	-
	CONTRIBUTI SELETTIVI	16	3	16	*3*	*10*	*2*	*2*
	DISTRIBUZIONE NAZIONALE	14	2	15	*2*	9	*2*	*2*
ART. 26	DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE PROGETTI DI DISTRIBUZIONE CINEMATOGRAFICA ESTERA	2	1	1	*1*	*1*	-	-
TOTALE		60	11	42	10	17	2	3

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 5.35: Tipologia delle opere distribuite a livello nazionale e internazionale[74]

PROCEDIMENTI	TIPOLOGIA				FORMATO		DESTINAZIONE	
	FILM	FINZIONE	DOCUM.	ANIMAZIONE	LUNGOMET.	CORTOMET.	CINEMA	TV
CREDITO D'IMPOSTA	7	104	10	1	122	-	121	1
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	4	61	7	1	73	-	73	-
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM-PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	3	31	-	-	34	-	34	-
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE DI OPERE AUDIOVISIVE	-	12	3	-	15	-	14	1
CONTRIBUTI SELETTIVI	7	36	6	1	49	1	50	-
DISTRIBUZIONE NAZIONALE	-	20	4	1	24	1	25	-
DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE - *PROGETTI DI DISTRIBUZIONE CINEMATOGRAFICA ESTERA*	7	16	2	-	25	-	25	-
TOTALE	13	115	14	2	143	1	143	1

Fonte: DGCol e Istituto Luce Cinecittà. Domande approvate nel 2019

5.2.12. Pubblici e inclusività

L'indicatore ***Pubblici e inclusività*** valuta la capacità delle misure di estendere i pubblici, favorendo la più ampia fruizione del cinema e dell'audiovisivo e un accesso ampio e inclusivo.

[73] La prima parte della tabella riporta il numero delle opere secondo le tipologie che rientrano fra i criteri di priorità per l'ammissione alle misure di finanziamento (prime tre colonne) e la seconda parte registra i casi in cui alcune di quelle stesse opere sommano più tipologie (ultime quattro colonne).

[74] La ripartizione per tipologia fa riferimento alle opere sostenute in ogni singola linea di intervento e al totale al netto delle duplicazioni sia per le misure complessive del Credito d'imposta (107 titoli) e dei Contributi selettivi (50 titoli), sia per il computo globale (144 titoli) dei sostegni al comparto distribuzione.

Tabella 5.36: Mercato theatrical 2019. Contributi selettivi distribuzione nazionale di film e Credito di imposta per la distribuzione nazionale di film

PROCEDIMENTI	FILM PROGRAMMATI NEL 2019			
	NUMERO	% SUL TOTALE DELLE OPERE BENEFICIARIE	VALORE SPESA MEDIA	NUMERO MEDIO DI INGRESSI[75]
CONTRIBUTI SELETTIVI - DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	19	76,00	14.216,45	2221,32
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	53	73,61	133.216,65	2.0815,10
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	21	63,63	1.708,20	266,91

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

5.3. INDICATORI DI PROCEDIMENTO

5.3.1. Art. 16 – Credito di imposta per le società di distribuzione

5.3.1.1. Progetti distribuiti a livello nazionale e internazionale e Paesi nei quali avviene la distribuzione

L'indicatore ***Progetti distribuiti a livello nazionale e internazionale e Paesi nei quali avviene la distribuzione*** mostra l'utilizzo del credito d'imposta per la distribuzione nelle principali aree.

Con riferimento alla distribuzione geografica nazionale del contributo fiscale del Credito d'imposta si rimanda all'Indicatore "Estensione territoriale dell'utilizzo" nel presente capitolo.

Con riferimento alla tipologia di prodotto sostenuto dal beneficio fiscale del Credito d'imposta si rimanda all'indicatore "Valorizzazione del pluralismo culturale" entro il presente capitolo, tabelle 5.33 e 5.34.

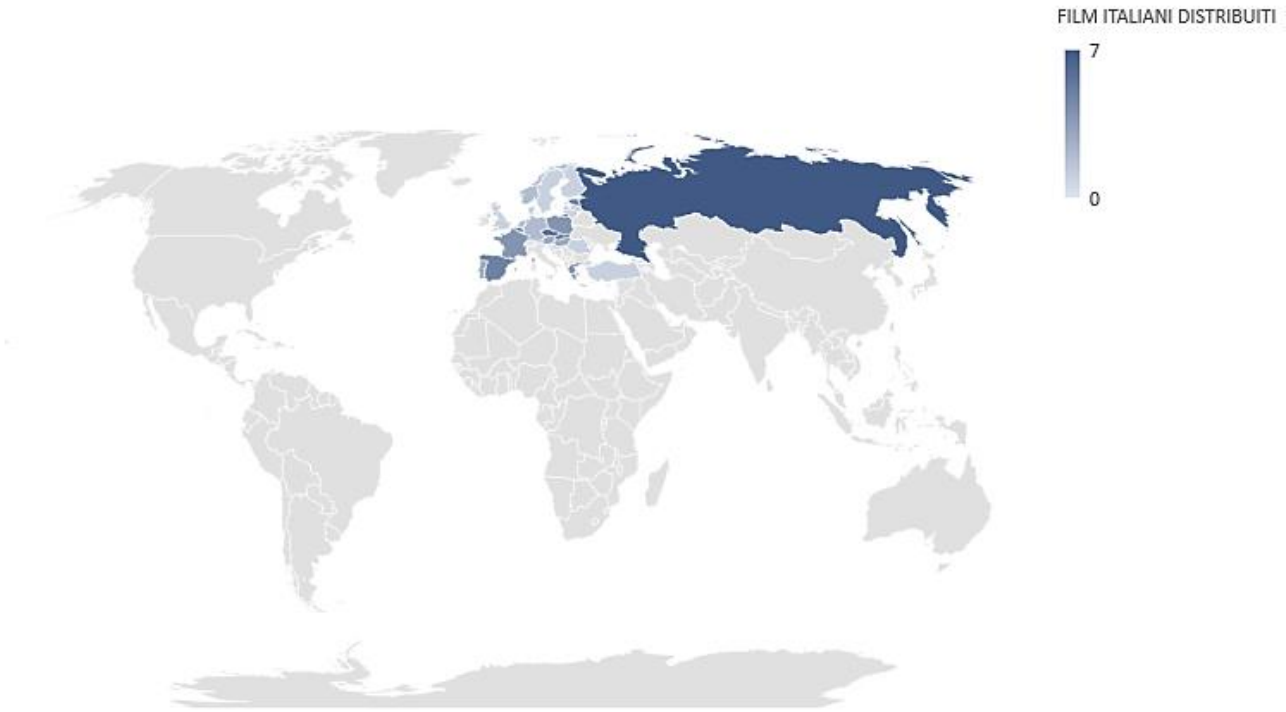
Figura 5.14: Numero di opere beneficiarie del Credito di imposta per la distribuzione nazionale e distribuzione nazionale nuove aliquote secondo regione



Fonte: DGCol e SIAE. Domande approvate nel 2019

[75] Il numero di ingressi è stato calcolando dividendo il Valore di spesa al botteghino, ovvero le "somme che gli spettatori corrispondono per poter accedere al luogo di spettacolo" (SIAE, Annuario dello Spettacolo, 2018), per il costo medio dell'ingresso, pari nel 2019 a 6,40€.

Figura 5.15: Numero di opere beneficiarie del Credito di imposta per la distribuzione internazionale secondo Paese[76]



Fonte: DGCol e European Audiovisual Observatory. Domande approvate nel 2019

Tabella 5.37: Numero di coproduzioni nazionali e internazionali e importi medi a progetto

PROCEDIMENTI	NUMERO COPRODUZIONI NAZIONALI	IMPORTO MEDIO COPRODUZIONI NAZIONALI	NUMERO COPRODUZIONI INTERNAZIONALI	IMPORTO MEDIO COPRODUZIONI INTERNAZIONALI
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	3	61.252,07 €	14	68.153,85 €
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	-	-	3	45.424,36 €
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE DI OPERE AUDIOVISIVE	-	-	1	7.018,19 €
TOTALE	3	61.252,07 €	18	58.916,41 €

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

[76] Oltre alle misure del Tax Credit distribuzione internazionale di opere audiovisive, riconosciuto a 15 opere, e dei Progetti di distribuzione cinematografica estera, con cui sono stati sostenuti 25 titoli, un'altra linea di intervento nell'area dei Contributi selettivi ha alimentato nel 2019 l'esportazione di opere italiane. Con il Film Distribution Fund affidato alla Gestione Fondi Cinema-Internazionalizzazione dell'Istituto Luce Cinecittà sono stati assegnati 87 contributi a 66 imprese straniere che hanno immesso sui loro circuiti nazionali 47 opere italiane. A questa misura l'Istituto Luce Cinecittà affianca inoltre quattro forme di supporto per la promozione dell'export, diventate di piena attuazione nel 2019: Fondo esportatori internazionali (37 contributi per un totale di 131.301,58 €), Fondo produttori opere audiovisive promozione internazionale per partecipazione a festival, mercati ed eventi di coproduzione (22 contribuzioni per 66.000,00 €), Fondo produttori cinematografici promozione internazionale festival (61 sostegnii per 168,686,67 €), Fondo produttori cinematografici mercati di coproduzione e training (13 contributi per 16.181,95 €).

5.3.1.2. *Impatto sui tassi di uscita nelle sale e sulle spese P&A*

L'indicatore ***Impatto sui tassi di uscita nelle sale e sulle spese P&A*** mostra l'effetto della misura sull'aumento della distribuzione dei film italiani.

Con riferimento al passaggio in sala dei film che hanno beneficiato del Credito d'imposta si rimanda alla tabella 5.35 nell'indicatore "Pubblici e inclusività". Per quanto concerne i tassi di uscita e le spese P&A si rimanda alle seguenti tabelle.

La voce "Spese P&A" è ricompresa nella voce "Costo eleggibile", ossia le spese tipiche dell'attività di distribuzione e riconducibili a quattro principali tipologie:

- acquisizione di spazi pubblicitari;
- acquisizione di materiali promozionali e di marketing;
- oneri per l'attività di ufficio stampa e promozione;
- costi per edizione e realizzazione delle copie delle opere.

Tabella 5.38: Tassi di uscita sul mercato nazionale nel 2019 delle opere sostenute con Credito d'imposta[77]

PROCEDIMENTI	OPERE SOSTENUTE	QUOTA SU FILM ITALIANI DISTRIBUITI	QUOTA SU INGRESSI TOTALI DEI FILM ITALIANI
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	53	27,18%	5,24%
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM-PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	21	10,77%	0,02%
TOTALE	74	37,87%	5,25%

Fonte: DGCol e SIAE. Domande approvate nel 2019

Tabella 5.39: Tabella 5.38: Impatto del Credito d'imposta approvato sul costo eleggibile delle opere

PROCEDIMENTI	COSTO ELEGGIBILE	CREDITO SPETTANTE	CREDITO SU ELEGGIBILE
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	35.046.308,81€	7.187.088,13 €	20,50%
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	21.122.986,64 €	1.841.181,67 €	8,71%
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE DI OPERE AUDIOVISIVE	151.693,42 €	45.508,03 €	30,00%
TOTALE	56.167.953,35 €	9.074.577,83 €	16,15%

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 5.40: Numero domande approvate secondo aliquote di credito d'imposta 2017-2018 vs. 2019

PROCEDIMENTI	ANNO DOMANDE	DOMANDE APPROVATE PER ALIQUOTA SPETTANTE				
		15%	20%	30%	40%	DOMANDE
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	2017-2018	3	19	20	9	51
	2019	1	8	10	3	22
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	2018	1	15	15	3	34
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE DI OPERE AUDIOVISIVE	2017-2018	-	-	3	-	3
	2019	-	-	12	-	12
TOTALE PER ANNO DI COMPETENZA	2017-2018	4	34	38	12	88
	2019	1	8	22	3	34
TOTALE COMPLESSIVO		5	42	60	15	122

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

[77] Nel 2019 sono stati distribuiti nelle sale dell'esercizio nazionale 195 film italiani pari al 39,39% della programmazione totale di 495 film.

Tabella 5.41: Impatto del credito d'imposta approvato sul costo eleggibile delle opere secondo le aliquote applicate

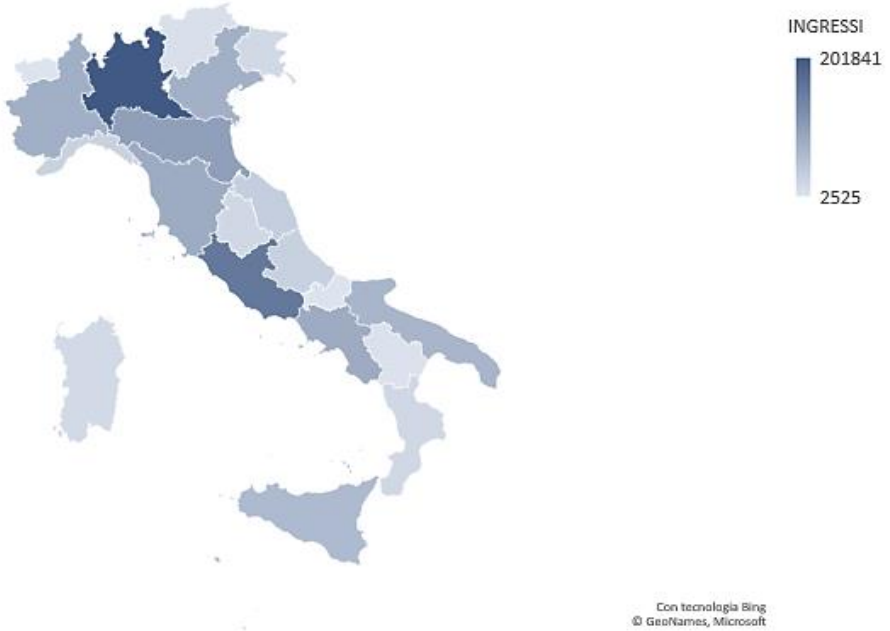
PROCEDIMENTI	ALIQUOTE APPLICATE	NUMERO DOMANDE	COSTO MEDIO ELEGGIBILE	CREDITO MEDIO SPETTANTE	CREDITO SU ELEGGIBILE
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	15%	15	1.242.400,78	97.315,60	7,83%
	20%	42	758.289,57	97.003,41	12,79%
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	30%	45	344.582,41	81.663,78	23,70%
	40%	15	163.324,70	52.898,55	32,39%
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE DI OPERE AUDIOVISIVE	30%	15	10.112,89	3.033,87	30,00%
TOTALE	-	122	460.393,06	74.381,79	16,15%

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

5.3.1.3. Performance sui diversi mercati

L'indicatore ***Performance sui diversi mercati*** evidenzia la portata dei progetti finanziati in termini di distribuzione sul territorio nazionale e internazionale.

Figura 5.16: Pubblico delle opere beneficiarie del Credito di imposta per la distribuzione nazionale e distribuzione nazionale nuove aliquote. Numero di ingressi per regione[78]



Fonte: DGCol e SIAE. Domande approvate nel 2019

[78] Il numero di ingressi è stato calcolando dividendo il Valore di spesa al botteghino, ovvero le "somme che gli spettatori corrispondono per poter accedere al luogo di spettacolo" (SIAE, *Annuario dello Spettacolo*, 2018), per il costo medio dell'ingresso, pari nel 2019 a 6,40€.

Figura 5.17: Pubblico delle opere beneficiarie del Credito di imposta per la distribuzione internazionale. Numero di ingressi per Paese[79]



Fonte: DGCol e European Audiovisual Observatory. Domande approvate nel 2019

5.3.1.4. Utilizzo da parte dei produttori indipendenti

L'indicatore evidenzia in che modo il Credito d'imposta aiuta i produttori indipendenti.

Tabella 5.42: Domande approvate agli operatori indipendenti e non indipendenti nel comparto distribuzione

PROCEDIMENTI	PRODUTTORE CINEMATOGRAFICO AUDIOVISIVO		DISTRIBUTORE INTERNAZIONALE		DISTRIBUTORE ITALIANO O EUROPEO		DISTRIBUTORE NON EUROPEO	
	INDIP.	NON INDIP.	INDIP.	NON INDIP.	INDIP.	NON INDIP.	INDIP.	NON INDIP.
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	39	26	-	-	6	2	1	-
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM-PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	10	14	-	-	7	1	2	-

[79] Fra le 15 opere sostenute con la misura del Tax Credit distribuzione internazionale di opere audiovisive la banca dati Lumière dell'European Audiovisual Observatory registra la distribuzione in Europa di 13 titoli, con 73 programmazioni in 27 Paesi - 23 dei quali appartenenti all'Unione Europea - con un numero totale, nel periodo 2017-2019, di 460.814 ingressi. A titolo indicativo si rilevano dalla stessa banca dati le risultanze relative alle altre due linee di intervento che nell'area dei Contributi selettivi hanno alimentato l'esportazione di opere italiane. Sui 25 Progetti di distribuzione cinematografica estera si riscontrano 16 titoli diffusi, con 43 uscite in 17 nazioni europee, totalizzando 246.318 ingressi. Per le 47 opere sostenute tramite il Film Distribution Fund si registrano 87 uscite in 34 Stati diversi: 25 europei, 1 mediorientale (Israele), 4 asiatici (Giappone, Hong Kong, Corea del Sud e Taiwan) e 4 del continente americano (Colombia, Portorico, Brasile e Argentina). In particolare in Europa sono state effettuate 59 operazioni di distribuzione in capo a 36 opere (con una contribuzione pari a 501.133,20 €), nel cui ambito I dati Lumière riferiti a 41 programmazioni in 21 Paesi di 26 titoli espongono un totale di 330.025 ingressi. Sul complesso di 76 opere immesse sul mercato europeo con il sostegno delle tre linee di finanziamento (a 20 di queste sono stati riconosciuti nel 2019 anche Crediti d'imposta o Contributi selettivi per la distribuzione nazionale) sono 46 i titoli unici e 1.037.157 gli ingressi rilevati dalla stessa banca dati, in riferimento a 148 uscite in 27 Stati diversi.

TAX CREDIT DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE DI OPERE AUDIOVISIVE	2	-	13	-	-	-	-	-
TOTALE DOMANDE APPROVATE	51	40	13	-	13	3	3	-
QUOTE DI COMPETENZA	41,80%	32,79%	10,65%	-	9,84%	2,46%	2,46%	-

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 5.43: Operatori indipendenti e non indipendenti beneficiari delle misure di sostegno per le attività di distribuzione nazionale e internazionale

PROCEDIMENTI	PRODUTTORE CINEMATOGRAFICO AUDIOVISIVO		DISTRIBUTORE INTERNAZIONALE		DISTRIBUTORE ITALIANO O EUROPEO		DISTRIBUTORE NON EUROPEO	
	INDIP	NON INDIP.	INDIP.	NON INDIP.	INDIP.	NON INDIP.	INDIP.	NON INDIP.
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM E TAX CREDIT DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM-PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	22	2	-	- -	10	3	1	-
TAX CREDIT DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE DI OPERE AUDIOVISIVE	2	-	1	-	-	-	-	-
TOTALE SOCIETÀ BENEFICIARIE	24	2	1	-	10	3	1	-
QUOTE DI COMPETENZA	58,53%	4,88%%	2,44%	-	24,39%	7,32%	2,44%	-

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

6. ESERCIZIO

Come per i precedenti settori, l'analisi di impatto del settore dell'**Esercizio** prende in considerazione le domande che sono giunte ad approvazione nel corso dell'anno solare 2019. L'anno di competenza di tali domande è compreso fra il 2017 e il 2019.

Nello specifico l'analisi far riferimento ai dati registrati nella piattaforma DGCol, mentre per gli indicatori Addizionalità, Turismo, Pubblico e inclusività sono stato utilizzati i risultati di ricerche sviluppate *ad hoc*. L'indicatore Parità di genere e diversità è invece valutato con riferimento al profilo anagrafico del legale rappresentante delle imprese di esercizio beneficiarie.

In considerazione del fatto che la Legge 220/2016 nel biennio 2017-2018 aveva avuto un'attuazione ancora parziale per quanto attiene l'esercizio, il raffronto con i dati della precedente Valutazione sarà limitato alle sole misure del **Credito di imposta sugli investimenti** e del **Credito di imposta sulla programmazione**.

Nel raffronto si tenga presente che i dati della precedente Valutazione si riferiscono a 2 anni di attuazione.

Si precisa, infine, che il fascicolo include l'analisi d'impatto del Piano Straordinario Sale, che ha messo a disposizione del settore 30 MLN di euro.

EXECUTIVE SUMMARY

MISURE E STATO DI ATTUAZIONE

- Nell'anno solare 2019 si è concluso il procedimento relativo a **4 misure a favore delle imprese di esercizio e delle sale**: il *Credito di imposta sugli investimenti;* il *Credito di imposta sulla programmazione*; i *contributi a favore delle Sale d'essai* e il *Piano Straordinario Sale*, per un totale di **3.441 domande approvate** e un **finanziamento** di **81.612.583,34 €**.
- La larga parte dei procedimenti arrivati a conclusione nel 2019 sono stati **aperti nel 2018**, con eccezione per le linee del Piano Straordinario Sale il cui anno di competenza è il 2017.
- Degli 81.612.583 € di aiuti riconosciuti alle imprese di esercizio**, 26.657.819,84 €** sono andati al **Piano Straordinario**; **25.888.622,2 €** al **Credito di imposta sulla programmazione**; **24.066.141,3 €** al **Credito di imposta sugli investimenti;** e **5.000.000 €** come contributi per le **Sale d'essai**.
- **Rispetto al biennio 2017-2018** si rileva una **crescita delle misure attuate** (nel 2017-2018 erano stato attuate solo le misure del Credito di imposta sugli investimenti e sulla programmazione) **e degli aiuti complessivi** (17.173.994,76 € nel 2017-2018) con **un incremento di 64.438.588,58 €** (+ 365%).
- Con **riferimento al Credito di imposta** - le sole misure per le quali è possibile istituire un raffronto, come esplicitato in premessa - nel 2019 sono state approvate **317 istanze** per **investimenti**, rispetto alle 124 del 2017-2018 (**+156%**) e **2.729 istanze** per la **programmazione**, rispetto alle 248 del biennio precedente (+**1000%**).
- Conseguentemente, nel 2019 si rileva anche un incremento dell'entità degli aiuti sulle misure del tax credit: **+6.892.196 €** per il Tax credit investimenti e +**11.014.945 €** per il Tax credit programmazione, pari a +40% e +70% degli importi approvati nell'ambito della nuova Legge nel 2017-2018.

INDICATORI DI FILIERA

GRADO DI UTILIZZO DELLE MISURE A LIVELLO DI SETTORE

- L'incidenza delle domande pervenute evidenzia la **propensione delle imprese del comparto a utilizzare lo strumento del Credito d'imposta**.
- In particolare **la misura più utilizzata** da parte del settore è stato il **Credito di imposta a sostegno della programmazione**: 3.349 istanze pervenute nel 2019. Seguono, per grado di utilizzo, il contributo per le **Sale d'essai** (492 istanze) e il **Credito di imposta sugli investimenti** (103 istanze complessive, fra ristrutturazione degli spazi e adeguamento tecnologico).
- Il **Piano Straordinario Sale**, con le sue 4 linee di intervento, ha raccolto **227 domande**. La larga maggioranza di esse si è concentrata sulla **Linea D - Ristrutturazione e adeguamento strutturale e tecnologico delle sale** (139 domande). **Le altre linee hanno ricevuto un numero di istanze significativamente inferiore**: 35 domande per la Linea C - Trasformazione delle sale; 30 per la Linea A - Riattivazione di sale cinematografiche chiuse o dismesse; 23 per la Linea B - Realizzazione di nuove sale.
- Per quanto usato ampiamente nel 2019, rispetto al biennio 2017-2018, si registra una **diminuzione del numero di istanze di riconoscimento del Credito di Imposta**, sia per investimenti, sia per programmazione, pari a **-34%** per entrambi i procedimenti. Tale dato, come precisato in premessa, va letto tenendo presente il diverso arco temporale preso in esame dalle due Valutazioni. Se si ponderano i dati del 2017-2018 su base annuale si rileva infatti una **crescita del +13% delle domande pervenute nel 2019 sia per investimenti, sia per programmazione**.

TASSO E IMPORTO MEDIO PER PROGETTO

- Gli importi a progetto più consistenti sono stati assegnati nel quadro del **Piano Straordinario** e segnatamente delle **Linee B - Realizzazione nuove sale** (1.228.589 €), **A - Riattivazione di sale cinematografiche chiuse o dismesse** (854.756 €) e **C - Trasformazione delle sale e multisala esistenti** (754.491 €). Seguono, per entità degli importi ai singoli progetti, gli aiuti erogati nel quadro del **Tax Credit per la realizzazione e il ripristino delle sale** (260.019 €); **gli interventi per l'adeguamento tecnologico della Linea D del Piano Straordinario** (187.500€) e del **Tax Credit per** l'adeguamento strutturale e tecnologico (40.558 €).
- Gli importi medi per progetto del **Tax Credit programmazione** e i contributi per le **Sale d'essai** sono stati rispettivamente di **9.682€** e di **14.124€.**

- Rispetto al biennio 2017-2018 il **Credito d'imposta medio** riconosciuto a ciascuna impresa **è stato superiore nel caso del Credito di imposta per investimenti** (+ 131.738 €); mentre ha fatto registrare **una diminuzione sulla linea a sostegno della programmazione** (-50.293€). Tale riduzione è stata, tuttavia, **compensata dalla crescita** complessiva **del numero di domande approvate** e **dal numero di istanze approvate per singola impresa** (Cfr. "Numero di imprese che presentano finanziamenti multipli"), che ha comportato *de facto* un incremento dell'aiuto a ciascuna impresa rispetto al biennio passato.

UTILIZZO PER TIPOLOGIA DI RICHIEDENTE

- La larga maggioranza dei beneficiari degli aiuti nel 2019 sono **Società di capitali** (301, pari al 40,19% dei soggetti beneficiari), seguono gli **Enti ecclesiastici e gli istituti religiosi** (127, pari al 16,96% dei soggetti beneficiari), le **Associazioni** e **Fondazioni** (nell'insieme 99, pari al 13,22%) e le **Società di persone** (anch'esse 99, pari al 13,22%).
- Dal raffronto con il 2017-2018 emerge una **diminuzione della percentuale di domande approvate a favore dei soggetti *for profit*:** in particolare delle **Società di capitali** (-6%) e in misura minore delle **Società di persone** e delle **Ditte individuali o a conduzione familiare** (rispettivamente -1,3% e -1,6%). In parallelo si rileva un **aumento della quota percentuale di istanze riconosciute a soggetti *non profit***, con particolare riguardo per **Istituti religiosi ed Enti ecclesiali e morali** (+5,03%).
- Con riferimento al numero degli schermi, si rileva un **più ampio accesso ai benefici previsti dalla Legge da parte delle sale con meno di due schermi:** 1.842 istanze approvate, (1.392 per sale monoschermo e 450 per sale con due schermi), pari al **51,80% del totale approvato**. Seguono i **multisala 3-7 schermi** (954, pari al 26,83% dell'approvato) e i **multiplex** (760, pari al 21,37%).
- Tale dato, oltre a riflettere lo stato dell'esercizio nazionale, conferma l'**efficacia degli incentivi per le piccole e medie imprese di esercizio** previsti nel quadro del Credito di imposta per investimenti, del Credito di imposta per programmazione e della contribuzione per le Sale d'essai (Art. 10, Art. 18, Art. 17, Art. 27) e, in modo esplicito, per le sale con meno di due schermi, inclusi nel Tax Credit investimenti e nei contributi per le Sale d'essai.
- La misura a cui le imprese hanno maggiormente attinto, come si già rilevato, è il **Credito di imposta per programmazione;** esso si presenta anche come **la misura usata più trasversalmente dalle imprese di esercizio, sia con riferimento alla loro natura giuridica, sia con riferimento al numero degli schermi.** In particolare, **l'84,61%** delle domande approvate a favore delle **Società di Capitali e** l'**81,75%** delle domande approvate a favore di **Società di Persone** sono riconoscimenti di Credito di imposta sulla programmazione.
- Anche **Cooperative**, **Associazioni e fondazioni** e **Istituti Religiosi ed Enti ecclesiastici e morali** ottengono aiuto soprattutto nella forma del **Credito di imposta per programmazione** (rispettivamente il 69%, il 60% e il 57% degli aiuti riconosciuti a tali imprese nel 2019). Essi attingono inoltre alla contribuzione per le **Sale d'essai** (il 30% delle domande approvate a favore di Associazioni e fondazioni e di Istituti Religiosi ed Enti ecclesiastici e morali e il 21,67% delle domande approvate a favore di Cooperative sempre con riferimento al 2019).
- **Hanno usato il Credito di imposta sugli investimenti in modo proporzionalmente più alto** rispetto alle altre tipologie di esercizio, gli Enti pubblici (20% delle istanze con esito positivo avanzate da tali enti); gli Istituti religiosi ed enti ecclesiastici e morali (11,70%) e le Società di Capitali (9,65% delle domande con esito positivo delle suddette imprese).
- Il **Piano Straordinario** ha riguardato, come anticipato, un numero ridotto di esercizi. Sebbene in misura contenuta, hanno utilizzato il piano straordinario in misura proporzionalmente maggiore le **Associazioni e fondazioni** e le **Società di persone** (rispettivamente 1,95% e 1,33% delle domande approvate a favore di tali tipologie di imprese).

ESTENSIONE TERRITORIALE

- La distribuzione geografica degli aiuti vede una concentrazione delle domande approvate in **Lombardia** (620), **Emilia-Romagna** (445), **Lazio** (375), **Toscana** (356), **Piemonte** (313), **Veneto** (245), **Puglia** (192) e **Campania** (190). Tale distribuzione riflette l'assetto del sistema dell'esercizio nazionale.

- Con riferimento alle singole misure si registra una **migliore distribuzione regionale** in riferimento al **Credito di imposta per programmazione** e ai contributi per le **Sale d'essai**.
- Il 79,42% delle istanze approvate **sono andate a beneficio di sale collocate in comuni con più di 15.000** abitanti. Questo dato, per quanto non negativo, evidenzia un margine di miglioramento rispetto all'obiettivo di favorire la presenza delle imprese di esercizio nei comuni più piccoli.
- Le misure, che nel 2019 sono risultate proporzionalmente più capaci di sostenere l'esercizio nei comuni minori, sono state le **Linee B e C del Piano Straordinario**, che per il 37,50% e il 28,57% hanno sostenuto progetti in comuni con meno di 15.000 abitanti.

ADDIZIONALITA'

- In un **quadro complessivamente positivo** (il 65,97% dei soggetti beneficiari sostiene di aver realizzato nuovi progetti grazie agli aiuti ricevuti), la **capacità della Legge di stimolare la realizzazione di nuove iniziative** nell'ambito dell'esercizio appare complessivamente **più bassa rispetto ad altri nodi di filiera** (-5%). Essa, tuttavia, **si allinea alla percentuale media** se si considerano le **imprese beneficiarie che svolgono in modo esclusivo l'attività di esercizio**: il 70,24% dei soggetti beneficiari che hanno indicato l'esercizio come attività primaria e secondaria sostiene infatti che non avrebbe potuto realizzare i progetti per i quali ha goduto dei benefici di Legge senza tali aiuti.
- Inoltre si rileva **un importante miglioramento (+12%)** dell'indicatore dell'**Addizionalità** rispetto al 2017-2018. Questo aumento è correlabile con la **maggiore incidenza nel 2019 delle misure volte a supportare interventi strutturali**, sia nel quadro del Credito di imposta per investimenti, sia nel quadro del Piano Straordinario Sale, per i quali l'aiuto pubblico è dirimente.

NUMERO DI IMPRESE SINGOLE CHE PRESENTANO DOMANDA DI SOSTEGNO

- Le **imprese di esercizio singole beneficiarie di aiuti nel 2019 sono state 749**, pari al 40,**06% del totale delle imprese di esercizio** in attività nell'anno solare.

NUMERO DI IMPRESE CHE RICEVONO FINANZIAMENTI MULTIPLI

- Il **70,36% dei soggetti beneficiari**, pari a 527 imprese su 749, **ha ricevuto nel 2019 più aiuti.**
- Ciascuna impresa ha mediamente beneficiato di 4,**57 aiuti su una o più linee**.

PARITA' DI GENERE E DIVERSITA'

- L'indicatore della **Parità di genere** è stato misurato con riferimento all'**identità di genere del legale rappresenta delle imprese beneficiarie**. Nel valutare il dato si tenga presente che gli interventi di Legge a favore dell'esercizio non includono, se non in modo indiretto (ad esempio fra le aliquote del Credito di imposta sulla programmazione) misure a sostegno della parità di genere e dalla diversità. Si consideri, inoltre, che il bilancio di genere richiederebbe anche l'analisi della presenza, dei ruoli, dei contratti e dei livelli stipendiali delle donne e degli uomini impiegati dalle imprese beneficiarie.
- Il dato relativo all'identità del legale rappresentante evidenzia una **decisa prevalenza di imprese guidate da uomini:** l'81,71% degli esercizi che hanno beneficiato delle misure previste dalla Legge, evidenziando un possibile margine di intervento per il Legislatore.

COSTITUZIONE E RAFFORZAMENTO DELLE IMPRESE

- L'indicatore misura la **capacità della Legge di supportare la crescita del settore**, sia sostenendo le imprese esistenti, sia favorendo la nascita di nuove imprese.
- Per quanto attiene il **rafforzamento delle imprese esistenti** si rimanda all'analisi degli indicatori precedenti, da cui emerge: una **crescita delle risorse messe a disposizione del settore** (Cfr. "Misure e stato di attuazione" e "Grado di utilizzo delle misure a livello di settore"); una **buona capacità della Legge di raggiungere i differenti stakeholder**, con riferimento alla **natura giuridica delle imprese** e alla loro vocazione profit o non profit (Cfr. "Utilizzo per tipologia di richiedente); una **maggiore difficoltà della Legge a perequare le differenze su base geografica**, sia regionale, sia relativa all'ampiezza dei comuni ("Estensione territoriale dell'utilizzo").

- Dall'analisi emerge inoltre la **capacità della Legge di supportare in modo equanime le diverse tipologie di sala**, con riferimento al **numero degli schermi**, **attivando anche meccanismi perequativi a favore delle sale più piccole**, in particolare, attraverso la misura della contribuzione per le **Sale d'essai** (l'86,97% delle domande approvate su questa linea è per sale con meno di 2 schermi).
- Un'analoga azione perequativa è attivata attraverso il **Credito d'imposta per investimenti** che, **coerentemente con gli obiettivi della misura**, **sostiene soprattutto le PMI** e le **microimprese e imprese di nuova costituzione**, sia in termini di numero di domande approvate (34,3% per PMI e 42,63% per microimprese e imprese di nuova costituzione), sia in termini di importo medio del sostegno (39.660,85€ per le imprese; 70.949,46 € per le PMI e 84.068,68 € per le microimprese e le imprese di nuova costituzione).
- Quest'ultimo dato fornisce anche una prima stima dell'efficacia con cui il dispositivo di Legge supporta **le nuove imprese di esercizio**.
- Guardando alle **imprese costituite nei 3 anni precedenti all'approvazione della domanda**, emerge una **buona capacità della Legge di favorire le nuove imprese nell'ambito dell'esercizio**, soprattutto attraverso lo strumento del **Credito d'imposta per realizzazione, ripristino e aumento schermi** (nel 2019, il 12,96% delle domande approvate sono andate a favore di società di nuova istituzione) **e per l'adeguamento strutturale** (6,08% delle domande approvate).

TURISMO

- Dall'analisi delle rilevazioni realizzate tramite l'Indagine rivolta ai soggetti beneficiari di misure di sostegno nel 2019, emerge che l'**80,58%** dei soggetti ritiene che **i progetti realizzati abbiano avuto ripercussioni positive sul turismo e sulla promozione del territo**rio. Tale dato è stato ottenuto sommando le percentuali di coloro che si dichiarano "Completamente d'accordo" (37,24%) e "Abbastanza d'accordo" (43,34%) con l'affermazione in oggetto. Il dato è in linea con il dato medio dei soggetti beneficiari.

VALORIZZAZIONE DEL PLURALISMO CULTURALE

- Con riferimento all'esercizio, l'indicatore del pluralismo culturale misura la capacità della Legge di **creare le migliori condizioni per la diffusione della cultura cinematografica in tutte le sue forme attraverso le sale**.
- In questo quadro è un dato **molto positivo la crescita del numero di istanze approvate** riferite al **Credito d'imposta sulla programmazione**: **2.729 domande**, con una crescita del +1.000% rispetto al biennio precedente, e un totale di contributi riconosciti superiore del 70% (Cfr. "Misure e stato di attuazione").
- Analogamente, attestano un positivo impatto sul pluralismo **culturale i dati relativi** alla contribuzione per le **Sale d'essai**, misura non attivata nel biennio precedente e che ha accolto nel 2019 **354 domande**, con un sostegno pari a **5.000.000€** (Cfr. "Misure e stato di attuazione").
- Il positivo impatto sul pluralismo culturale è comprovato, infine, **dai dati relativi all'impatto sui pubblici** (Cfr. "Pubblici e inclusività").

PUBBLICI E INCLUSIVITA'

- L'indicatore **misura la capacità della Legge di promuovere e favorire "*la più ampia fruizione del cinema e dell'audiovisivo*, *tenendo altresì conto delle* ***specifiche esigenze delle persone con disabilità***" (Legge 220/2016 Art. 3).
- Per valutare l'impatto della Legge sono stati presi in esame gli ingressi nel 2019 delle **631 sale che hanno beneficiato del Credito d'imposta per programmazione.** Tale scelta è motivata dalla trasversalità della misura rispetto alle imprese di esercizio.
- Dai dati emerge la **rilevanza delle sale beneficiarie come canali di contatto con il pubblico nazionale**: sebbene, infatti, le 631 sale considerate costituiscano il 53,21% dei locali risultati attivi nel 2019, i loro pubblici hanno rappresentato l'89% dei pubblici totali (misurati sul numero degli ingressi).
- La positività dell'impatto è confermata dal **numero medio di ingressi per sala beneficiaria**, quasi doppio rispetto alla media degli esercizi di cinema nazionali.
- Per quanto attiene la capacità della

Legge di **garantire a tutti i soggetti, anche ai portatori di disabilità, l'accesso alla fruizione cinematografica**, è un indicatore positivo il **numero di imprese di esercizio che hanno beneficiato delle misure di Legge**. Nei requisiti di ammissibilità previsti dalla Legge 220/2016 sono infatti inclusi il rispetto dei "*requisiti di accessibilità dei soggetti portatori di handicap motorio*" e la possibilità di accesso alla fruizione cinematografica da parte delle persone con disabilità sensoriali anche "*mediante utilizzo di sottotitoli e strumenti di audio-descrizione*". In questa prospettiva la **significativa crescita delle istanze approvate e degli esercizi beneficiari** (Cfr. "Misure e stato di attuazione" e "Grado di utilizzo da parte del settore") è **un indicatore positivo della capacità della Legge di favorire l'inclusività.**

6.1. MISURE E STATO DI ATTUAZIONE

Per il dettaglio sullo ***Stato di attuazione*** delle misure a favore dell'esercizio si rimanda al Capitolo 1 del presente rapporto.

Tabella 6.1: Domande approvate nell'anno solare 2019

RIF. L. 220/2016	PROCEDIMENTI	DOMANDE APPROVATE 2019	
		DOMANDE	€[80]
Art. 17	CREDITO D'IMPOSTA ESERCIZIO CINEMATOGRAFICO E INDUSTRIE TECNICHE E DI POST-PRODUZIONE	317	24.066.141,3 €
	CREDITO DI IMPOSTA PER REALIZZAZIONE, RIPRISTINO E AUMENTO SCHERMI	54[81]	13.520.972,07 €
	CREDITO DI IMPOSTA PER ADEGUAMENTO STRUTTURALE E TECNOLOGICO	263[82]	10.545.169,26 €
ART. 18	CREDITO DI IMPOSTA POTENZIAMENTO OFFERTA CINEMATOGRAFICA	2729	25.888.622,2 €
	CREDITO D'IMPOSTA PROGRAMMAZIONE	2.729[83]	25.888.622,2 €
Art. 27	CONTRIBUTI ALLE ATTIVITÀ E ALLE INIZIATIVE DI PROMOZIONE CINEMATOGRAFICA E AUDIOVISIVA	354	5.000.000 €
	RICONOSCIMENTO QUALIFICA SALA D'ESSAI	354	5.000.000 €
Art. 28	PIANO STRAORDINARIO PER IL POTENZIAMENTO DEL CIRCUITO DELLE SALE CINEMATOGRAFICHE E POLIFUNZIONALI	41	26.657.819,84 €
	LINEA A. RIATTIVAZIONE DI SALE CINEMATOGRAFICHE CHIUSE O DISMESSE	10	8.547.672,95 €
	LINEA B. REALIZZAZIONE DI NUOVE SALE	8	9.828.710,57 €
	LINEA C. TRASFORMAZIONE DELLE SALE O MULTISALA ESISTENTI IN AMBITO CITTADINO FINALIZZATA ALL'AUMENTO DEL NUMERO DEGLI SCHERMI	7	5.281.436,32 €
	LINEA D. RISTRUTTURAZIONE E ADEGUAMENTO STRUTTURALE E TECNOLOGICO DELLE SALE	16	3.000.000,00 €
TOTALE COMPLESSIVO		3.441	81.612.583,34 €

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 6.2: Domande approvate nell'anno solare 2019, per anno di competenza

RIF. L. 220/2016	PROCEDIMENTO	APPROVATE 2019						
		TOT.	PER ANNO DI COMPETENZA					
			2017		2018		2019	
Art. 17	CREDITO D'IMPOSTA ESERCIZIO CINEMATOGRAFICO E INDUSTRIE TECNICHE E DI POST-PRODUZIONE	317	-	-	-	98,84%		2,31%
	CREDITO DI IMPOSTA PER REALIZZAZIONE, RIPRISTINO E AUMENTO SCHERMI	54	-	-	54	100%		-
	CREDITO DI IMPOSTA PER ADEGUAMENTO STRUTTURALE E TECNOLOGICO	263	-	-	257	97,69%	6	2,31%
Art. 18	CREDITO DI IMPOSTA POTENZIAMENTO OFFERTA CINEMATOGRAFICA	27.29	-	-	2.349	86,20%	380	13,80%
Art. 27	CONTRIBUTI ALLE ATTIVITÀ E ALLE INIZIATIVE DI PROMOZIONE CINEMATOGRAFICA E AUDIOVISIVA	354	354	100%	-	-	-	-
Art. 28	PIANO STRAORDINARIO PER IL POTENZIAMENTO DEL CIRCUITO DELLE SALE CINEMATOGRAFICHE E POLIFUNZIONALI	41		100%	-	-	-	-
	LINEA A. RIATTIVAZIONE DI SALE CINEMATOGRAFICHE CHIUSE O DISMESSE	10	10	100%	-	-	-	-

[80] Per il Tax Credit i valori si riferiscono al Credito Richiesto.
[81] Di cui 2 domande "trasferite per credito".
[82] Di cui 3 domande "trasferite per credito".
[83] Di cui 55 domande "trasferite per credito".

	LINEA B. REALIZZAZIONE DI NUOVE SALE	8	8	100%	-	-	-	-
	LINEA C. TRASFORMAZIONE DELLE SALE O MULTISALA ESISTENTI IN AMBITO CITTADINO FINALIZZATA ALL'AUMENTO DEL NUMERO DEGLI SCHERMI	7	7	100%	-	-	-	-
	LINEA D. RISTRUTTURAZIONE E ADEGUAMENTO STRUTTURALE E TECNOLOGICO DELLE SALE	16	16	100%	-	-	-	-

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 6.3: Credito di imposta. Domande approvate nel 2017-2018 e nel 2019[84]

RIF. L. 220/2016	PROCEDIMENTO	DOMANDE APPROVATE							
		NUMERO				€			
		2017-2018	2019	Δ	Δ %	2017-2018	2019	Δ	Δ %
ART. 17	CREDITO D'IMPOSTA ESERCIZIO CINEMATOGRAFICO E INDUSTRIE TECNICHE E DI POST-PRODUZIONE	124	317	+193	+156%	17.173.945	24.066.141	+6.892.196	+40%
	CREDITO DI IMPOSTA PER REALIZZAZIONE, RIPRISTINO E AUMENTO SCHERMI	108	54	-54	-50%	-	-	-	-
	CREDITO DI IMPOSTA PER ADEGUAMENTO STRUTTURALE E TECNOLOGICO	16	263	+247	+1544%	-	-	-	-
ART. 18	CREDITO DI IMPOSTA POTENZIAMENTO OFFERTA CINEMATOGRAFICA	248	2729	+2481	+1000%	14.873.677	25.888.622	+11.014.945	+74%

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

6.2. INDICATORI DI FILIERA

6.2.1. Grado di utilizzo delle misure a livello di settore

L'indicatore ***Grado di utilizzo delle misure a livello di settore*** indica l'utilizzo della misura da parte del comparto, con riferimento alla quota di imprese che hanno fatto domanda e delle imprese beneficiarie sul totale imprese attive nel 2019 e dove possibile (Credito di imposta sugli investimenti) il raffronto con l'utilizzo delle misure da parte del settore nel 2017-2018.

Tabella 6.4: Numero e percentuale delle imprese beneficiarie sul totale imprese attive nel 2019

TOT. IMPRESE BENEFICIARIE	TOTALE IMPRESE ATTIVE NEL 2019[85]	% IMPRESE BENEFICIARIE SUL TOTALE IMPRESE ATTIVE
749	1.882	40,06%

Fonte: SIAE e DGCol. Domande approvate nel 2019

[84] Nella lettura dei dati si tenga conto che i valori relativi alla precedente valutazione di impatto sono su base biennale.

[85] Il valore misura il numero delle imprese che hanno svolto attività nel 2019, sulla base delle rilevazioni SIAE.

Tabella 6.5: Numero domande pervenute nel 2019[86]

RIF. L. 220/2016	PROCEDIMENTI	NR. DOMANDE
Art. 17	CREDITO D'IMPOSTA ESERCIZIO CINEMATOGRAFICO E INDUSTRIE TECNICHE E DI POST-PRODUZIONE	103
	CREDITO DI IMPOSTA PER REALIZZAZIONE, RIPRISTINO E AUMENTO SCHERMI	16
	CREDITO DI IMPOSTA PER ADEGUAMENTO STRUTTURALE E TECNOLOGICO	87
Art. 18	CREDITO DI IMPOSTA POTENZIAMENTO OFFERTA CINEMATOGRAFICA	3.349
Art. 27	CONTRIBUTI ALLE ATTIVITÀ E ALLE INIZIATIVE DI PROMOZIONE CINEMATOGRAFICA E AUDIOVISIVA	492

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 6.6: Numero domande approvate nel 2019 (con esclusione del Credito di Imposta)[87]

RIF. L. 220/2016	PROCEDIMENTI	NR. DOMANDE
Art. 27	CONTRIBUTI ALLE ATTIVITÀ E ALLE INIZIATIVE DI PROMOZIONE CINEMATOGRAFICA E AUDIOVISIVA	492
Art. 28	PIANO STRAORDINARIO PER IL POTENZIAMENTO DEL CIRCUITO DELLE SALE CINEMATOGRAFICHE E POLIFUNZIONALI	227
	LINEA A. RIATTIVAZIONE DI SALE CINEMATOGRAFICHE CHIUSE O DISMESSE	30
	LINEA B. REALIZZAZIONE DI NUOVE SALE	23
	LINEA C. TRASFORMAZIONE DELLE SALE O MULTISALA ESISTENTI IN AMBITO CITTADINO FINALIZZATA ALL'AUMENTO DEL NUMERO DEGLI SCHERMI	35
	LINEA D. RISTRUTTURAZIONE E ADEGUAMENTO STRUTTURALE E TECNOLOGICO DELLE SALE	139

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 6.7: Numero domande pervenute per Credito di imposta nel 2019 rispetto alle domande pervenute nel 2017-2018

RIF. L. 220/2016	PROCEDIMENTO	DOMANDE PERVENUTE			
		2017-2018	2019	Δ	Δ %
Art. 17	CREDITO D'IMPOSTA ESERCIZIO CINEMATOGRAFICO E INDUSTRIE TECNICHE E DI POST-PRODUZIONE	164	103	-61	-37%
	CREDITO DI IMPOSTA PER REALIZZAZIONE, RIPRISTINO E AUMENTO SCHERMI	30	16	-14	-47%
	CREDITO DI IMPOSTA PER ADEGUAMENTO STRUTTURALE E TECNOLOGICO	134	87	-47	-35%
Art. 18	CREDITO DI IMPOSTA POTENZIAMENTO OFFERTA CINEMATOGRAFICA	328	206	-122	-37%

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

6.2.2. Tasso medio e importo del sostegno per progetto

L'indicatore ***Tasso medio e importo del sostegno per progetto,*** evidenzia l'importo medio effettivo e il valore finanziario delle misure di supporto economico analizzate. Il tasso medio è stato calcolato con riferimento alle singole misure. Dove possibile (solo per il Credito di imposta sugli investimenti) il valore è stato confrontato con i risultati della valutazione 2017-2018.

[86] Il valore comprende le istanze la cui data di inoltro cade entro l'anno solare 2019.
[87] Ivi.

Figura 6.1: Importo medio del sostegno per progetto[88]



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 6.8: Importo medio del sostegno. Credito di imposta per il potenziamento dell'offerta cinematografica. 2017-2018 vs. 2019

RIF. L. 220/2016	PROCEDIMENTO	IMPORTO MEDIO PROGETTO			
		2017-2018	2019	Δ	Δ %
Art. 17	CREDITO D'IMPOSTA ESERCIZIO CINEMATOGRAFICO E INDUSTRIE TECNICHE E DI POST-PRODUZIONE	18.550 €	150.288 €	+131.738 €	+710% €
Art. 18	CREDITO DI IMPOSTA POTENZIAMENTO OFFERTA CINEMATOGRAFICA	59.975 €	9.682 €	-50.293 €	-84% €

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

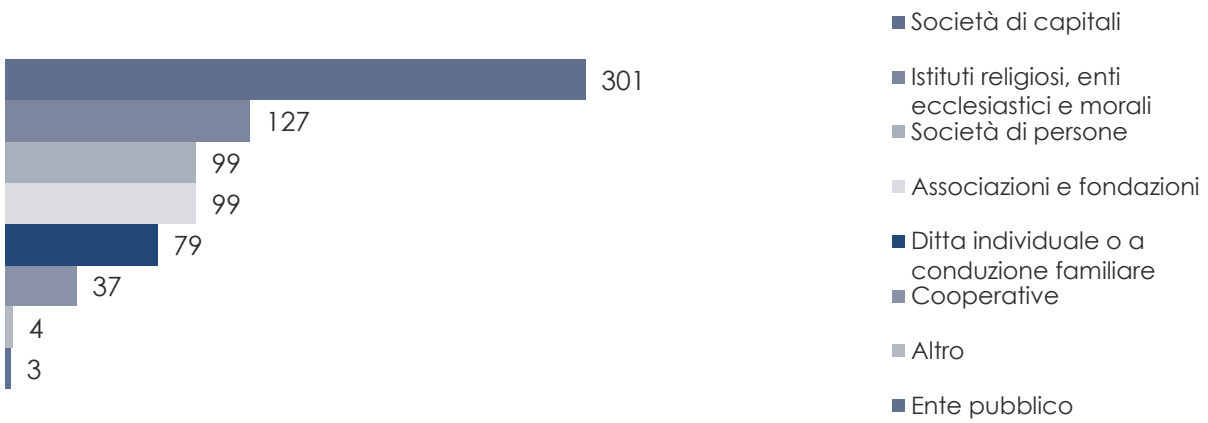
Cfr. anche
Tabella 6.1 Domande approvate nell'anno solare 2019
Tabella 6.2 Domande approvate nell'anno solare 2019, per anno di competenza
Tabella 6.3 Credito di imposta. Domande approvate nel 2017-2018 e nel 2019.

6.2.3. Utilizzo per tipologia di richiedente

L'indicatore ***Utilizzo per tipologia di richiedente*** evidenzia la capacità della Legge di supportare soggetti diversi, con riferimento alle tipologie e natura delle imprese, qui considerate con riferimento alla loro natura giuridica e alle dimensioni degli esercizi (se monoschermo o con più schermi).

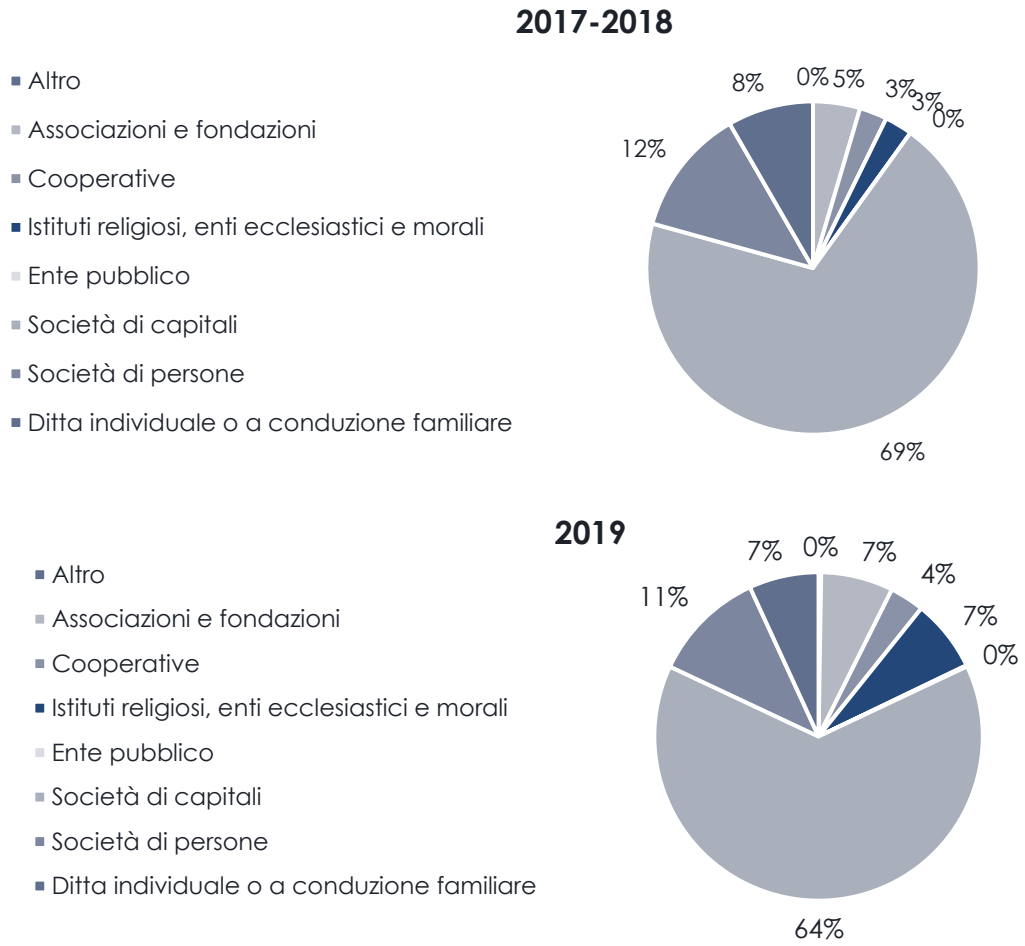
[88] Nel caso del Tax Credit per investimenti e per programmazione si è fatto riferimento al Credito Richiesto.

Figura 6.2: Soggetti beneficiari (al netto delle domande multiple), secondo natura legale delle imprese



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Figura 6.3: Soggetti beneficiari secondo natura legale delle imprese. 2017-2018 vs. 2019



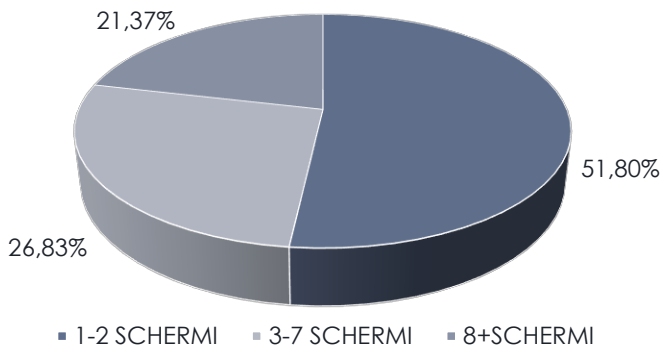
Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 6.9: Soggetti beneficiari secondo natura legale delle imprese e per provvedimento

NATURA LEGALE IMPRESE BENEFICIARIE	CREDITO DI IMPOSTA						RICONOSCIMENTO QUALIFICA SALA D'ESSAI		PIANO STRAORDINARIO								TOTALE	
	REALIZZAZIONE, RIPRISTINO E AUMENTO SCHERMI		ADEGUAMENTO STRUTTURALE E RINNOVO IMPIANTI		SALE (PROGRAMMAZIONE)				PS LINEA A		PS LINEA B		PS LINEA C		PS LINEA D			
	NR	%	NR	%	NR	%	NR	%	NR	%	NR	%	NR	%	NR	%	NR	%
ALTRO	0	0,00	0	0,00	8	80,00	2	20,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	10	100
ASSOCIAZIONI E FONDAZIONI	2	0,78	19	7,39	154	59,92	77	29,96	1	0,39	1	0,39	0	0,00	3	1,17	257	100
COOPERATIVE	2	1,67	8	6,67	83	69,17	26	21,67	0	0,00	0	0,00	1	0,83	0	0,00	120	100
ISTITUTI RELIGIOSI, ENTI ECCLESIASTICI E MORALI	5	1,89	26	9,81	152	57,36	80	30,19	1	0,38	0	0,00	0	0,00	1	0,38	265	100
ENTE PUBBLICO	0	0,00	1	20,00	2	40,00	2	40,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	5	100
SOCIETÀ DI CAPITALI	34	1,56	176	8,08	1842	84,61	96	4,41	8	0,37	6	0,28	5	0,23	10	0,46	2177	100
SOCIETÀ DI PERSONE	7	1,85	19	5,03	309	81,75	40	10,58	0	0,00	0	0,00	1	0,26	2	0,53	378	100
DITTA INDIVIDUALE O A CONDUZIONE FAMILIARE	4	1,75	14	6,11	179	78,17	31	13,54	0	0,00	1	0,44	0	0,00	0	0,00	229	100

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Figura 6.4: Distribuzione delle domande approvate (al netto delle domande multiple), secondo numero degli schermi



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 6.10: Distribuzione delle domande approvate (al netto delle domande multiple), secondo numero degli schermi e per singola misura

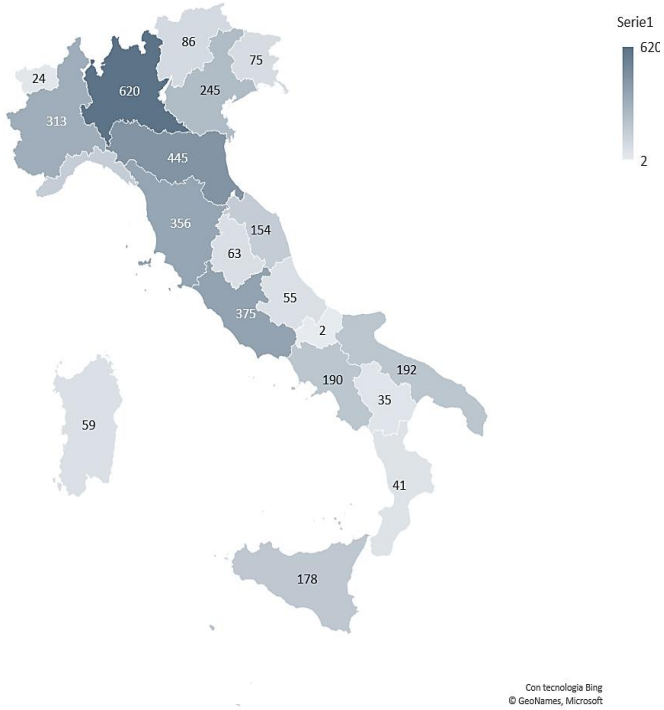
PROCEDIMENTO	1 SCHERMO	2 SCHERMI	3-7 SCHERMI	8+ SCHERMI
CREDITO DI IMPOSTA PER REALIZZAZIONE, RIPRISTINO E AUMENTO SCHERMI	28,30 %	13,21 %	43,40 %	15,09 %
CREDITO DI IMPOSTA PER ADEGUAMENTO STRUTTURALE E TECNOLOGICO	34,22 %	7,60 %	29,66 %	28,52 %
CREDITO D'IMPOSTA PROGRAMMAZIONE	33,13 %	13,13 %	28,87 %	24,87 %
RICONOSCIMENTO QUALIFICA SALA D'ESSAI	72,27 %	14,71 %	11,76 %	1,26 %
LINEA A. RIATTIVAZIONE DI SALE CINEMATOGRAFICHE CHIUSE O DISMESSE	88,24 %	0,00 %	9,80 %	1,96 %
LINEA B. REALIZZAZIONE DI NUOVE SALE	15,38 %	0,00 %	61,54 %	23,08 %
LINEA C. TRASFORMAZIONE DELLE SALE O MULTISALA ESISTENTI IN AMBITO CITTADINO FINALIZZATA ALL'AUMENTO DEL NUMERO DEGLI SCHERMI	42,86 %	0,00 %	42,86 %	14,29 %
LINEA D. RISTRUTTURAZIONE E ADEGUAMENTO STRUTTURALE E TECNOLOGICO DELLE SALE	36,84 %	10,53 %	47,37 %	5,26 %
VAL MEDIO	43,91%	7,40%	34,41%	14,29%

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

6.2.4. Estensione territoriale dell'utilizzo

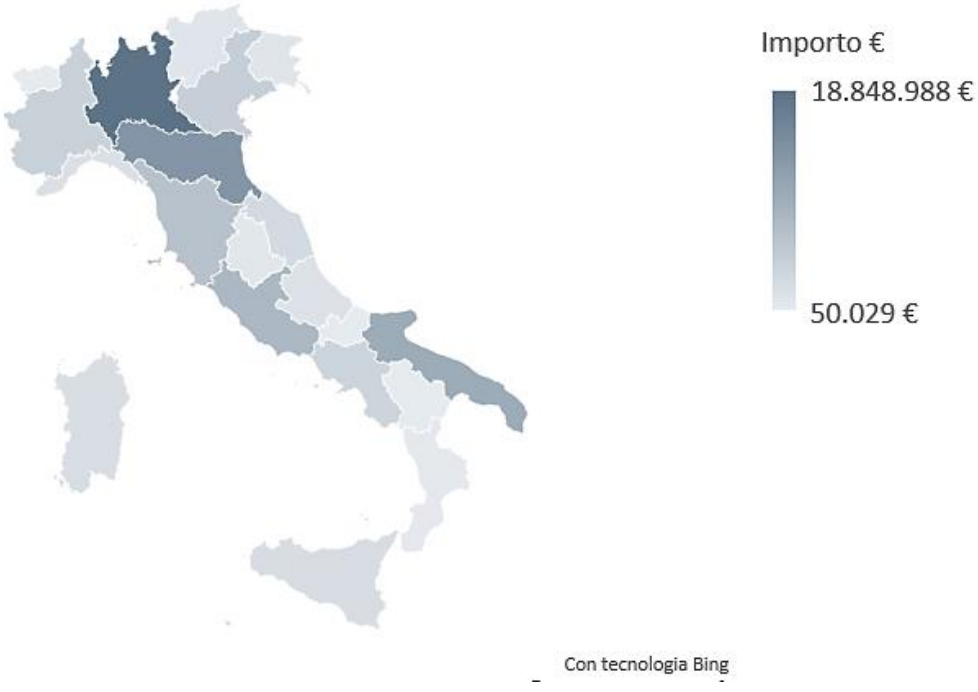
L'indicatore ***Estensione territoriale dell'utilizzo*** misura la distribuzione geografica degli aiuti, per regione e per taglia di comuni, considerando l'ubicazione delle imprese beneficiarie e degli schermi. Il focus sulla taglia dei comuni fornisce una misura dei criteri premiali introdotti dalla Legge a favore dei centri più piccoli e volti a incentivare la diffusione capillare della rete delle sale.

Figura 6.5: Numero domande approvate, secondo l'ubicazione degli schermi (tutte le linee)[89]



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Figura 6.6: Importo per regione, secondo la sede legate dell'impresa (tutte le linee)[90]



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

[89] Alcune domande prevendono l'azione su più sale/schermi, anche dislocati in regioni diverse. Il numero delle istanze riportate nella mappa risulta dunque superiore al numero delle domande approvate.
[90] Per il Credito di Imposta si è considerato il Credito Richiesto.

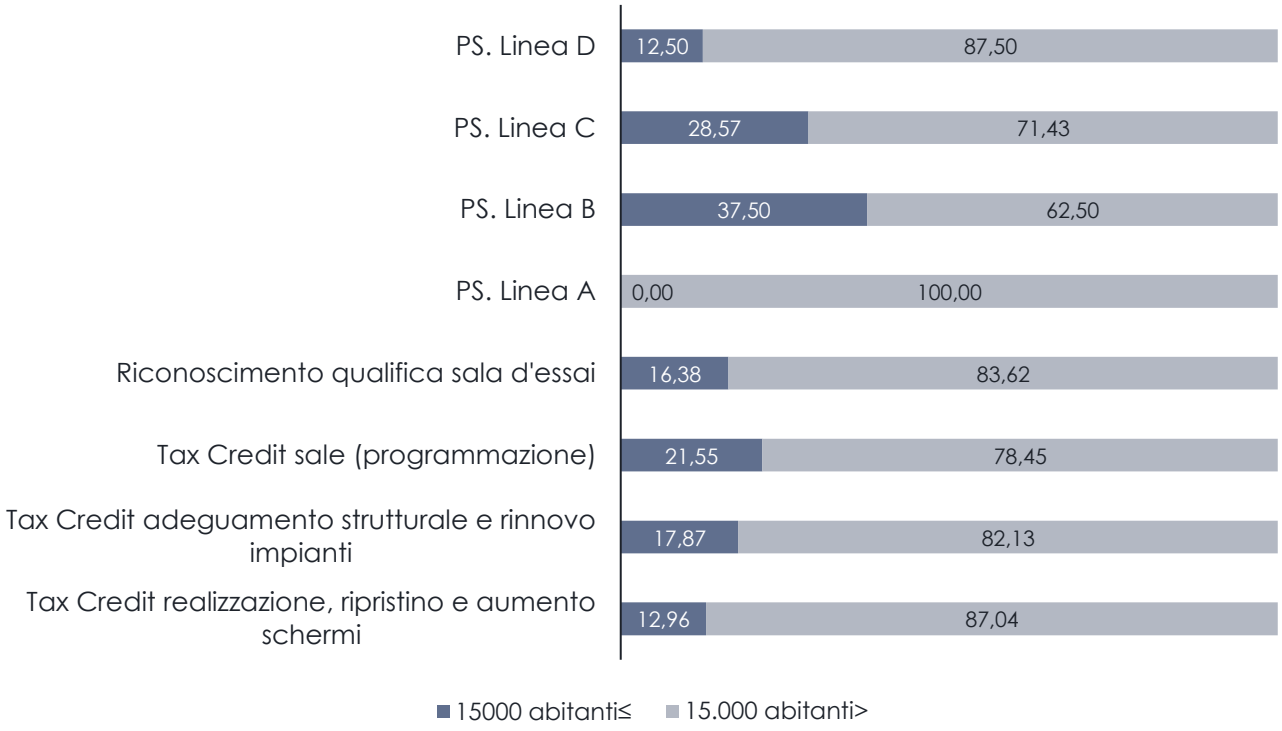
Tabella 6.11: Percentuale domande approvate su ciascuna linea, secondo l'ubicazione degli schermi[91]

	CREDITO DI IMPOSTA PER REALIZZAZIONE, RIPRISTINO E AUMENTO SCHERMI		CREDITO DI IMPOSTA PER ADEGUAMENTO STRUTTURALE E TECNOLOGICO		CREDITO D'IMPOSTA PROGRAMMAZIONE		RICONOSCIMENTO QUALIFICA SALA D'ESSAI		PS-LINEA A		PS-LINEA B		PS- LINEA C		PS- LINEA D	
	NR	%	NR	%	NR	%	NR	%	NR	%	NR	%	NR	%	NR	%
ABRUZZO	3	5,56	4	1,50	43	1,58	4	0,78	1	1,89	0	0,00	0	0,00	0	0,00
BASILICATA	0	0,00	1	0,37	31	1,14	3	0,58	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
CALABRIA	0	0,00	5	1,87	36	1,32	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
CAMPANIA	2	3,70	16	5,99	158	5,80	12	2,33	0	0,00	0	0,00	1	14,29	1	5,26
EMILIA ROMAGNA	1	1,85	17	6,37	335	12,30	84	16,28	3	5,66	3	17,65	2	28,57	0	0,00
FRIULI-VENEZIA GIULIA	1	1,85	9	3,37	58	2,13	7	1,36	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
LAZIO	5	9,26	37	13,86	263	9,66	31	6,01	38	71,70	0	0,00	0	0,00	1	5,26
LIGURIA	1	1,85	12	4,49	108	3,97	26	5,04	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	5,26
LOMBARDIA	14	25,93	68	25,47	454	16,67	69	13,37	0	0,00	9	52,94	1	14,29	5	26,32
MARCHE	3	5,56	7	2,62	120	4,41	23	4,46	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	5,26
MOLISE	0	0,00	0	0,00	2	0,07	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
PIEMONTE	2	3,70	14	5,24	252	9,25	34	6,59	4	7,55	1	5,88	0	0,00	6	31,58
PUGLIA	9	16,67	7	2,62	131	4,81	36	6,98	4	7,55	2	11,76	2	28,57	1	5,26
SARDEGNA	1	1,85	5	1,87	48	1,76	4	0,78	1	1,89	0	0,00	0	0,00	0	0,00
SICILIA	2	3,70	9	3,37	140	5,14	26	5,04	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	5,26
TOSCANA	4	7,41	22	8,24	260	9,55	65	12,60	1	1,89	2	11,76	1	14,29	1	5,26
TRENTINO-ALTO ADIGE	0	0,00	4	1,50	37	1,36	44	8,53	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	5,26
UMBRIA	1	1,85	5	1,87	45	1,65	12	2,33	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
VALLE D'AOSTA	0	0,00	0	0,00	23	0,84	1	0,19	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
VENETO	5	9,26	25	9,36	179	6,57	35	6,78	1	1,89	0	0,00	0	0,00	0	0,00
TOTALE	54	100%	267	100%	2.723	100%	516	100%	53	100%	17	100%	7	100%	19	100%

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

[91] *Cfr. Nota 10.*

Figura 6.7: Percentuale domande approvate per classe di comune in cui è ubicato lo schermo[92]



Fonte: ISTAT e DGCol. Domande approvate nel 2019

6.2.5. Addizionalità

L'indicatore ***Addizionalità*** valuta la quota di operatoti che in assenza di contributo non avrebbero realizzato le azioni o i progetti per i quali hanno ricevuto aiuti nel quadro della Legge 220/2016.
Il calcolo dell'indicatore è avvenuto tramite un'indagine mirata, realizzata attraverso la somministrazione di un questionario strutturato ai soggetti beneficiari dei contributi di Legge al 31/12/2019. La domanda di ricerca sottoposta ai soggetti beneficiari è la seguente: *"Avrei realizzato l'opera/il progetto finanziato, anche senza ricevere il contributo ottenuto dalla DGCA?"*
L'indagine si è svolta tra il 09/10/2020 e il 26/10/2020. Si specifica che per il settore Esercizio hanno risposto al questionario 623 esercenti, pari all'83,18% del totale dei soggetti beneficiari di misure a sostegno dell'esercizio nell'anno 2019.

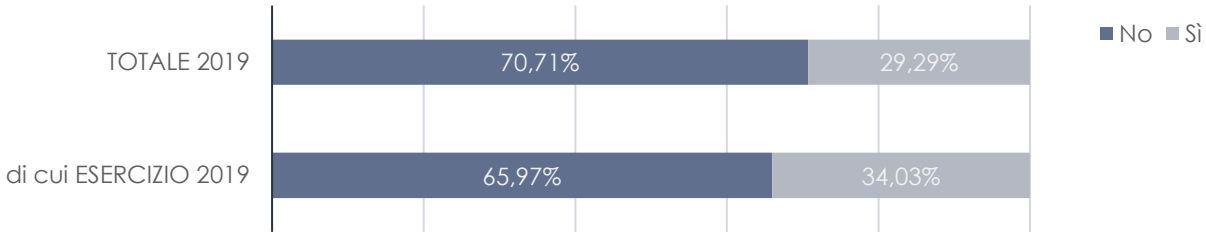
Tabella 6.12: Addizionalità 2019 e 2017-2018

2019	2017-2018	Δ
65,97%	53,85%	+12,12%

Fonte: Fonte: Indagine Soggetti Finanziati 2019 e 2017-2018

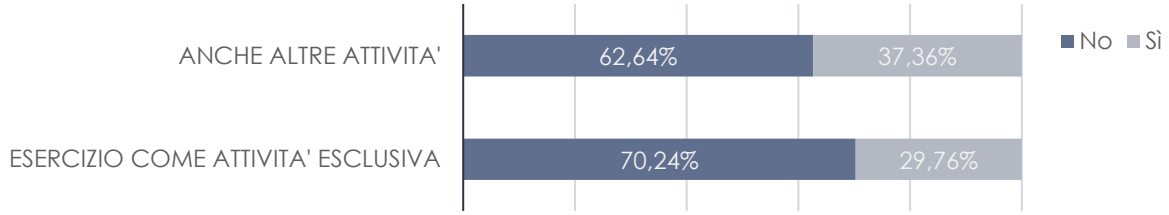
[92] *Ivi.* Il numero di abitanti per comune è stato definito sulla base dei dati ISTAT della Popolazione Residente allo 01/01/2020.

Figura 6.8: Risposta alla domanda: "Avrei realizzato l'opera/progetto finanziato anche senza ricevere il contributo?"



Fonte: Indagine Soggetti Finanziati 2019

Figura 6.9: Risposta alla domanda: "Avrei realizzato l'opera/progetto finanziato anche senza ricevere il contributo?" per tipologia di attività svolta



Fonte: Indagine Soggetti Finanziati 2019

6.2.6. Numero di singole imprese che presentano domanda di sostegno

L'indicatore ***Numero di singole imprese che beneficiano del sostegno*** misura la capacità della Legge di rispondere ai bisogni del più ampio novero di imprese. L'indicatore è stato calcolato misurando la percentuale delle imprese beneficiarie rispetto al totale delle imprese di esercizio attive nell'anno 2019.

Tabella 6.13: Singole imprese beneficiarie sul totale delle imprese attive nel 2019

TOT. SINGOLE IMPRESE BENEFICIARIE	TOT. SINGOLE IMPRESE CHE HANNO SVOLTO ATTIVITÀ NEL 2019[93]	% IMPRESE BENEFICIARIE SUL TOTALE IMPRESE ATTIVE NEL 2019
749	1.882	40,06%

Fonte: SIAE e DGCol. Domande approvate nel 2019

6.2.7. Numero di imprese che ricevono finanziamenti multipli

L'indicatore ***Numero di imprese che ricevono finanziamenti multipli*** misura il grado di concentrazione degli aiuti su alcuni soggetti/enti. Esso va letto unitamente all'indicatore relativo al Grado di utilizzo delle misure da parte del settore e può essere considerato come una misura della capacità della Legge di rispondere alle differenti esigenze espresse dagli operatori.

[93] Il dato è ricavato dalla PI delle imprese di esercizio la cui attivitò è stata rilevata dalla SIAE nell'anno solare 2019.

Tabella 6.14: Numero e quota di imprese secondo il numero di domande approvate

INTENSITÀ D'AIUTO	IMPRESE BENEFICIARIE	
	NUMERO IMPRESE	% SUL TOTALE DELLE IMPRESE UNICHE
1 DOMANDA APPROVATA	222	29,63 %
2+ DOMANDE APPROVATE	527	70,36 %

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 6.15: Numero medio di aiuti per singola impresa

MEDIA DELLE DOMANDE APPROVATE PER IMPRESA
4,59

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

6.2.8. Parità di genere e diversità

L'Indicatore ***Parità di genere e diversità*** misura la capacità della Legge di promuovere le pari opportunità nel settore del cinema e dell'audiovisivo. Con riferimento al nodo di filiera dell'esercizio, non sono previste misure esplicite finalizzate a sostenere le pari opportunità e la diversità[94]. Per la misurazione dell'indicatore si è presa in esame l'identità di genere del Legale rappresentante delle imprese di esercizio che hanno beneficiato degli aiuti previsti dalla Legge nel 2019.

Tabella 6.16: Identità di genere del legale rappresentante delle imprese di esercizio beneficiarie, per linea di intervento[95]

MASCHIO	FEMMINA	MISSING
81,71%	17,37%	0,92%

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

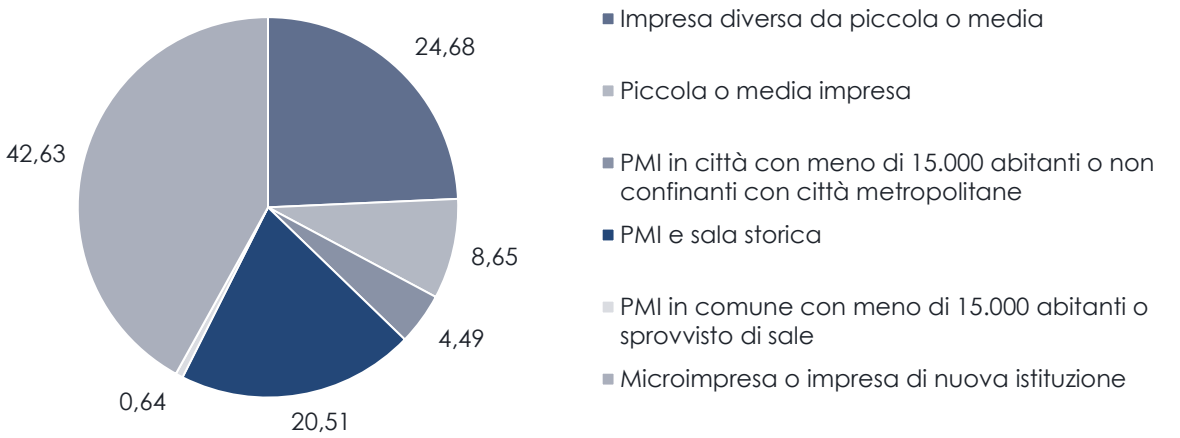
6.2.9. Costituzione e rafforzamento delle imprese esistenti

L'indicatore ***Costituzione e rafforzamento delle imprese esistenti*** misura la capacità della Legge di rafforzare il nodo di filiera e di favorire la sua crescita. Esso è stato ponderato con riferimento agli indicatori già discussi e che descrivono la capacità complessiva della Legge di sostenere il settore (entità degli aiuti, in termini di numero e importo delle domande approvate e uso da parte delle imprese del settore) e con specifico riferimento alla capacità della Legge di sostenere le PMI e le micro imprese e le nuove imprese.

[94] Il Credito di imposta per la programmazione valorizza indirettamente il principio della diversità, prevedendo una specifica aliquota (dal 8% al 10%) per le sale che programmano film d'essai e "purché italiani ed europei, documentari, opere prime o seconde, opere di giovani autori, opere di animazione, film con budget di produzione inferiore a 2,5 milioni con nazionalità italiana o europea", prevedendo dunque un sostegno indiretto e non esclusivo alla diversità, con riferimento alle opere dei giovani autori.

[95] I dati sono ricavati dal Codice Fiscale del Legale Rappresentante. Ciascun soggetto è stato contato una sola volta per procedimento.

Figura 6.10: Percentuale di imprese, PMI e microimprese che hanno beneficiato del Credito di Imposta per investimenti (Realizzazione ripristino aumento schermi e Adeguamento strutturale e tecnologico)[96]



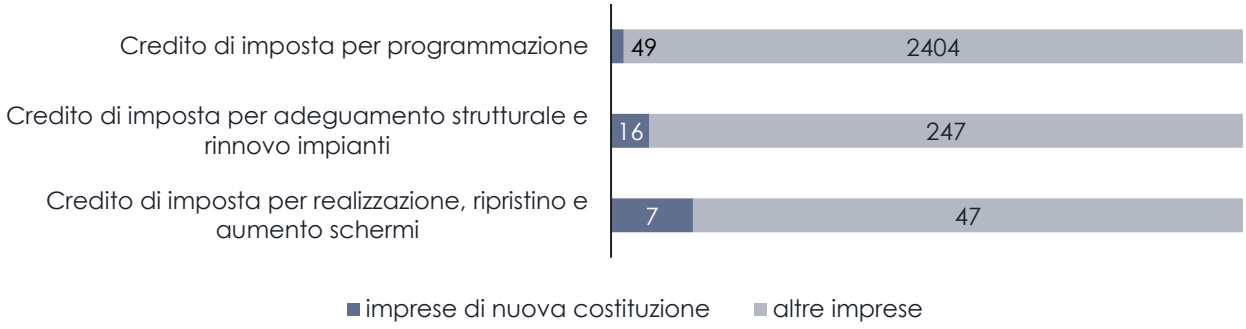
Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 6.17: Credito totale e credito medio richiesto da imprese, PMI e microimprese

PROCEDIMENTO	NUMERO IMPRESE BENEFICIARIE	CREDITO RICONOSCIUTO	CREDITO MEDIO RICONOSCIUTO A CIASCUNA IMPRESA
IMPRESA DIVERSA DA PICCOLA O MEDIA	77	3.053.885,65 €	39.660,85 €
PICCOLA O MEDIA IMPRESA	27	2.820.725,85 €	104.471,33 €
PMI IN CITTÀ CON MENO DI 15.000 ABITANTI O NON CONFINANTI CON CITTÀ METROPOLITANE	14	938.346,13 €	67.024,72 €
PMI E SALA STORICA	64	6.036.073,40 €	94.313,65 €
PMI IN COMUNE CON MENO DI 15.000 ABITANTI O SPROVVISTO DI SALE	2	35.976,29 €	17.988,15 €
MICROIMPRESA O IMPRESA DI NUOVA ISTITUZIONE	133	11.181.134,01 €	84.068,68 €

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Figura 6.11: Percentuale di nuove imprese sostenute attraverso lo strumento del credito di imposta[97]



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

[96] La tipologia è stata ricavata sulla base delle differenti aliquote applicate.
[97] Per nuova impresa si intende qui l'impresa di esercizio la cui data di costituzione è anteriore di non oltre 3 anni alla data di approvazione dell'istanza. Esso include dunque un novero di imprese leggermente inferiore rispetto a quelle considerate dalla Legge 220/2016, che considera come "nuove" le imprese la cui data di costituzione è anteriore di non oltre 3 anni alla data di apertura dell'istanza.

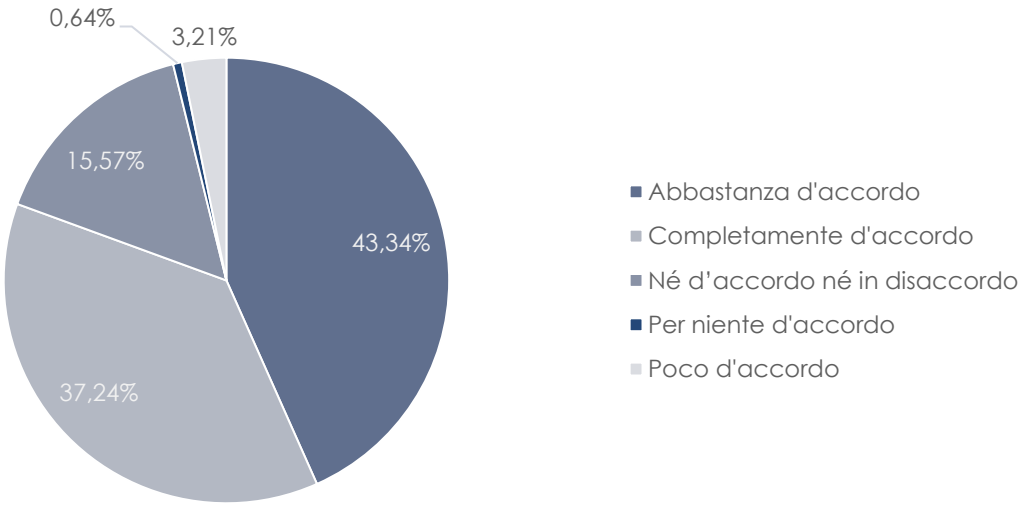
Cfr. anche
Tabella 6.1: Domande approvate nell'anno solare 2019
Tabella 6.2: Domande approvate nell'anno solare 2019, per anno di competenza
Tabella 6.3: Credito di imposta. Domande approvate nel 2017-2018 e nel 2019.
Tabella 6.4: Numero e percentuale delle imprese beneficiarie sul totale imprese attive nel 2019
Figura 6.1: Importo medio del sostegno per progetto
Figura 6.3: Soggetti beneficiari secondo natura legale delle imprese. 2017-2018 vs. 2019
Figura 6.4: Distribuzione delle domande approvate (al netto delle domande multiple), secondo numero degli schermi
Figura 6.5: Numero domande approvate, secondo l'ubicazione degli schermi (tutte le linee)
Figura 6.7: Percentuale domande approvate per classe di comune in cui è ubicato lo schermo

6.2.10. Turismo

L'indicatore ***Turismo*** misura l'impatto delle attività condotte dalle sale sulla promozione dei territori e sull'industria del turismo.
Il calcolo dell'indicatore è avvenuto tramite un'indagine mirata, realizzata attraverso la somministrazione di un questionario strutturato, rivolto ai soggetti beneficiari dei contributi previsti dalla Legge, al 31/12/2019. La domanda di ricerca posta ai soggetti beneficiari è stata la seguente: "Secondo la mia esperienza, le opere e le iniziative beneficiarie di finanziamento hanno ripercussioni sul turismo di una location e/o sulla promozione del territorio".

I termini dell'indagine sono descritti nel paragrafo Addizionalità.

Figura 6.12 Percentuale di nuove imprese sostenute attraverso lo strumento del credito di imposta[98]



Fonte: Indagine Soggetti Finanziati 2019

6.2.11. Valorizzazione del pluralismo culturale

L'indicatore ***Valorizzazione del pluralismo culturale*** misura la capacità della Legge di promuovere la varietà delle esperienze di fruizione attraverso la diversificazione delle opere. Nell'ambito dell'esercizio

[98] Per nuova impresa si intende qui l'impresa di esercizio la cui data di costituzione è anteriore di non oltre 3 anni alla data di approvazione dell'istanza. Esso include dunque un novero di imprese leggermente inferiore rispetto a quelle considerate dalla Legge 220/2016, che considera come "nuove" le imprese la cui data di costituzione è anteriore di non oltre 3 anni alla data di apertura dell'istanza.

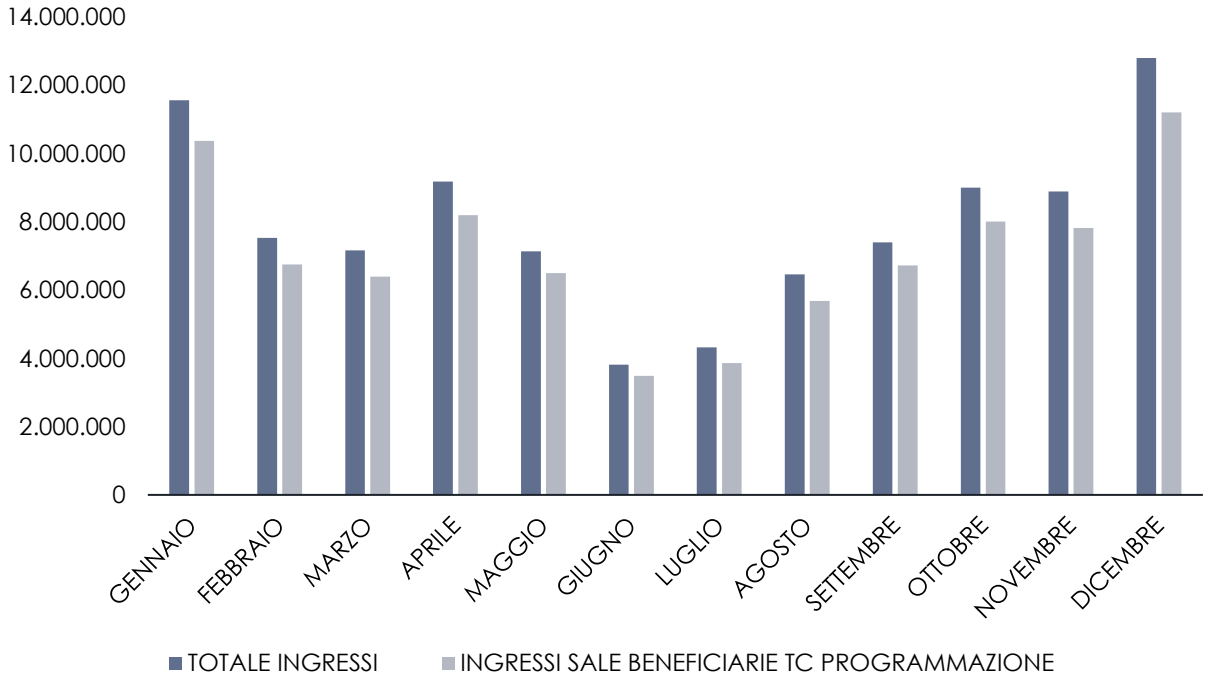
l'indicatore viene ponderato con riferimento all'entità e agli importi degli aiuti erogati attraverso il Credito di imposta sulla programmazione e attraverso la contribuzione per sala d'essai.

Cfr.
Tabella 6.1: Domande approvate nell'anno solare 2019
Tabella 6.2: Domande approvate nell'anno solare 2019, per anno di competenza
Tabella 6.3: Credito di imposta. Domande approvate nel 2017-2018 e nel 2019.
Figura 6.1: Importo medio del sostegno per progetto
Figura 6.12: Totale ingressi vs. Ingressi sale beneficiarie del Credito di imposta programmazione. 2019
Figura 6.63: Media nazionale ingressi vs. Media ingressi sale beneficiarie del Credito di imposta programmazione. 2019

6.2.12. Pubblici e inclusività

L'indicatore ***Pubblici e inclusività*** misura la capacità della Legge di favorire la più ampia fruizione del cinema e dell'audiovisivo "*tenendo altresì conto delle specifiche esigenze delle persone con disabilità*" (Legge 220/2016 Art. 3) motorie e/o sensoriali. L'indicatore è stato ponderato con riferimento al numero di ingressi alle sale che nel 2019 hanno visto riconosciute una o più istanze di Credito di imposta sulla programmazione. Tale scelta è stata dettata sia dalla natura della misura, che si applica a imprese di esercizio in attività, sia dalla sua ampiezza e trasversalità rispetto alle tipologie di imprese e alla loro collocazione sul territorio.

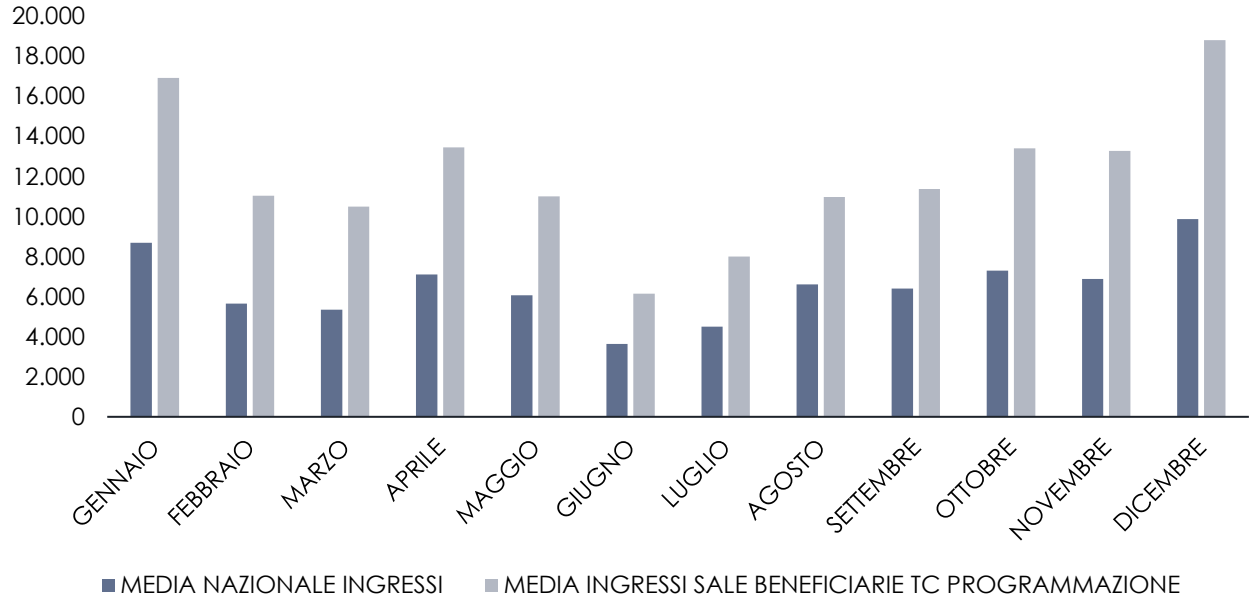
Figura 6.12: Totale ingressi vs. Ingressi sale beneficiarie del Credito di imposta programmazione. 2019[99]



Fonte: SIAE e DGCol. Domande approvate nel 2019

[99] Il numero di ingressi è stato calcolando dividendo il Valore di spesa al botteghino, ovvero le "somme che gli spettatori corrispondono per poter accedere al luogo di spettacolo" (SIAE, Annuario dello Spettacolo, 2018), per il costo medio dell'ingresso, pari nel 2019 a 6,40€.

Figura 6.73: Media nazionale ingressi vs. Media ingressi sale beneficiarie del Credito di imposta programmazione. 2019[100]



Fonte: SIAE e DGCol. Domande approvate nel 2019

[100] La media è stata calcolata dividendo il numero degli ingressi (cfr. nota precedente) per il numero di sale attive ogni mese.

7. PROMOZIONE

Come per i precedenti settori, l'analisi di impatto riferita al settore della **Promozione** prende in considerazione le domande che sono **giunte ad approvazione** nel corso dell'**anno solare 2019**, con anno di competenza fra il 2017 e il 2019.

Nello specifico, viene fatto riferimento ai dati registrati nella piattaforma DGCol, alle ricerche *ad hoc* implementate per il calcolo degli indicatori Addizionalità, Turismo e Ampiezza della rete del soggetto richiedente e ai dati MIUR per il Piano Nazionale Cinema per la scuola.

A tal proposito, si precisa che, vista la particolarità del **Piano Nazionale Cinema per la scuola** – il cui andamento è legato allo svolgersi all'anno scolastico - si è deciso di illustrare le attività messe a bando nel 2019, ma di non procedere alla valutazione d'impatto (Cfr. paragrafo 7.4.).

L'indicatore Parità di genere e diversità è valutato, invece, con riferimento al profilo anagrafico del legale rappresentante delle imprese di esercizio beneficiarie.

Il raffronto con i dati della precedente Valutazione d'impatto 2017-2018 coinvolge solo alcuni indicatori e alcune misure di finanziamento, ossia quelle le cui delibere di approvazione siano state chiuse entro il 2018 per l'anno di competenza 2017-2018 ed entro il 2019 per l'anno di competenza 2019.

EXECUTIVE SUMMARY

MISURE E STATO DI ATTUAZIONE

- Nell'analisi del settore Promozione si sono ricomprese **6 misure**: *Iniziative di Sviluppo della cultura cinematografica e audiovisiva e per la promozione internazionale* (Art. 27), *Festival, Rassegne e Premi cinematografici e audiovisivi* (Art. 27), *Conservazione, restauro e fruizione del patrimonio cinematografico e audiovisivo* (Attività Cineteche, Art. 27), *Diffusione della cultura cinematografica svolta da Circoli di cultura cinematografica, Associazioni nazionali di cultura cinematografica e Sale della Comunità* (Art. 27), *Programmazione film d'essai* (Riconoscimento qualifica film d'essai, Artt. 2, 27), *Piano straordinario digitalizzazione del patrimonio cinematografico e audiovisivo* (Art. 29). La valutazione degli Enti finanziati (Art. 27, comma 3)) è collocata nel Capitolo 8 della presente Valutazione, mentre il Piano Nazionale Cinema per la scuola 2019 viene presentato in coda al presente capitolo (paragrafo 6.4), ma non è oggetto di valutazione d'impatto.
- Da uno sguardo di insieme emerge come le misure a sostegno delle attività di promozione e valorizzazione del patrimonio cinematografico e audiovisivo siano **costantemente oggetto di interesse**.
- Allo stesso tempo, è evidente come **l'Amministrazione dimostri un buon grado di efficienza**: l'iter di approvazione di **tre delle sei misure di pertinenza dell'anno 2019 si è concluso nello stesso anno solare** (Iniziative di sviluppo della cultura cinematografica e audiovisiva e per la promozione internazionale, contributi a Festival, Rassegne e Premi cinematografici e audiovisivi e Acquisizione, conservazione, catalogazione, restauro, studio, ricerca, fruizione e valorizzazione del patrimonio cinematografico e audiovisivo), **due su sei fanno riferimento a domande di pertinenza del 2018** (Diffusione della cultura cinematografica svolta da Circoli di cultura cinematografica, Associazioni nazionali di cultura cinematografica e Sale della Comunità, e Piano Straordinario di digitalizzazione del patrimonio cinematografico e audiovisivo). Fanno eccezione le domande relative al **Riconoscimento della qualifica di film d'essai** che non sono state ancora deliberate.

INDICATORI DI FILIERA

GRADO DI UTILIZZO DELLE MISURE A LIVELLO DI SETTORE

- L'analisi rispetto all'utilizzo delle misure, soprattutto nel confronto con il biennio 2017-2018, evidenzia **una risposta in crescita** su tutte le misure di finanziamento (con un **aumento % di domande pervenute nel passaggio dal 2018 al 2019 tra il +3,7% e il +46%**). Sono infatti 366 le domande pervenute nel 2017, 648 nel 2018 e 816 nel 2019. **Sono 272, invece, le approvazioni nel 2019.**
- L'analisi sull'approvato evidenzia una prevalenza di domande sulla misura dedicata ai **Festival, Rassegne e Premi cinematografici e audiovisivi** (130), seguita dalle Iniziative di Sviluppo della cultura cinematografica e audiovisiva (SCA) con 70 domande, i progetti di diffusione della cultura cinematografica e audiovisiva svolta da Cinecircoli, Associazioni e Sale della Comunità (41) e il Piano straordinario di digitalizzazione del patrimonio cinematografico e audiovisivo (25). Sono invece 6 le domande approvate per le Attività delle Cineteche e nessuna per il Riconoscimento della qualifica di film d'essai. È evidente come tali numeri siano da assumere alla luce della natura eterogenea dei bandi che fanno capo alle varie misure e linee di finanziamento, alla tipologia di progetti oggetto di sostegno e ai tempi dell'iter burocratico.
- È possibile fare una valutazione più accurata rispetto a **3 misure** le cui delibere di approvazione sono state chiuse entro il 2018 per l'anno di competenza 2017-2018 ed entro il 2019 per l'anno di competenza 2019, ossia le **Iniziative di sviluppo della cultura cinematografica e audiovisiva e per la promozione internazionale (SCA)**, i **Contributi a Festival, Rassegne e Premi cinematografici e audiovisivi** e quelli per l'acquisizione, conservazione, catalogazione, restauro, studio, ricerca, fruizione e valorizzazione del patrimonio

cinematografico e audiovisivo (**Attività Cineteche**).

- Risulta **sostanzialmente in linea con il biennio 2017-2018 la percentuale di approvazioni**, cioè il confronto tra il pervenuto e l'approvato, per i **Festival, Rassegne e Premi**: 49,61% di contro al 50,96% del 2017-2018. **Inferiore**, invece, la percentuale di approvato per le **Attività delle Cineteche:** dal 94,11% del 2017-2018 si passa al 60% del 2019. Al contrario, è **aumentata** la percentuale per le **Iniziative SCA**, che passano dal 60,35% del 2017-2018 al 71,42% del 2019.

TASSO MEDIO E/O IMPORTO DEL SOSTEGNO OTTENUTO PER PROGETTO

- Premesso che l'entità dell'importo medio del sostegno alle singole misure è legato al tipo di progetto selezionato, all'ammontare del finanziamento destinato a ogni misura e al numero di domande pervenute/approvate, si osserva come **l'importo medio più consistente** sia quello riconosciuto ai progetti del **Piano straordinario di digitalizzazione del patrimonio cinematografico e audiovisivo** (**400.000,00 €)** e alle **Attività delle Cineteche** (**70.833,33 €**).
- A maggior distanza il finanziamento medio per i **Festival, Rassegne e Premi** (**36.638,46 €)**: esso può essere ulteriormente dettagliato per evidenziare come una quota maggiore sia attribuita ai Festival (finanziamento medio di 43.478,26 €), seguita dai Premi (28.625 €) e infine le Rassegne (18.863,63 €). Anche in questo caso l'entità del finanziamento si spiega da un lato con la tipologia di progetto (essendo il Festival una iniziativa più strutturata e complessa di una Rassegna o di un Premio) dall'altro con le indicazioni fornite dall'Amministrazione: i progetti con costo complessivo inferiore ai 20.000,00 € sono automaticamente rifiutati.
- È invece di **22.414,28 €** il finanziamento medio concesso alle **Iniziative SCA**: anche in questo caso possiamo però evidenziare uno scarto evidente tra il finanziamento medio delle iniziative di Internazionalizzazione del settore e promozione, anche a fini turistici, dell'Italia attraverso il cinema (Gruppo A, 30.818,18 €) e i progetti di Sviluppo della cultura cinematografica e audiovisiva; Sviluppo del cinema e dell'audiovisivo sul piano artistico, culturale, tecnico ed economico; Studio, ricerche e valutazioni d'impatto (Gruppo B, 18.562,50 €). Come per la misura dei Festival, Rassegne e Premi, il costo complessivo dei progetti proposti deve superare i 20.000,00 €, pena l'esclusione dal beneficio.
- Da ultimo, il contributo riconosciuto per i **Cinecircoli** e le **Associazioni nazionali di cultura cinematografica e audiovisiva** e le **Sale della Comunità** è mediamente di **18.865,85 €**, con una evidente quota maggiore per le Associazioni nazionali (66.666,66 €), seguite a grande distanza dai Circoli (importo medio 6.250 €) e dalle Sale della Comunità (4.777,77 €). In questo caso sono la natura e gli obiettivi dei soggetti beneficiari a spiegare l'entità del finanziamento attribuito.
- Il **confronto sulle 3 misure,** le cui delibere di approvazione sono state chiuse entro il 2018 per l'anno di competenza 2017-2018 ed entro il 2019 per l'anno di competenza 2019, permette di osservare che in generale il **finanziamento medio concesso a progetto** è **leggermente inferiore** nel 2019 per **le Iniziative SCA** e per i contributi a **Festival, Rassegne e Premi, molto inferiore** per le **Attività delle Cineteche**. Il dato può essere spiegato con **una percentuale maggiore di domande approvate nel 2019 a fronte di un tetto di contribuzione rimasto sostanzialmente invariato** rispetto al biennio precedente.

UTILIZZO PER TIPOLOGIA DI RICHIEDENTE

- Rispetto alla natura giuridica dei beneficiari, è evidente **come le misure qui considerate attraggano soprattutto le Associazioni** e le **Fondazioni** (che sono a capo di **197 domande**, ossia il **72,42%** del totale approvato), seguite a grande distanza dalle **Società di capitali** (**10,66%, 29 domande**), dagli **Istituti religiosi, Enti ecclesiastici o Morali** (**6,25%, 17 domande**) e dalle **Cooperative** (**4,41%, 12 domande**). Molto bassa, invece, la percentuale di **Enti pubblici** (**0,73%, 2**

domande). Il 5,51% delle domande (15) fa capo a beneficiari che non hanno specificato la propria natura giuridica o la cui natura giuridica è poco significativa nel confronto con la Valutazione d'impatto del biennio 2017-2018. Del tutto assenti le nature giuridiche delle Ditte individuali o a conduzione familiare e delle Società di persone. Le percentuali riflettono, ovviamente, le indicazioni espresse nei bandi delle singole misure per quanto concerne le finalità dei progetti proposti e la natura dei soggetti ammissibili al beneficio.

- **Le misure impiegate più trasversalmente sono le Iniziative SCA** e i contributi a **Festival, Rassegne e Premi**, con una prevalenza – in entrambi i casi – delle Associazioni. Sono per la maggior parte Associazioni anche i beneficiari delle misure a supporto dell'Attività delle Cineteche e dell'organizzazione dei progetti di Circoli, Associazioni e Sale della Comunità (con una preponderanza di Enti ecclesiastici, ovviamente). Diverso il caso del Piano straordinario di digitalizzazione del patrimonio cinematografico e audiovisivo, le cui domande sono a capo soprattutto di Società di capitali.
- Il dettaglio circa la natura giuridica dei beneficiari su tutte le misure evidenzia come la **categoria più ricorrente sia l'Associazione culturale** (102 domande, ossia il **37,5%** del totale approvato), seguita, a grande distanza, dall'**Associazione culturale senza scopo di lucro** (37 domande, ossia il **13,6%**), dalla **Società a responsabilità limitata** (22 domande, l'**8,08%) e** dall'**Ente ecclesiastico civilmente riconosciuto** (13 domande, il **4,77%**). Più basse le percentuali per tutte le altre voci.
- **Il confronto tra il biennio 2017-2018 e il 2019** nelle misure Iniziative SCA, Festival, Rassegne e Premi e contributi alle Attività delle Cineteche vede ancora una volta **preponderanti le Associazioni culturali e le Fondazioni** (nelle loro varie declinazioni), **con percentuali sostanzialmente invariate.**

ESTENSIONE TERRITORIALE DELL'UTILIZZO

La distribuzione territoriale degli aiuti di tutte le misure considerate con riferimento alla **sede legale dei soggetti beneficiari** si concentra soprattutto, come è naturale attendersi, sul **Lazio** (112 domande, il 41,17%), **seguita a grande distanza dalla Lombardia** (35 domande, il 12,86%). Tutte le altre regioni presentano percentuali al di sotto del 10%.

- **Fanalino di coda sono Molise e Valle d'Aosta**, entrambe con 1 sola domanda approvata (0,36%): al di là delle ragioni legate alla qualità dei progetti pervenuti, si tratta di aree che presentano un'estensione territoriale e una densità abitativa basse, il che potrebbe spiegare la scarsità numerica delle domande approvate. Giustificazioni simili possono forse essere trovate per spiegare le poche approvazioni che ricadono su **Trentino-Alto Adige, Marche e Liguria** (3 domande, ossia l'1,1%).
- L'analisi della **distribuzione per singola misura dei contributi** conferma quanto emerso rispetto al totale per **Festival, Rassegne e Premi** (il 34,61% nel Lazio, seguito dall'11,53% in Lombardia) **e** parzialmente per **le Iniziative SCA** (il 60% nel Lazio e il 5,71% ex equo in Lombardia, Piemonte, Sardegna e Toscana) e il **Piano straordinario di digitalizzazione del patrimonio cinematografico e audiovisivo** (64% nel Lazio, 8% in Lombardia e Toscana).
- La misura di contribuzione per le **Attività delle Cineteche**, invece, riguarda soltanto **6 regioni**: Abruzzo, Basilicata, Calabria, Lazio, Liguria e Lombardia.
- La misura a sostegno di **Cinecircoli, Associazioni nazionali** e **Sale della Comunità inverte la proporzione osservata nell'analisi del totale**: il **31,70%** delle entità beneficiarie ha sede legale in **Lombardia, il 19,51%** nel **Lazio**, il 9,75% ex equo in Veneto e Piemonte, più distaccate tutte le altre regioni. La ragione risiede soprattutto nel radicamento in territorio lombardo di un cospicuo numero di Sale della Comunità e circoli culturali legati al cinema e all'audiovisivo.
- Un'ulteriore indicazione riguarda la **rappresentatività regionale nella distribuzione del beneficio**, ossia se il beneficio si sia distribuito uniformemente su tutto il territorio italiano. Uno sguardo al totale delle domande permette di verificare che, nonostante l'ampia forbice di approvazioni che si osserva tra il Lazio

e le altre regioni, **tutta l'Italia è comunque stata toccata dal beneficio di Legge.** L'analisi invece delle **singole misure** evidenzia come tale circostanza si verifichi solo per la misura riferita ai **Festival, Rassegne e Premi.** I beneficiari delle Iniziative SCA hanno sede legale in 12 regioni (8 dunque restano "scoperte" e sono quasi tutte collocate al Centro Sud: Abruzzo, Basilicata, Calabria, Liguria, Marche, Molise, Sicilia e Valle d'Aosta), quelli della misura a sostegno di Cinecircoli, Associazioni nazionali e Sale della Comunità in 11 (dunque sono escluse 9 regioni: Basilicata, Calabria, Friuli-Venezia Giulia, Liguria, Marche, Molise, Trentino-Alto Adige, Umbria e Valle d'Aosta). La misura di contribuzione per le Attività delle Cineteche tocca 6 regioni su 20 e quella del Piano straordinario di digitalizzazione del patrimonio cinematografico e audiovisivo 8 regioni su 20.

- **Il confronto tra il biennio 2017-2018 e il 2019** nelle misure Iniziative SCA, Festival, Rassegne e Premi e contributi alle Attività delle Cineteche **evidenzia una sostanziale equivalenza**, sia nel numero che nel nome delle regioni in cui hanno sede legale le entità beneficiarie (con leggere variazioni).
- Da ultimo è possibile stabilire se e quanto l'aiuto fiscale sia andato a sostegno di attività e progetti svoltisi nello stesso territorio in cui ha sede legale l'entità beneficiaria o altrove**.** Si sviluppano nello **stesso** luogo in cui il soggetto beneficiario ha sede legale il **40,44%** del totale approvato. Si svolgono nella **stessa regione, ma in una sede diversa da quella legale del beneficiario** il **4,77%** delle domande; il **5,51%** sono attività e progetti che si realizzano nella **stessa regione, ma in luoghi diversi** (dunque più località dello stesso territorio). Il **12,13%** delle domande, invece, concerne progetti da realizzare in un'**altra regione rispetto a quella in cui ha sede legale il beneficiario**; il **4,04%** in **più regioni** o prevedono una diffusione su **scala nazionale;** l'**8,08%** sono attività che si svolgono in **Italia e all'estero** o **solo all'estero**. Infine, il **25%** delle domande (riferibili, per la maggior parte, ai contributi per le attività di Cinecircoli, alle Associazioni nazionali di cultura cinematografica e audiovisiva, alle Sale della Comunità e al Piano straordinario di digitalizzazione del patrimonio cinematografico e audiovisivo) **non specifica il dato**, spesso perché non richiesto dalla modulistica. Questa analisi si dimostra particolarmente significativa nel momento in cui rende evidente come il **beneficio fiscale delle misure qui in oggetto sia in grado di irradiarsi su ambienti e territori diversi da quelli in cui ha sede legale il soggetto beneficiario**, dunque di avere un impatto economico, sociale e culturale ampio e stratificato.

ADDIZIONALITÀ

- L'indicatore valuta la capacità della Legge di **stimolare la realizzazione di opere e/o progetti audiovisivi e cinematografici originali**, che in assenza di risorse pubbliche non si sarebbero concretizzati.
- Nello specifico, il **58,91%** dei soggetti **beneficiari** di misure a sostegno del settore **Promozione** della filiera cinematografica e audiovisiva ha affermato che **non avrebbe realizzato le attività e/o i progetti oggetto di contributo in assenza delle agevolazioni previste dalla Legge n. 220/2016**, con una quota percentuale inferiore, comunque, a quella dei rispondenti "No" tra tutti i beneficiari (pari al 70,71%).
- Osservando la distribuzione dell'Addizionalità per **tipologia di attività economica prevalente** del soggetto beneficiario, si evince inoltre che, nel corso del 2019, le misure a sostegno della Promozione hanno avuto un effetto maggiormente incentivante per i **Cinecircoli** e le **Associazioni Nazionali di Cultura cinematografica**, per i quali l'indicatore Addizionalità è pari all'**87,5%** (14 soggetti sui 16 in questa categoria hanno risposto "No" alla domanda di ricerca). La Legge è stata altrettanto decisiva per le **Cineteche** (indicatore pari a **83,33%**) e le **Industrie tecniche e di post-produzione** (indicatore pari a **85,71%**). Si attestano su valori intorno all' 50% gli altri soggetti.

NUMERO DI SINGOLE IMPRESE CHE PRESENTANO DOMANDA DI SOSTEGNO

- Le 272 domande approvate entro il 2019 fanno capo a **232 imprese** di natura giuridica diversa. A ogni impresa beneficiaria corrispondono, mediamente, **1,17 domande**.

NUMERO DI IMPRESE CHE RICEVONO FINANZIAMENTI MULTIPLI

- Delle 232 imprese a cui fanno capo le 272 domande approvate nel 2019, **28 sono beneficiarie di più di una domanda,** ossia il **12,06% delle imprese uniche**.
- **La maggior parte delle imprese beneficiarie di finanziamenti multipli si attesta su 2 domande**, di norma appartenenti alla stessa misura di finanziamento (es. Gruppo A e B della misura Iniziative SCA). **Più raramente, invece, i soggetti sono a capo di un numero di domande che oscilla tra le 3 e le 7**: in questo caso essi beneficiano di aiuti fiscali per misure diverse.
- Nel dettaglio, **presentano soggetti beneficiari di aiuti multipli solo le misure Iniziative SCA** (11, il 4,74% del totale delle singole imprese) e **Festival, Rassegne e Premi** (5, il 2,15%). Tale dato conferma il grado di affidamento che queste imprese fanno sulle misure in oggetto, portando avanti progetti paralleli e diversificati.

PARITÀ DI GENERE E DIVERSITÀ

- Il **74,13%** delle imprese che hanno beneficiato delle misure a sostegno del settore promozione sono **rappresentate legalmente da uomini.**
- La **preponderanza di rappresentanti maschili** si mantiene alta in tutte le misure oggetto di valutazione. Tuttavia le percentuali sono **più alte** (oltre il 90%) per le misure **Piano straordinario di digitalizzazione del patrimonio cinematografico e audiovisivo** e per i **contributi per le attività di Cinecircoli, Associazioni nazionali di cultura cinematografica e audiovisiva** e **Sale della Comunità**. Questo conferma quanto le misure qui considerate contribuiscano al rafforzamento dell'attività di imprese stabili e continuative nel tempo.
  Rispetto alla natura giuridica delle 7 imprese nate nel 2017-2018, 6 sono Associazioni culturali e 1 è una Cooperativa sociale. Hanno sede legale nel Lazio 4 di loro, 2 in Campania e 1 in Emilia Romagna.
- Il **94,82% delle imprese beneficiarie** delle misure qui in oggetto **si è costituito entro il 2016** e il 2,15% (5 imprese) non ha riportato la data di costituzione sulla modulistica DGCol.

TURISMO

- Dall'analisi delle rilevazioni raccolta tramite l'indagine rivolta ai soggetti finanziati nell'anno 2019, emerge che il **96,11%** dei soggetti ritiene che le opere beneficiarie abbiano **prodotto ripercussioni sul turismo di una location e/o sulla promozione del territorio**. Tale dato è stato ottenuto sommando le percentuali di coloro che si dichiarano "Completamente d'accordo" (65,11%) e "Abbastanza d'accordo" (31%) con l'affermazione in oggetto. Quasi irrisorie, di converso, le percentuali dei rispondenti che non ritengono i progetti finanziati forieri di turismo e/o promozione del territorio in cui si svolgono.

VALORIZZAZIONE DEL PLURALISMO CULTURALE

- Le misure facenti capo al settore Promozione rispondono pienamente alla valorizzazione del pluralismo culturale, sia in termini di diversificazione della natura dei progetti che delle imprese beneficiarie. Stante l'entità dei dati al momento disponibili, non è possibile dettagliare l'eterogeneità dei progetti beneficiari dell'aiuto fiscale.
- I titoli delle attività, laddove presenti, suggeriscono che più della metà delle domande riguardi l'organizzazione di **manifestazioni che fungono da vetrina per il cinema e l'audiovisivo**: festival, rassegne, premi, mercati. Esse costituiscono non meno del **56,25% del totale** (153 domande, la gran parte riferite alla misura Festival, Rassegne e Premi). Altrettanto consistente il numero di domande che invece si riferiscono a **progetti di studio e/o di taglio educativo**: pubblicazioni, giornate di studio, incontri di settore, formazione, contributi per riviste e/o piattaforme di servizio (come database di pubblico accesso). Sono 83 le domande che rientrano in tale

categoria, **il 30,51% del totale**. Infine **36 domande (13,23%)** non specificano la destinazione dell'aiuto, ma riguardano con ogni probabilità **attività ordinarie dell'impresa beneficiaria**
- Tale suddivisione delle domande per macro-aree vede un **impegno trasversale delle imprese coinvolte.** Vale a dire che non c'è una necessaria ricorrenza tra la tipologia di progetto proposto e la natura giuridica di appartenenza del soggetto beneficiario. Questo è indice anche della versatilità delle realtà che si rivolgono all'aiuto fiscale delle misure qui oggetto di analisi.

PUBBLICI E INCLUSIVITÀ

- L'incidenza sul pubblico delle attività intraprese grazie all'aiuto fiscale delle misure qui in oggetto **non è al momento valutabile**, ma è possibile solo fare delle **riflessioni di ordine generale**.
- **Tutte le attività approvate presuppongono il coinvolgimento di un pubblico ampio e diversificato.**
- Il numero di aderenti a un circolo o a una associazione, i biglietti o gli abbonamenti staccati durante un festival o una rassegna, il numero di iscritti e/o i partecipanti a un evento, un incontro di formazione, una rassegna possono fornire importanti riscontri rispetto all'impatto.

INDICATORI DI PROCEDIMENTO

Art. 27 - CONTRIBUTI AD ATTIVITÀ E INIZIATIVE DI PROMOZIONE CINEMATOGRAFICA E AUDIOVISIVA

RILEVANZA INTERNAZIONALE DEI PROGETTI FINANZIATI

- L'internazionalità dei **progetti beneficiari** dell'aiuto fiscale può essere valutata, in primo luogo, considerando la **potenziale attrattività delle iniziative proposte rispetto a un pubblico internazionale**. Con questo criterio è possibile selezionare **32 domande (l'11,76% del totale) riferite soprattutto a eventi di richiamo (festival, premi e mercati di taglio internazionale)**. Di queste, 29 appartengono alla misura **Festival, Rassegne e Premi** (26 sono festival, 3 premi), 3 sono **Iniziative SCA** (1 appartiene al Gruppo A, 2 al Gruppo B).
- Un altro dato per valutare l'internazionalizzazione dei progetti consiste nel considerare quelli **che hanno luogo in Italia ed estero o solo all'estero**. Sono 21 le domande rispondenti a queste caratteristiche, **il 7,72% del totale.** Di queste, 19 rispondono alla misura **Iniziative SCA** e, più precisamente, 15 appartengono al Gruppo A (effettivamente orientata alla promozione internazionale del cinema italiano) e 4 al Gruppo B. Le restanti 2 domande delle 21 totali rispondono alla misura **Festival, Rassegne e Premi** (1 per la linea Rassegna e 1 per la linea Premi).

IMPORTO DEI FINANZIAMENTI PER IL CINEMA E L'AUDIOVISIVO DESTINATI A MIGLIORARE LE COMPETENZE, LA FORMAZIONE E L'ALFABETIZZAZIONE

- Sono in particolare **due** le **misure** dell'Art. 27 destinate alla formazione delle competenze e all'alfabetizzazione cinematografica e audiovisiva, ovvero il **Piano Nazionale Cinema per la scuola** e le **Iniziative SCA del Gruppo B** (Sviluppo della cultura cinematografica e audiovisiva; sviluppo del cinema e dell'audiovisivo sul piano artistico, culturale, tecnico ed economico; studio, ricerche e valutazioni d'impatto), ma è solo su quest'ultima che si concentrerà la Valutazione, per le ragioni già evidenziate in Premessa.
- Sono complessivamente **48** le domande approvate per le **Iniziative SCA del Gruppo B**, alle quali corrisponde un finanziamento approvato di **891.000,00€**, ossia un **importo medio a progetto** di **18.662,50 €.**
- Il **finanziamento approvato per le attività di formazione nel 2019** rappresenta il **4,56%** del totale approvato su tutte le misure qui analizzate (19.530.500 €). È bene però sottolineare come tutte le attività del settore Promozione abbiano tra le loro finalità quella di contribuire alla formazione del pubblico rispetto alle specificità del linguaggio e del valore culturale del cinema e dell'audiovisivo.

AMPIEZZA DELLA RETE DEL SOGGETTO RICHIEDENTE

- Secondo i dati raccolti tramite il questionario rivolto ai soggetti finanziati nel 2019, il **74%** dei rispondenti per le misure del comparto Promozione ha dichiarato **di aver costituito una rete** al fine di realizzare il progetto proposto.
- Di questi, la maggior parte ha costituito la rete con **almeno 1 partner che risiede nella stessa regione** in cui ha sede legale il beneficiario (90,62%), **nella propria città** (88,54%) e/o **provincia** (85,41%). Segno, dunque, della maggiore facilità di costruire forme di progettualità con altre entità del territorio.
- Tuttavia, è alta anche la percentuale dei soggetti la cui rete prevede **almeno 1 partner nel territorio nazionale** (quindi in regione/i diversa/e da quella in cui ha sede il beneficiario: l'88,54%) e incoraggiante la percentuale di coloro che hanno **partner all'estero** (52,08%), ai quali va il merito, comunque, di aumentare il grado di internazionalità delle iniziative italiane legate al cinema e all'audiovisivo.

Art. 29 - PIANO STRAORDINARIO PER LA DIGITALIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CINEMATOGRAFICO E AUDIOVISIVO

VOLUME DEI MATERIALI DIGITALIZZATI

- L'entità e la qualità dei progetti digitalizzati grazie all'aiuto fiscale del Piano straordinario di digitalizzazione del patrimonio cinematografico e audiovisivo **non è al momento valutabile** a causa dell'assenza di dati relativi al titolo della/e opera/e.

7.1. MISURE E STATO DI ATTUAZIONE

Per il dettaglio sullo ***Stato di attuazione*** delle misure a favore della promozione del settore cinematografico e audiovisivo si rimanda al Capitolo 1 del presente rapporto.

Tabella 7.7.1: Misure e stato di attuazione

RIF. L. 220/2016	PROCEDIMENTI	DOMANDE PERVENUTE			APPROVATO	
					DOMANDE	€
		2017	2018	2019	2019	
Art. 27	INIZIATIVE SCA (SVILUPPO DELLA CULTURA CINEMATOGRAFICA E AUDIOVISIVA E PER LA PROMOZIONE INTERNAZIONALE)	267			70[101]	1.569.000,00 €
		81	88	98		
	GRUPPO A (INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SETTORE E PROMOZIONE, ANCHE A FINI TURISTICI, DELL'ITALIA ATTRAVERSO IL CINEMA)	20	31	32	22	678.000,00 €
	GRUPPO B (SVILUPPO DELLA CULTURA CINEMATOGRAFICA E AUDIOVISIVA; SVILUPPO DEL CINEMA E DELL'AUDIOVISIVO SUL PIANO ARTISTICO, CULTURALE, TECNICO ED ECONOMICO; STUDIO, RICERCHE E VALUTAZIONI D'IMPATTO)	61	57	66	48[102]	891.000,00 €
	FESTIVAL, RASSEGNE E PREMI CINEMATOGRAFICI E AUDIOVISIVI	678			130[103]	4.763.000,00 €
		203	213	262		
	CONTRIBUTI A FESTIVAL	153	142	168	92[104]	4.000.000,00 €
	CONTRIBUTI A RASSEGNE	35	55	68	22	305.000,00 €
	CONTRIBUTI A PREMI	15	16	26	16	458.000,00 €
	ACQUISIZIONE, CONSERVAZIONE, CATALOGAZIONE, RESTAURO, STUDIO, RICERCA, FRUIZIONE E VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CINEMATOGRAFICO E AUDIOVISIVO (ATTIVITÀ CINETECHE)	27			6	425.000,00 €
		10	7	10		
	DIFFUSIONE DELLA CULTURA CINEMATOGRAFICA SVOLTA DA CIRCOLI DI CULTURA CINEMATOGRAFICA, ASSOCIAZIONI NAZIONALI DI CULTURA CINEMATOGRAFICA E SALE DELLA COMUNITÀ	164			41	773.500,00 €
		53	54	57		
	CONTRIBUTI ALLE ATTIVITÀ DEI CIRCOLI DI CULTURA CINEMATOGRAFICA	17	22	17	14	87.500,00 €
	CONTRIBUTI ALLE ATTIVITÀ DELLE ASSOCIAZIONI NAZIONALI DI CULTURA CINEMATOGRAFICA	11	9	9	9	600.000,00 €
	CONTRIBUTI ALLE ATTIVITÀ DELLE SALE DELLA COMUNITÀ	25	23	31	18	86.000,00 €
	PROGRAMMAZIONE FILM D'ESSAI (RICONOSCIMENTO QUALIFICA FILM D'ESSAI)	611			-	-
		-	260	351	-	-

[101] Di cui 2 hanno rinunciato al contributo.
[102] Di cui 2 hanno rinunciato al contributo.
[103] Di cui 3 hanno rinunciato al contributo.
[104] Di cui 3 hanno rinunciato al contributo.

Art. 29	PIANO STRAORDINARIO DIGITALIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CINEMATOGRAFICO E AUDIOVISIVO	83			25	10.000.000 €
		19	26	38		
TOTALE		366	648	816	272	19.530.500€

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 7.7.2: Numero domande approvate nel 2019 per anno di competenza

RIF. L. 220/2016	PROCEDIMENTI	APPROVATE 2019			
		TOT.	% PER ANNO DI COMPETENZA		
			2017	2018	2019
Art. 27	INIZIATIVE SCA (SVILUPPO DELLA CULTURA CINEMATOGRAFICA E AUDIOVISIVA E PER LA PROMOZIONE INTERNAZIONALE)	70	-	-	100%
	GRUPPO A (INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SETTORE E PROMOZIONE, ANCHE A FINI TURISTICI, DELL'ITALIA ATTRAVERSO IL CINEMA)	22	-	-	100%
	GRUPPO B (SVILUPPO DELLA CULTURA CINEMATOGRAFICA E AUDIOVISIVA; SVILUPPO DEL CINEMA E DELL'AUDIOVISIVO SUL PIANO ARTISTICO, CULTURALE, TECNICO ED ECONOMICO; STUDIO, RICERCHE E VALUTAZIONI D'IMPATTO)	48	-	-	100%
	FESTIVAL, RASSEGNE E PREMI CINEMATOGRAFICI E AUDIOVISIVI	130	-	-	100%
	CONTRIBUTI A FESTIVAL	92	-	-	100%
	CONTRIBUTI A RASSEGNE	22	-	-	100%
	CONTRIBUTI A PREMI	16	-	-	100%
	ACQUISIZIONE, CONSERVAZIONE, CATALOGAZIONE, RESTAURO, STUDIO, RICERCA, FRUIZIONE E VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CINEMATOGRAFICO E AUDIOVISIVO (ATTIVITÀ CINETECHE)	6	-	-	100%
	DIFFUSIONE DELLA CULTURA CINEMATOGRAFICA SVOLTA DA CIRCOLI DI CULTURA CINEMATOGRAFICA, ASSOCIAZIONI NAZIONALI DI CULTURA CINEMATOGRAFICA E SALE DELLA COMUNITÀ	41		100%	
	CONTRIBUTI ALLE ATTIVITÀ DEI CIRCOLI DI CULTURA CINEMATOGRAFICA	14		100%	-
	CONTRIBUTI ALLE ATTIVITÀ DELLE ASSOCIAZIONI NAZIONALI DI CULTURA CINEMATOGRAFICA	9		100%	-
	CONTRIBUTI ALLE ATTIVITÀ DELLE SALE DELLA COMUNITÀ	18		100%	
	RICONOSCIMENTO QUALIFICA FILM D'ESSAI	-	-	-	-
Art. 29	PIANO STRAORDINARIO DIGITALIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CINEMATOGRAFICO E AUDIOVISIVO	**25**	-	**100%**	-

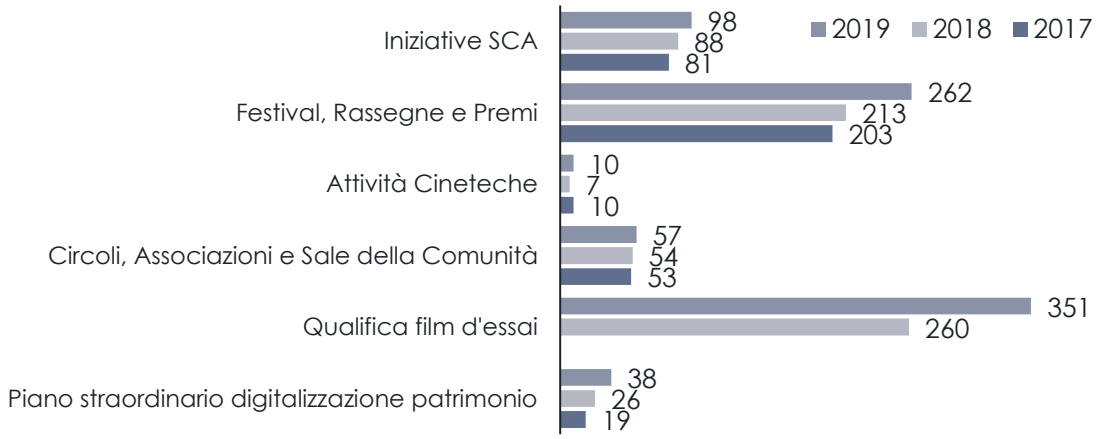
Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

7.2. INDICATORI DI FILIERA

7.2.1. Grado di utilizzo delle misure a livello di settore

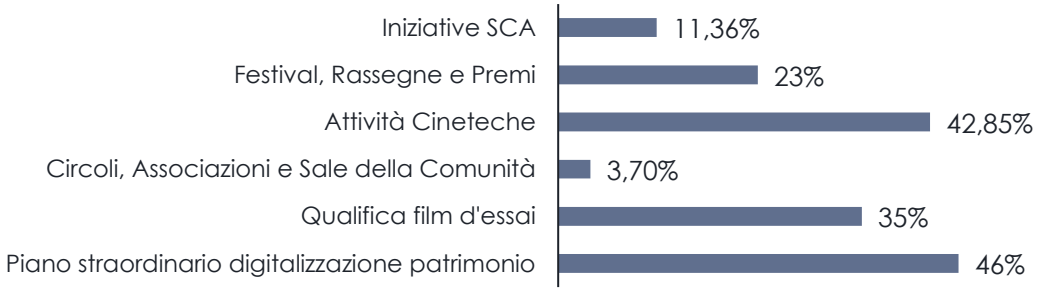
L'indicatore ***Grado di utilizzo delle misure a livello di settore*** rileva l'utilizzo complessivo delle misure e gli andamenti nei diversi anni.

Figura 7.7.1: Numero domande pervenute nel triennio 2017-2019 (tutte le misure)



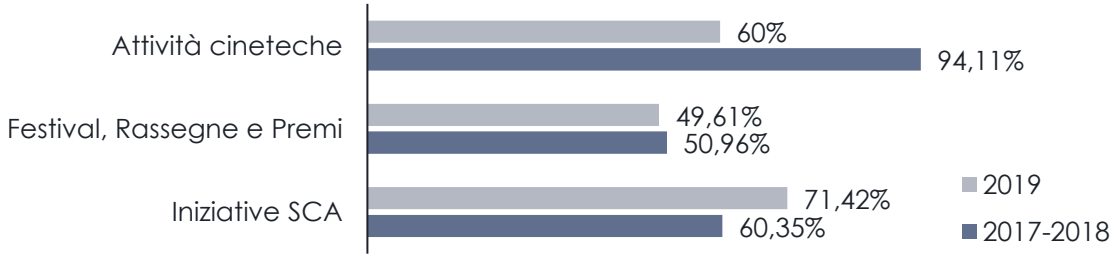
Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2017-2018 e 2019

Figura 7.7.2: Aumento % di domande pervenute per singola linea dal 2017-2018 al 2019



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2017-2018 e 2019

Figura 7.7.3: % approvato 2017-2018 vs. 2019 (Iniziative SCA, contributi a Festival, Rassegne e Premi cinematografici e audiovisivi, Attività Cineteche)



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2017-2018 e 2019

7.2.2. Tasso medio e/o importo del sostegno ottenuto per progetto

L'indicatore ***Tasso medio e/o importo del sostegno ottenuto per progetto*** evidenzia l'importo medio effettivo e il valore finanziario delle misure di supporto economico analizzate.

Tabella 7.7.3: Importo medio del sostegno per progetto

RIF. L. 220/2016	PROCEDIMENTO	IMPORTO MEDIO DEL SOSTEGNO PER PROGETTO
Art. 27	INIZIATIVE SCA (SVILUPPO DELLA CULTURA CINEMATOGRAFICA E AUDIOVISIVA E PER LA PROMOZIONE INTERNAZIONALE)	22.414,28 €
	GRUPPO A (INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SETTORE E PROMOZIONE, ANCHE A FINI TURISTICI, DELL'ITALIA ATTRAVERSO IL CINEMA)	30.818,18 €
	GRUPPO B (SVILUPPO DELLA CULTURA CINEMATOGRAFICA E AUDIOVISIVA; SVILUPPO DEL CINEMA E DELL'AUDIOVISIVO SUL PIANO ARTISTICO, CULTURALE, TECNICO ED ECONOMICO; STUDIO, RICERCHE E VALUTAZIONI D'IMPATTO)	18.562,5 €
	FESTIVAL, RASSEGNE E PREMI CINEMATOGRAFICI E AUDIOVISIVI	36.638,46 €
	CONTRIBUTI A FESTIVAL	43.478,26 €
	CONTRIBUTI A RASSEGNE	18.863,63 €
	CONTRIBUTI A PREMI	28.625 €
	ACQUISIZIONE, CONSERVAZIONE, CATALOGAZIONE, RESTAURO, STUDIO, RICERCA, FRUIZIONE E VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CINEMATOGRAFICO E AUDIOVISIVO (ATTIVITÀ CINETECHE)	70.833,33 €
	DIFFUSIONE DELLA CULTURA CINEMATOGRAFICA SVOLTA DA CIRCOLI DI CULTURA CINEMATOGRAFICA, ASSOCIAZIONI NAZIONALI DI CULTURA CINEMATOGRAFICA E SALE DELLA COMUNITÀ	18.865,85 €
	CONTRIBUTI ALLE ATTIVITÀ DEI CIRCOLI DI CULTURA CINEMATOGRAFICA	6.250 €
	CONTRIBUTI ALLE ATTIVITÀ DELLE ASSOCIAZIONI NAZIONALI DI CULTURA CINEMATOGRAFICA	66.666,66 €
	CONTRIBUTI ALLE ATTIVITÀ DELLE SALE DELLA COMUNITÀ	4.777,77 €
	RICONOSCIMENTO QUALIFICA FILM D'ESSAI	-
Art. 29	PIANO STRAORDINARIO DI DIGITALIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CINEMATOGRAFICO E AUDIOVISIVO	400.000,00 €
TOTALE		64.450 €

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Figura 7.7.4: Importo medio del sostegno (tutte le misure)



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 7.7.4: Importo medio approvato 2017-2018 vs. 2019 (Iniziative SCA, contributi a Festival, Rassegne e Premi cinematografici e audiovisivi, Attività Cineteche)

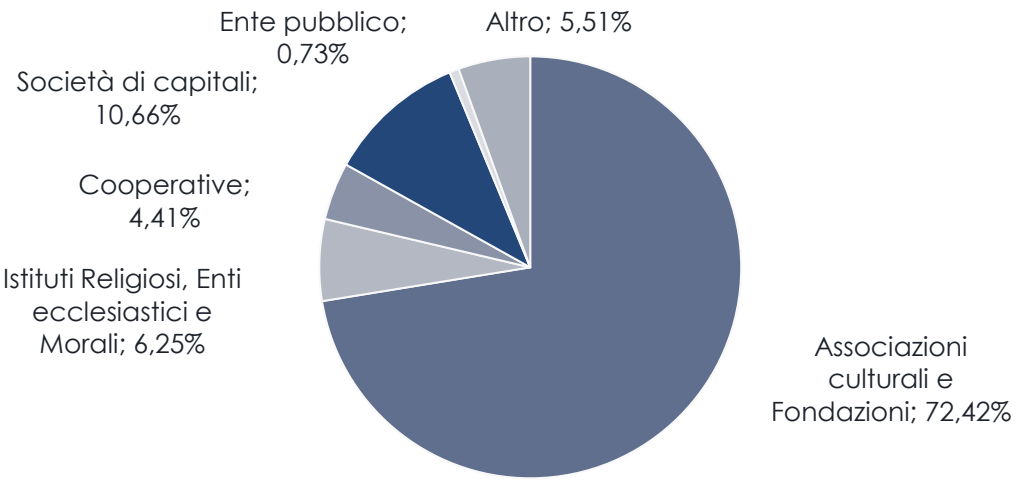
PROCEDIMENTO	IMPORTO MEDIO	
	2017- 2018	2019
INIZIATIVE SCA	23.894 €	22.414 €
FESTIVAL, RASSEGNE E PREMI	40.124 €	36.638 €
ATTIVITÀ CINETECHE	118.187 €	70.833 €

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2017-2018 e 2019

7.2.3. Utilizzo per tipologia di richiedente

L'indicatore ***Utilizzo per tipologia di richiedente*** evidenzia la capacità della Legge di supportare soggetti diversi, con riferimento alle tipologie e dimensioni delle imprese e delle iniziative.

Figura 7.7.5: % domande secondo natura giuridica dei beneficiari (tutte le misure)



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

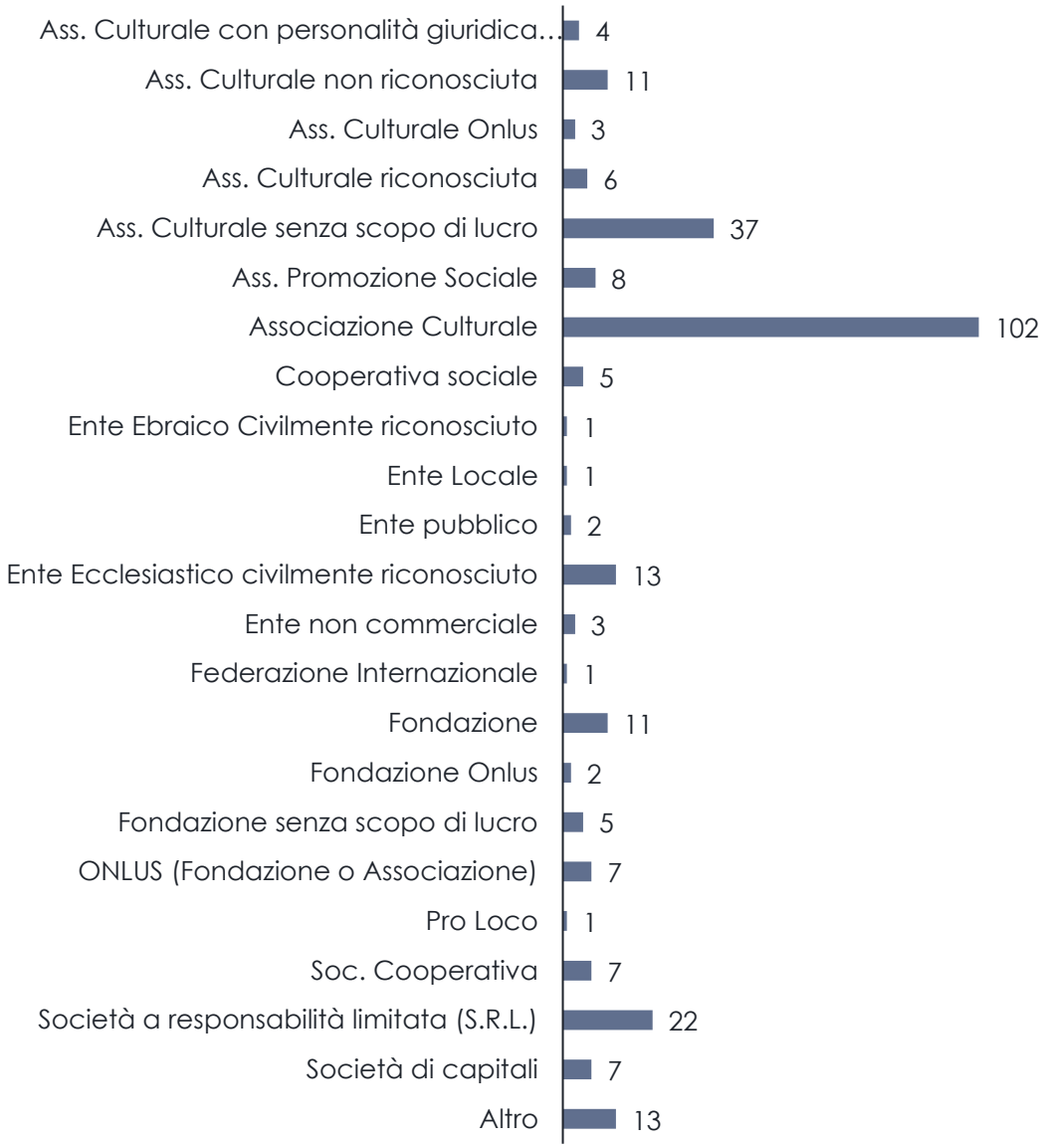
Tabella 7.7.5: % domande secondo natura giuridica dei beneficiari (dettaglio singola misura)[105]

PROCEDIMENTO	ASSOCIAZIONE CULTURALE O FONDAZIONE	ISTITUTO RELIGIOSO ENTI ECCLESIASTICO O MORALE	COOPERA-TIVA	SOCIETÀ DI CAPITALI	ENTE PUBBLICO	ENTE SCOLASTICO	ALTRO
INIZIATIVE SCA	67,14%	4,28%	5,71%	7,14%	0,00%	0,00%	15,71%
FESTIVAL, RASSEGNE E PREMI	84,61%	0,76%	3,07%	6,92%	1,53%	0,00%	3,07%
ATTIVITÀ CINETECHE	83,33%	0,00%	16,66%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
CIRCOLI, ASSOCIAZIONI E SALE DELLA COMUNITÀ	63,41%	31,70%	0,00%	4,87%	0,00%	0,00%	0,00%
PIANO STRAORDINARIO DIGITALIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CINEMATOGRAFICO E AUDIOVISIVO	32%	0,00%	4%	64%	0,00%	0,00%	0,00%

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

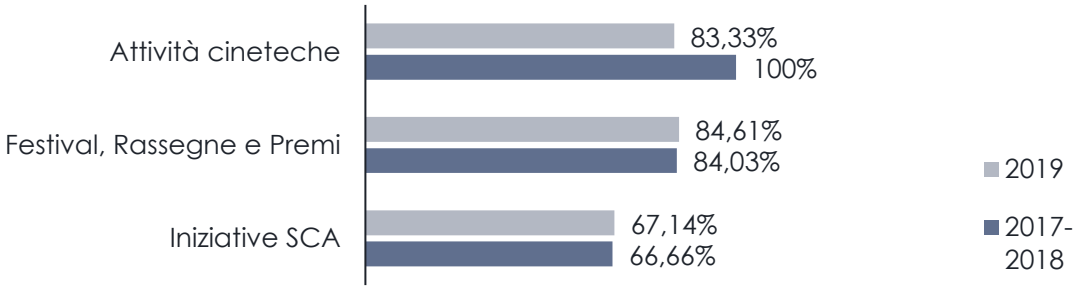
[105] Le percentuali sono state calcolate sul numero complessivo di domande approvate per ciascuna misura.

Figura 7.7.6: Domande approvate secondo natura giuridica del soggetto beneficiario (tutte le misure e tutte le nature giuridiche)



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Figura 7.7.7: % domande i cui soggetti beneficiari sono Associazione culturale o Fondazione, 2017-2018 vs. 2019 (Iniziative SCA, contributi a Festival, Rassegne e Premi cinematografici e audiovisivi, Attività Cineteche)



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2017-2018 e 2019

7.2.4. Estensione territoriale dell'utilizzo

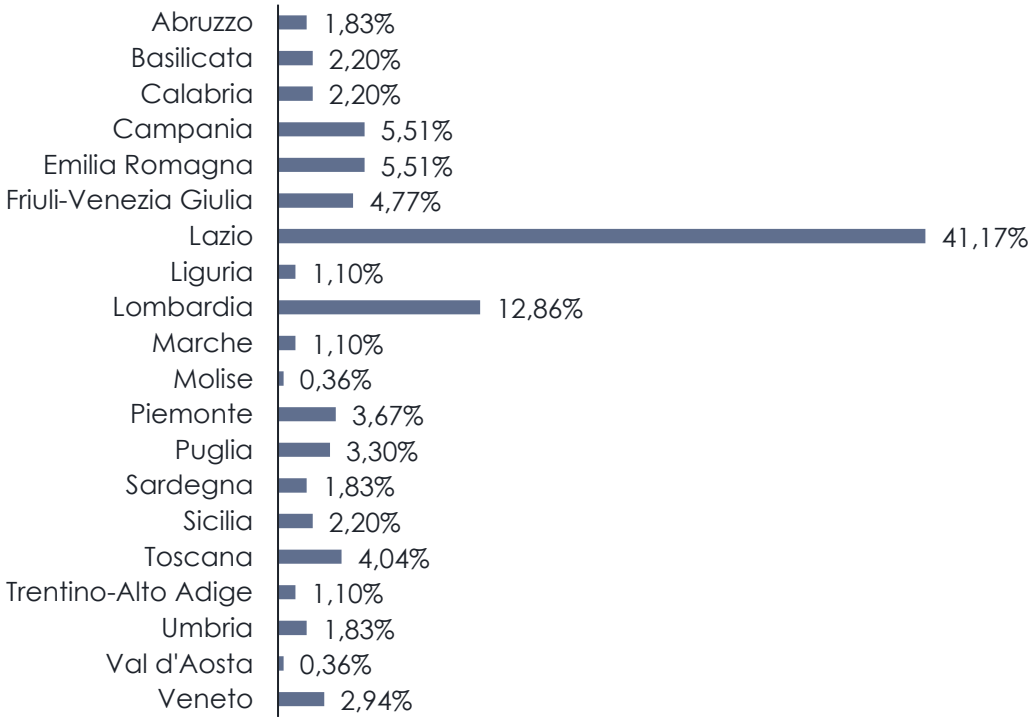
L'indicatore ***Estensione territoriale dell'utilizzo*** evidenzia la distribuzione regionale dei beneficiari in Italia e ne consente una loro mappatura.

Figura 7.7.8: Numero e distribuzione delle domande approvate per regione, secondo sede legale del soggetto beneficiario (tutte le linee)



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Figura 7.7.9: % distribuzione per regione delle domande approvate, secondo sede legale del soggetto beneficiario (tutte le misure)



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 7.7.6: % distribuzione per regione delle domande approvate, secondo sede legale del soggetto beneficiario (dettaglio singole misure)106

REGIONE	PROCEDIMENTO				
	INIZIATIVE SCA	FESTIVAL, RASSEGNE E PREMI	ATTIVITÀ CINETECHE	CIRCOLI, ASSOCIAZIONI E SALE DELLA COMUNITÀ	PIANO STRAORDINARIO DIGITALIZZAZIONE PATRIMONIO CINEMATOGRAFICO E AUDIOVISIVO
ABRUZZO	0,00%	1,53%	16,66%	2,43%	4%
BASILICATA	0,00%	3,07%	16,66%	0,00%	4%
CALABRIA	0,00%	3,84%	16,66%	0,00%	0,00%
CAMPANIA	4,28%	7,69%	0,00%	4,87%	0,00%
EMILIA ROMAGNA	2,85%	6,92%	0,00%	7,31%	4%
FRIULI-VENEZIA GIULIA	4,28%	6,92%	0,00%	0,00%	4%
LAZIO	60,00%	34,61%	16,66%	19,51%	64%
LIGURIA	0,00%	1,53%	16,66%	0,00%	0,00%
LOMBARDIA	5,71%	11,53%	16,66%	31,70%	8%
MARCHE	0,00%	2,30%	0,00%	0,00%	0,00%
MOLISE	0,00%	0,76%	0,00%	0,00%	0,00%
PIEMONTE	5,71%	0,76%	0,00%	9,75%	4%
PUGLIA	2,85%	4,61%	0,00%	2,43%	0,00%
SARDEGNA	5,71%	0,76%	0,00%	0,00%	0,00%
SICILIA	0,00%	3,07%	0,00%	4,87%	0,00%
TOSCANA	5,71%	1,53%	0,00%	7,31%	8%
TRENTINO-ALTO ADIGE	1,42%	1,53%	0,00%	0,00%	0,00%
UMBRIA	0,00%	3,84%	0,00%	0,00%	0,00%
VALLE D'AOSTA	0,00%	0,76%	0,00%	0,00%	0,00%
VENETO	1,42%	2,30%	0,00%	9,75%	0,00%
TOTALE	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 7.7.7: Distribuzione territoriale domande approvate 2017-2018 vs 2019 seconda sede legale del soggetto beneficiario (Iniziative SCA, contributi a Festival, Rassegne e Premi cinematografici e audiovisivi, Attività Cineteche)

PROCEDIMENTO	NUMERO REGIONI COPERTE DAL BENEFICIO FISCALE		REGIONI CON MAGGIORANZA DI APPROVAZIONI (%)[107]		REGIONI CON MINORANZA DI APPROVAZIONI (%)[108]	
	2017-2018	2019	2017-2018	2019	2017-2018	2019
INIZIATIVE SCA	11	12	**LAZIO** (67,64%) **PIEMONTE** (5,88%)	**LAZIO** (60%), LOMBARDIA, **PIEMONTE**, SARDEGNA E TOSCANA (5,71%)	**ABRUZZO**, **CALABRIA**, **LIGURIA**, **MARCHE**, **MOLISE**, UMBRIA, **SICILIA**, **VALLE D'AOSTA**, VENETO (0%)	**ABRUZZO**, BASILICATA, **CALABRIA**, **LIGURIA**, **MARCHE**, **MOLISE**, **SICILIA**, **VALLE D'AOSTA** (0%)
FESTIVAL, RASSEGNE E PREMI	20	20	**LAZIO** (35,21%) **LOMBARDIA** (9,85%)	**LAZIO** (34,61%), **LOMBARDIA** (11,53%)	**VALLE D'AOSTA**, TRENTINO-ALTO ADIGE, LIGURIA (0,46%)	**VALLE D'AOSTA**, MOLISE (0,4%)

[106] Le percentuali sono state calcolate sul numero complessivo di domande approvate per ciascuna misura.
[107] Si segnalano in grassetto le occorrenze che si ripetono nel confronto 2017-2018 vs. 2019.
[108] Si segnalano in grassetto le occorrenze che si ripetono nel confronto 2017-2018 vs. 2019.

ATTIVITÀ CINETECHE	8	6	**ABRUZZO**, **BASILICATA**, **CALABRIA**, CAMPANIA, FRIULI-VENEZIA GIULIA, **LAZIO**, **LIGURIA**, **LOMBARDIA** (12,5%)	**ABRUZZO**, **BASILICATA**, **CALABRIA**, **LAZIO**, **LIGURIA**, **LOMBARDIA** (16,66%)	**EMILIA ROMAGNA**, **MARCHE**, **MOLISE**, **PIEMONTE**, **PUGLIA**, **SARDEGNA**, **SICILIA**, **TOSCANA**, **TRENTINO-ALTO ADIGE**, **UMBRIA**, **VALLE D'AOSTA**, **VENETO** (0%)	CAMPANIA, **EMILIA ROMAGNA**, FRIULI-VENEZIA GIULIA, **MARCHE**, **MOLISE**, **PIEMONTE**, **PUGLIA**, **SARDEGNA**, **SICILIA**, **TOSCANA**, **TRENTINO-ALTO ADIGE**, **UMBRIA**, **VALLE D'AOSTA**, **VENETO** (0%)

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2017-2018 e 2019

Tabella 7.7.8: Numero domande approvate secondo il luogo di realizzazione del progetto vs. sede legale del soggetto beneficiario (tutte le misure)

LUOGO DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO (RISPETTO ALLA SEDE LEGALE DEL SOGGETTO BENEFICIARIO)	NUMERO DOMANDE	% SUL TOTALE DELLE DOMANDE
STESSA SEDE	110	40,44%
SEDE DIVERSA NELLA STESSA REGIONE	13	4,77%
PIÙ SEDI NELLA STESSA REGIONE	15	5,51%
SEDE IN ALTRA REGIONE	33	12,13%
SEDE IN ITALIA/IN PIÙ REGIONI	11	4,04%
SEDE IN ITALIA ED ESTERO/ALL'ESTERO	22	8,08%
NON SPECIFICATO/NON RICHIESTO DALLA MODULISTICA	68[109]	25%

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

7.2.5. Addizionalità

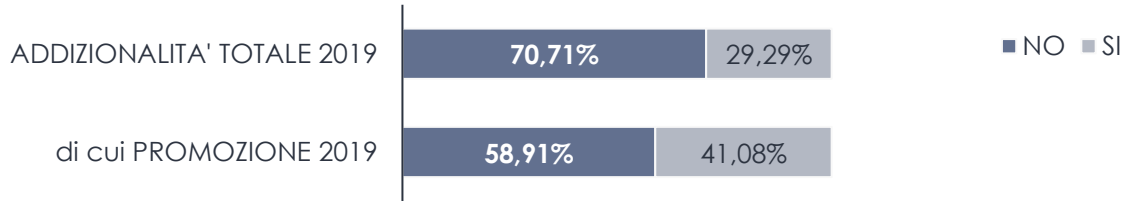
L'indicatore ***Addizionalità*** valuta la quota di operatori che in assenza di contributo non avrebbero realizzato le opere e/o i progetti per i quali hanno ricevuto sostegno. In altri termini, valuta la capacità dei contributi e finanziamenti previsti dalla Legge n. 220/2016 di stimolare la realizzazione di opere e/o progetti audiovisivi e cinematografici che viceversa, senza il sostegno di tali misure, non si sarebbero concretizzati.

Il calcolo dell'indicatore è avvenuto tramite un'indagine mirata, realizzata attraverso la somministrazione di un questionario strutturato, rivolto ai soggetti beneficiari dei contributi previsti dalla Legge al 31/12/2019. La domanda di ricerca che è stata posta ai soggetti beneficiari è la seguente: "*Avrei realizzato l'opera/il progetto finanziato, anche senza ricevere il contributo ottenuto dalla DGCA*".

L'indagine si è svolta tra il 09/10/2020 e il 26/10/2020. Si specifica che per l'anno 2019 il campione totale dei soggetti intervistati è stato pari a 1.219 operatori e, nello specifico, per il settore Promozione hanno risposto al questionario 129 operatori, pari al 55,60% del totale dei soggetti beneficiari di misure a sostegno del nodo Promozione della filiera nell'anno di riferimento (232).

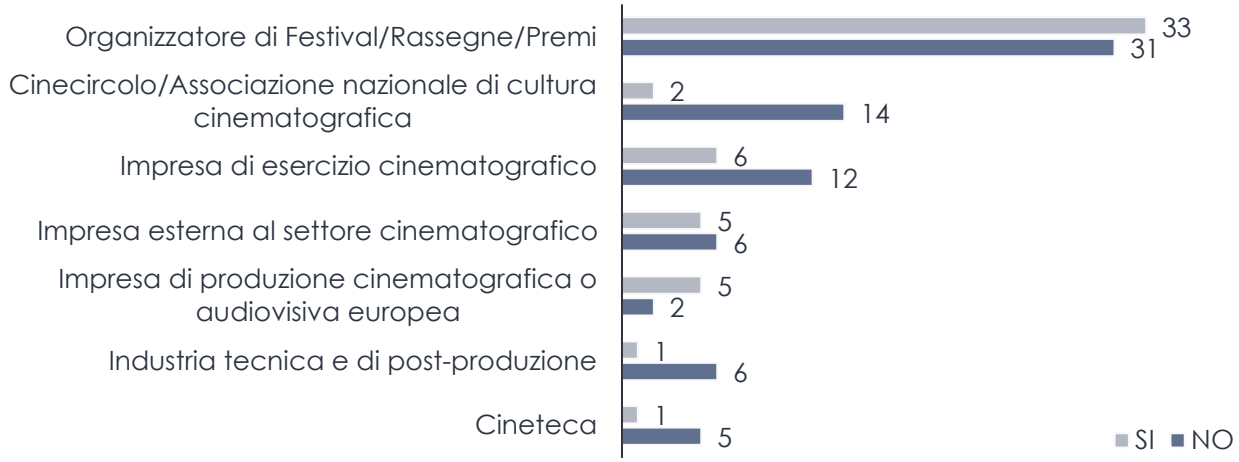
[109] 41 domande corrispondono alla misura di contribuzione a sostengno delle attività di Cinecircoli, Associazioni Nazionali di cultura cinematografica e audiovisiva e Sale della Comunità e 25 al Piano straordinario di digitalizzazione del patrimonio cinematografico e audiovisivo in quanto per queste misure il dato non è richiesto in fase di compilazione della modulistica.

Figura 7.10: Addizionalità delle misure previste dalla Legge n. 220/2016 a sostegno della promozione cinematografica e audiovisiva



Fonte: Indagine Soggetti Finanziati 2019

Figura 7.11: Distribuzione dell'Addizionalità per tipologia di attività prevalente del soggetto beneficiario di misure a sostegno della promozione cinematografica e audiovisiva



Fonte: Indagine Soggetti Finanziati 2019

7.2.6. Numero di singole imprese che beneficiano di sostegno

L'indicatore evidenzia il numero di imprese che beneficiano di agevolazioni fiscali.

Tabella 7.7.9: Singole imprese che beneficiano di sostegno (tutte le linee)

SINGOLE IMPRESE CHE BENEFICIANO DI SOSTEGNO	NUMERO MEDIO DI DOMANDE APPROVATE PER IMPRESA
232	1,17

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

7.2.7. Numero di imprese che ricevono finanziamenti multipli

L'indicatore evidenzia la concentrazione del sostegno per alcuni soggetti e la loro distribuzione nelle misure del settore.

Tabella 7.7.10: Singole imprese che ricevono sostegni multipli (tutte le misure e singole misure)

PROCEDIMENTO	NUMERO IMPRESE BENEFICIARIE DI ALMENO 2 DOMANDE	% SUL TOTALE DELLE IMPRESE UNICHE
TUTTE LE MISURE	28	12,06%
INIZIATIVE SCA	11	4,74%
FESTIVAL, RASSEGNE E PREMI	5	2,15%

ATTIVITÀ CINETECHE	0	0,00%
CIRCOLI, ASSOCIAZIONI E SALE DELLA COMUNITÀ	0	0,00%
PIANO STRAORDINARIO DI DIGITALIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CINEMATOGRAFICO E AUDIOVISIVO	0	0,00%

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Figura 7.12: Numero imprese singole che ricevono sostegni multipli per numero di domande

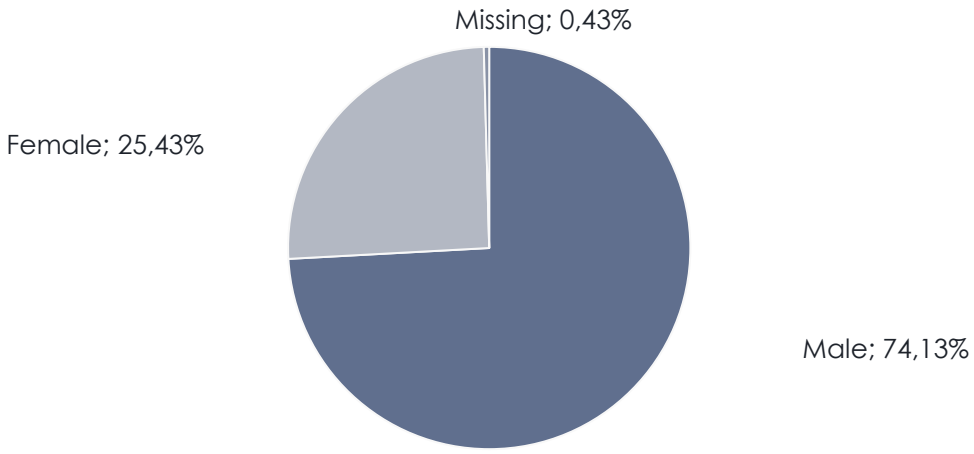


Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

7.2.8. Parità di genere e diversità

L'indicatore ***Parità di genere e diversità*** evidenzia i livelli di pari opportunità nelle imprese che hanno avuto accesso ai benefici fiscali previsti per il settore Promozione. Per la misurazione dell'indicatore si è presa in esame l'identità di genere del Legale rappresentante delle imprese di promozione che hanno beneficiato degli aiuti previsti dalla Legge nel 2019.

Figura 7.13: % identità di genere del legale rappresentante delle entità/imprese beneficiarie (tutte le misure)[110]



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

[110] Si evidenzia come 5 legali rappresentanti (4 uomini e 1 donna) siano referenti ciascuno per due imprese beneficiarie. Si è ripetuto il loro conteggio per arrivare al totale di 232 imprese uniche beneficiarie.

Tabella 7.7.11: % identità di genere del legale rappresentante delle entità/imprese beneficiarie (singole misure)[111]

PROCEDIMENTO	FEMALE	MALE	MISSING
INIZIATIVE SCA	30,18 %	69,81 %	0,00 %
FESTIVAL, RASSEGNE E PREMI	32,08 %	66,04 %	0,80 %
ATTIVITÀ CINETECHE	16,66 %	83,33 %	1,07 %
CIRCOLI, ASSOCIAZIONI E SALE DELLA COMUNITÀ	9,75 %	90,24 %	0,00 %
PIANO STRAORDINARIO DIGITALIZZAZIONE PATRIMONIO CINEMATOGRAFICO E AUDIOVISIVO	8,00%	92,00%	0,00%

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

7.2.9. Costituzione e rafforzamento delle imprese esistenti

L'indicatore evidenzia l'effetto delle misure sullo sviluppo di nuove imprese e sul rafforzamento di quelle esistenti.

Tabella 7.7.12: Costituzione delle imprese nel 2019, nel 2017-2018 (entrata in vigore della Legge 220/2016) ed entro il 2016

IMPRESE		
DATA DI COSTITUZIONE	NUMERO	% SULLE SINGOLE IMPRESE
2019	0	0,00%
2018	4	1,72%
2017	3	1,29%
ENTRO 2016	220	94,82%
VALORE NON INDICATO	5	2,15%

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

7.2.10. Turismo

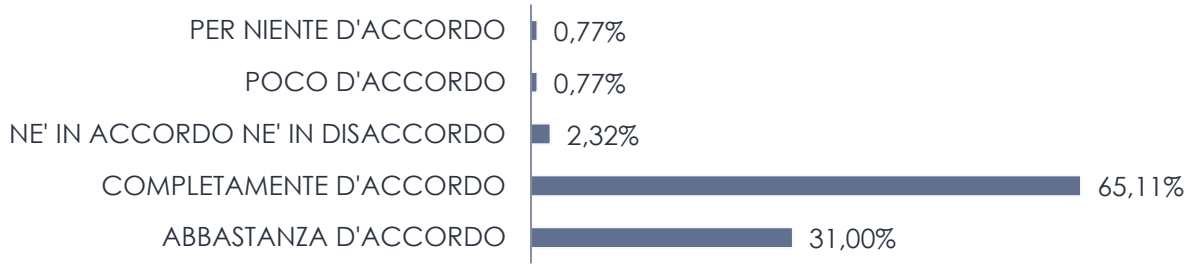
L'indicatore ***Turismo*** intende misurare l'impatto della promozione cinematografica e audiovisiva e più ampiamente della screen culture sull'industria del turismo.

Il calcolo dell'indicatore è avvenuto tramite un'indagine mirata, realizzata attraverso la somministrazione di un questionario strutturato, rivolto ai soggetti beneficiari dei contributi previsti dalla Legge al 31/12/2019. La domanda di ricerca che è stata posta ai soggetti beneficiari è la seguente: "*Secondo la mia esperienza, le opere e le iniziative beneficiarie di finanziamento hanno ripercussioni sul turismo di una location e/o sulla promozione del territorio*".

L'indagine si è svolta tra il 09/10/2020 e il 26/10/2020. Si specifica che per il settore Promozione hanno risposto al questionario 129 operatori, pari al 55,60% del totale dei soggetti beneficiari di misure a sostegno del nodo Promozione della filiera nell'anno di riferimento (232).

[111] Ciascun soggetto è stato contato una sola volta per procedimento. Le percentuali sono state calcolate sul totale delle imprese uniche per singola misura.

Figura 7.14: Impatto turistico delle misure a sostegno della Promozione

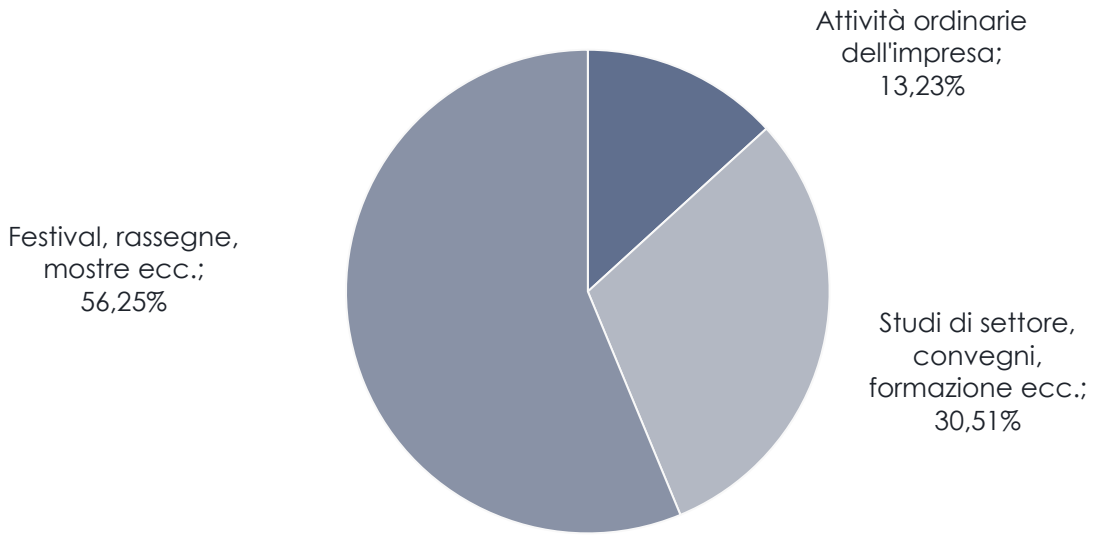


Fonte Indagine Soggetti Finanziati 2019

7.2.11. Valorizzazione del pluralismo culturale

L'indicatore ***Valorizzazione del pluralismo culturale*** consente di ponderare la capacità delle misure di favorire la varietà di progetti e iniziative.

Figura 7.15: % domande per macro area secondo la natura dei progetti beneficiari (tutte le misure)



Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

7.2.12. Pubblici e inclusività

Allo stato attuale della modulistica DGCol e della ricerca non è possibile quantificare l'incidenza sul pubblico dei progetti realizzati a seguito del beneficio fiscale.

È evidente, comunque, come tutte le attività approvate presuppongono il coinvolgimento di un pubblico ampio e diversificato.

7.3. INDICATORI DI PROCEDIMENTO

7.3.1. Art. 27 – Contributi alle attività e iniziative di promozione cinematografica e audiovisiva

7.3.1.1. Rilevanza internazionale dei progetti finanziati

L'indicatore ***Rilevanza internazionale dei progetti finanziati*** evidenzia l'impatto delle misure sull'internazionalizzazione degli eventi e dei progetti.

Tabella 7.7.13: Numero domande relative a progetti di risonanza internazionale (Iniziative SCA, contributi a Festival, Rassegne e Premi)

PROCEDIMENTO		NUMERO DOMANDE
INIZIATIVE SCA	TOTALE	3
	GRUPPO A	1
	GRUPPO B	2
FESTIVAL, RASSEGNE E PREMI	TOTALE	29
	CONTRIBUTI A FESTIVAL	26
	CONTRIBUTI A RASSEGNE	-
	CONTRIBUTI A PREMI	3
TUTTE LE LINEE	TOTALE	32

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

Tabella 7.7.14: Numero domande relative a progetti realizzati in Italia ed estero o solo all'estero (Iniziative SCA, contributi a Festival, Rassegne e Premi)

PROCEDIMENTO		NUMERO DOMANDE
INIZIATIVE SCA	TOTALE	19
	GRUPPO A	15
	GRUPPO B	4
FESTIVAL, RASSEGNE E PREMI	TOTALE	2
	CONTRIBUTI A FESTIVAL	1
	CONTRIBUTI A RASSEGNE	-
	CONTRIBUTI A PREMI	1
TUTTE LE LINEE	TOTALE	21

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

7.3.1.2. Importo dei finanziamenti per il cinema e l'audiovisivo destinati a migliorare le competenze, la formazione e l'alfabetizzazione

L'indicatore ***Importo dei finanziamenti per il cinema e l'audiovisivo destinati a migliorare le competenze, la formazione e l'alfabetizzazione*** mostra la capacità delle misure di raggiungere la soglia minima del 3% di finanziamento previsto dall'articolo per le iniziative di formazione e alfabetizzazione del cinema e all'audiovisivo.

Tabella 7.7.15: Domande e finanziamento approvato per le linee Sviluppo della cultura cinematografica e audiovisiva; sviluppo del cinema e dell'audiovisivo sul piano artistico, culturale, tecnico ed economico; studio, ricerche e valutazioni d'impatto (Gruppo B – misura Iniziative SCA)

PROCEDIMENTO		NUMERO DOMANDE	FINANZIAMENTO APPROVATO	% DEL FINANZIAMENTO SUL TOTALE PER IL SETTORE 2019
INIZIATIVE SCA	GRUPPO B	48	891.000,00 €	4,56%

Fonte: DGCol. Domande approvate nel 2019

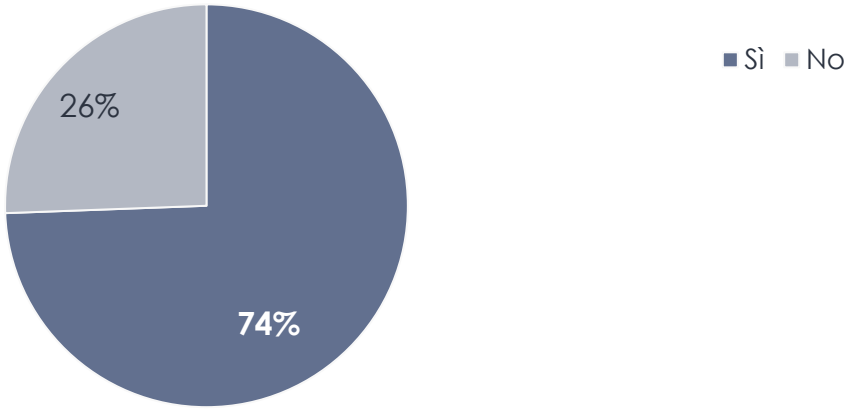
7.3.1.3. *Ampiezza della rete del soggetto richiedente*

L'indicatore ***Ampiezza della rete del soggetto richiedente*** intende misurare la capacità dei beneficiari delle misure del settore della promozione nel creare relazioni (sul territorio e/o a livello nazionale e/o internazionale) con altri soggetti simili e/o con soggetti diversi sensibili alla linea di finanziamento.

Il calcolo dell'indicatore è avvenuto tramite un'indagine mirata, realizzata attraverso la somministrazione di un questionario strutturato, rivolto ai soggetti beneficiari dei contributi previsti dalla Legge al 31/12/2019. La domanda di ricerca che è stata posta ai soggetti beneficiari è la seguente: "*Pensando ai soggetti e/o alle organizzazioni coinvolte, rispetto alla sede legale della mia impresa, quante di queste sono collocate: al di fuori d'Italia/in Italia/in un'altra regione/nella stessa regione/nella stessa provincia/nella stessa città*".

L'indagine si è svolta tra il 09/10/2020 e il 26/10/2020. Si specifica che per il settore Promozione hanno risposto al questionario 129 operatori, pari al 55,60% del totale dei soggetti beneficiari di misure a sostegno del nodo Promozione della filiera nell'anno di riferimento (232).

Figura 7.16: % di beneficiari che hanno/non hanno costituito una rete



Fonte: Indagine Soggetti Finanziati 2019

Tabella 7.16: Numero e % delle imprese che hanno costituito una rete distinte per ubicazione dei partner

IMPRESE CHE HANNO COSTITUTO UNA RETE: 96						
UBICAZIONE DEI PARTNER RISPETTO ALLA SEDE LEGALE DEL SOGGETTO BENEFICIARIO	ALMENO 1 ALL'ESTERO	ALMENO 1 IN ITALIA[112]	ALMENO 1 IN UN'ALTRA REGIONE	ALMENO 1 NELLA STESSA REGIONE	ALMENO 1 IN UN'ALTRA PROVINCIA	ALMENO 1 NELLA STESSA CITTÀ
NUMERO IMPRESE	50	85	63	87	82	85
% SUL TOTALE DEI COSTITUENTI RETE	52,08%	88,54%	65,62%	90,62%	85,41%	88,54%

Fonte: Indagine Soggetti Finanziati 2019

7.3.2. Art. 29- Piano straordinario per la digitalizzazione del patrimonio cinematografico e audiovisivo

7.3.2.1. *Volume dei materiali digitalizzati*

[112] Si segnala che 11 soggetti non hanno risposto in maniera coerente alla domanda, in quanto affermano di non avere partner in Italia, ma contemporaneamente affermano di averne almeno uno in una regione diversa o nella stessa o nella stessa provincia o nella stessa città in cui ha luogo la loro sede legale.

L'indicatore ***Volume dei materiali digitalizzati*** mostra l'impatto del sostegno sul volume e la qualità dei materiali oggetto di digitalizzazione, ma allo stato attuale della modulistica DGCol non è possibile portare avanti l'analisi.

7.4. PIANO NAZIONALE CINEMA PER LA SCUOLA

Vista la sua specifica natura, il ***Piano Nazionale Cinema per la scuola*** non sarà oggetto di analisi nella presente Valutazione d'impatto. Tuttavia, si fornisce di seguito un quadro delle attività svolte nel corso del 2019 e nei primi mesi del 2020.

Il Piano Nazionale Cinema per la Scuola 2019-2020 nel suo nuovo assetto ha tenuto conto della positiva esperienza dello scorso anno e si è posto l'obiettivo di **garantire continuità alle azioni** che si sono rivelate strumenti utili ed efficaci per le scuole e gli enti e di **implementare le azioni di sistema** per renderle sempre più rispondenti alle necessità formative dei docenti e degli studenti.

Il Piano ha dunque previsto la conferma delle azioni cardine - **Cinema Scuola Lab, Visioni Fuori Luogo** e **Buone Pratiche, Rassegne e Festival** – e le azioni di sistema, per un totale di 9 linee di attività.

Tabella 7.17: Linee e finanziamento previsto per il Piano Nazionale Cinema per la scuola 2019-2020

PIANO NAZIONALE CINEMA PER LA SCUOLA 2019-2020				
ATTIVITÀ	LINEE	DOMANDE PERVENUTE	FINANZIAMENTO PREVISTO	FINANZIAMENTO MASSIMO AMMISSIBILE PER PROGETTO
ATTIVITÀ A – I PROGETTI DELLE SCUOLE	A1 - CINEMASCUOLA LAB	533	3.400.000,00 €	50.000,00 €
	A2 -VISIONI FUORI-LUOGO	225	2.000.000,00 €	€ 100.000,00 €
	A3 - OPERATORI DI EDUCAZIONE VISIVA A SCUOLA	/	2.000.000,00 €	1 PROGETTO NAZIONALE
ATTIVITÀ B - COMUNICAZIONE	B1 - PIATTAFORMA WEB	/	150.000,00 €	1 PROGETTO NAZIONALE
	B2 - GIORNATA NAZIONALE DEL CINEMA PER LA SCUOLA	/	150.000,00 €	1 PROGETTO NAZIONALE
	B3 - PIANO DI COMUNICAZIONE	/	400.000,00 €	1 PROGETTO NAZIONALE
ATTIVITÀ C – LE INIZIATIVE SPECIALI	C1 - PROGETTO "A SCUOLA CON FELLINI"	/	500.000,00 €	/
	C2 - BUONE PRATICHE, RASSEGNE E FESTIVAL	277	3.000.000,00 €	200.000,00 €
	C3 - PROGETTO MONITORAGGIO NAZIONALE E ATTIVITÀ TECNICO-AMMINISTRATIVA	/	400.000,00 €	/
TOTALE		1.035[113]	12.000.000 €	

Fonte: MIUR-MiBACT. I dati si riferiscono alle domande pervenute nel corso del 2019

In questo secondo anno di applicazione, per le tre linee di azione cardine sono pervenute **1.035 domande**, con un **aumento percentuale** rispetto al precedente biennio del **22,05%**. Il dato è ancora più significativo se si considera che il totale del 2017-2018 (848 domande pervenute) riguardava 8 linee attivate dal Piano 2017-2018, mentre 1.035 è il totale di solo 3 linee attivate nel 2019. Tutto questo a dimostrazione del crescente interesse mostrato dal variegato mondo della scuola, dagli enti pubblici e privati e dalle associazioni che operano nell'ambito dell'alfabetizzazione ai media e all'audiovisivo a beneficio degli studenti italiani.

[113] Il totale è aggiornato a febbraio 2020.

Tabella 7.18: Confronto pervenuto 2017-2018 vs. 2019-2020, approvato 2019-2020[114]

PIANO NAZIONALE CINEMA PER LA SCUOLA						
RIF. L. 220/2016	LINEE	DOMANDE PERVENUTE			APPROVATO 2019-2020	
		2017	2018	2019	NR. DOMANDE	€
Art. 27	PIANO NAZIONALE CINEMA PER LA SCUOLA	1883			304	13.383.654,30 €
		848		1035		
	OPERATORI DI EDUCAZIONE VISIVA A SCUOLA - I PROGETTI DELLE E PER LE SCUOLE	14		-	1	2.000.000,00 €
	CINEMASCUOLA2030 - I PROGETTI DELLE E PER LE SCUOLE	93		CANCELLATA	-	-
	CINEMA SCUOLA LAB - I PROGETTI DELLE E PER LE SCUOLE	265		533	153	4.586.065,86 €
	VISIONI FUORI LUOGO - I PROGETTI DELLE E PER LE SCUOLE	153		225	67	2.707.452,74 €
	PIANO DI COMUNICAZIONE	3		-	-	-
	PIATTAFORMA WEB	5		-	-	-
	GIORNATA NAZIONALE DEL CINEMA PER LA SCUOLA[115]	4		-	-	-
	BUONE PRATICHE, RASSEGNE E FESTIVAL	311		277	83	4.090.135,70 €

Fonte: MIUR-MiBACT

Il budget complessivo a disposizione, pari a circa 11,3 milioni di euro e giunto a oltre 14 milioni grazie all'assestamento di bilancio e a risorse aggiuntive derivanti da revoche e decadenze, ha consentito di sostenere 303 progetti di cui 153 per Cinema Scuola Lab per un finanziamento di 4.586.065,86 €, 67 per Visioni Fuori Luogo per un finanziamento di 2.707.452,74 € e, infine, 83 per Buone Pratiche, Rassegne e Festival per un finanziamento di 4.090.135,70 €. Poiché tali approvazioni sono state deliberate a febbraio 2020 non sono oggetto di studio nella presente Valutazione d'impatto.

A differenza dell'anno precedente, per la linea di attività **Operatori di Educazione Visiva a Scuola**, è stato avviato un piano di formazione dei formatori, nazionale e centralizzato, che con un finanziamento di 2.000.000,00 €, ha l'obiettivo ambizioso di formare 3 docenti per scuola su tutto il territorio nazionale per un totale di oltre 27 mila docenti, grazie al lavoro di un gruppo di 300 esperti formatori appositamente selezionati in base a criteri e procedure definite da un Comitato scientifico istituito presso il Mibact. La linea è coordinata dai due Ministeri e gestita dall'Istituto Statale di istruzione superiore Leonardo Da Vinci di Firenze. Si tratta dell'unica approvazione deliberata entro il 31 dicembre 2019.

Inoltre, all'interno del Piano Nazionale, è in fase di completamento il piano di comunicazione con una serie di iniziative volte a promuovere – anche attraverso il portale dedicato www.cinemaperlascuola.it – le misure del Piano, unitamente ad un'attività di assistenza tecnica e di monitoraggio per misurare l'impatto dei progetti sostenuti sui singoli territori e fornire indicazioni utili ad aumentare l'efficacia e la qualità degli interventi nei prossimi anni.

Grazie al Piano, infine, prenderà vita una iniziativa congiunta dei due Ministeri, realizzata da Istituto Luce-Cinecittà, per favorire la diffusione dell'opera di Federico Fellini (**Progetto "A scuola con Fellini"**) all'interno del mondo scolastico, in occasione del centenario della nascita del regista riminese. In particolare, si sono previste: restauro e ristampa dell'opera felliniana, masterclass per scuole e università, collezione filmata delle interviste ai collaboratori per utilizzo didattico e divulgativo, nonché la circuitazione di una rassegna cinematografica su Fellini nell'ambito della programmazione di eventi internazionali in diversi Paesi del mondo.

[114] I numeri e le cifre considerano quanto approvato con delibera a febbraio 2020.
[115] L'iniziativa non si è svolta a causa dell'emergenza sanitaria da Covid-19.

8. IMPATTO ENTI ART. 27 COMMA 3) DELLA LEGGE 220/2016

All'interno della cornice della Legge n. 220 del 14 novembre 2016 e, nello specifico, ai sensi dell'Art. 27 comma 3) della Legge, e successive modificazioni, il MiBACT, a valere sul Fondo per il cinema e l'audiovisivo, eroga risorse specifiche a 7 Enti, ovvero: **Istituto Luce-Cinecittà**, **Fondazione Centro sperimentale di cinematografia**, **Biennale di Venezia**, **Museo nazionale del cinema di Torino Fondazione Maria Adriana Prolo**, **Cineteca di Bologna**, **Fondazione Cineteca Italiana di Milano** e **Cineteca del Friuli**.

Nel presente capitolo si è inteso, dunque, integrare il quadro valutativo degli impatti economici, industriali-occupazionali, sociali e culturali generati dalla Legge 220/2016 con un approfondimento su quelli prodotti dalle risorse stanziate, nel 2019, a sostegno delle attività degli Enti sopracitati.

Si precisa, tuttavia, che, ai fini della presente Valutazione, non sono state incluse le risorse stanziate alla **Biennale di Venezia**, la cui vigilanza non è di competenza della Direzione Generale Cinema e Audiovisivo.

EXECUTIVE SUMMARY

GLI ENTI OGGETTO DI OSSERVAZIONE E LE RISORSE STANZIATE NEL 2019

A decorrere dall'anno 2017, ai sensi dell'Art. 27 comma 3) della Legge n. 220 del 14 novembre 2016, il MiBACT ha destinato una quota parte delle risorse ai seguenti Enti:

- **Istituto Luce-Cinecittà**, per la realizzazione del programma delle attività e il funzionamento della società e del Museo italiano dell'audiovisivo e del cinema;
- **Fondazione Centro sperimentale di cinematografia**, per lo svolgimento dell'attività istituzionale;
- **Biennale di Venezia**, per lo svolgimento delle attività istituzionali nel campo del cinema (non considerata ai fini della presente analisi);
- **Museo nazionale del cinema di Torino Fondazione Maria Adriana Prolo**, per il sostegno delle attività;
- **Cineteca di Bologna**, per il sostegno delle attività;

a cui si sono aggiunte, nel 2019, ai sensi dell'Art, 1, comma 818) della Legge n. 145 del 30 dicembre 2018, la **Fondazione Cineteca Italiana di Milano** e la **Cineteca del Friuli**.

Nello specifico, nel corso del 2019, sono state stanziate agli Enti inclusi nel perimetro di cui alla presente Valutazione, un totale di **33.170.000,00 €** di risorse (+1,84% rispetto al 2018), suddivise così come riportato nella Tabella 8.1.

METODOLOGIA E STRUMENTI DI RILEVAZIONE ADOTTATI

Ai fini della valutazione d'impatto delle risorse stanziate nel 2019 agli Enti oggetto di osservazione, da un punto di vista metodologico, è risultato necessario elaborare un **modello valutativo *ad hoc*** che fosse in grado:

- di osservare e analizzare fenomeni di carattere economico e socio-culturale:
- di adattarsi alla valutazione di soggetti operanti sì nel settore cinematografico e audiovisivo, ma in segmenti differenti e differenziati;
- di colmare l'assenza di uno strumento di gestione e rendicontazione dei contributi loro assegnati.

Per questo motivo, è stato sviluppato un **framework composto da 11 indicatori** univoci e trasversali, utili alla misurazione degli impatti attraverso l'osservazione di fenomeni sia di carattere quantitativo sia di carattere qualitativo e sono stati predisposti **due strumenti di rilevazione**, poi sottoposti a ciascun Ente. Nello specifico:

- una **scheda di rilevazione quantitativa**, per la raccolta delle informazioni relative ai costi sostenuti e/o da sostenere a fronte delle risorse assegnate a ciascun Ente nell'anno di riferimento. In particolare, lo schema è stato predisposto sulla base della metodologia Input-Output (I-O) adottata per la stima dell'impatto economico, industriale e occupazionale;
- una **scheda di rilevazione qualitativa**, per la raccolta delle informazioni relative alle attività e ai progetti che sono state realizzati e/o si intendono realizzare grazie alle suddette risorse.

In sede di prima applicazione sperimentale del modello, l'analisi si è concentrata sugli elementi di carattere quantitativo raccolti attraverso le relative schede.

ESITI DELLA VALUTAZIONE

Di seguito, vengono illustrati gli esiti della Valutazione d'impatto delle risorse stanziate, nel 2019, agli Enti inclusi nel perimetro di valutazione, secondo il modello definito nel paragrafo precedente.

Al fine di consentire la completa implementazione del framework sviluppato, nelle prossime edizioni della presente Valutazione, nell'Allegato V è rilasciato l'insieme di strumenti di rilevazione elaborati e utili alla ricostruzione delle modalità di impiego delle risorse assegnate agli Enti di cui all'Art. 27 comma 3) della Legge.

Da una prima lettura delle informazioni rilevate circa le modalità di impiego delle risorse stanziate, nel 2019, dal MiBACT agli Enti oggetto di osservazione, è possibile osservare che, complessivamente, il **48,84%** delle risorse è destinato alle **Risorse umano** seguito, tra le principali categorie di attività, da: i **Servizi di informazione e**

comunicazione (6,78%), le **Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento** (6,42%), il **Noleggio, Agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese** (5,52%), le **Attività immobiliari** (4,26%), le **Attività professionali, scientifiche e tecniche** (3,80%) e **la Fornitura di energia elettrica, gas vapore e aria condizionata** (3,64%). Non è stato possibile ricondurre invece ad una specifica categoria di attività l'8,21% delle risorse impiegate.

Guardando al dettaglio delle più rilevanti tipologie di costo sostenute e/o da sostenere si rileva che, con riferimento alle:

- **Risorse umane:** il **40,50%** delle risorse è destinato ai dipendenti, mentre il **6,63%** ai **Collaboratori** e l'**1,71%** alle **Consulenze**;
- **Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento:** il totale delle risorse impiegate in questa categoria (6,42%) è assorbita dalle **Attività creative, artistiche e d'intrattenimento e dalle attività di biblioteche, archivi, musei e altre attività culturali […];**
- **Servizi di informazione e comunicazione:** il **3,18%** delle risorse è impiegato nelle **Attività di produzione cinematografica, di video, di programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore** e nelle **Attività di programmazione e trasmissione,** mentre l'**1,82%** è stato destinato nelle **Attività editoriali,** l'**1,13%** nella **Programmazione, consulenza informatica e attività connesse** e nelle **Attività dei servizi d'informazione** e lo **0,65%** nelle **Telecomunicazioni.**

MOLTIPLICATORE *PRODUZIONE*

- Nel corso del 2019, si stima che a fronte di un investimento complessivo del MIBACT – **impatto diretto** – di **oltre 33 MLN** di euro stanziato agli Enti di cui all'Art.27 comma 3) della Legge 220/2016 inclusi nel perimetro di valutazione, sia stato attivato, in termini di **produzione**, un **impatto indiretto** pari a circa **19 MLN** di euro e un **impatto indotto** di oltre **20 MLN** di euro. Complessivamente, l'**impatto totale** attivato in termini di produzione nell'anno di riferimento è stato pari a **64.751.599,03 €.**
- Nel 2019, inoltre, le risorse stanziate dal MiBACT agli Enti inclusi nel perimetro di valutazione hanno avuto un effetto **moltiplicatore** di **2,54** in termini di produzione sul resto dell'economia. Vale a dire che per ogni euro stanziato agli Enti oggetto di valutazione si produce un effetto sul sistema economico, in termini di produzione, pari a 2,45 euro.

VALORE AGGIUNTO

- In termini di **valore aggiunto** si stima, con la metodologia Input-Output (I-O) adottata, che, nel corso del 2019, le risorse stanziate agli Enti di cui all'Art.27 comma 3) della Legge 220/2016 inclusi nel perimetro di valutazione, a fronte di un **impatto diretto** di oltre **13 MLN** di euro, sia stato attivato un **impatto indiretto** pari a circa **8,8 MLN di euro** e un **impatto indotto** di circa **11 MLN** di euro. Complessivamente, l'**impatto totale** attivato in termini di produzione nell'anno di riferimento è stato pari a **32.886.071,45 €.**
- Nel 2019, le risorse stanziate dal MiBACT agli Enti inclusi nel perimetro di valutazione hanno avuto un effetto **moltiplicatore** di **2,47** in termini di valore aggiunto sul resto dell'economia. Vale a dire che per ogni euro stanziato si produce un effetto sul sistema economico, in termini di valore aggiunto, pari a 2,47 euro.

OCCUPAZIONE

In termini di **occupazione** si stima, con la metodologia Input-Output (I-O) adottata, che, nel corso del 2019, le risorse stanziate agli Enti di cui all'Art.27 comma 3) della Legge 220/2016 inclusi nel perimetro di valutazione, a fronte di un **impatto diretto di 192 ULA,** sia stato attivato un **impatto indiretto** pari a **126 ULA** e un **impatto indotto** di **164 ULA**. Complessivamente, l'**impatto totale** attivato in termini di occupazione nell'anno di riferimento è stato **482 ULA**.

- Nel 2019, le risorse stanziate dal MiBACT agli Enti inclusi nel perimetro di valutazione hanno avuto un effetto **moltiplicatore** di **2,50** in termini di

occupazione (ULA) sul resto dell'economia. Vale a dire che per ogni euro stanziato si produce un effetto sul sistema economico, in termini di valore aggiunto, pari a 2,50 euro.

RITORNO SUGLI INVESTIMENTI (ROI)

- A fronte di un investimento complessivo del MIBACT, nel 2019, di **33.170.000,00 €** di risorse stanziate agli Enti di cui all'Art.27 comma 3) della Legge 220/2016 inclusi nel perimetro di valutazione, viene prodotto un **gettito fiscale totale** per l'Erario pari a **9.296.708 €**. Di questi, circa 5,2 MLN di euro sono imposte dirette, 2,3 MLN di euro sono imposte indirette (IVA), mentre 1,7 MLN di euro sono imposte nette sulla produzione.
- Nello specifico, l'investimento statale vanta nel 2019 un **moltiplicatore** pari a **0,28**, ovvero per ogni 100 euro di risorse spese dagli Enti nell'anno di riferimento viene prodotto un gettito aggiuntivo pari a 28 €.

8.1. GLI ENTI OGGETTO DI OSSERVAZIONE E LE RISORSE STANZIATE NEL 2019

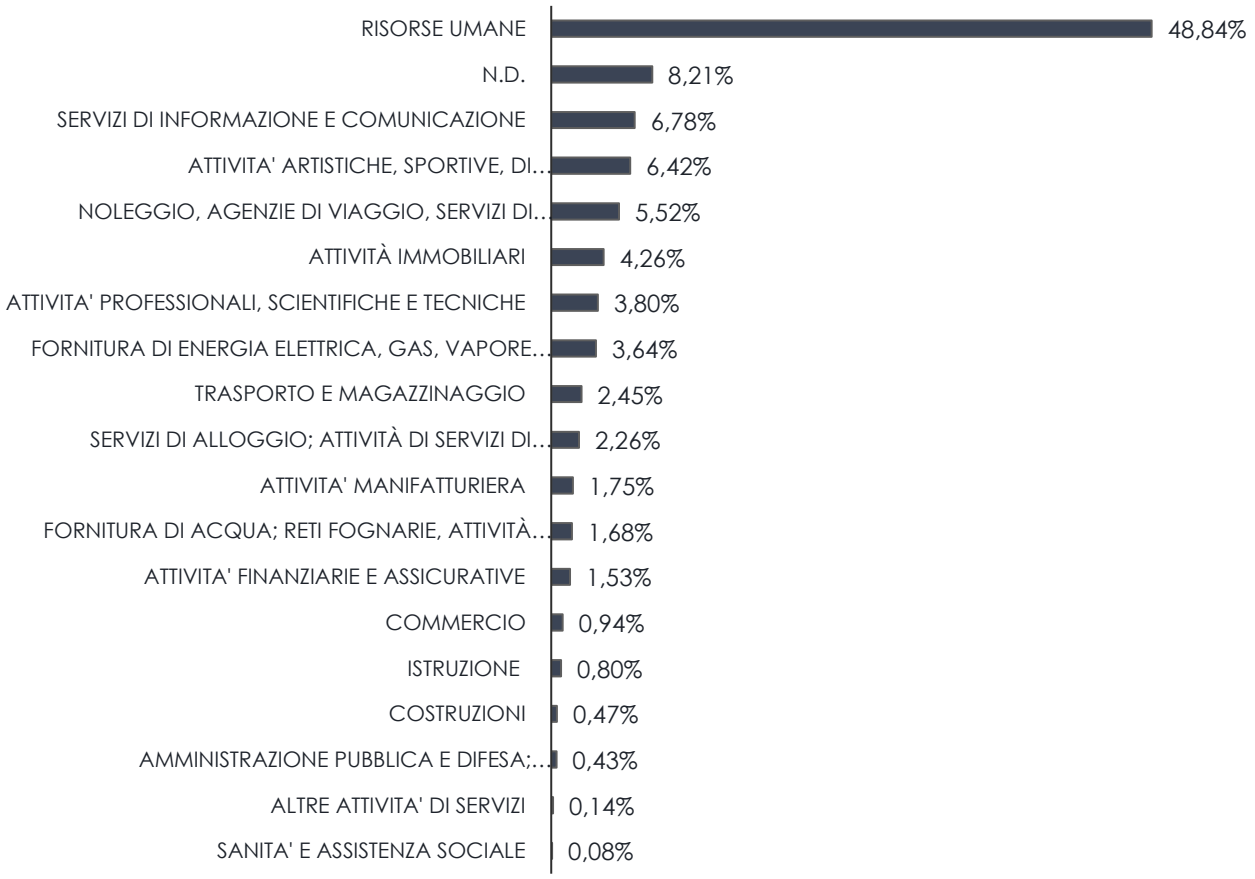
Tabella 8.1: Risorse stanziate nel 2019 agli Enti di cui all'Art.27 comma 3) della Legge 220/2016 inclusi nel perimetro di valutazione

ENTI	2019
ISTITUTO LUCE CINECITTÀ[116]	18.000.000,00 €
FONDAZIONE CENTRO SPERIMENTALE DI CINEMATOGRAFIA	12.500.000,00 €
FONDAZIONE CINETECA DI BOLOGNA	900.000,00 €
MUSEO NAZIONALE DEL CINEMA DI TORINO FONDAZIONE MARIA ADRIANA PROLO	1.170.000,00 €
FONDAZIONE CINETECA ITALIANA DI MILANO	400.000,00 €
CINETECA DEL FRIULI	200.000,00 €
TOTALE	33.170.000,00 €

Fonte: Direzione Generale Cinema e Audiovisivo – MiBACT.

8.2. ESITI DELLA VALUTAZIONE

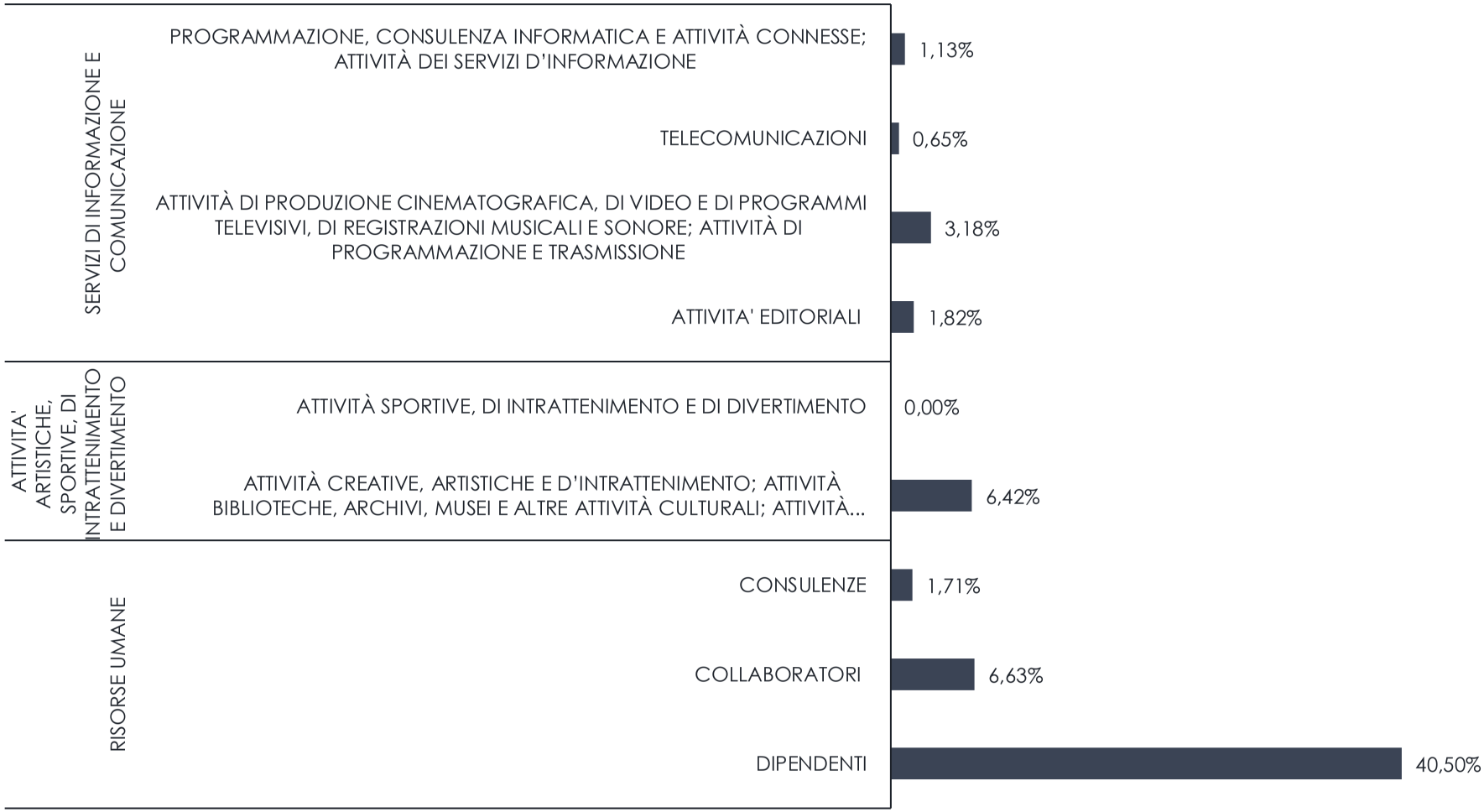
Figura 8.1: Distribuzione % dei costi sostenuti e/o da sostenere per tipologia di costo nel 2019 dagli Enti di cui all'Art.27 comma 3) della Legge 220/2016 inclusi nel perimetro di valutazione



Fonte: schede di rilevazione quantitativa

[116] Si precisa che, ai fini della presente Valutazione, non sono stati presi in considerazione i 2.400.000 € stanziati da Istituto Luce-Cinecittà per la liquidazione di Cinecittà Luce SPA.

Figura 8.2: Composizione % costi, sostenuti e/o da sostenere, più rilevanti nel 2019 dagli Enti inclusi nel perimetro di valutazione



Fonte: schede di rilevazione quantitativa

8.2.1. Moltiplicatore

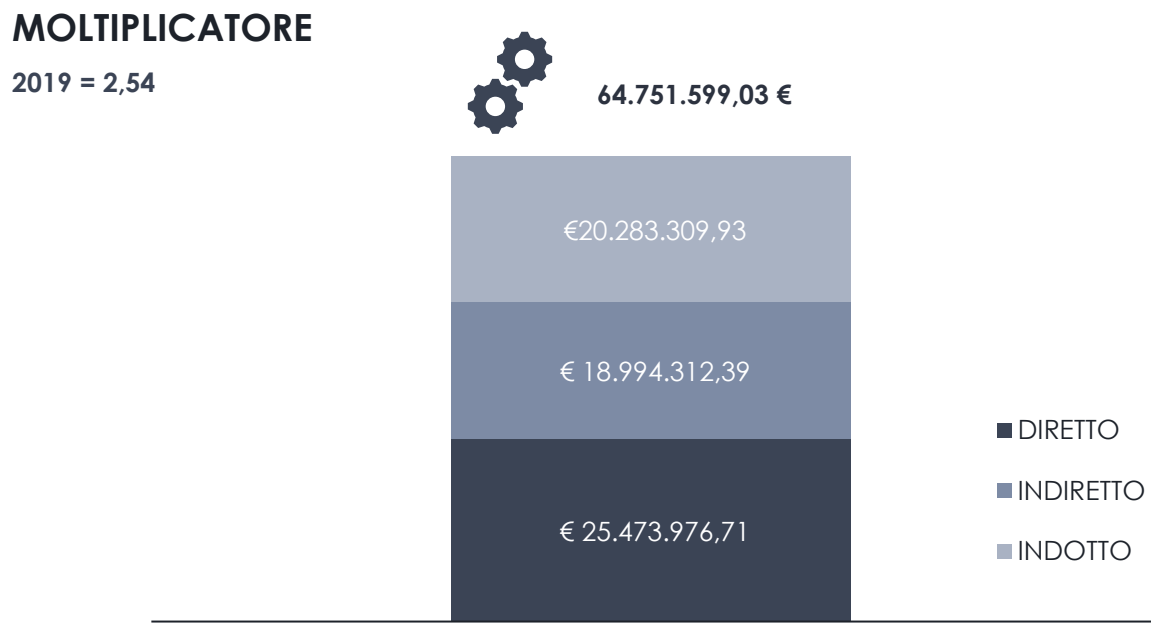
Lo studio di impatto è stato costruito prendendo come riferimento le **risorse stanziate agli Enti di cui all'Art. 27 comma 3) della Legge nell'anno solare 2019 e incluse nel perimetro di cui alla presente Valutazione.** A partire dal questo volume di risorse, è stato quindi possibile stimare gli **impatti diretti, indiretti e indotti delle risorse immesse nel sistema economico nazionale da parte degli Enti** in termini di produzione, valore aggiunto e occupazione attivata in termini di ULA, nonché definire i rispettivi moltiplicatori socio-economici grazie all'utilizzo delle matrici Input-Output[117].

Ai fini di una più facile comprensione e lettura dei risultati per:

- **impatto diretto (o attivazione diretta)** si intende l'ammontare delle risorse (spesa o investimento) immesse nel sistema rispetto alle quali si calcola l'impatto, ovvero il totale delle risorse stanziate dalla Legge;
- **impatto indiretto (o attivazione indiretta)** definisce l'attività economica che le risorse economiche immesse nel sistema (attivazione diretta) mettono in movimento attraverso il circuito delle interdipendenze produttive;
- **impatto indotto** rappresenta la stima dell'ulteriore attività attivata dal circuito del reddito distribuito che, trasformandosi parzialmente in domanda di consumi, si ripresenta come nuova domanda di beni e servizi.

8.2.1.1. Produzione

Figura 8.3: Impatto economico in termini di produzione attivato nel 2019 dalle risorse stanziate per gli Enti di cui all'Art.27 comma 3) della Legge 220/2016 inclusi nel perimetro di valutazione



Fonte: schede di rilevazione quantitativa

[117] Per lo studio è stata utilizzata la Tavola I/O relativa all'economia italiana riferita al 2016 di fonte Istat. Le "tavole delle risorse e degli impieghi sono matrici per branca di produzione omogenea e per branca di attività economica che descrivono dettagliatamente i processi di produzione interni e le operazioni sui prodotti dell'economia nazionale." (Il sistema di tavole input-output. Nota metodologica, ISTAT, 2010-2011).

8.2.1.2. Valore aggiunto

Figura 8.4: Impatto economico in termini di valore aggiunto attivato nel 2019 dalle risorse stanziate per gli Enti di cui all'Art.27 comma 3) della Legge 220/2016 inclusi nel perimetro di valutazione

MOLTIPLICATORE

2019 = 2,47

32.886.071,45 €



Fonte: schede di rilevazione quantitativa

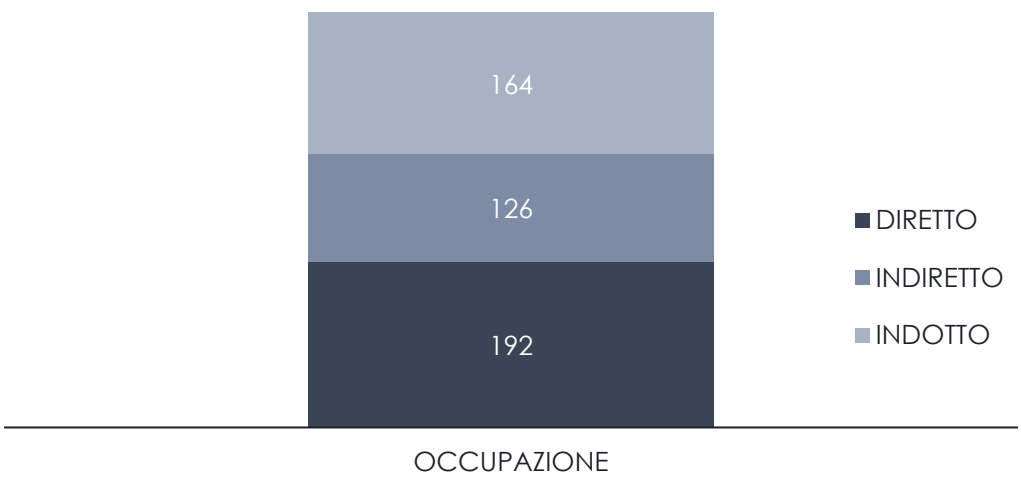
8.2.1.3. Occupazione

Figura 8.5: Impatto economico in termini di occupazione attivata nel 2019 dalle risorse stanziate per gli Enti di cui all'Art.27 comma 3) della Legge 220/2016 inclusi nel perimetro di valutazione

MOLTIPLICATORE

2019 = 2,50

482 ULA



Fonte: schede di rilevazione quantitativa

8.2.2. Ritorno sugli investimenti (ROI)

L'indicatore **Ritorno sugli Investimenti (ROI)** misura le entrate fiscali dello Stato generate dalle risorse assegnate agli Enti di cui all'Art. 27 comma 3) della Legge 220/2016 nell'anno solare 2019 e incluse nel perimetro di cui alla presente valutazione. La stima dell'impatto fiscale, nello specifico, è stata ottenuta combinando l'ammontare delle risorse investite dal MiBACT con i dati sulle imposte indirette tratti dalla Tavola input-output. La combinazione delle diverse fonti ha consentito di calcolare per le annualità 2019 le imposte dirette sugli incrementi del valore aggiunto e le imposte indirette determinate dalla produzione e dai consumi aggiuntivi generati dalle misure stesse.

Tabella 8.2: Gettito fiscale generato dalle risorse stanziate nel 2019 per gli Enti di cui all'Art.27 comma 3) della Legge 220/2016 incluse nel perimetro di valutazione

	2019
IMPORTO RISORSE STANZIATE ENTI	33.170.000 €
VALORE AGGIUNTO GENERATO[118]	32.886.071 €
GETTITO GENERATO	
IMPOSTE DIRETTE	5.240.967 €
IMPOSTE INDIRETTE (IVA) [119]	2.347.015 €
IMPOSTE NETTE SULLA PRODUZIONE[120]	1.708.727 €
TOTALE GETTITO	9.296.708 €
GETTITO/CONTRIBUTI (%)	0,28

Fonte: MiBACT e Agenzia delle Entrate

[118] Diretto, indiretto e indotto. Comprende: redditi da lavoro dipendente (compresi oneri sociali), risultato netto di gestione, ammortamenti, "altre" imposte indirette nette sulla produzione. Le imposte dirette gravano solo sulle retribuzioni lorde e sul risultato di gestione.
[119] IRPEF netta, Addizionali regionali e comunali, IRES, IRAP, imposta sostitutiva su regimi fiscali agevolati.
[120] IVA sui consumi aggiuntivi generati dai contributi (anche di provenienza estera).

9. COMPARABLES E SCENARIO EUROPEO

L'*European Audiovisual Observatory* (EAO), con il contributo dei programmi *Media* dell'Unione Europea, contribuisce da anni a mettere in rete dati e informazioni utili alla comprensione degli sviluppi della filiera.

Queste informazioni offrono da un lato una panoramica ampia delle strutture messe a disposizione degli operatori nei singoli Stati dell'Unione, dall'altro, per quanto riguarda una valutazione dei loro impatti, solo dei carotaggi limitati, a fronte di un panorama complessivo più frammentario, in cui i dati generali sono spesso non scalabili o confrontabili, a volte opachi.

Dati approfonditi che permettano un vero e proprio *benchmarking* del sistema Italia nel confronto con i competitor internazionali, a livello europeo, non sono dunque in ultima analisi disponili, se non in forma di **casi di studio particolari**. Ciò nonostante, nel presente percorso di analisi si è inteso offrire una base comparabile di esperienze e di dati che dessero un **quadro significativo e di sfondo** dello stato della filiera a livello europeo, in particolare guardando ai principali concorrenti del nostro Paese sullo scenario continentale quali la **Germania**, il **Regno Unito** (Inghilterra, Galles, Scozia e Irlanda del Nord), la **Francia** (si assumeranno qui i dati della Francia metropolitana) e la **Spagna**.

Vengono proposti come ulteriore termine di confronto alcuni dati introduttivi alla **Polonia**, paese di forte crescita economica, impatto demografico di media importanza, e che aspira a un ruolo più marcato nel panorama internazionale del mercato audiovisivo.

EXECUTIVE SUMMARY

IL MERCATO CINEMATOGRAFICO

- Il 2019 è risultato **generalmente positivo**, non solo confermando le buone performance del decennio di Francia e Regno Unito e il trend di crescita di Spagna e Polonia (quest'ultimo decisamente marcato), ma anche attenuando uno stato di incertezza che ha segnato i due anni precedenti in Germania e Italia (Cfr. 9.4.1.).
- Francia e Regno Unito presentano una **spesa media per la fruizione in sala** doppia a quella italiana (Cfr. 9.4.1.).
- La performance della Spagna è superiore in questa voce del 20% rispetto all'Italia e pressoché in linea con la Germania.
- L'**Italia nel 2019** ha però prodotto la **miglior performance** tra i cinque grandi Paesi dell'Europa occidentale (+13% di biglietti staccati) (Cfr. 9.4.1.).
- La Francia riesce a garantire al prodotto nazionale una **visibilità in sala e sugli schermi televisivi** chiaramente più alta che i Paesi competitor (Cfr. 9.2.3.2.1.).

IL MERCATO HOME VIDEO

- A un primo cedimento, causato dal calo di consumi su supporti fisici, il mercato complessivo ha risposto nel tempo con una **chiara ripresa**, sostenuta dai consumi in formati digitali e in particolar modo su abbonamento in formato SVoD (Cfr. 9.4.2.).
- L'**Italia** risulta essere ancora molto fragile, unico Paese a non essere tornato a crescere nei consumi *home entertainment*, plausibilmente penalizzati dalla pirateria (Cfr. 9.4.2.).
- Nel confronto tra i tre più grandi mercati europei, si nota a livello di consumo privato la **performance oltre la media della Germania**, che riequilibra così il deficit riscontrato sul mercato theatrical (Cfr. 9.4.2.2).

  La spesa per il consumo audiovisivo mostra chiaramente la differenza tra mercati in equilibrio tra sala e consumo privato (Francia e Regno Unito) e mercati tesi alla fruizione privata (Germania) (Cfr. 9.4.2.1).

LA PRODUZIONE

- Tutti i Paesi competitor mostrano una analoga **spinta alla produzione** (Cfr. 9.2.1.).
- Il **Regno Unito** in particolare vede aumentare consistentemente il budget complessivo di investimento nella produzione sia theatrical che per i mercati televisivi e OTT (Cfr. 9.2.2.).
- Il Regno Unito evidenzia anche un netto **disimpegno nelle co-produzioni** a favore del prodotto interamente nazionale (Cfr. 9.2.1.2).

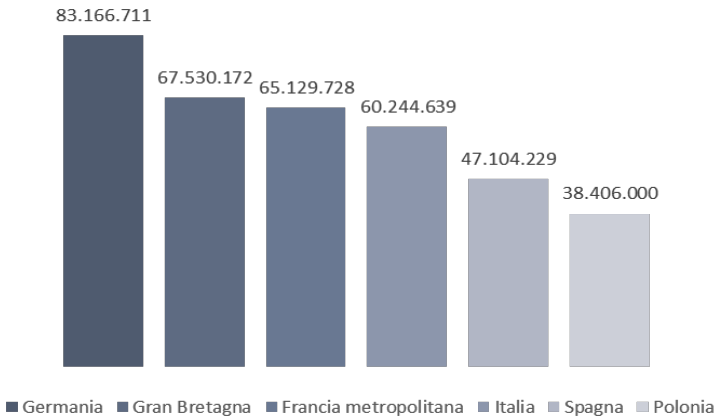
IL FINANZIAMENTO PUBBLICO

- La **Francia** si conferma un modello di gestione centrale efficiente delle risorse e di grande sforzo del pubblico a sostegno del settore (Cfr. 9.5.4.).
- **L'indice di propensione all'investimento pubblico**, che in Francia è superiore a quello dei competitor, mostra però anche chiaramente uno sforzo importante da parte delle istituzioni del nostro Paese per colmare il gap e sostenere il settore (Cfr. 9.5.1.1).
- Il **Regno Unito** ha una posizione privilegiata e non ripetibile, in cui il pubblico rimane sullo sfondo favorendo però l'iniziativa privata con importanti agevolazioni fiscali.
- La **Germania** sfrutta la sua capacità economica e le risorse federali, pur risultando fragile nell'esercizio di sala (Cfr. 9.5.2. e 9.4.1.).
- La **Spagna** ha lavorato sul prolungamento della stagione cinematografica all'estate e sul proprio *brand* di creatività, ma rimane difficile riconoscere una progettualità di sistema con uno sforzo anche economico corrispondente (Cfr. 9.5.5.).
- La **Polonia**, pur partendo da una base strutturale debole, è in forte crescita e può attrarre investimenti e produzioni estere (Cfr. 9.5.1. e 9.2.1.5.).

9.1. COMPARABLES

9.1.1. Demografia

Figura 9.1: Abitanti per nazione (anno di riferimento 2019)



Fonte: Statistiche Bundesamt, Ons, Insee, Istat, INE, Eurostat

9.1.2. Livelli di analisi

Tabella 9.1: Prospetto riassuntivo dei livelli di analisi adottati

MERCATO THEATRICAL	È possibile l'analisi comparata dello stato della filiera (**produzione, distribuzione, esercizio**) all'interno dei singoli Paesi e nel confronto reciproco.
CONSUMO AUDIOVISIVO	In questo caso una modellizzazione è possibile solo molto parzialmente, ma su un piano essenziale alla valutazione del mercato nella sua complessità: sulla base dei riscontri dei principali Paesi competitor, possiamo infatti analizzare **l'andamento globale del mercato del noleggio e della vendita al fruitore individuale**, nella sua delicata fase di transizione dai supporti fisici all'on-line.
FINANZIAMENTO PUBBLICO	Ogni Paese ha modalità di finanziamento proprie, che talvolta non possono essere messe in relazione diretta con l'Italia. Si potranno presentare **dati di sfondo e un indicatore di riferimento**.[121]

Fonte: nostra elaborazione

9.1.3. Fonti

Tabella 9.2: Prospetto riassuntivo delle fonti utilizzate

GERMANIA	Il Filmstatistisches Jahrbuch della **Spitzenorganisation der Filmwirtschaft** (**SPIO**, l'associazione delle aziende di settore)[122] e i rapporti dell'agenzia nazionale dedicata al finanziamento pubblico dell'audiovisivo, la **Filmförderungsanstalt** (**FFA**)[123]
REGNO UNITO	Gli annuari statistici del **British Film Institute** (**BFI**)[124]
FRANCIA	Il Bilan du **CNC** (**Centre national du cinéma et de l'image animée**)[125]

[121] Per una descrizione complessiva dei criteri di ripartizione del finanziamento e di eleggibilità delle opere nei singoli Paesi e per una panoramica sulle principali linee di finanziamento rimandiamo al più recente Rapporto EAO sul finanziamento pubblico del cinema e dell'audiovisivo: *Mapping of film and audiovisual public funding criteria in the EU*, European Audiovisual Observatory, Strasbourg, 2019.
[122] *Filmstatistisches Jahrbuch 2018*, Spitzenorganisation der Filmwirtschaft, Nomos, Baden-Baden, 2018.
[123] Cfr. https://www.ffa.de/studien-und-publikationen.html.
[124] *Statistical Yearbook 2019*, British Film Institute, London, 2019.
[125] *Bilan 2019 du CNC*, Centre national du cinéma et de l'image animée, Paris, 2020.

ITALIA	I rapporti annuali del **MiBACT – Direzione Generale Cinema e Audiovisivo** (**MiBACT**)[126], i rapporti annuali **Anica** su base Cinetel/Siae (**ANICA**)[127] e i rapporti annuali Univideo[128]
SPAGNA	I rapporti annuali del **Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisual** (**ICAA**)[129]
POLONIA	Il rapporto Production Guide Poland a cura di **Polish Film Institute** e **Film Commission Poland** (**PFI/FCP**)[130]
TUTTI I COMPARABLES	I rapporti annuali dell'Osservatorio Europeo sull'Audiovisivo (**European Audiovisual Observatory** - **EAO**)[131]

Fonte: nostra elaborazione

9.1.4. Arco temporale

I principali dati disponibili sono aggiornati al 2018. Verrà utilizzato il dato 2019 solo laddove già pubblicato integralmente per tutti i Paesi comparables o per integrazione parziale di dati di focus o indicatori particolari.

Tabella 9.3: Prospetto riassuntivo rispetto all'arco temporale considerato per ambito di analisi

SFONDI	2015	2016	2017	2018	2019
FOCUS	2015	2016	2017	2018	2019
INDICATORI	-	-	-	2018	2019

Fonte: nostra elaborazione

9.2. LA PRODUZIONE E LA DISTRIBUZIONE

Tabella 9.4: Prospetto riassuntivo dei principali elementi di interesse rispetto a produzione e distribuzione

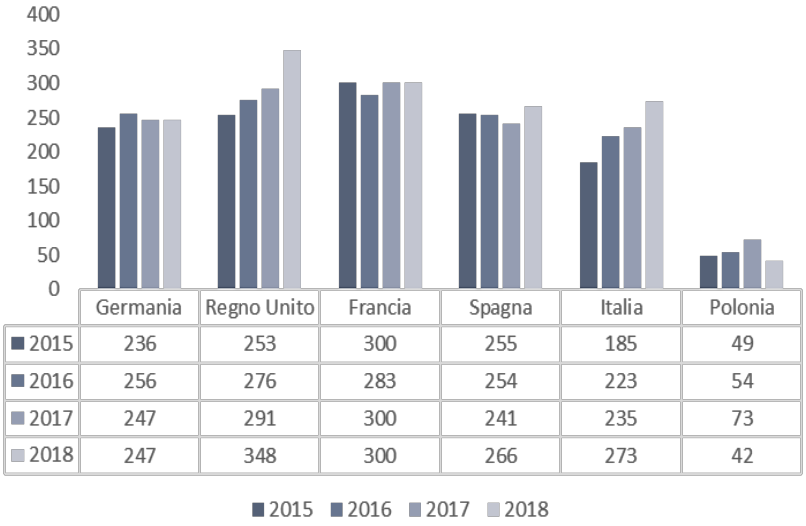
HIGHLIGHTS	
PRODUZIONE	✓ Tutti Paesi competitor mostrano una analoga spinta alla produzione per la sala (Cfr. 9.2.1).
BUDGET	✓ Il Regno Unito vede aumentare costantemente il budget complessivo di investimento nella produzione sia theatrical che per i mercati televisivi e OTT (Cfr. 9.2.2).
CO-PRODUZIONI	✓ Il Regno Unito evidenzia un netto disimpegno nelle co-produzioni a favore del prodotto interamente nazionale (Cfr. 9.2.1.2).
DISTRIBUZIONE	✓ La legislazione francese difende efficacemente il prodotto nazionale anche nella distribuzione sul mercato televisivo (Cfr. 9.2.3.2).[132]
FOCUS POLONIA	✓ La Polonia cerca di posizionarsi e attirare produzioni estere, aprendosi alle coproduzioni internazionali (Cfr. 9.2.1.5).

Fonte: nostra elaborazione

[126] *Tutti i numeri del cinema italiano*, Mibact, Direzione Generale del Cinema e dell'Audiovisivo, 2015, 2016, 2017, 2018.
[127] Cfr. http://www.anica.it/web/documentazione-e-dati-annuali-2/dati-annuali-cinema.
[128] *Rapporto annuale Univideo sullo stato dell'*home entertainment *in Italia*, Univideo, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020.
[129] *2019. Anuario de Cine. Boletín informativo*, Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisual, Madrid, 2019.
[130] *Production Guide Poland*, Polish Film Institute / Film Commission Poland, Warsaw, 2020.
[131] Cfr. http://yearbook.obs.coe.int.
[132] Il Decreto Legge 90-66 del 17 gennaio 1990 obbliga in Francia le emittenti a garantire il rispetto di una quota del 60% di film europei e del 40% di film nazionali.

9.2.1. Sfondi: la produzione per la sala

Figura 9.2: Numero di film prodotti annualmente per Paese (periodo di riferimento 2015-2018)

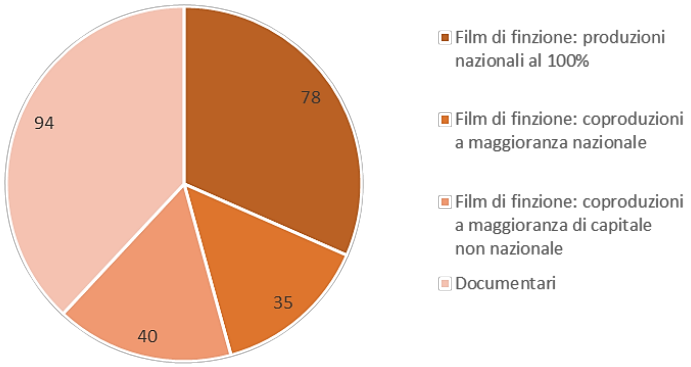


	Germania	Regno Unito	Francia	Spagna	Italia	Polonia
2015	236	253	300	255	185	49
2016	256	276	283	254	223	54
2017	247	291	300	241	235	73
2018	247	348	300	266	273	42

Fonte: FFA, BFI, CNC, MiBACT, ICAA, PFI/FCP

9.2.1.1. Germania

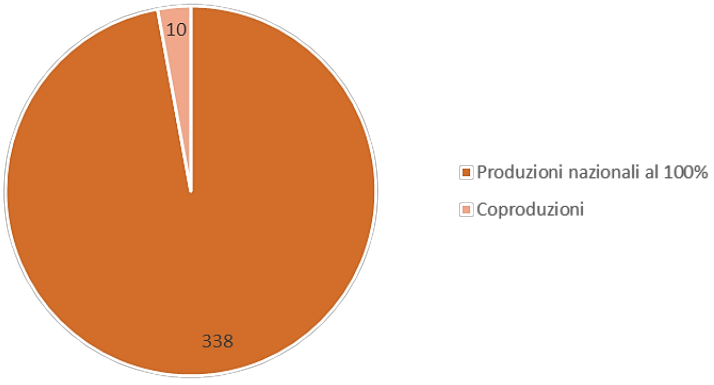
Figura 9.3: Germania: numero di film prodotti annualmente per tipologia e impegno (anno di riferimento 2018)



Fonte: FFA, SPIO

9.2.1.2. Regno Unito

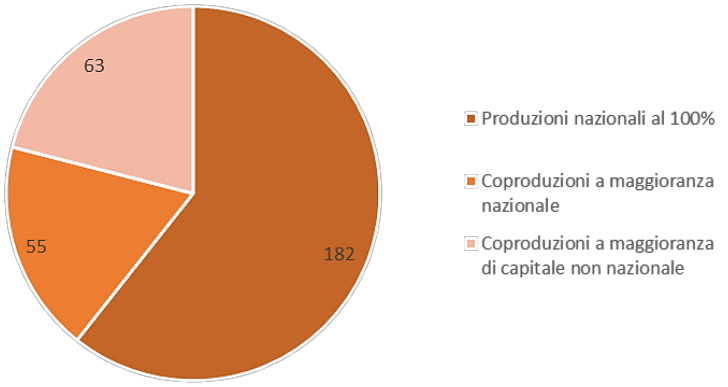
Figura 9.4: Regno Unito: numero di film prodotti annualmente per impegno (anno di riferimento 2018)



Fonte: BFI

9.2.1.3. Francia

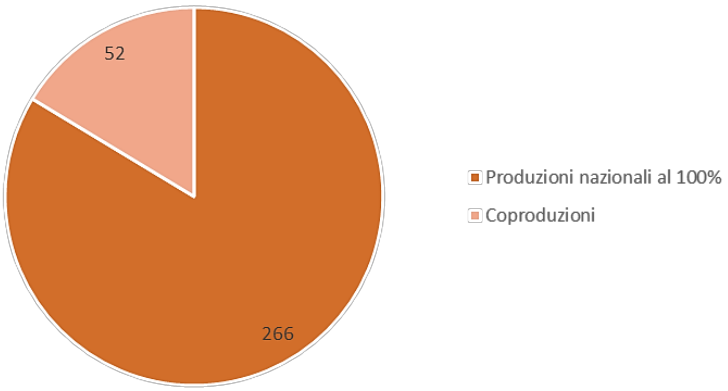
Figura 9.5: Francia: numero di film prodotti annualmente per impegno (anno di riferimento 2018)



Fonte: CNC

9.2.1.4. Spagna

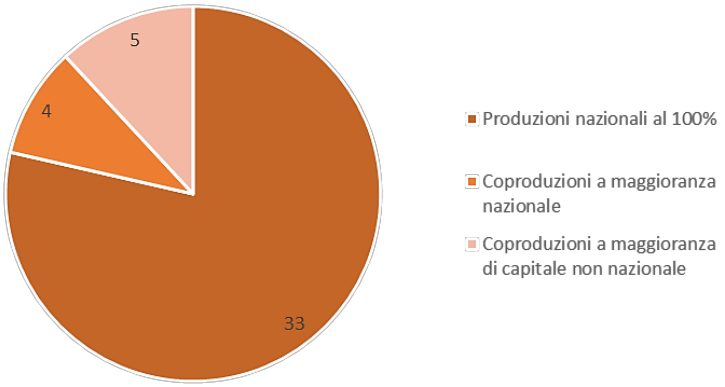
Figura 9.6: Spagna: numero di film prodotti annualmente per impegno (anno di riferimento 2018)



Fonte: ICAA

9.2.1.5. Focus: Polonia

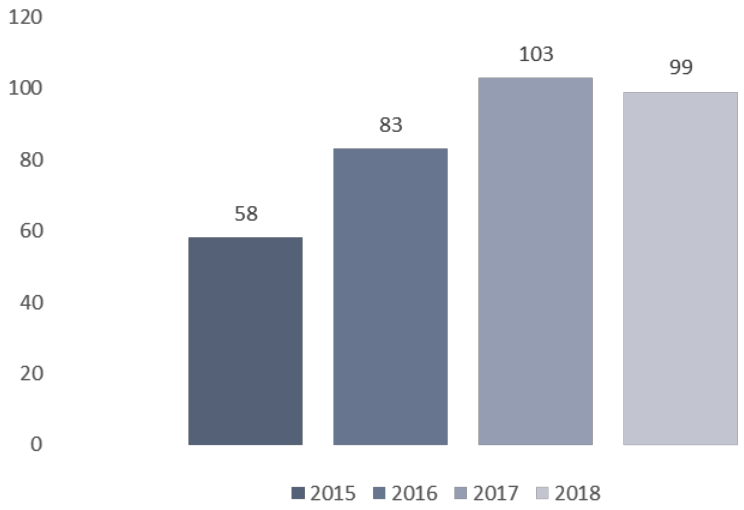
Figura 9.7: Polonia: numero di film di finzione prodotti annualmente per impegno (anno di riferimento 2018)



Fonte: OAE, PFI/FCP

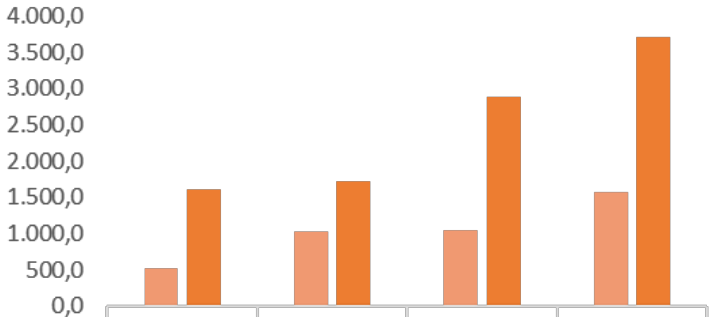
9.2.2. Focus: la produzione per il mercato audiovisivo (Regno Unito)

Figura 9.8: Regno Unito: numero di prodotti nazionali (certificati) per il consumo televisivo e OTT (periodo di riferimento 2015-2018)



Fonte: BFI

Figura 9.9: Regno Unito: budget complessivo annuo delle produzioni theatrical e per il consumo televisivo e OTT (periodo di riferimento 2015-2018, valori espressi in milioni di euro)



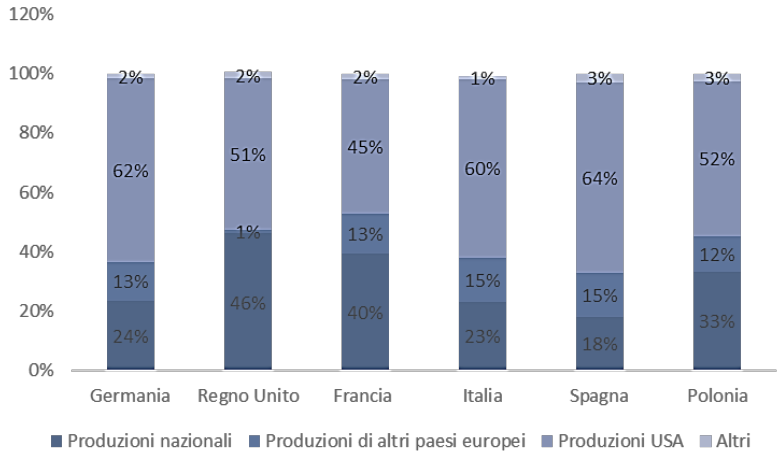
	2015	2016	2017	2018
budget complessivo annuo delle produzioni per i palinsesti TV e OTT certificate come britanniche	520,8	1.021,4	1.047,2	1.574,7
budget complessivo annuo delle produzioni theatrical certificate come britanniche	1.617,2	1.716,6	2.882,2	3.705,7

Fonte: BFI

9.2.3. Sfondi: la distribuzione

9.2.3.1. *Theatrical*

Figura 9.10: Quota di mercato theatrical per origine del prodotto (percentuali sui biglietti staccati, anno di riferimento 2018)

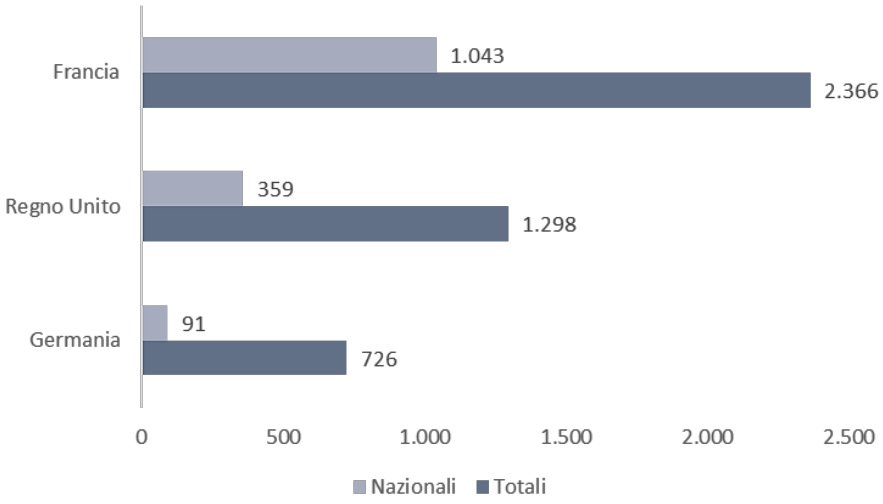


Fonte: EAO

9.2.3.2. *Prodotto theatrical nazionale trasmesso nei palinsesti televisivi*

La figura 9.11, anche se raggruppa grandezze non confrontabili (non è riconducibile a un monte ore di trasmissione, né a un'analisi dei palinsesti per fasce orarie o di pubblico), permette di evidenziare un ricorso minore al prodotto cinematografico da parte delle emittenti in chiaro tedesche.

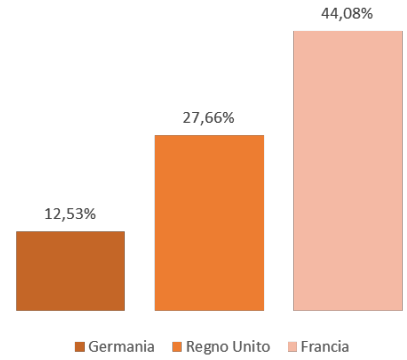
Figura 9.11: Numero di film totali e nazionali trasmessi in TV annualmente in Germania, Francia (canali terrestri gratuiti pubblici e privati) e Regno Unito (BBC One, BBC Two, ITV, Channel 4, Channel 5) (anno di riferimento 2018)



Fonte: SPIO, BFI, CNC

9.2.3.2.1. Indicatore di settore

Figura 9.12: Percentuale di film nazionali trasmessi in TV annualmente in Germania, Francia (canali terrestri gratuiti pubblici e privati) e Regno Unito (BBC One, BBC Two, ITV, Channel 4, Channel 5) sul totale dei film (anno di riferimento 2018)



Fonte: SPIO, BFI, CNC

9.3. L'ESERCIZIO

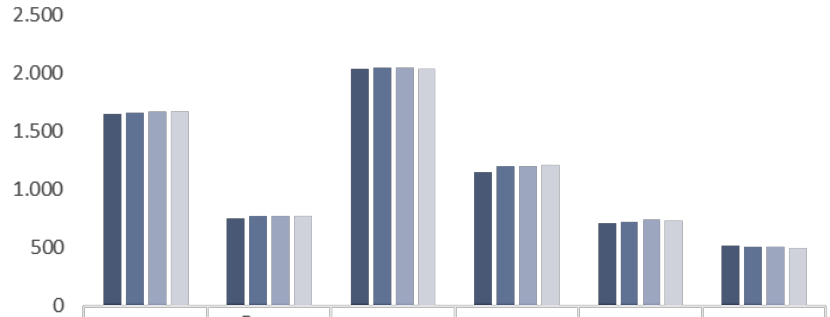
Tabella 9.5: Prospetto riassuntivo dei principali elementi di interesse rispetto a esercizio

HIGHLIGHTS	
MODELLI	✓ Il panorama europeo distingue due modelli, quello francese, cui tende anche la Germania, e quello britannico, cui tende anche la Spagna.
REGNO UNITO	✓ Sostituzione delle "vecchie" mono sala con i multiplex, in virtù di un coerente posizionamento in snodi di traffico o aree commerciali urbane di grande raggiungibilità e frequenza (Cfr. 9.3.1.2).
FRANCIA	✓ Diffusione delle sale sul territorio ed equilibrio tra mono sala (o esercizi a numero ridotto di sale) e multiplex, specchio di una consolidata attenzione per la sala d'essai (Cfr. 9.3.1.3).
FOCUS POLONIA	✓ La lenta digitalizzazione segnala un ritardo strutturale (Cfr. 9.3.1.5).

Fonte: nostra elaborazione

9.3.1. Sfondi: l'esercizio di sala

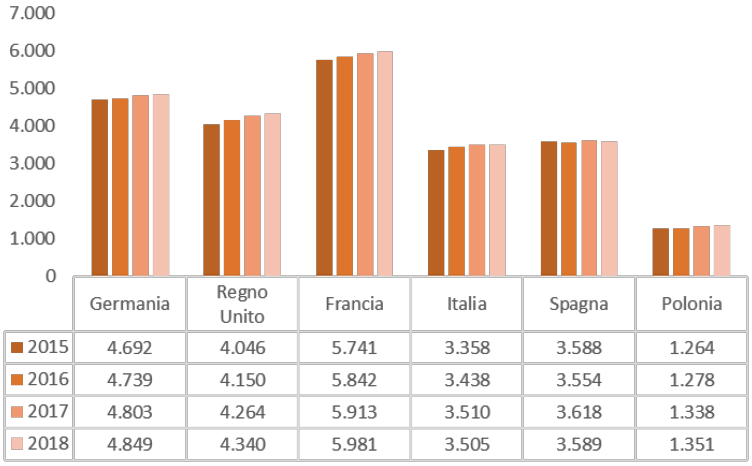
Figura 9.13: Numero degli esercizi per nazione (periodo di riferimento 2015-2018)



	Germania	Regno Unito	Francia	Italia	Spagna	Polonia
2015	1.648	751	2.033	1.152	711	516
2016	1.654	766	2.044	1.202	721	508
2017	1.672	774	2.046	1.204	739	508
2018	1.672	775	2.040	1.205	734	500

Fonte: FFA, BFI, CNC, ANICA, ICAA, PFI/FCP

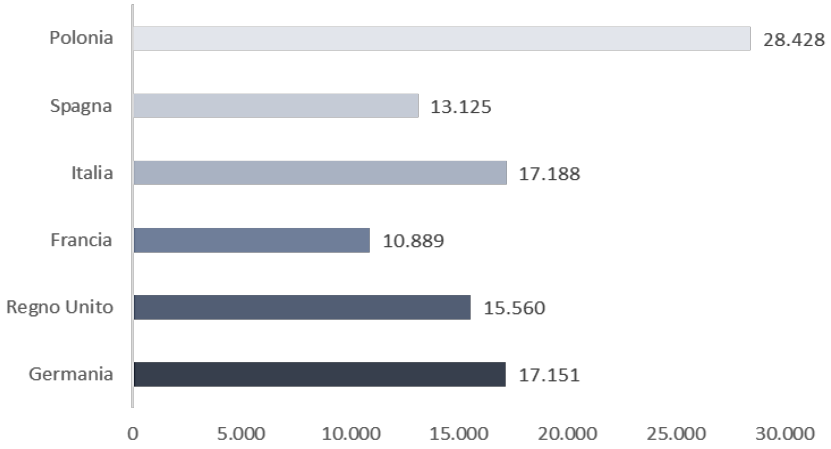
Figura 9.14: Numero degli schermi per nazione (periodo di riferimento 2015-2018)



	Germania	Regno Unito	Francia	Italia	Spagna	Polonia
2015	4.692	4.046	5.741	3.358	3.588	1.264
2016	4.739	4.150	5.842	3.438	3.554	1.278
2017	4.803	4.264	5.913	3.510	3.618	1.338
2018	4.849	4.340	5.981	3.505	3.589	1.351

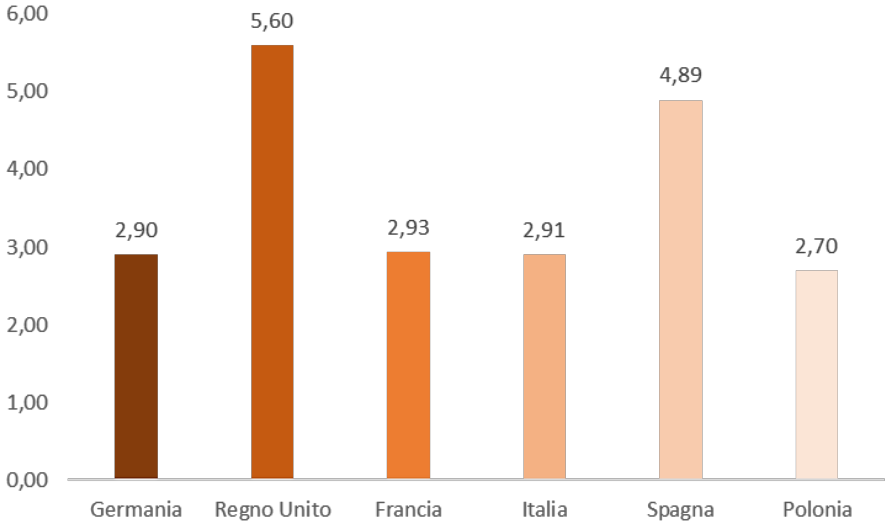
Fonte: FFA, BFI, CNC, ANICA, ICAA, PFI/FCP

Figura 9.15: Numero medio di abitanti per schermo (anno di riferimento 2018)



Fonte: FFA, BFI, CNC, MiBACT, ICAA, PFI/FCP

Figura 9.16: Numero medio di schermi per esercizio (anno di riferimento 2018)



Fonte: FFA, BFI, CNC, MiBACT, ICAA, PFI/FCP

9.3.1.1. Germania

Figura 9.17: Germania: esercizi per tipologia (anno di riferimento 2018)

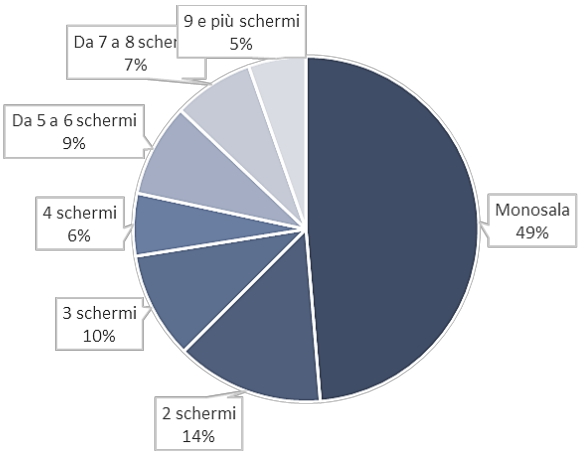
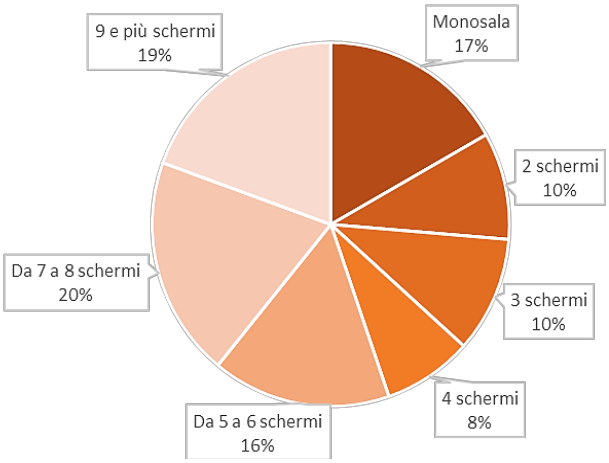


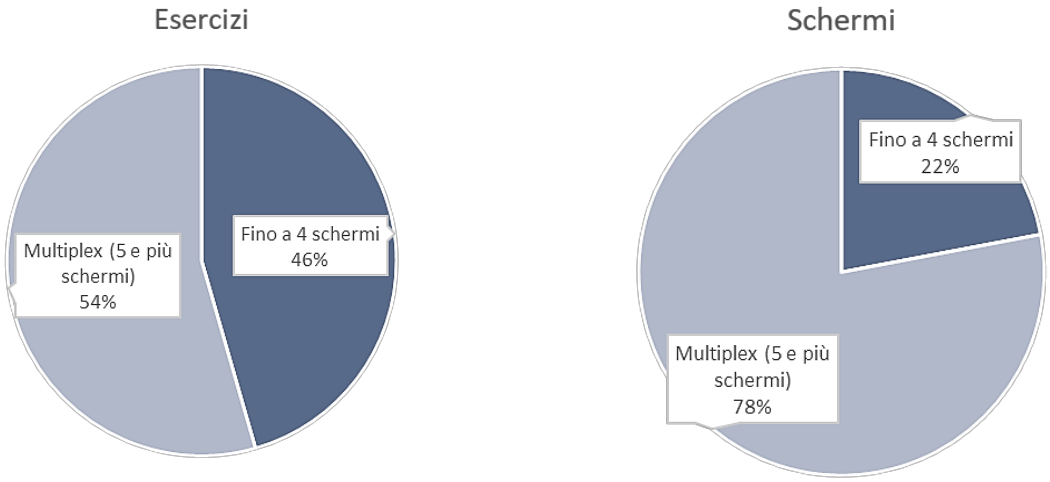
Figura 9.18: Germania: schermi per tipologia di esercizio (anno di riferimento 2018)



Fonte: FFA

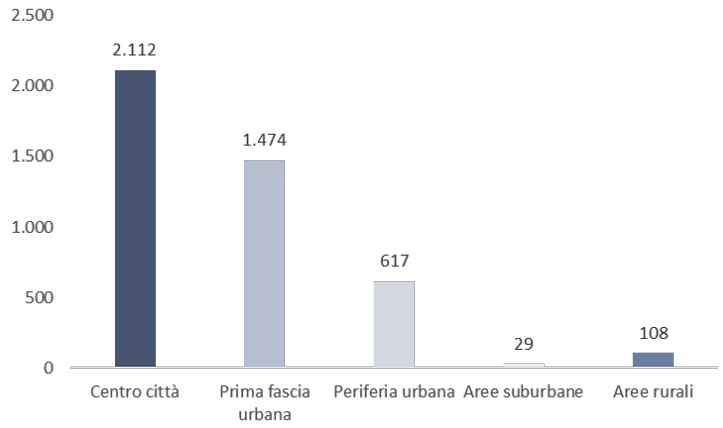
9.3.1.2. Regno Unito

Figura 9.19: Regno Unito: esercizi e schermi per tipologia di esercizio (anno di riferimento 2018)



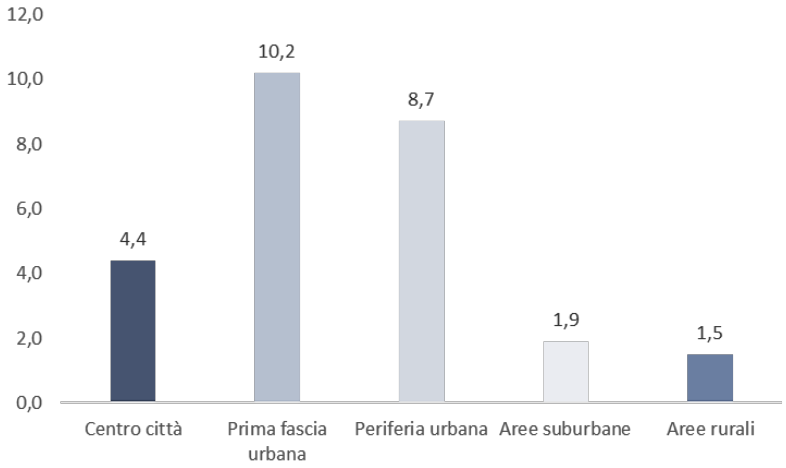
Fonte: BFI

Figura 9.20: Regno Unito: numero di schermi per tipologia urbana (anno di riferimento 2018)



Fonte: BFI

Figura 9.21: Regno Unito: numero medio di schermi per esercizio per tipologia urbana (anno di riferimento 2018)



Fonte: BFI

9.3.1.3. Francia

Figura 9.23: Francia: esercizi per tipologia (anno di riferimento 2018)

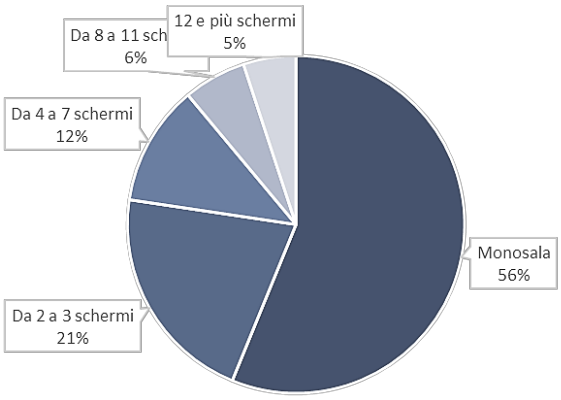
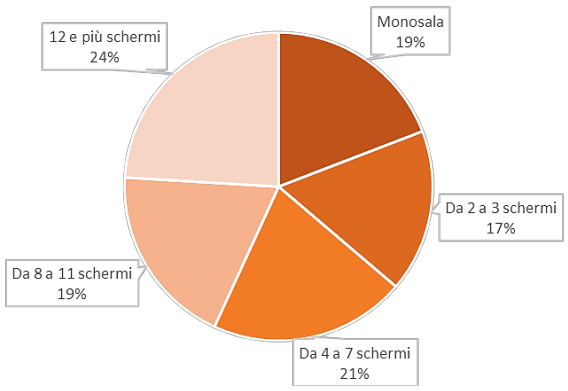
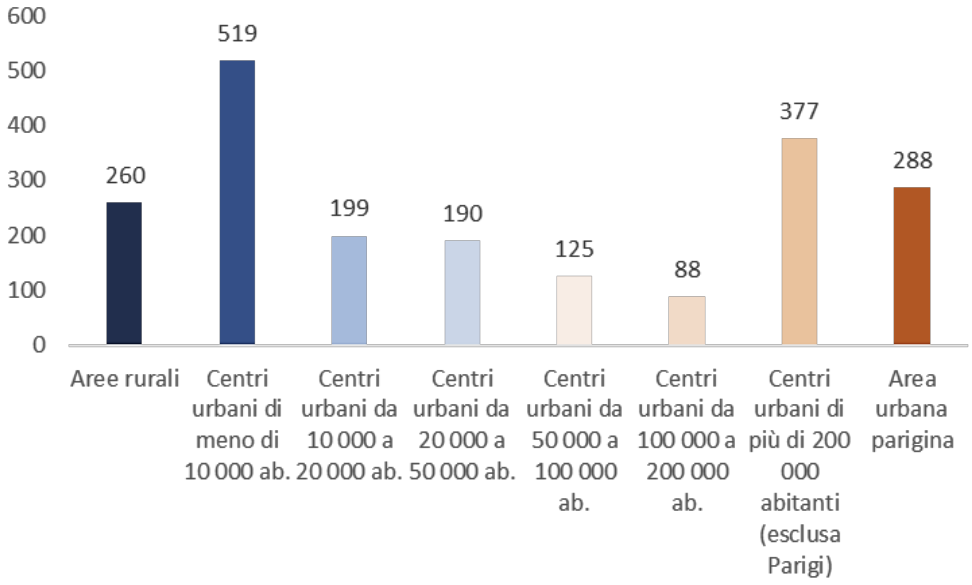


Figura 9.22: Francia: schermi per tipologia di esercizio (anno di riferimento 2018)



Fonte: CNC

Figura 9.24: Francia: numero di esercizi per tipologia urbana (anno di riferimento 2018)



Fonte: CNC

9.3.1.4. Spagna

Figura 9.26: Spagna: esercizi per tipologia (anno di riferimento 2018

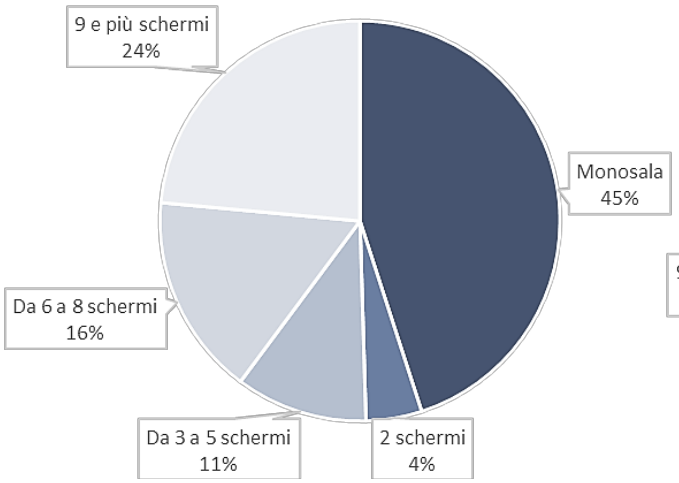
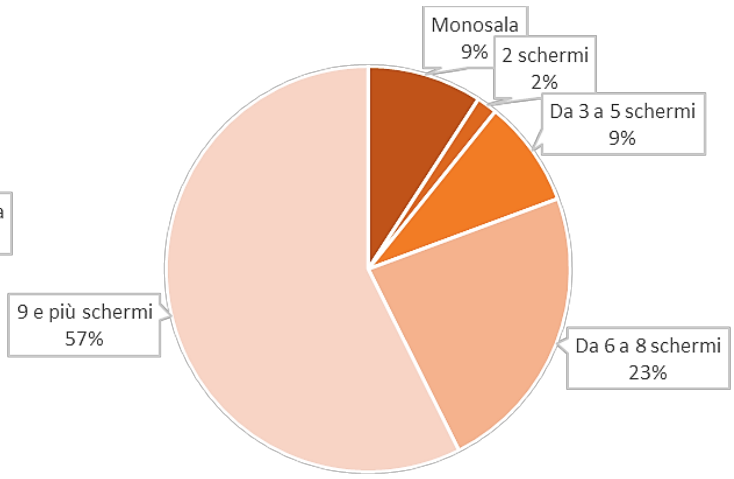


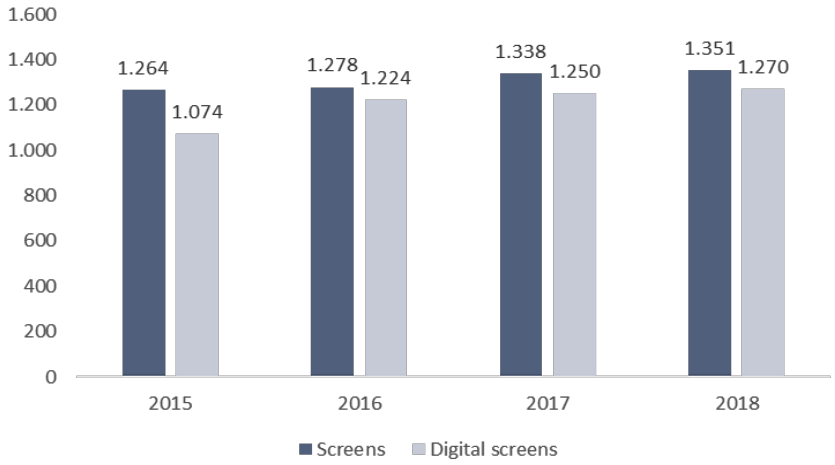
Figura 9.25: Spagna: schermi per tipologia di esercizio (anno di riferimento 2018)



Fonte: ICAA

9.3.1.4.1. Focus: Polonia

Figura 9.27: Polonia: numero degli schermi totali e degli schermi digitali (anno di riferimento 2018)



Fonte: EAO

9.4. CONSUMO E PUBBLICI

Tabella 9.6: Prospetto riassuntivo dei principali elementi di interesse rispetto a consumo e pubblici

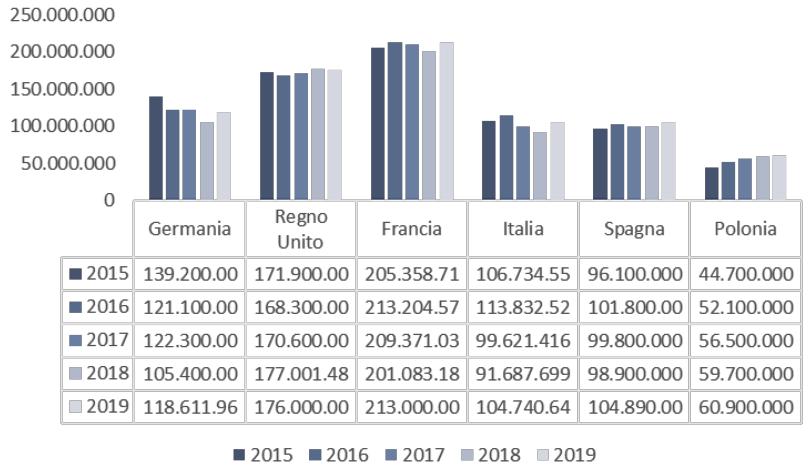
HIGHLIGHTS	
CONSUMI	✓ La spesa per il consumo audiovisivo mostra chiaramente la differenza tra mercati in equilibrio tra sala e consumo privato (Francia e Regno Unito) e mercati tesi alla fruizione privata (Germania) (Cfr. 9.4.2.1).
GERMANIA	✓ La performance oltre la media nei consumi home video riequilibra il deficit riscontrato sul mercato theatrical (Cfr. 9.4.1. e 9.4.2.1).
SPAGNA	✓ Le buone performance della Spagna nei consumi theatrical (Cfr. 9.4.1) si legano a una buona politica di prolungamento della stagione in estate (cfr. anche l'edizione 2019 di questo Rapporto)[133].
ITALIA	✓ L'Italia nel 2019 ha prodotto la miglior performance tra i cinque grandi Paesi (+ 13% di biglietti staccati) (Cfr. 9.4.1.). Tra le possibili cause, si segnala il lancio dell'iniziativa Moviement, volta a rafforzare le politiche di prolungamento della stagione cinematografica[134].
FOCUS POLONIA	✓ Alla propensione alla spesa, ancora limitata, si oppone un forte aumento dei consumi audiovisivi, sia theatrical che home video (Cfr. 9.4.1. e 9.4.2.6).

Fonte: nostra elaborazione

[133] RTI Università Cattolica e PTSCLAS S.p.A. (a cura di), *Valutazione di impatto della Legge cinema e audiovisivo (anni 2017-2018)*, Direzione Generale Cinema e Audiovisivo - Mibact, 2019.
[134] Cfr. https://movie-ment.it/.

9.4.1. Sfondi: Theatrical

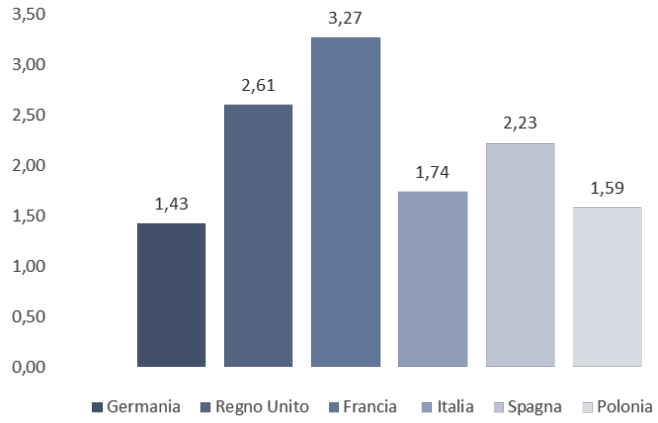
Figura 9.28: Biglietti staccati (periodo di riferimento 2015-2019)



	Germania	Regno Unito	Francia	Italia	Spagna	Polonia
2015	139.200.00	171.900.00	205.358.71	106.734.55	96.100.000	44.700.000
2016	121.100.00	168.300.00	213.204.57	113.832.52	101.800.00	52.100.000
2017	122.300.00	170.600.00	209.371.03	99.621.416	99.800.000	56.500.000
2018	105.400.00	177.001.48	201.083.18	91.687.699	98.900.000	59.700.000
2019	118.611.96	176.000.00	213.000.00	104.740.64	104.890.00	60.900.000

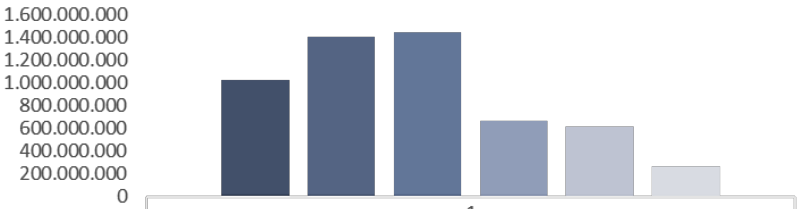
Fonte: FFA, BFI, CNC, ANICA, ICAA, PFI/FCP

Figura 9.29: Frequenza media per spettatore (anno di riferimento 2019)



Fonte: FFA, BFI, CNC, ANICA, ICAA, PFI/FCP

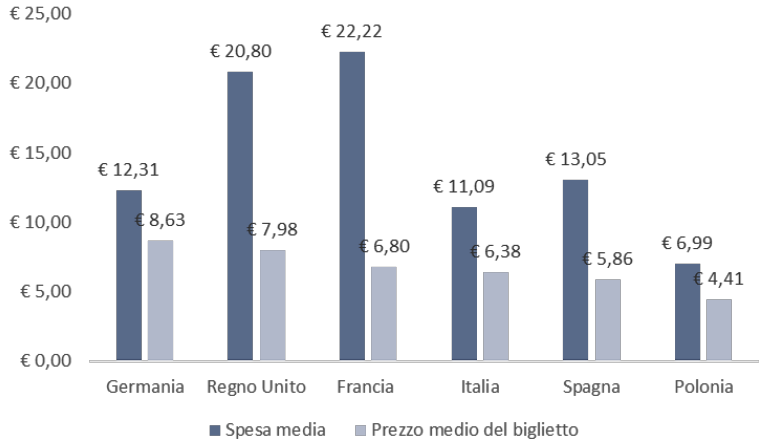
Figura 9.30: Incassi del mercato theatrical (anno di riferimento 2019, valori espressi in euro)



	1
Germania	1.024.037.822
Regno Unito	1.404.480.000
Francia	1.447.400.000
Italia	667.980.420
Spagna	614.740.000
Polonia	268.500.000

Fonte: FFA, BFI, CNC, ANICA, ICAA, PFI/FCP

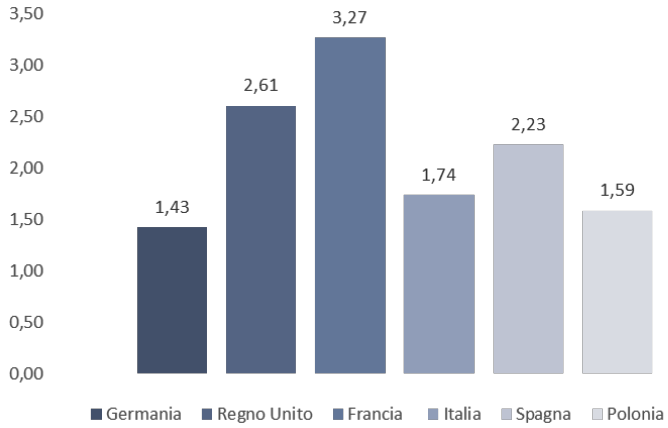
Figura 9.31: Spesa media per spettatore e prezzo medio del biglietto (anno di riferimento 2019)



Fonte: FFA, BFI, CNC, ANICA, ICAA, PFI/FCP

9.4.1.1. *Indicatore di settore*

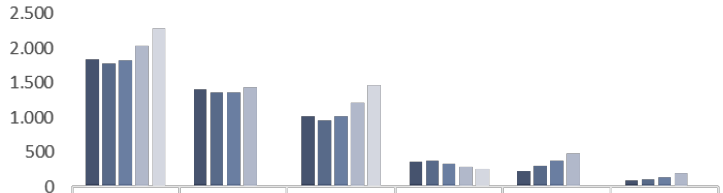
Figura 9.32: Indice di propensione alla spesa per la fruizione in sala (anno di riferimento 2019)



Fonte: FFA, BFI, CNC, ANICA, ICAA, PFI/FCP

9.4.2. Sfondi: Home video

Figura 9.33: Evoluzione del mercato dell'home entertainment (periodo di riferimento 2015-2019 per Germania, Francia e Italia, 2015-2018 per Regno Unito, Spagna e Polonia, valori espressi in milioni di euro



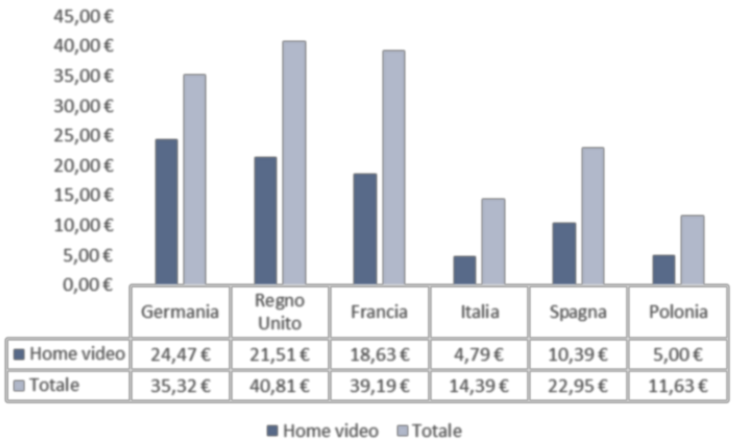
	Germania	Regno Unito	Francia	Italia	Spagna	Polonia
2015	1.836	1.412	1.025	368	229	88
2016	1.772	1.361	961	381	298	109
2017	1.826	1.368	1.021	340	378	145
2018	2.028	1.429	1.211	289	485	192
2019	2.279		1.460	256		

Fonte: FFA, BFI, CNC, Univideo, EAO

9.4.2.1. *Indicatore di settore*

Un chiaro indicatore dell'equilibrio del mercato tra consumo di sala e consumo privato è offerto dalla spesa media individuale annua per i due settori.

Figura 9.34: Spesa media per il consumo audiovisivo (escluso canone televisivo pubblico e Pay tv, anno di riferimento 2018)



Fonte: FFA, BFI, CNC, Anica, Univideo, EAO

9.4.2.2. *Germania*

Tabella 9.7: Germania: evoluzione degli incassi di vendite e noleggi di prodotti audiovisivi (periodo di riferimento 2015-2019, valori espressi in milioni di euro)

	2015	2016	2017	2018	2019
INCASSI TOTALI DELLE VENDITE (DVD, BLU-RAY)	1.248	1.106	974	776	658
INCASSI TOTALI DELLE VENDITE ONLINE – EST	101	118	157	197	245
INCASSI TOTALI DEL NOLEGGIO (DVD, BLU-RAY)	165	121	84	51	44
INCASSI TOTALI DEL NOLEGGIO ONLINE – TVOD	94	101	123	139	145
INCASSI TOTALI DEL SETTORE SVOD	228	326	488	865	1.187
INCASSI TOTALI DI VENDITE E NOLEGGI DI PRODOTTI AUDIOVISIVI SIA SU SUPPORTI FISICI CHE ONLINE	1.836	1.772	1.826	2.028	2.279

Fonte: FFA

9.4.2.3. *Regno Unito*

Tabella 9.8: Regno Unito: evoluzione degli incassi di vendite e noleggi di prodotti audiovisivi (periodo di riferimento 2015-2018, valori espressi in milioni di euro)

	2015	2016	2017	2018
INCASSI TOTALI DELLE VENDITE (DVD, BLU-RAY)	797	660	563	505
INCASSI TOTALI DELLE VENDITE ONLINE – EST	85	110	132	156
INCASSI TOTALI DEL NOLEGGIO (DVD, BLU-RAY)	69	54	41	34
INCASSI TOTALI DEL NOLEGGIO ONLINE – TVOD	199	181	180	180
INCASSI TOTALI DEL SETTORE SVOD	261	356	450	554
INCASSI TOTALI DI VENDITE E NOLEGGI DI PRODOTTI AUDIOVISIVI SIA SU SUPPORTI FISICI CHE ONLINE	1.412	1.361	1.368	1.429

Fonte: BFI

9.4.2.4. Francia

Tabella 9.9: Francia: evoluzione degli incassi di vendite e noleggi di prodotti audiovisivi (periodo di riferimento 2015-2019, valori espressi in milioni di euro)

	2015	2016	2017	2018	2019
INCASSI TOTALI DI VENDITE E NOLEGGIO SUPPORTI FISICI (DVD, BLU-RAY)	707	595	536	449	407
INCASSI TOTALI DELLE VENDITE ONLINE (EST)	60	68	74	78	80
INCASSI TOTALI DEL NOLEGGIO ONLINE (TVOD)	175	167	162	178	160
INCASSI TOTALI DEL SETTORE SVOD	83	131	249	507	813
INCASSI TOTALI DI VENDITE E NOLEGGI DI PRODOTTI AUDIOVISIVI SIA SU SUPPORTI FISICI CHE ONLINE	1.025	961	1.021	1.211	1.460

Fonte: CNC

9.4.2.5. Spagna

Tabella 9.10: Spagna: evoluzione degli incassi di vendite e noleggi di prodotti audiovisivi (periodo di riferimento 2015-2018, valori espressi in milioni di euro)

	2015	2016	2017	2018
INCASSI TOTALI DELLE VENDITE ONLINE - EST	38,6	45,0	52,0	60,1
INCASSI TOTALI DEL NOLEGGIO ONLINE - TVOD	30,0	35,8	41,1	46,7
INCASSI TOTALI DEL SETTORE SVOD	54,7	133,0	210,4	315,1
INCASSI TOTALI DELLE VENDITE E DEL NOLEGGIO SU SUPPORTI FISICI (DVD, BLU-RAY)	105,9	84,5	74,6	63,4
INCASSI TOTALI DI VENDITE E NOLEGGI DI PRODOTTI AUDIOVISIVI SIA SU SUPPORTI FISICI CHE ONLINE	229,3	298,2	378,2	485,2

Fonte: EAO

9.4.2.6. Focus: Polonia

Tabella 9.11: Polonia: evoluzione degli incassi di vendite e noleggi di prodotti audiovisivi (periodo di riferimento 2015-2018, valori espressi in milioni di euro)

	2015	2016	2017	2018
INCASSI TOTALI DELLE VENDITE ONLINE – EST	8,7	10,7	13,3	16,3
INCASSI TOTALI DEL NOLEGGIO ONLINE – TVOD	20,8	22,8	25,6	29,0
INCASSI TOTALI DEL SETTORE SVOD	34,5	56,4	91,8	136,1
INCASSI TOTALI DELLE VENDITE E DEL NOLEGGIO SU SUPPORTI FISICI (DVD, BLU-RAY)	23,9	19,0	13,7	11,0
INCASSI TOTALI DI VENDITE E NOLEGGI DI PRODOTTI AUDIOVISIVI SIA SU SUPPORTI FISICI CHE ONLINE	87,9	108,9	144,5	192,3

Fonte: EAO

9.5. IL FINANZIAMENTO PUBBLICO

Tabella 8.12: Prospetto riassuntivo dei principali elementi di interesse rispetto al finanziamento pubblico

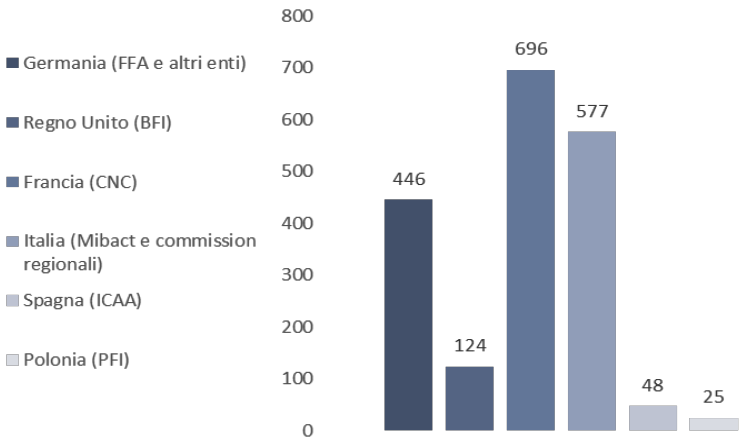
	HIGHLIGHTS
FRANCIA	✓ Gestione centrale efficiente delle risorse e grande sforzo del pubblico a sostegno del settore. L'indice di propensione all'investimento pubblico in Francia è di gran lunga superiore a quello dei comparables (8.5.1.1 e 8.5.4).
REGNO UNITO	✓ Posizione privilegiata e non ripetibile, in cui il pubblico rimane sullo sfondo, favorendo però l'iniziativa privata con importanti agevolazioni fiscali (8.5.1.1 e 8.5.3).

GERMANIA	✓ Sfrutta la sua capacità economica e le risorse federali, pur risultando fragile nell'esercizio di sala (8.5.1.1 e 8.5.2).

Fonte: nostra elaborazione

9.5.1. Sfondi: comparables

Tabella 9.12: Finanziamento pubblico diretto gestito dalle agenzie nazionali e regionali preposte (anno di riferimento 2018 per Germania e Regno Unito, 2019 per Francia, Italia, Spagna e Polonia, valori espressi in milioni di euro)

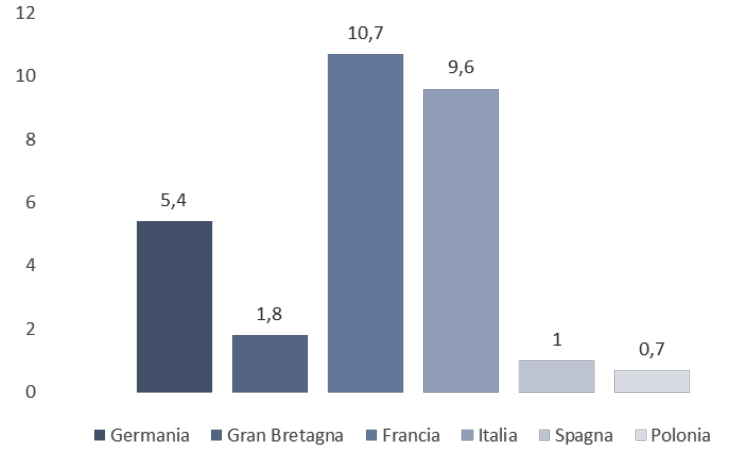


Fonte: FFA, BFI, CNC, MiBACT/Italy for Movies[135], ICAA, PFI/FCP

9.5.1.1. Indicatore di settore

L'indicatore che rappresenta graficamente il diverso impegno di spesa per l'audiovisivo nelle politiche culturali dei diversi Paesi mette in rapporto la capacità di spesa delle agenzie nazionali (e regionali) deputate al sostegno dell'industria con la popolazione del Paese. Questo grafico porta immediatamente agli occhi **la particolarità del modello francese**, che possiamo collegare certo alle performance di quella filiera.

Figura 9.35: Indice di propensione all'investimento pubblico per il mercato audiovisivo (anno di riferimento 2018 per Germania e Regno Unito, 2019 per Francia, Spagna e Polonia, valori espressi in milioni di euro)



Fonte: FFA, BFI, CNC, MiBACT/Italy for Movies, ICAA, PFI/FCP

[135] Il dato italiano comprende il finanziamento stanziato nel 2019 dal Mibact (cfr. Cap. 1, tab. 1.2) e quello stanziato dalle Film Commission regionali (stima Mibact/Italy for Movies, cfr. Cap. 10, paragrafo 10.1).

9.5.2. Germania

La ***Germania*** rappresenta un caso composito, anche se un ruolo parziale di coordinamento è assunto dall'agenzia nazionale per il finanziamento dell'industria audiovisiva, la Filmförderungsanstalt (FFA), che amministra linee di finanziamento proprie e indirizza ad altre linee di finanziamento federali, legate in particolare al Delegato federale per la cultura e i media (Beauftragter der Bundesregierung f. Kultur u. Medien - BKM), tra cui i più recenti fondi DFFF II e la linea GMPF (German Motion Picture Fond), fondi dedicati a progetti speciali e ad alto valore di produzione (la linea DFFFII può arrivare a contribuire per 25 milioni di euro a un singolo progetto produttivo). Storicamente assestato è anche il finanziamento da parte delle agenzie regionali, attive per singoli Land o reti di Land limitrofi, tra cui: MBB - Medienboard Berlin-Brandenburg, NRWS - Filmstiftung Nordrhein-Westfalen, FFF - FilmFernsehFonds Bayern, MDM - Mitteldeutsche Medienförderung, FFHSH – Filmförderung Hamburg Schleswig-Holstein GmbH, MFG - Medien- u. Filmgesellschaft Baden-Württemberg, HF - Hessenfilm, Nordmedia.

Tabella 9.13: Germania: agenzie pubbliche per il finanziamento dell'industria audiovisiva e linee di impiego previste (anno di riferimento 2018, valori espressi in milioni di euro

	FFA	BKM	MBB	NRWS	FFF	MDM	FFHSH	MFG	HF	NORDMEDIA	TOTALE
PRODUZIONE DI LUNGOMETRAGGI	30,45	146,63	18,68	21,56	22,46	6,24	8,91	10,27	5,34	1,81	272,35
PRODUZIONE DI CORTOMETRAGGI	0,64	0,78	0,10	0,49		0,11	0,13		0,07	0,15	2,47
PRODUZIONE DI FILM PER LA TELEVISIONE			2,00	1,90	4,39	0,30	0,57		0,61	1,54	11,31
PRODUZIONE DI DOCUMENTARI			1,04	3,33		1,66	0,72		1,29	3,19	7,90
PRODUZIONE DI FILM SPERIMENTALI			0,27		0,35		0,05			0,22	0,32
SVILUPPO DI SCENEGGIATURE	1,67	0,96	0,19	0,25	0,46	0,36	0,34	0,30	0,17	0,21	4,91
SVILUPPO PROGETTUALE		0,20	0,22	0,38	0,68	1,19	0,31	0,13	0,14	0,21	3,46
SVILUPPO DI SERIE			0,67	0,30		0,24				0,11	1,32
PRODUZIONE DI SERIE		10,00	5,79	6,10		1,63	0,60			0,74	24,86
DISTRIBUZIONE	10,88	0,82	2,42	1,71	3,18	1,24	0,72	0,70	0,14	0,14	21,95
SERVICE MEDIA	7,30								0,07		7,37
ESERCIZIO	17,62			0,52	0,45			0,50	0,51	0,08	19,68
DIGITALIZZAZIONE DEL PATRIMONIO	3,30	2,00	0,22					0,18			5,70
PRODUZIONE DI VIDEOGIOCHI			1,50	1,00	1,88	0,58		0,60		0,17	5,73
TRAINING E FORMAZIONE		0,33	0,95	1,06		0,59	0,28		0,18	0,06	3,45
INNOVAZIONE E RICERCA			0,45								0,45
FESTIVAL ED EVENTI		8,49	3,54	0,58	0,59	0,78	0,06		1,33	0,89	16,26
PROGRAMMI DI FORMAZIONE					1,64	1,02			0,48		3,14
CONTRIBUTI ALLA PROGRAMMAZIONE DI SALA		1,80	0,43	0,45	0,40	0,08	0,10	0,28		0,07	3,61
PROMOZIONE DEI FILM NAZIONALI	6,84	3,32	0,06	0,06	0,07	0,09	0,15	0,15	0,03	0,03	10,80
ALTRO		14,16	0,30	0,62	0,65	0,07	0,53	0,90	1,19	0,09	18,51
TOTALE	78,70	189,49	38,83	36,98	36,85	16,18	13,47	14,01	11,55	9,49	445,55

Fonte: SPIO

9.5.3. Regno Unito

La politica di sostegno pubblico alla filiera audiovisiva nel Regno Unito è ben profilata in due percorsi: da un lato un modello di finanziamento selettivo legato agli enti pubblici (gli organismi statali in Inghilterra, Galles, Scozia e Irlanda del Nord, le istituzioni educative e le agenzie formative in primis), dall'altro un accesso automatico a modelli di agevolazione fiscale. Salta all'occhio, nel dato britannico, uno squilibrio rispetto ai comparables sia nell'origine dei finanziamenti, che provengono per parti cospicue dai meccanismi delle lotterie, sia nella quota parte di finanziamenti effettivi, che risultano essere prevalentemente legati alle agevolazioni fiscali (per una cifra che dal 2015 al 2018 è salita dai 251 ai 469 milioni di sterline) e gestiti direttamente dagli uffici del Tesoro (Her Majesty's Treasury), senza mediazione di altri organismi.

Tabella 9.14: Regno Unito: le fonti del finanziamento pubblico dell'industria audiovisiva (periodo di riferimento 2015-2018, valori espressi in milioni di sterline)

	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18
NATIONAL LOTTERY DISTRIBUTION FUND	62,8	75,4	59,6	60,7
DEPARTMENT FOR DIGITAL, CULTURE, MEDIA AND SPORT GRANT-IN-AID	33	26,4	28,5	26,1
ARTS COUNCIL ENGLAND (ACE)	6,8	4,7	13,1	8
NORTHERN IRELAND EXECUTIVE	2,4	13	11,4	2,2
SCOTTISH GOVERNMENT	2,1	5,1	3,9	3,9
WELSH ASSEMBLY GOVERNMENT	3,6	3,1	3,2	3,5
HIGHER EDUCATION FUNDING	1,2	1,8	2,7	2,7
ENTI LOCALI	0,2	0,2	2,1	2,4
FOREIGN AND COMMONWEALTH OFFICE	1,1	1,5	1,3	1,1
DEPARTMENT FOR INTERNATIONAL TRADE	0,3	0,4	0,2	0,2
AGENZIE PER LO SVILUPPO NAZIONALI E REGIONALI	12,7	1,7	0,1	0,1
DEPARTMENT FOR BUSINESS, ENERGY AND INDUSTRIAL STRATEGY	0,1	3,3	0	0,1
VOLUME TOTALE DEL FINANZIAMENTO PUBBLICO, CONTRIBUTI SELETTIVI	126,3	136,6	126,1	111
UK FILM PRODUCTION TAX RELIEF (CONTRIBUTI AUTOMATICI)	251,3	338,4	414,9	469
VOLUME TOTALE DEL FINANZIAMENTO PUBBLICO, CONTRIBUTI SELETTIVI E AUTOMATICI	378	475	541	580

Fonte: BFI

Tabella 9.15: Regno Unito: attività supportate dal finanziamento pubblico dell'industria audiovisiva (periodo di riferimento 2015-2018, valori espressi in milioni di sterline)

	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18
PRODUZIONE	316,6	424,2	489,8	548,1
DISTRIBUZIONE ED ESERCIZIO	18,6	42,2	53,3	69,7
TRAINING E FORMAZIONE	17,7	24,3	24,0	26,2
PROMOZIONE DEI FILM NAZIONALI	13,1	9,4	10,6	12,5
SERVIZI AMMINISTRATIVI E AL PUBBLICO	24,4	8,1	11,6	10,7
ARCHIVI E PATRIMONIO	18,5	20,7	19,5	8,4
SVILUPPO E INNOVAZIONE	7,4	8,3	9,4	6,1
SUPPORTO ALL'IMPRESA	2,7	5,9	4,9	3
MEDIA EDUCATION E LIFELONG LEARNING	46,4	14,0	9,7	
TOTALE	465,4	557,1	632,8	684,7

Fonte: BFI

9.5.4. Francia

La ***Francia*** rappresenta il caso esemplare di gestione centrale delle risorse. Più di novanta linee di finanziamento vengono infatti gestite da un ente unico, il Centre National du Cinéma et de l'Image Animée (CNC), che arriva in parte a coordinare anche l'impegno locale di singole Film Commission.

Caratteristica del CNC è una buona trasparenza, che permette di accedere ai percorsi di finanziamento e in subordine anche a molti dati sul finanziamento effettivamente concesso.

Figura 9.36: Francia: linee di impiego dei fondi di sostegno all'industria audiovisiva del CNC

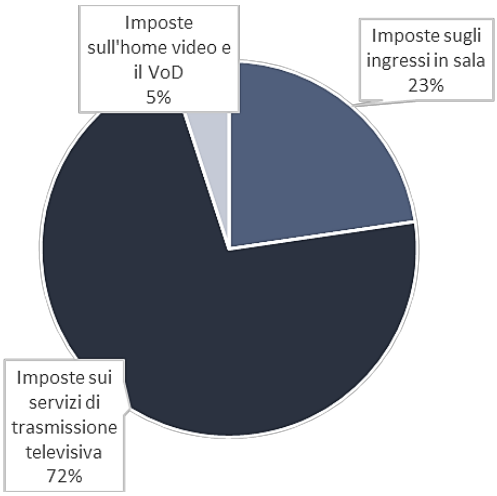
TOTALE: 696,4			
CINEMA	AUDIOVISIVO	PIANO PER LA DIGITALIZZAZIONE DEL PATRIMONIO	DISPOSITIVI DI RETE
311,1	270,7	4,3	110,3

DI CUI		DI CUI		DI CUI	
CONTRIBUTI AUTOMATICI	CONTRIBUTI SELETTIVI	CONTRIBUTI AUTOMATICI	CONTRIBUTI SELETTIVI	CONTRIBUTI AUTOMATICI	CONTRIBUTI SELETTIVI
198,7	112,2	220,4	50,3	10,0	100,3

DI CUI	DI CUI		DI CUI	DI CUI
ALLA PRODUZIONE	ALLA PRODUZIONE E CREAZIONE		ALLA PRODUZIONE E CREAZIONE	VIDEO	INDUSTRIE TECNICHE
83,3	43,2		50,3	1,1	4,2
ALLA DISTRIBUZIONE	ALLA DISTRIBUZIONE			VOD	VIDEO E VOD
37,0	14,9			2,0	7,6
ALL'ESERCIZIO	ALL'ESERCIZIO			EXPORT	INNOVAZIONE E VIDEOGIOCHI
78,4	26,0			6,9	18,0
	PROMOZIONE DEL CINEMA				PROMOZIONE ED EXPORT
	28,3				28
					ALTRE TIPOLOGIE DI SOSTEGNO (ANCHE REGIONALI)
					42,7

Fonte: CNC

Figura 9.37: Francia: le fonti del finanziamento del CNC (anno di riferimento 2019, valori espressi in milioni di euro)



Fonte: CNC

9.5.5. Spagna

Il dato spagnolo pubblicato da ICAA è limitato alla filiera cinematografica.

Tabella 8.17: Spagna: linee di impiego dei fondi di sostegno all'industria cinematografica dell'ICAA (anno di riferimento 2019)

FINANZIAMENTO SELETTIVO ALLA PRODUZIONE DI LUNGOMETRAGGI	8.460.900,00 €
FINANZIAMENTO GENERALE ALLA PRODUZIONE DI LUNGOMETRAGGI	35.000.000,00 €
SOSTEGNO ALLA DISTRIBUZIONE	2.500.000,00 €
SOSTEGNO ALLA PROMOZIONE E ALLA PARTECIPAZIONE A FESTIVAL INTERNAZIONALI	282.153,26 €
SOSTEGNO ALL'ORGANIZZAZIONE DI FESTIVAL NEL TERRITORIO NAZIONALE	735.000,00 €
SOSTEGNO ALLA PRODUZIONE DI CORTOMETRAGGI	908.651,58 €
TOTALE	47.886.704,74 €

Fonte: ICAA

9.6. CONCLUSIONI

Considerando anche i dati più generali disponibili per Spagna e Polonia, e riportati in figura 8.10, si può così arrivare a sintetizzare punti di forza e di debolezza dei diversi modelli come nel **quadro finale e riassuntivo** che segue:

Figura 9.38: Punti di forza e di debolezza

	GERMANIA
STRENGHTS	✓ Sistema paese
	✓ Disponibilità di spesa
	✓ Integrazione del finanziamento pubblico nazionale e regionale
WEAKNESSES	✓ Fragilità del mercato theatrical
	REGNO UNITO
STRENGHTS	✓ Produzioni US-studio-backed
	✓ Presenza incisiva sul mercato internazionale grazie alla lingua inglese
	✓ Capacità di attrarre finanziamento privato
	✓ Capacità di attrarre finanziamento EU
WEAKNESSES	✓ Rischio Brexit
	FRANCIA
STRENGHTS	✓ Politica di sostegno pubblico e dell'eccezione culturale
	✓ Adesione del pubblico
	✓ Organizzazione e trasparenza
WEAKNESSES	✓ Dipendenza dall'adesione condivisa al progetto di politica culturale
	ITALIA
STRENGHTS	✓ Impatto positivo della Legge n. 220/2016
	✓ Immagine forte del "*brand*-Paese"
WEAKNESSES	✓ Discontinuità degli investimenti nel lungo periodo
	✓ Bassa propensione alla spesa culturale individuale

	✓ Fragilità del mercato *home entertainment*
	SPAGNA
STRENGHTS	✓ Creatività
	✓ Allungamento della stagione theatrical
WEAKNESSES	✓ Potenziale di finanziamento pubblico ridotto
	✓ Regionalismi
	POLONIA
STRENGHTS	✓ Crescita economica
	✓ Bassi costi di produzione
WEAKNESSES	✓ Incertezza politica

Fonte: nostra elaborazione

10. CONSUMI DI CINEMA E AUDIOVISIVO IN ITALIA: PUBBLICI, PRATICHE E VALORI

Nel quadro della Valutazione degli impatti della disciplina sul cinema e l'audiovisivo e a completamento all'analisi degli indicatori micro e macro, sociali e culturali, è stata condotta una survey su **1.000 individui dai 3 anni in su.**

L'indagine si è proposta **4 obiettivi:**

- fornire un **quadro organico** delle audience di cinema e di prodotti audiovisivi in Italia, finalizzato a migliorare la comprensione dei profili, delle pratiche e delle propensioni dei diversi segmenti di pubblico;
- raccogliere **dati comparabili** a quelli raccolti nel 2019, allo scopo di analizzare **in maniera sistematica e diacronica** eventuali cambiamenti relativi alle pratiche e ai profili;
- testare una metodologia che studi le audience e la loro esperienza nei diversi contesti di consumo in un'ottica **crossmediale** e in linea con la Legge n. 220/2016;
- allineare l'Italia ai **comparables europei**, che già da anni hanno varato sistemi di monitoraggio delle proprie audience, fornendo una guida e un ausilio per la definizione delle azioni a sostegno della cultura cinematografica e audiovisiva, con specifico riferimento ai prodotti nazionali.

Di seguito una sintesi dei principali risultati della ricerca, letti anche in relazione a quanto emerso nella Valutazione d'impatto realizzata per il biennio 2017-2018.

EXECUTIVE SUMMARY

IL CONTESTO MEDIALE

- L'accesso ai contenuti filmici e audiovisivi avviene attraverso una pluralità di piattaforme. Come nel 2019, l'analisi delle pratiche d'uso dei diversi canali di accesso ai contenuti audiovisivi evidenzia **5 tipologie di touch point**: **strumenti ad ampia accessibilità e alta frequenza d'uso**, come Tv gratuita e YouTube; **strumenti a media accessibilità e alta frequenza d'uso** come PayTv e SVOD; **strumenti a media accessibilità e bassa frequenza d'uso**, come DVD/Blue-ray; e **strumenti a bassa accessibilità e bassa frequenza d'uso,** come le piattaforme VOD e i siti pirata. La **sala**, il solo canale extradomestico, si configura come un **canale ad alta accessibilità e bassa frequenza**.
- L'**età** continua a essere una **discriminante rispetto ai canali di accesso e alla frequenza d'uso**: le fasce 11-14 e 15-25 sono le più flessibili e attraversano con frequenza e facilità diverse situazioni di consumo. Al contrario **la variabile di genere** appare **meno discriminante rispetto ai canali di accesso e alla loro frequenza d'uso**.
- La frequenza d'uso delle singole piattaforme risulta in linea con quanto rilevato nel 2019. In un'ottica comparativa si sottolinea:
  - una **leggera contrazione** della frequenza d'uso **della tv free** tra i bambini (3-10 anni);
  - una **graduale dismissione** dell'utilizzo **del DVD**, in linea con il trend 2019, con eccezione per la fascia 50+;
  - una **stabilizzazione delle PayTv** come strumento a media accessibilità (frequenza settimanale) in particolare per le fasce 11-14 anni e 15-25 anni;
  - un **incremento dei sistemi SVOD,** soprattutto presso il pubblico femminile e nella fascia 11-25 anni;
  - **VOD e siti pirata risultano ancora residuali, ma con trend differenti**: lieve incremento per i primi e **graduale decrescita per i secondi**;
  - **YouTube** è caratterizzato da una **leggera contrazione** della frequenza d'uso, che si accentua nelle fasce più giovani, in particolare tra i bambini 3-10 anni (-20 punti percentuali sulla visione quotidiana). Questo dato è da leggersi in linea con i trend di crescita di altri social di fruizione e condivisione dei video, di grande appetibilità per bambini e adolescenti (per esempio: Instagram e TikTok);
  - **La visione in sala subisce una contrazione**, da leggersi come ricaduta delle restrizioni legate all'emergenza sanitaria (-5 giorni rispetto alla media del 2019). In particolare la **contrazione interessa i grandi centri urbani e il pubblico tra i 15-25 anni.**

FORMATI E TIPOLOGIE DI CONTENUTO

- Come nel 2019 il **formato audiovisivo più fruito è quello seriale**, visto spesso dal 64% degli intervistati.
- **In crescita i formati brevi**: il 30% di spettatori dichiarano di vederli spesso (vs il 24% del 2019). Sono formati graditi soprattutto dal pubblico degli adolescenti (11-15 anni): il 64% di loro dichiara di vederli spesso.
- Si rileva poi una **contrazione del consumo di film di finzione presso il pubblico maschile** e segnatamente under 25 anni (-11%), da leggersi in parallelo alla crescita del tempo destinato al consumo di serie.

CONTENUTO FILMICO

- **I film investono a ogni modo un ruolo chiave nelle diete di consumo delle audience**: indipendentemente dal touch point usato, gli spettatori maschi tendono a vedere 2,6 film a settimana, le femmine 2,8. La fascia d'età con una maggiore frequenza di visione è quella **over 50**, con 3,13 film a settimana.
- In generale **aumenta la percentuale di soggetti che dichiara di vedere un film a settimana** (dal 17% del 2019 al 19,4% del 2020).
- Per vedere i film i pubblici tendono a usare le stesse piattaforme che impiegano abitualmente per fruire contenuti audiovisivi; rispetto alla frequenza d'uso delle piattaforme si segnala una **crescita dell'utilizzo quotidiano dei sistemi SVOD (+6%).**
- **Internet** continua a rappresentare lo **strumento più impiegato per ricercare informazioni sui film**: è usato dal 78% degli intervistati, seguito dalla tv al 58% e dal passaparola al 38%.
- Sempre con riferimento alle fonti utilizzate per informarsi si segnala una **perdita di**

rilevanza delle riviste (fonte primaria per il 7,3% del campione nel 2019 e per il 4% nel 2020) e della promozione in sala (citata come fonte totale nel 2019 da oltre il 25% del campione, ora dal 16%). Entrambi i dati vanno letti nel quadro delle limitazioni e dei cambiamenti dei consumi culturali connessi all'emergenza sanitaria.

- Fra gli strumenti che la rete mette a disposizione **cresce il peso delle pagine social di singoli influencer o youtuber**, a discapito dei siti specializzati e di quelli dedicati ai singoli film.
- In linea con il 2019 i **quattro generi più amati** dal pubblico sono l'avventura, l'azione, la fantascienza e la commedia, trasversalmente ai target, con eccezione per gli under 10 che esprimono una forte predilezione per il fantasy (citato dal 50% degli intervistati) e per il genere supereroistico (citato dal 60% degli intervistati).

LA VISIONE IN SALA

- **Il 23% del campione dichiara di essere tornato al cinema dopo il lockdown**, nonostante abbia espresso una diminuzione della frequenza in sala. È la fascia under 25 ad avere ripreso con più facilità il *moviegoing*.
- **Il 69% del campione** ha dichiarato di soffrire durante il lockdown dell'impossibilità di recarsi al cinema, tuttavia il **"nuovo" *moviegoing***, caratterizzato da norme e procedure, **trova concordi solo il 22% dei pubblici**.
- Attualmente il principale fattore ostativo alla visione in sala è **la paura del contagio**, citata dal 54% degli intervistati, in particolare dagli **over 50 e dai residenti nei centri di media grandezza** (30-100 mila abitanti). Seguono i fattori già segnalati dalla ricerca 2019: la mancanza di film interessanti o che piacciono e il costo del biglietto.
- **Il 34% degli intervistati segnala poi la non riapertura della propria sala** di riferimento, fenomeno che sembra interessare soprattutto le regioni del centro, in cui la percentuale sale al 44%.
  In parallelo, come nel 2019, per oltre l'80% del campione è importante nella decisione di **andare al cinema il genere di riferimento.** Altri fattori dirimenti sono il cast, il trailer e la possibilità di accesso a una scontistica.
- Come già lo scorso anno, inoltre, le opinioni del proprio network relazionale contano più di premi e recensioni ottenute dall'opera, in particolare presso la fascia 15-25 anni.
- La visione dei film in sala si conferma una **pratica festiva** (il 69% si reca al cinema nel weekend), in subordine si va in sala il mercoledì e il venerdì.
- Il consumo in sala continua a presentare anche una forte stagionalità: il 62% degli intervistati si reca al cinema durante l'inverno. La frequenza estiva appare leggermente inferiore rispetto a quella dichiarata lo scorso anno: anche in questo caso il dato va considerato alla luce dell'emergenza sanitaria.
- **Tra le ragioni per cui si va poco al cinema d'estate** la preferenza per altre attività resta la principale, citata dal 54% degli intervistati. Il 24% (vs il 20% dello scorso anno) del campione ha dichiarato poi di essere in vacanza o di alloggiare altrove nei mesi estivi. Anche l'assenza di titoli interessanti conta, lo indica il 23% degli intervistati.
- Come nel 2019, **solo l'11% degli intervistati conosce Moviement**. Ma l'iniziativa una volta raccontata viene accolta con favore, come lo scorso anno (il 60% dichiara che prevede di andare di più al cinema).
- Il consumo in sala si conferma una **pratica da socializzare**, soprattutto con gli amici (indicati dal 38% del campione vs il 35% del 2019). In parallelo scende la quota relativa alla visione con il partner (31%, -7% rispetto al 2019). In particolare la contrazione riguarda la fascia 15-25 anni (-17), che probabilmente durante i mesi dell'emergenza sanitaria ha dovuto limitare le uscite extra-familiari.
- Come nel 2019, **l'uscita al cinema non viene pianificata con anticipo**: il 25,7% decide il giorno prima, il 18% il giorno stesso (valori in linea con il 2019). Il biglietto viene acquistato prevalentemente alle casse (dall'87% del campione, percentuale in linea con lo scorso anno).
- Il rapporto con la sala appare prevalentemente di tipo funzionale: la **si sceglie in base al film che propone**. Di grande rilevanza dopo la riapertura sono il **livello di igiene** (elemento citato

dal 74,5% del campione) e il **rispetto delle norme di distanziamento sociale** (67%). Questi fattori appaiono dirimenti soprattutto per il pubblico femminile, over 50 anni.
- Infine, al cinema si vedono soprattutto **film hollywoodiani**, con una prevalenza per i generi commedia e azione. Nella lettura di questo dato si tenga conto che le uscite dei film italiani sono state limitate e posticipate nei mesi passati. La visione del genere fantasy, fantascienza e supereroi è preferita in sala rispetto ad altre piattaforme.

PRODUZIONE NAZIONALE

- Indipendentemente dai formati, il pubblico continua a mostrare un **buon interesse per i prodotti nazionali.**
- Da segnalare però una **contrazione della frequenza di visione dei prodotti seriali italiani**, visti dal 55% del campione (vs il 68% dello scorso anno). Tale diminuzione può essere spiegata in ragione della **crescita del tempo d'uso delle piattaforme SVOD**, le cui library tendono a valorizzare la produzione non nazionale. Essa richiede tuttavia anche una verifica sulla composizione dei palinsesti delle tv free al fine di verificare eventuali cambiamenti di programmazione connessi all'emergenza sanitaria.
- Le **donne over 50**, residenti al Sud, sono, come nel 2019, le **principali estimatrici della serialità italiana**. Si confermano assidui frequentatori del genere anche gli 11-14 anni.
- **La piattaforma elettiva della serialità italiana è la tv free** (80%), da segnalare anche la crescita della PayTv (dal 27% del 2019 al 35% del 2020).
- Con riferimento al vissuto dei prodotti filmici italiani si nota un **incremento della percezione di qualità**.
- Come già osservato in relazione alla tipologia di prodotti che si fruiscono in sala, si rileva una **diminuzione della quota di spettatori che hanno visto film italiani in sala** (-5% sulla frequenza "più volte al mese", -7% rispetto alla frequenza "frequentemente in un mese") o che li vedrebbero (il 48% nel 2019, il 44% oggi).

CINETURISMO

- Solo il 23% degli intervistati dichiara di aver pianificato una vacanza, un viaggio o una gita prendendo ispirazione da un film o da una serie tv. La percentuale si alza al 26% per il pubblico femminile e del centro.
- **Il 27% degli intervistati si dichiara propenso a farlo in futuro.**

10.1. LA RICERCA: CAMPIONE E METODO

La ricerca ha coinvolto 1000 soggetti (vs i 1400 del 2019) dai 3 anni in su, campionati come lo scorso anno proporzionalmente alla composizione della popolazione italiana con riferimento all'età e al genere sessuale. Il campione è stato, inoltre, bilanciato in relazione alla distribuzione geografica, all'ampiezza del centro abitato e al profilo socio-culturale dei rispondenti.

Tabella 10.1: Profilo campione

COMPOSIZIONE CAMPIONE	03-OTT		NOV-14		15-24		25-49		50+	
GENERE SESSUALE										
MASCHIO	60	50%	45	55,60%	44	44,00%	193	50,10%	150	47,80%
FEMMINA	60	50%	36	44,40%	56	56,00%	192	49,90%	164	52,20%
AREA GEOGRAFICA										
NORD OVEST	30	25,00%	25	30,90%	27	27,00%	102	26,50%	93	29,60%
NORD EST	32	26,70%	11	13,60%	20	20,00%	57	14,80%	73	23,20%
CENTRO	26	21,70%	14	17,30%	16	16,00%	61	15,80%	68	21,70%
SUD+ ISOLE	32	26,70%	31	38,30%	37	37,00%	165	42,90%	80	25,50%
AMPIEZZA CENTRO										
FINO A 30 MILA	63	52,50%	46	56,80%	63	63,00%	198	51,50%	150	47,80%
30-100 MILA	30	25,00%	20	24,70%	14	14,00%	99	25,70%	63	20,10%
OLTRE 100 MILA	27	22,50%	15	18,50%	23	23,00%	88	22,80%	101	32,10%

Fonte: Indagine Pubblici 2020

Il field è stato svolto nel settembre 2020, diversamente dal 2019, in cui il questionario era stato diffuso nel mese di luglio[136]. La scelta di posticipare la raccolta dei dati è stata dettata dalla volontà di tentare di "neutralizzare" il vissuto e il percepito legato all'emergenza Covid-19 della primavera e al conseguente periodo di *lock down*. Nel mese di settembre, infatti, la crisi sanitaria appariva rientrata e gradualmente si stava tornando a uno stato di "normalità", anche rispetto ai consumi culturali.

Questo aspetto emerge in maniera evidente anche dall'analisi dei dati raccolti in cui, tra le due annualità di ricerca, si nota una sostanziale continuità tra processi e dinamiche di consumo, a eccezione degli item volutamente focalizzati sui cambiamenti e le "procedure" introdotti a seguito della pandemia.

L'indagine è stata svolta attraverso interviste strutturate, somministrate con metodo CAWI (Computer Assisted Web Intervieving). Le risposte relative ai soggetti con meno di 10 anni sono state acquisite attraverso la mediazione dei genitori.

Per la rilevazione è stato utilizzato un questionario articolato in 5 macro sessioni:

- **La prima sezione** ha indagato le abitudini di fruizione dei prodotti audiovisivi trasversalmente alle piattaforme;
- **La seconda sezione** si è focalizzata sul consumo filmico (pratiche, device di fruizione, generi e tipologie di film);
- **La terza sezione** è stata dedicata al vissuto dell'esperienza in sala, con un focus specifico relativo all'esperienza di visione dopo il lock down;
- **La quarta sezione** è scesa nel dettaglio delle pratiche del *moviegoing*, in particolare le ragioni che stimolano o inibiscono la fruizione in sala, le modalità di scelta, le motivazioni, le modalità di acquisto del biglietto, le tipologie di prodotti fruiti, le abitudini di visione (in quale giorno della settimana, con chi, in quale tipologia di sale);
- **La quinta sezione** si è soffermata sulla produzione italiana (film e serie tv).

Nel 2020, rispetto al 2019, è stato inserito un plesso di domande sul cineturismo, inteso come l'abitudine a organizzare vacanze, viaggi e gite ispirati dalle location dei prodotti cinematografici e audiovisivi.

[136] Panel Provider di riferimento Bilendi Via!

10.2. IL CONTESTO MEDIALE: STRUMENTI E PIATTAFORME

Tabella 10.2: Quanto spesso usi questi canali piattaforme? (%) - Dati 2020 Vs 2019[137]

DATI 2020 VS 2019	TV FREE		DVD BLUE-RAY		PAY TV		SVOD		VOD	
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ2019	2020	Δ 2019
TUTTI I GIORNI O QUASI	89,5	**-3,3**	9	**-1**	32,6	**0,4**	37,4	**2,6**	4,3	**-2,5**
SETTIMANALMENTE/PIÙ VOLTE AL MESE	4,6	**1,6**	16,5	**-0,6**	11,2	**4,4**	14,9	**2,1**	7,2	**0,5**
FREQUENTEMENTE NEL CORSO DELL'ANNO	1,1	**0,2**	12,9	**1,3**	3,9	**0,7**	4,9	**0,2**	4,4	**-0,2**
QUALCHE VOLTA NEL CORSO DELL'ANNO	0,2	**0**	11,1	**2,5**	2,4	**0,3**	4,4	**0,6**	2,9	**-1**
QUASI MAI/MAI	4,6	**1,7**	50,5	**-2,1**	49,9	**-5,7**	38,4	**-5,6**	81,2	**3,3**

DATI 2020 VS 2019	YOUTUBE		TORRENT/SITI PIRATA		SALA		PIATTAFORME LOCK DOWN
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	
TUTTI I GIORNI O QUASI	56,9	**-7,1**	3,3	**-2,1**	1,5	**-1,2**	3,5
SETTIMANALMENTE/PIÙ VOLTE AL MESE	20,3	**1,6**	4,8	**-1,6**	12,3	**-6,6**	5,2
FREQUENTEMENTE NEL CORSO DELL'ANNO	5,3	**0,9**	2,9	**-0,3**	27,8	**-4,1**	3,6
QUALCHE VOLTA NEL CORSO DELL'ANNO	2,7	**0,2**	2,9	**-0,4**	26,5	**0**	2,3
QUASI MAI/MAI	14,8	**4,6**	86,1	**4,5**	31,9	**11,9**	85,4

Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Tabella 10.3: Quanto spesso usi questi canali piattaforme? (%) Focus tv free – profilatura audience 2020 vs 2019

TV FREE	TUTTI I GIORNI O QUASI		SETTIMANALMENTE - PIÙ VOLTE AL MESE		FREQUENTEMENTE NEL CORSO DELL'ANNO		QUALCHE VOLTA NEL CORSO DELL'ANNO		MAI- QUASI MAI	
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019
MASCHI	89,2	**-3,1**	5,3	**1,3**	1	**0,3**	0,2	**0**	4,3	**1,6**
FEMMINE	89,8	**-3,5**	4	**1,8**	1,2	**0,1**	0,2	**0**	4,9	**1,8**
3-10 ANNI	86,7	**-6,5**	9,2	**6,9**	0,8	**0,8**	0	**0**	3,3	**-1,2**
11-14 ANNI	91,3	**1**	4,9	**2,1**	0	**-4,2**	0	**-1,4**	3,7	**2,3**
15-24 ANNI	82	**-11**	8	**5,2**	3	**2,3**	0	**-0,7**	7	**4,2**
25-49 ANNI	89,3	**-1,5**	4,6	**0,5**	1,5	**0,1**	0,3	**0,1**	4,2	**0,6**
50 + ANNI	92,7	**-2,7**	1,6	**-0,6**	0,3	**0,1**	0,3	**0,1**	5,1	**3,1**
NORD OVEST	90,2	**-2**	4,4	**0,7**	0,4	**0,4**	0	**-0,5**	5,1	**1,4**
NORD EST	87	**-5,8**	4,2	**1,6**	2	**1,2**	0,5	**0,5**	6,2	**2,4**
CENTRO	90,2	**-0,7**	4,9	**2,9**	0	**-2,8**	0	**-0,4**	4,9	**0,9**
SUD + ISOLE	89,8	**-4,4**	4,9	**1,5**	1,8	**1**	0,3	**0,1**	3,2	**1,8**
FINO A 30 MILA	89,2	**-3**	4,4	**1,4**	0,6	**-0,5**	0,2	**0,2**	5,6	**1,8**
30-100 MILA	89,8	**-4,3**	6,6	**3,3**	1,7	**0,7**	0	**0**	1,8	**0,2**
OLTRE 100 MILA	89,7	**-3**	3,2	**0,1**	1,6	**1,1**	0,4	**-0,6**	5,1	**2,3**

[137] La suddivisione delle piattaforme di fruizione dei prodotti audiovisivi e filmici è stata articolata combinando i modelli di business con le pratiche d'uso del campione intervistato: la dicitura "Pay TV" comprende Sky, Infinity, Tim Vision, Now Tv, ecc; l'etichetta "SVOD" (subscription video on demand) include piattaforme quali Netflix o Amazon Prime; la dicitura "VOD" (video on demand) indica le piattaforme che permettono l'accesso on demand a singoli contenuti come per esempio Chili o iTunes.

Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Tabella 10.4: Quanto spesso usi questi canali piattaforme? (%). Focus DVD– profilatura audience 2020 vs 2019

DVD – BLUE-RAY	TUTTI I GIORNI O QUASI		SETTIMANALMENTE - PIÙ VOLTE AL MESE		FREQUENTEMENTE NEL CORSO DELL'ANNO		QUALCHE VOLTA NEL CORSO DELL'ANNO		MAI- QUASI MAI	
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019
MASCHI	9,3	**-0,5**	20,4	**2,3**	12,6	**0,1**	9,9	**1,6**	47,8	**-3,6**
FEMMINE	8,7	**-1,5**	12,8	**-3,5**	13,2	**2,5**	12,2	**3,2**	53,1	**-0,8**
3-10 ANNI	15	**-1,7**	23,3	**3,6**	20	**4,1**	6,6	**0,6**	35	**-6,7**
11-14 ANNI	16	**-4,9**	19,7	**-1,1**	16	**3,5**	8,6	**-1,1**	39,5	**3,4**
15-24 ANNI	12	**-4,2**	24	**2,1**	9	**-6,5**	9	**-0,1**	46	**8,7**
25-49 ANNI	6,2	**-3,9**	14,3	**-3,1**	10,9	**-2,7**	12,7	**3,6**	55,8	**6,1**
50 + ANNI	7,3	**2,7**	13,4	**-1**	13,1	**6,3**	12,1	**3,6**	54,1	**-11,6**
NORD OVEST	7,9	**-1,4**	15,5	**-1,2**	13,8	**5,7**	11,9	**2,7**	50,9	**-5,8**
NORD EST	11,4	**2,6**	16,6	**2,5**	14,5	**0,1**	11,4	**4,2**	46,1	**-9,6**
CENTRO	9,2	**-0,7**	14	**-3**	15,1	**2**	13	**3,1**	48,6	**-1,4**
SUD + ISOLE	8,4	**-2,7**	18,5	**-0,7**	10,1	**-1,9**	9,3	**1**	53,6	**4,3**
FINO A 30 MILA	9,2	**0,4**	14,1	**-2,8**	12,3	**2,9**	12,6	**5,2**	51,7	**-5,8**
30-100 MILA	8,4	**-2,4**	22,5	**5,3**	13,7	**-0,8**	11	**2**	44,2	**-4,4**
OLTRE 100 MILA	9,1	**-2**	16,1	**-1,5**	13,4	**0,8**	7,9	**-2,4**	53,5	**5**

Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Tabella 10.5: Quanto spesso usi questi canali piattaforme? (%). Focus Pay tv– profilatura audience 2020 vs 2019

PAY TV	TUTTI I GIORNI O QUASI		SETTIMANALMENTE - PIÙ VOLTE AL MESE		FREQUENTEMENTE NEL CORSO DELL'ANNO		QUALCHE VOLTA NEL CORSO DELL'ANNO		MAI- QUASI MAI	
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019
MASCHI	26,6	**-7,7**	7,9	**-0,6**	3	**-0,9**	2,6	**0,2**	59,8	**8,9**
FEMMINE	22	**-8**	6,9	**1,8**	2,4	**-0,2**	1,6	**-0,3**	67,1	**6,7**
3-10 ANNI	25	**-10,6**	10,8	**0,9**	5	**1,9**	1,7	**-0,6**	57,5	**8,3**
11-14 ANNI	28,4	**-13,3**	11,1	**4,1**	1,2	**-3**	1,2	**-0,2**	58	**12,2**
15-24 ANNI	30	**-10,9**	15	**7,3**	1	**-4,6**	2	**-1,5**	52	**9,7**
25-49 ANNI	17,7	**-11,2**	7,3	**-0,8**	4,2	**-0,2**	3,9	**1,2**	67	**11,2**
50 + ANNI	29,3	**-1,8**	2,8	**-1,4**	0,9	**-0,1**	0,3	**-0,9**	66,6	**4,2**
NORD OVEST	27,8	**-5,4**	5,4	**-0,8**	1,4	**-1,2**	2,2	**0,4**	63,2	**7,1**
NORD EST	22,3	**-6,2**	5,2	**-1,6**	3,1	**0,1**	1,5	**0,3**	67,9	**7,3**
CENTRO	25,9	**-9**	10,3	**2,3**	3,8	**0,6**	2,7	**1,1**	57,3	**4,9**
SUD + ISOLE	21,7	**-10,4**	8,7	**1,9**	2,9	**-0,9**	2,1	**-1,1**	64,6	**10,3**
FINO A 30 MILA	25,2	**-6**	7,7	**0,8**	2,5	**-0,6**	1,9	**-0,2**	62,7	**6**
30-100 MILA	21,7	**-10,1**	7	**-0,1**	2,2	**-1,1**	2,2	**0,9**	66,8	**10,3**
OLTRE 100 MILA	24,8	**-9,4**	7,1	**0,5**	3,6	**0,3**	2,4	**-0,6**	62,2	**9,2**

Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Tabella 10.6: Quanto spesso usi questi canali piattaforme? (%). Focus SVOD– profilatura audience 2020 vs 2019.

SVOD	TUTTI I GIORNI O QUASI		SETTIMANALMENTE - PIÙ VOLTE AL MESE		FREQUENTEMENTE NEL CORSO DELL'ANNO		QUALCHE VOLTA NEL CORSO DELL'ANNO		MAI- QUASI MAI	
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019
MASCHI	34,9	**0,9**	17,5	**2,6**	5,7	**1,2**	3	**-1,4**	38,8	**-3,4**
FEMMINE	39,8	**4,1**	12,4	**1,8**	4,2	**-0,5**	5,8	**2,7**	38	**-7,9**
3-10 ANNI	39,2	**-1,7**	10	**-3,6**	8,3	**2,2**	1,7	**-1,4**	40,8	**4,4**
11-14 ANNI	51,8	**1,8**	23,5	**12,4**	0	**-1,4**	3,7	**2,3**	21	**-15,1**
15-24 ANNI	50	**-4,2**	21	**9,1**	6	**1,1**	5	**-0,6**	18	**-5,2**
25-49 ANNI	35,1	**-1,3**	14,9	**1,8**	5,2	**-1,2**	4,2	**-1,2**	40,8	**2,1**

50 + ANNI	31,9	**8,2**	12,8	**0,2**	4,1	**1,5**	5,8	**3,8**	45,5	**-13,7**
NORD OVEST	39,4	**-0,8**	15,6	**3,6**	4,6	**0,7**	3,2	**0,6**	37,2	**-4,1**
NORD EST	39,4	**10,2**	12,4	**-0,1**	4,7	**0,5**	4,7	**2,1**	38,9	**-12,6**
CENTRO	41,1	**6,5**	15,7	**1**	4,8	**-1,2**	7,5	**3,1**	30,8	**-9,7**
SUD + ISOLE	32,8	**-1**	15,4	**3**	5,2	**0,4**	3,5	**-1,5**	43,2	**-0,8**
FINO A 30 MILA	36,5	**3,2**	16,6	**5,4**	5,2	**1**	4,4	**0,4**	37,3	**-9,7**
30-100 MILA	35	**-2,2**	15	**-0,2**	4,9	**1,1**	4,4	**2**	40,7	**-0,6**
OLTRE 100 MILA	41,3	**6,4**	11,4	**-1,4**	4,4	**-1,6**	4,3	**-0,2**	38,6	**-3,1**

Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Tabella 10.7: Quanto spesso usi questi canali piattaforme? (%). Focus VOD– profilatura audience 2020 vs 2019

FOCUS VOD	TUTTI I GIORNI O QUASI		SETTIMANALMENTE - PIÙ VOLTE AL MESE		FREQUENTEMENTE NEL CORSO DELL'ANNO		QUALCHE VOLTA NEL CORSO DELL'ANNO		MAI- QUASI MAI	
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019
MASCHI	3,4	**-3**	8,4	**1,1**	4,2	**-0,5**	2,4	**-1,4**	81,5	**3,7**
FEMMINE	5,1	**-2,2**	6,1	**-0,1**	4,6	**0**	3,4	**-0,6**	80,9	**2,9**
3-10 ANNI	7,5	**-1,6**	10	**7**	3,4	**-4,1**	2,5	**-2**	76,7	**0,9**
11-14 ANNI	8,6	**-13,6**	7,4	**-0,9**	3,7	**-1,9**	3,7	**-1,9**	76,5	**18,2**
15-24 ANNI	6	**-6,6**	9	**-1,5**	8	**5,9**	1	**-5,3**	76	**7,7**
25-49 ANNI	4,4	**-2,4**	8	**-0,6**	5,2	**-0,9**	4,2	**-0,2**	78,2	**4**
50 + ANNI	1,2	**-1,2**	4,5	**0,3**	2,9	**0,1**	1,9	**-0,3**	89,5	**1,2**
NORD OVEST	3,3	**-4,7**	5,7	**-0,6**	4,7	**0,8**	1,8	**-0,8**	84,5	**5,4**
NORD EST	2,1	**-2,5**	6,7	**2,1**	5,2	**0,2**	2,6	**-1,6**	83,4	**1,6**
CENTRO	4,9	**0,1**	7,6	**-0,8**	3,2	**-1,6**	4,4	**0,4**	80	**1,8**
SUD + ISOLE	6,1	**-2**	8,4	**1**	4,3	**-0,7**	3,2	**-1,6**	78	**3,1**
FINO A 30 MILA	4,1	**-2,8**	5,2	**-0,6**	4,6	**-0,1**	2,9	**-0,4**	83,3	**4**
30-100 MILA	4	**-2,8**	11,1	**1,9**	4,5	**-0,1**	3,6	**-2,3**	77	**3,6**
OLTRE 100 MILA	5,1	**-1,7**	7,9	**2,1**	4	**-0,5**	2,4	**-0,6**	80,7	**0,8**

Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Tabella 10.8: Quanto spesso usi questi canali piattaforme? (%). Focus YouTube – profilatura audience 2020 vs 2019

YOUTUBE	TUTTI I GIORNI O QUASI		SETTIMANALMENTE - PIÙ VOLTE AL MESE		FREQUENTEMENTE NEL CORSO DELL'ANNO		QUALCHE VOLTA NEL CORSO DELL'ANNO		MAI- QUASI MAI	
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019
MASCHI	57,7	**-7,7**	19,5	**1,9**	5,5	**0,7**	2	**-0,1**	15,2	**5,3**
FEMMINE	56,1	**-6,5**	21,1	**1,3**	5,1	**1**	3,4	**0,4**	14,4	**4**
3-10 ANNI	53,3	**-21,7**	16,7	**3,9**	10	**6,9**	5,8	**4,2**	14,2	**6,6**
11-14 ANNI	82,7	**10,5**	9,8	**-6,9**	1,2	**-0,2**	1,2	**-0,2**	4,9	**-3,4**
15-24 ANNI	80	**2,5**	12	**-5,7**	2	**-0,1**	2	**2**	4	**1,2**
25-49 ANNI	58,2	**-13**	24,9	**8,5**	4,7	**1,5**	2,4	**-0,5**	9,9	**3,5**
50 + ANNI	42,6	**-5,3**	21,3	**-2,3**	6,3	**-1,1**	2,6	**-0,8**	27,1	**9,5**
NORD OVEST	52,3	**-5,4**	22,4	**3**	5	**-0,5**	2,9	**0,3**	17,3	**2,4**
NORD EST	51,3	**-8,2**	18,6	**-2,6**	5,7	**1,6**	5,2	**2,1**	19,2	**7,1**
CENTRO	59,4	**-5,6**	19,5	**0,9**	5,4	**-0,2**	1,6	**-0,8**	14,1	**5,8**
SUD + ISOLE	62,3	**-8,3**	20	**3**	5,2	**1,8**	1,7	**-0,7**	10,7	**4,2**
FINO A 30 MILA	59,5	**-3,4**	18,7	**-0,3**	4,8	**-0,3**	2,6	**-0,1**	14,4	**4,1**
30-100 MILA	54,4	**-11,9**	23,9	**5,5**	6,2	**2,1**	4,4	**2,8**	11,1	**1,6**
OLTRE 100 MILA	54	**-9,8**	20,5	**1,9**	5,5	**1,7**	1,2	**-2,1**	18,9	**8,3**

Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Tabella 10.9: Quanto spesso usi questi canali piattaforme? (%). Focus Torrent e siti pirata – profilatura audience 2020 vs 2019

TORRENT	TUTTI I GIORNI O QUASI		SETTIMANALMENTE - PIÙ VOLTE AL MESE		FREQUENTEMENTE NEL CORSO DELL'ANNO		QUALCHE VOLTA NEL CORSO DELL'ANNO		MAI- QUASI MAI	
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019
MASCHI	3,6	**-2,5**	6,1	**-1,1**	3,4	**-0,9**	3,6	**-0,2**	83,1	**4,5**
FEMMINE	3	**-1,8**	3,6	**-2**	2,4	**0,1**	2,2	**-0,7**	89	**4,4**
3-10 ANNI	1,7	**0,9**	4,2	**-2,6**	2,5	**0,9**	3,3	**2,5**	88,3	**-1,9**
11-14 ANNI	3,7	**-8,8**	5	**0,8**	2,5	**1,1**	1,2	**-1,6**	87,7	**8,5**
15-24 ANNI	7	**-1,4**	7	**-6,4**	8	**1,7**	6	**1,8**	72	**4,4**
25-49 ANNI	4,2	**-3,5**	6,5	**-1,9**	3,4	**-1,4**	3,1	**-1**	82,9	**7,8**
50 + ANNI	1,6	**-0,6**	2,2	**-0,2**	1	**-0,4**	1,9	**-1,1**	93,3	**2,4**
NORD OVEST	2,5	**-1,1**	4,3	**1,4**	2,5	**0,4**	2,9	**-1,2**	87,7	**0,5**
NORD EST	2,1	**-4,3**	1,5	**-4,2**	3,1	**0,8**	2,1	**-0,5**	91,2	**8,2**
CENTRO	3,3	**-1,1**	7	**-1**	3,2	**0**	2,7	**-0,1**	83,8	**2,1**
SUD + ISOLE	4,6	**-2,2**	5,8	**-3**	2,9	**-1,9**	3,4	**0**	83,2	**6,8**
FINO A 30 MILA	4	**0,1**	3,2	**-1,5**	3,2	**0,2**	3,4	**0,5**	86	**0,6**
30-100 MILA	2,7	**-3,8**	6,2	**-1,4**	2,7	**0**	2,6	**-2,8**	85,8	**8,1**
OLTRE 100 MILA	2,4	**-4,4**	6,7	**-1,4**	2,4	**-1,9**	2	**0**	86,6	**7,7**

Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

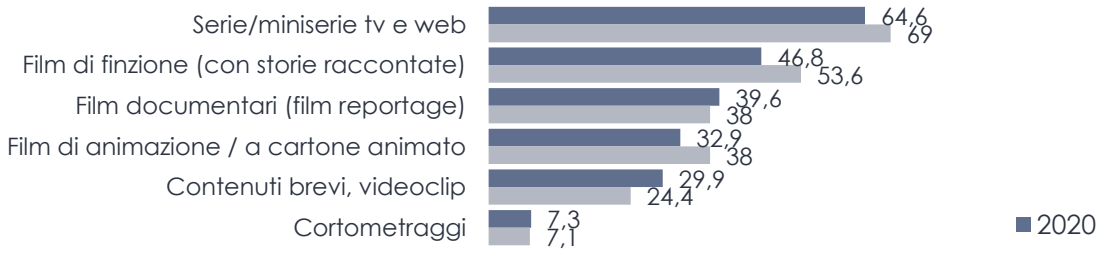
Tabella 10.10: Quanto spesso usi questi canali piattaforme? (%). Focus sala – profilatura audience 2020 vs 2019

SALA	TUTTI I GIORNI O QUASI		SETTIMANALMENTE - PIÙ VOLTE AL MESE		FREQUENTEMENTE NEL CORSO DELL'ANNO		QUALCHE VOLTA NEL CORSO DELL'ANNO		MAI- QUASI MAI	
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019
MASCHI	1,6	**-1,1**	12,6	**-6,2**	29	**-3,1**	25,2	**-0,9**	31,5	**11,2**
FEMMINE	1,4	**-1,2**	12	**-7**	26,6	**-5,1**	27,8	**0,8**	32,3	**12,6**
3-10 ANNI	3,4	**1,1**	9,1	**-7,5**	27,5	**-5,9**	30,8	**0,5**	29,2	**11,8**
11-14 ANNI	2,4	**-6**	17,2	**-12**	37	**-6**	24,7	**15**	18,5	**8,8**
15-24 ANNI	1	**-3,9**	20	**-11,7**	38	**4,9**	25	**1,7**	16	**9**
25-49 ANNI	1,5	**-1,6**	13	**-6,4**	28	**-3,5**	27,5	**0,1**	29,9	**11,1**
50 + ANNI	0,6	**-0,2**	9	**-4,7**	22	**-8,1**	24,6	**-3,5**	43,9	**16,6**
NORD OVEST	1,1	**0,3**	10,1	**-4,7**	29,6	**-6,2**	22,8	**-4,1**	36,5	**14,8**
NORD EST	0,5	**-2,5**	11,4	**-5,3**	25,9	**-3,3**	31,1	**0,4**	31,1	**10,6**
CENTRO	1	**-1,8**	12,4	**-8,2**	25,4	**-5,6**	30,9	**6,7**	30,3	**8,9**
SUD + ISOLE	2,6	**-1,2**	14,5	**-7,7**	28,7	**-2,2**	24,6	**-0,8**	29,6	**11,8**
FINO A 30 MILA	1	**-1**	11,6	**-4,4**	24,4	**-6,1**	26,5	**-1,3**	36,5	**12,8**
30-100 MILA	1,8	**-2**	14,2	**-4**	30,1	**-6,6**	28,4	**4,8**	25,7	**8**
OLTRE 100 MILA	2,4	**-0,1**	12,2	**-11,9**	32,7	**3,1**	24,8	**-2,6**	28	**11,7**

Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

10.3. FORMATI E TIPOLOGIE DI CONTENUTO

Figura 10.1: Quali sono i contenuti che guardi più spesso? Risposta multipla (%) Dati 2020 vs 2019



Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Tabella 10.11: Quali sono i contenuti che guardi più spesso? Risposta multipla (%). Profilo audience 2020 vs 2019

CONTENUTI GUARDATI PIÙ SPESSO	SERIE/MINISERIE TV E WEB		FILM DI FINZIONE		FILM DOCUMENTARI		FILM DI ANIMAZIONE		CONTENUTI BREVI		CORTOMETRAGGI	
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019
MASCHI	57,1	**-4,4**	44,9	**-11,9**	43,5	**2,2**	32,5	**-3,3**	31,1	**6,5**	8,3	**0,6**
FEMMINE	71,9	**-4,7**	48,6	**-1,7**	35,8	**1,1**	33,3	**-6,8**	28,7	**4,4**	6,3	**-0,3**
3-10 ANNI	35	**-3,6**	14,2	**-10,8**	22,5	**9,6**	85	**-5,2**	40,8	**5,2**	10	**0,2**
11-14 ANNI	64,2	**1,7**	34,6	**-11,2**	19,8	**-14,9**	50,6	**-11,9**	64,2	**30,9**	8,6	**3**
15-24 ANNI	64	**-14,2**	44	**-12,3**	25	**3,2**	33	**-15,6**	39	**10,8**	8	**-1,2**
25-49 ANNI	74	**-4,3**	47,3	**-4,6**	36,9	**4,4**	27,8	**-12,3**	29,6	**4**	5,2	**1,5**
50 + ANNI	64,6	**-0,2**	62,7	**-0,7**	59,2	**3**	14,6	**-0,3**	14,3	**-3,5**	8,3	**-1,6**
NORD OVEST	69,3	**6,9**	47,7	**-6,6**	37,5	**-6,6**	32,9	**0,8**	27,4	**3,4**	6,9	**0,1**
NORD EST	61,1	**-4,8**	43,5	**-9,5**	43,5	**3,7**	30,6	**-5,4**	25,4	**2,3**	8,8	**4,3**
CENTRO	59,5	**-13,1**	43,8	**-12,2**	45,9	**11**	36,8	**-0,5**	32,4	**11,4**	8,6	**-0,9**
SUD + ISOLE	65,5	**-8,4**	49,6	**-2,5**	35,7	**1,6**	32,2	**-11,6**	33	**5,9**	6,1	**-1,4**
FINO A 30 MILA	65,8	**-2,4**	42,7	**-7,6**	40,2	**3,8**	34,6	**-3,6**	29,6	**2,8**	7,1	**1,1**
30-100 MILA	61,9	**-9,6**	46	**-5,4**	33,6	**-5,8**	32,7	**-5,3**	32,7	**6,3**	8	**1,2**
OLTRE 100 MILA	64,6	**-3,5**	55,9	**-4,9**	43,7	**4,3**	29,5	**-7,9**	28	**9,2**	7,1	**-2,2**

Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

10.3.1. Il contenuto filmico

Tabella 10.12: Quanti film guardi in una settimana indipendentemente da dove li guardi (%)? Dati 2020 vs 2019

FILM VISTI IN UNA SETTIMANA	MEDIA ANNUALE		Δ	
	2020	2019		
NESSUNO MENO DI UNO A SETTIMANA	9,8	9,5	**0,3**	
UNO CIRCA ALLA SETTIMANA	26,3	27,2	**-0,9**	
2-3 A SETTIMANA	44,5	46,2	**-1,7**	
UNO AL GIORNO	19,4	17	**2,4**	

Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Tabella 10.13: Quanti film guardi in una settimana indipendentemente da dove li guardi? (%). Media 2020 vs 2019 su profili audience

FILM VISTI IN UNA SETTIMANA	2020	2019	Δ
MASCHI	2,67	2,45	**0,22**
FEMMINE	2,8	2,79	**0,01**
3-10 ANNI	1,94	1,83	**0,11**
11-14 ANNI	2,64	2,63	**0,01**
15-24 ANNI	2,74	3,07	**-0,33**
25-49 ANNI	2,68	2,44	**0,24**
50 + ANNI	3,13	2,9	**0,23**
NORD OVEST	2,51	2,65	**-0,14**
NORD EST	2,74	2,29	**0,45**
CENTRO	2,69	2,55	**0,14**
SUD + ISOLE	2,93	2,8	**0,13**
FINO A 30 MILA	2,7	2,52	**0,18**
30-100 MILA	2,79	2,69	**0,1**
OLTRE 100 MILA	2,76	2,71	**0,05**

Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

10.3.2. Il prodotto filmico: strumenti e frequenza di visione

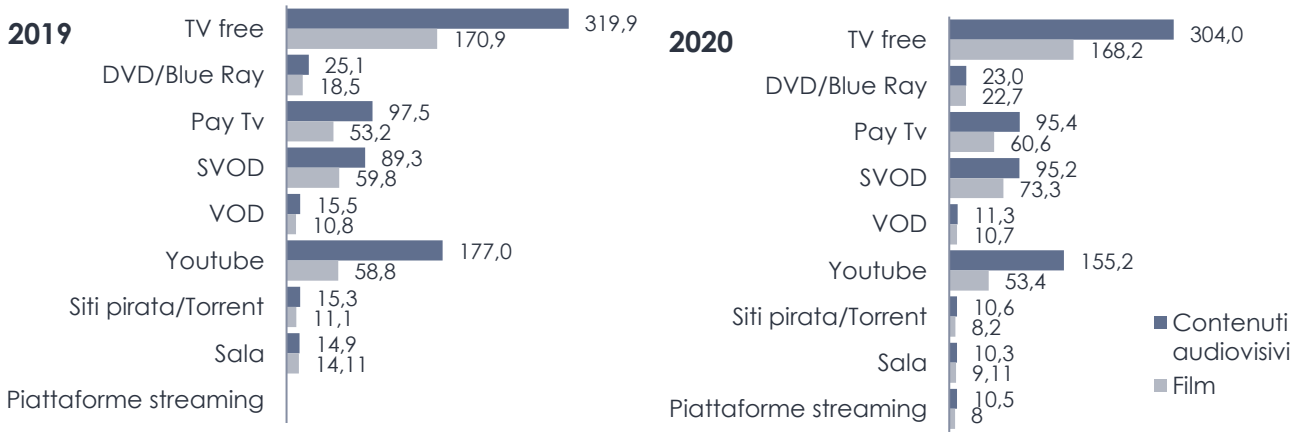
Tabella 10.14: Quanto spesso usi queste piattaforme per vedere film? (%)

DATI 2020 VS 2019	TV FREE		DVD BLUE-RAY		PAY TV		SVOD (AP+N)		VOD	
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019
TUTTI I GIORNI O QUASI	60	**-1,1**	8,3	**1,5**	24	**2,8**	29,8	**6,3**	3,7	**-1,1**
SETTIMANALMENTE/PIÙ VOLTE AL MESE	22,1	**-1**	17,2	**3,2**	15	**3,5**	18,2	**1,1**	6,8	**1**
FREQUENTEMENTE NEL CORSO DELL'ANNO	5,9	**0,2**	9,7	**-1,5**	4,7	**0,3**	6,7	**0,7**	6	**1,2**
QUALCHE VOLTA NEL CORSO DELL'ANNO	2,4	**-0,1**	11,8	**1,4**	2,6	**-0,6**	3,7	**-0,3**	2,8	**-1,1**
QUASI MAI/MAI	9,6	**2**	53	**-4,6**	53,7	**-6,1**	41,6	**-7,6**	80,7	**0**

DATI 2020 VS 2019	YOUTUBE		TORRENT		SALA		PIATTAFORME LOCK DOWN
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	
TUTTI I GIORNI O QUASI	19,3	**-1,9**	2,7	**-1**	1,8	**-0,9**	**2,3**
SETTIMANALMENTE/PIÙ VOLTE AL MESE	11,6	**-0,4**	5	**-0,7**	8,6	**-8,9**	**5,6**
FREQUENTEMENTE NEL CORSO DELL'ANNO	6,8	**-0,9**	4,2	**0,7**	20,3	**-11,1**	**4,3**
QUALCHE VOLTA NEL CORSO DELL'ANNO	5,8	**0,3**	2,8	**-0,8**	18,8	**-7,3**	**2**
QUASI MAI/MAI	56,5	**3**	85,3	**1,9**	50,5	**28,1**	**85,8**

Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Figura 10.2: Quanto spesso usi queste piattaforme per vedere film? (%). Visione film vs contenuti audiovisivi. Media annuale in giorni



Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

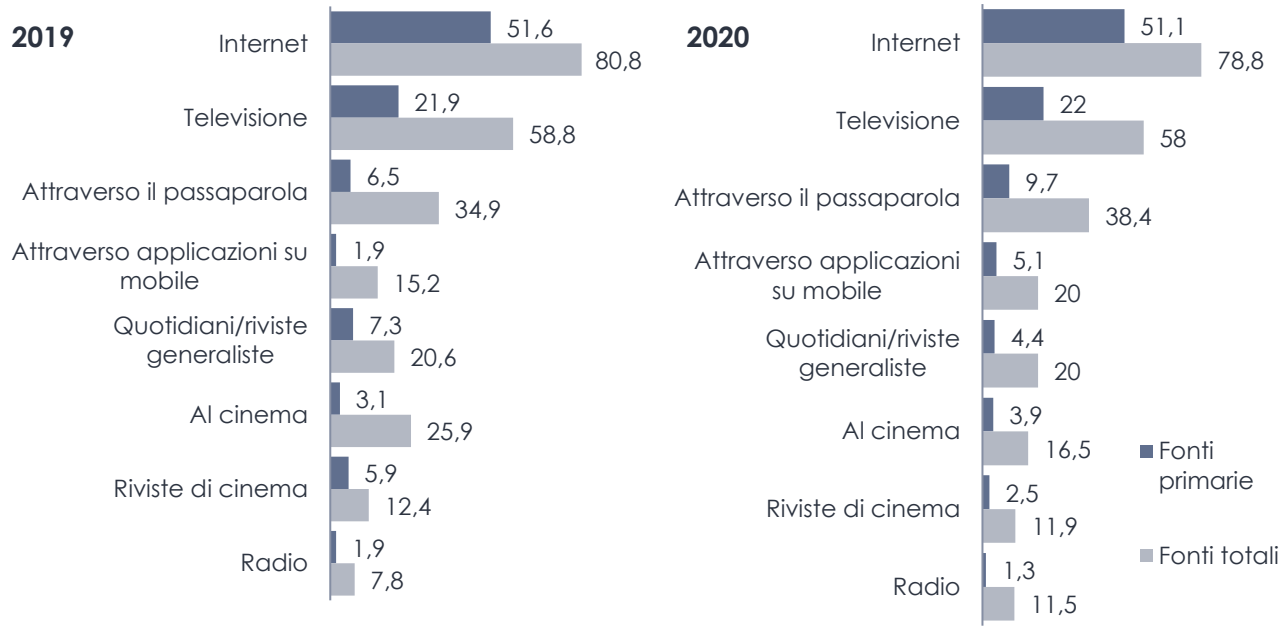
Tabella 10.15: Quanto spesso usi queste piattaforme per vedere film? (%)

FILM VISTI IN UNA SETTIMANA	2020	2019	Δ
MASCHI	2,67	2,45	**0,22**
FEMMINE	2,8	2,79	**0,01**
3-10 ANNI	1,94	1,83	**0,11**
11-14 ANNI	2,64	2,63	**0,01**
15-24 ANNI	2,74	3,07	**-0,33**
25-49 ANNI	2,68	2,44	**0,24**
50 + ANNI	3,13	2,9	**0,23**
NORD OVEST	2,51	2,65	**-0,14**
NORD EST	2,74	2,29	**0,45**
CENTRO	2,69	2,55	**0,14**
SUD + ISOLE	2,93	2,8	**0,13**
FINO A 30 MILA	2,7	2,52	**0,18**
30-100 MILA	2,79	2,69	**0,1**
OLTRE 100 MILA	2,76	2,71	**0,05**

Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

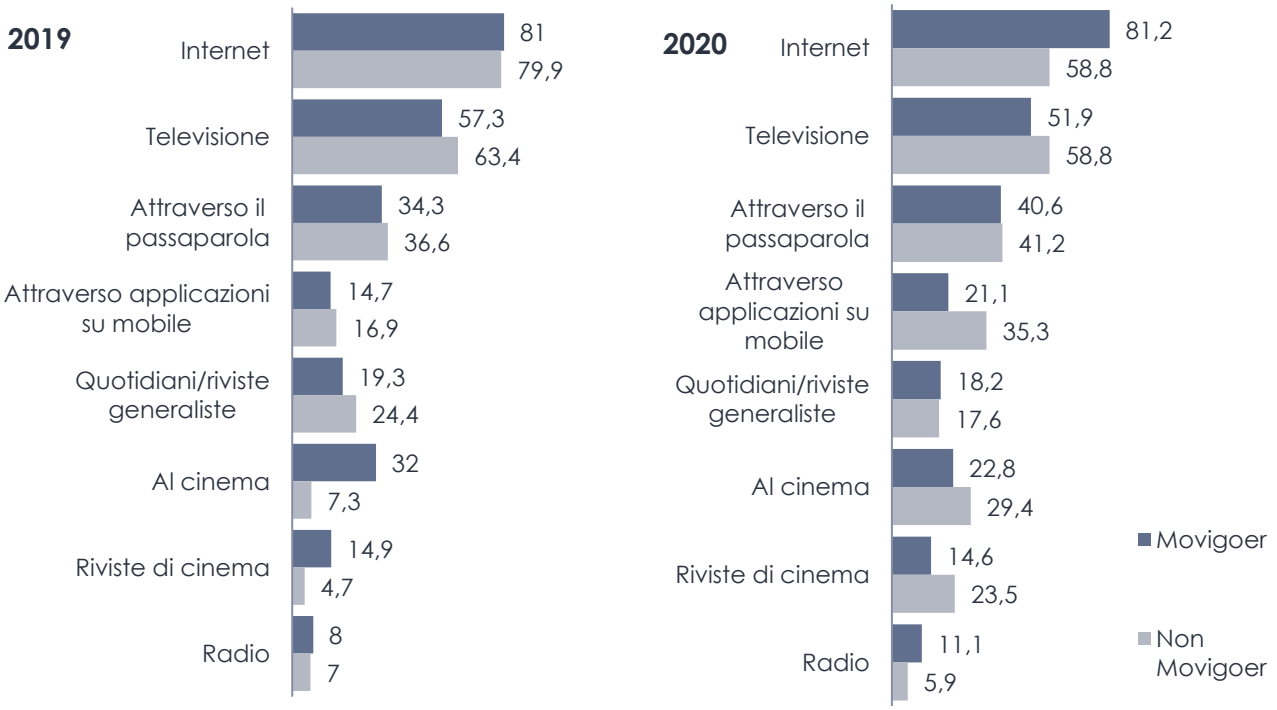
10.3.3. Il prodotto filmico: la scelta

Figura 10.3: Dove cerchi più spesso le informazioni sui film? (%). Fonti primarie vs fonti totali. Dati 2020 vs 2019



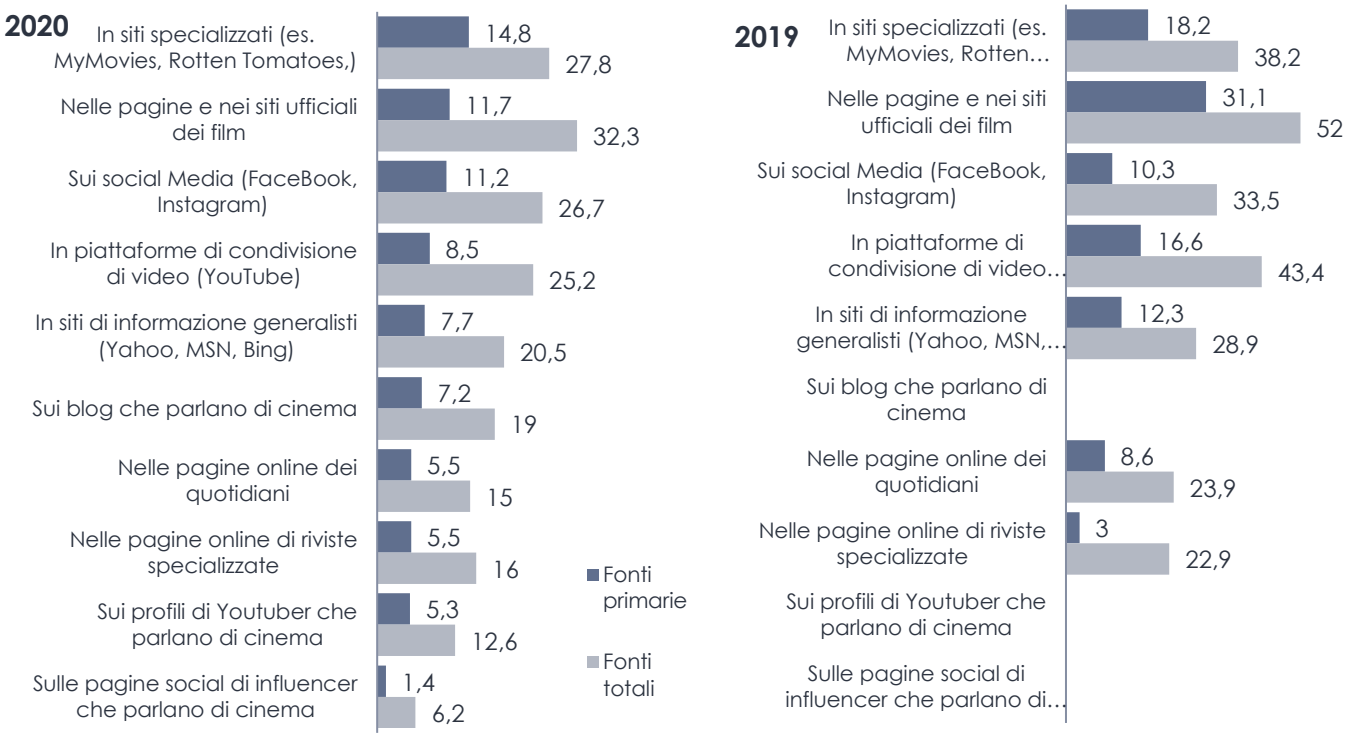
Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Figura 10.2: Dove cerchi più spesso le informazioni sui film? (%). Moviegoer vs no moviegoer. Dati 2020 vs 2019



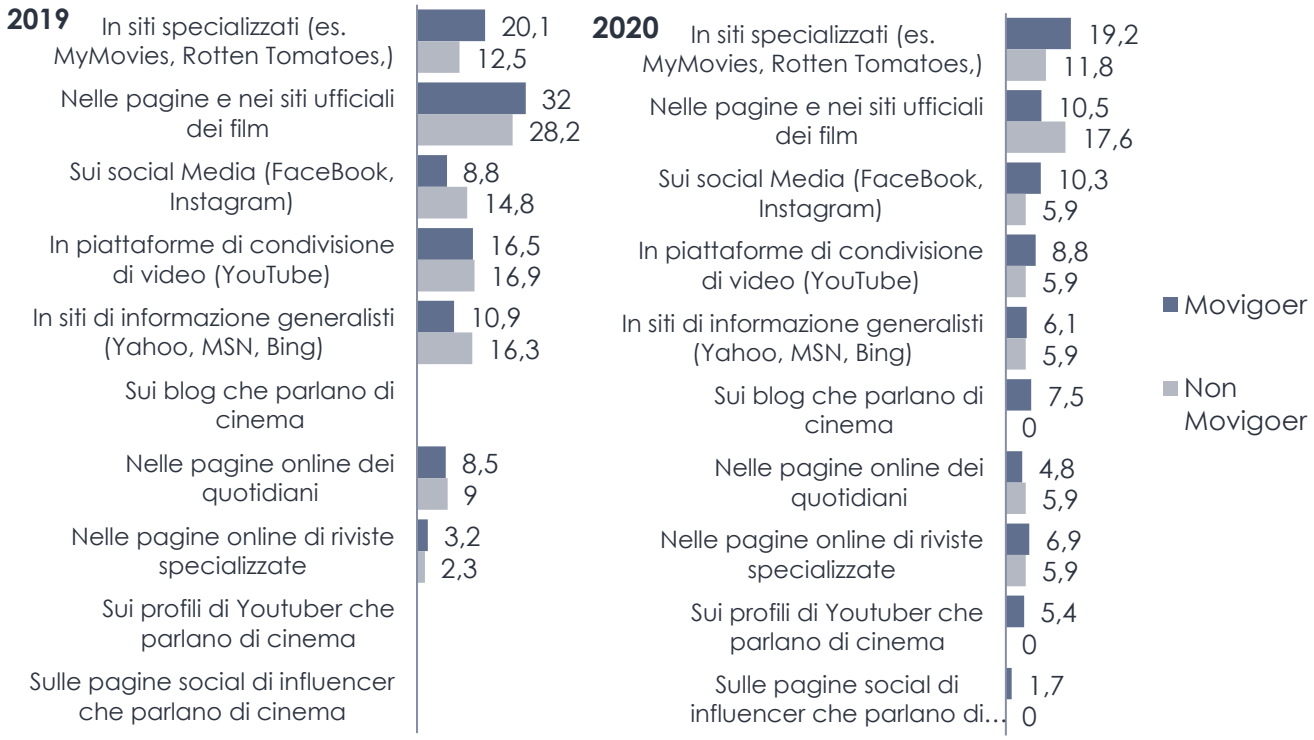
Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Figura 10.3: In riferimento a internet dove cerchi più spesso le informazioni sui film? (%). Fonti primarie vs fonti principali. Dati 2020 vs 2019



Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

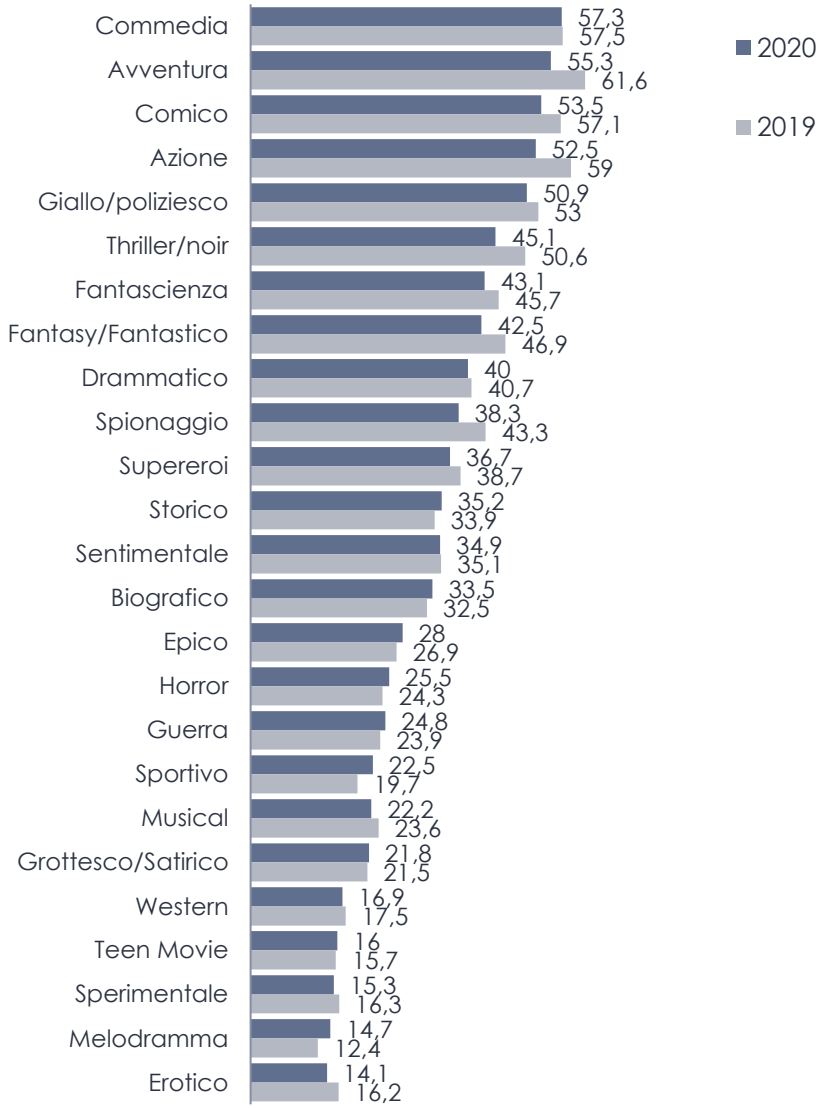
Figura 10.4: In riferimento a internet dove cerchi più spesso le informazioni sui film? (%). Moviegoer vs non Moviegoer Dati 2020 vs 2019



Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

10.3.4. Il film: i generi

Figura 10.5: Quali generi di film ti piacciono? Risposta multipla (%). Dati 2020 vs 2019



Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Tabella 10.16: Quali generi di film di piacciono? (%). Dati 2020 vs 2019

GENERI DI FILM CHE PIACCIONO DI PIU'	MASCHI		FEMMINA		3-10 ANNI		11-14 ANNI		15-24 ANNI		25-49 ANNI		50+ ANNI	
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019
COMMEDIA	51,2	**-1,4**	63,2	**0,6**	40	**5,2**	46,9	**-10**	63	**-2,5**	64,9	**1,3**	55,4	**0,9**
AVVENTURA	61,4	**-5,6**	49,4	**-6,7**	44,2	**-4,3**	66,7	**1,4**	68	**0,4**	54,5	**-8,9**	53,5	**-7,3**
COMICO	57,3	**0,5**	49,8	**-7,5**	44,2	**-2**	49,4	**-17,3**	65	**-4,7**	53	**-3,8**	55,1	**-0,1**
AZIONE	62	**-3,9**	43,3	**-8,7**	30	**1,2**	54,3	**-11**	59	**-9,3**	57,1	**-3,8**	52,9	**-8,3**
GIALLO/POLIZIESCO	46,7	**-5,1**	54,9	**0,8**	17,5	**10,7**	35,8	**-11,4**	48	**0,1**	52,5	**1,2**	66,6	**-2,9**
THRILLER/NOIR	45,5	**-4,6**	44,7	**-6,3**	12,5	**4,2**	25,9	**-14,4**	45	**-7,8**	56,4	**-2**	48,7	**-5**
FANTASCIENZA	51,8	**-0,9**	34,6	**-4,1**	36,7	**-4,2**	55,6	**-4,1**	50	**-2,8**	46,5	**0,3**	36	**-6,4**
FANTASY/FANTASTICO	46,7	**-0,2**	38,4	**-8,5**	49,2	**-13,7**	59,3	**-7,4**	60	**1,5**	42,1	**-5**	30,6	**-5,6**

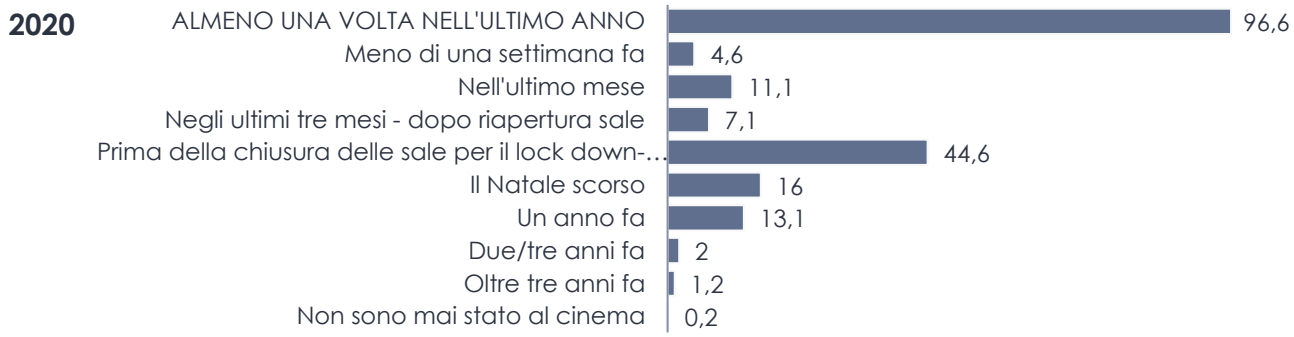
DRAMMATICO	33,9	**-1**	45,9	**-0,7**	16,7	**12,2**	18,5	**-12,1**	31	**-8,4**	48,8	**1,2**	46,5	**2,1**
SPIONAGGIO	43,5	**-5,6**	33,3	**-4,1**	15	**5,2**	28,4	**-18,8**	37	**-3,1**	41	**-1,8**	46,8	**-6,3**
SUPEREROI	43,3	**-1,3**	30,3	**-2,6**	60	**-10,5**	56,8	**-7,1**	57	**2,8**	35,6	**-2,4**	17,5	**-5,5**
STORICO	38,4	**2**	32,1	**0,7**	13,3	**5**	22,2	**-7**	27	**-3,3**	39,7	**5,1**	43,9	**2,3**
SENTIMENTALE	21,7	**2,5**	47,6	**-3,5**	18,3	**9,2**	27,2	**-6,1**	38	**-3,5**	35,8	**-1,1**	41,1	**2,7**
BIOGRAFICO	28,7	**0,1**	38,2	**1,6**	14,2	**9,7**	17,3	**-10,5**	25	**-6**	40,3	**2,1**	39,5	**4,8**
EPICO	33,9	**6,1**	22,2	**-3,7**	19,2	**7,8**	23,5	**-5,7**	31	**-0,7**	30,1	**1,9**	29	**1,3**
HORROR	27,8	**-0,2**	23,2	**2,6**	9,2	**3,9**	29,6	**-1**	28	**-13,5**	34,3	**4,6**	19,1	**1,7**
GUERRA	34,6	**-2**	15,4	**4,3**	11,7	**4,9**	17,3	**-10,5**	27	**3,1**	29,4	**5,2**	25,5	**-2,2**
SPORTIVO	29,9	**0,5**	15,4	**5,5**	21,7	**5,8**	34,6	**6,8**	27	**5,2**	26	**5,4**	14	**-3,8**
MUSICAL	15,4	**-0,5**	28,7	**-2,7**	22,5	**2,8**	22,2	**-5,6**	27	**-6,8**	20,3	**1,6**	22,9	**-4**
GROTTESCO/SATIRICO	24,8	**1,5**	18,9	**-0,8**	15,8	**9**	24,7	**-5,9**	26	**4,9**	24,4	**0,1**	18,8	**-2,2**
WESTERN	24,8	**0,1**	9,3	**-1**	10	**3,2**	12,3	**-8,5**	13	**0,3**	19,2	**4,8**	19,1	**-5,7**
TEEN MOVIE	15,9	**0,7**	16,1	**-0,2**	35	**4,7**	42	**-3,8**	29	**-2**	11,9	**-1,6**	2,9	**-2,8**
SPERIMENTALE	16,3	**1,1**	14,4	**-3**	12,5	**5,7**	16	**-7,6**	18	**-3,1**	18,2	**-0,6**	11,8	**-1,7**
MELODRAMMA	11,2	**4,2**	18,1	**0,2**	11,7	**8,7**	7,4	**-3,7**	18	**1,1**	18,2	**4,9**	12,4	**-0,3**
EROTICO	19,1	**-2,1**	9,3	**-2**	0	**-3,8**	0	**-18,1**	6	**-15,1**	24,7	**4,6**	12,7	**-0,8**

Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

10.4. LA VISIONE DEL FILM IN SALA

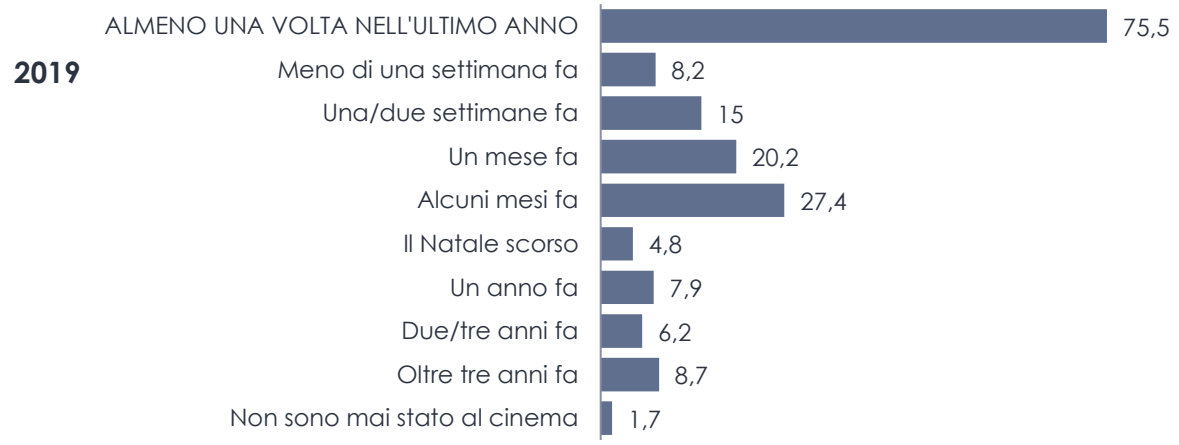
10.4.1. Frequenza del moviegoing

Figura 10.6: Quando sei andato l'ultima volta al cinema? (%) Dati 2020



Fonte: Indagine Pubblici 2020

Figura 10.7: Quando sei andato l'ultima volta al cinema? (%) Dati 2019



Fonte: Indagine Pubblici 2019

10.4.2. La visione in sala dopo il lockdown

Figura 10.9: Come valuti il ritorno in sala dopo il lock down? (%)

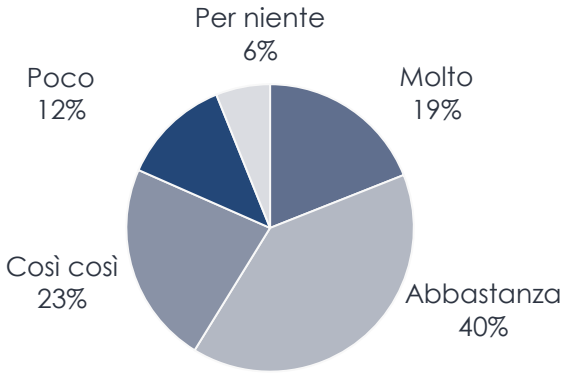
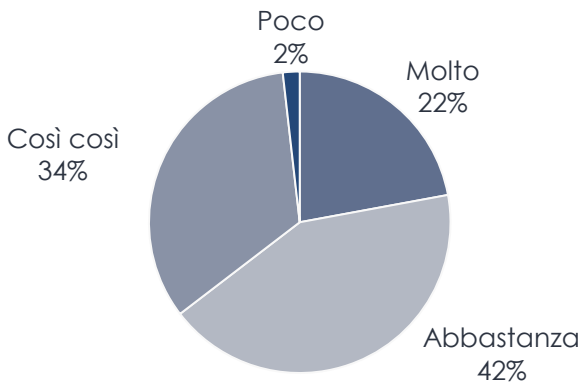
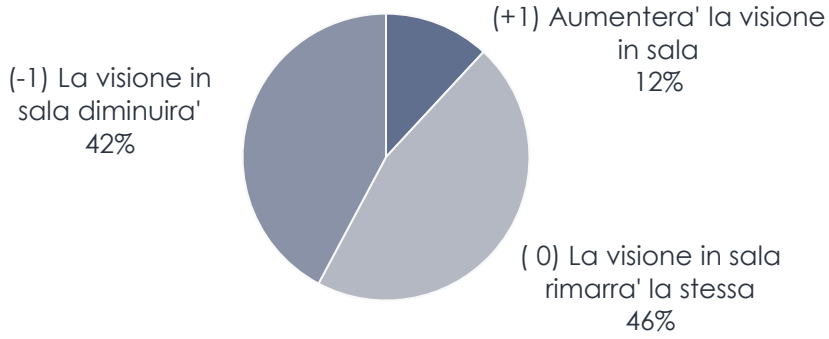


Figura 10.8: Quanto ti è mancato andare al cinema? (%)



Fonte: Indagine Pubblici 2020

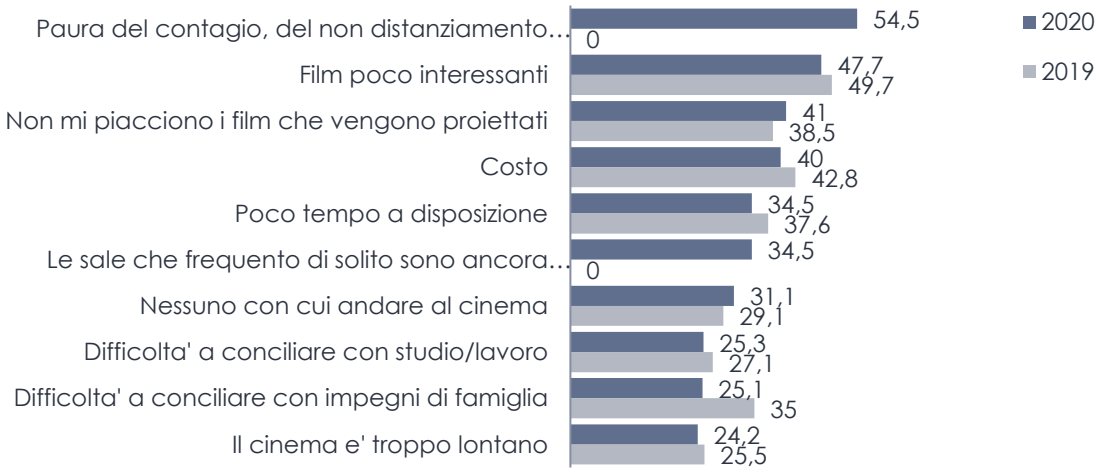
Figura 10.10: In futuro come prevedi che si modificherà la frequenza di visione post lock down? (%)



Fonte: Indagine Pubblici 2020

10.4.3. I freni al consumo in sala

Figura 10.11: Quanto contano questi fattori nella scelta di NON andare al cinema? (% di chi ha risposto molto o moltissimo)



Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Tabella 10.17: Quanto contano questi fattori nella scelta di NON andare al cinema? Profilo audience 2020 vs 2019 (%) di chi ha risposto molto o moltissimo

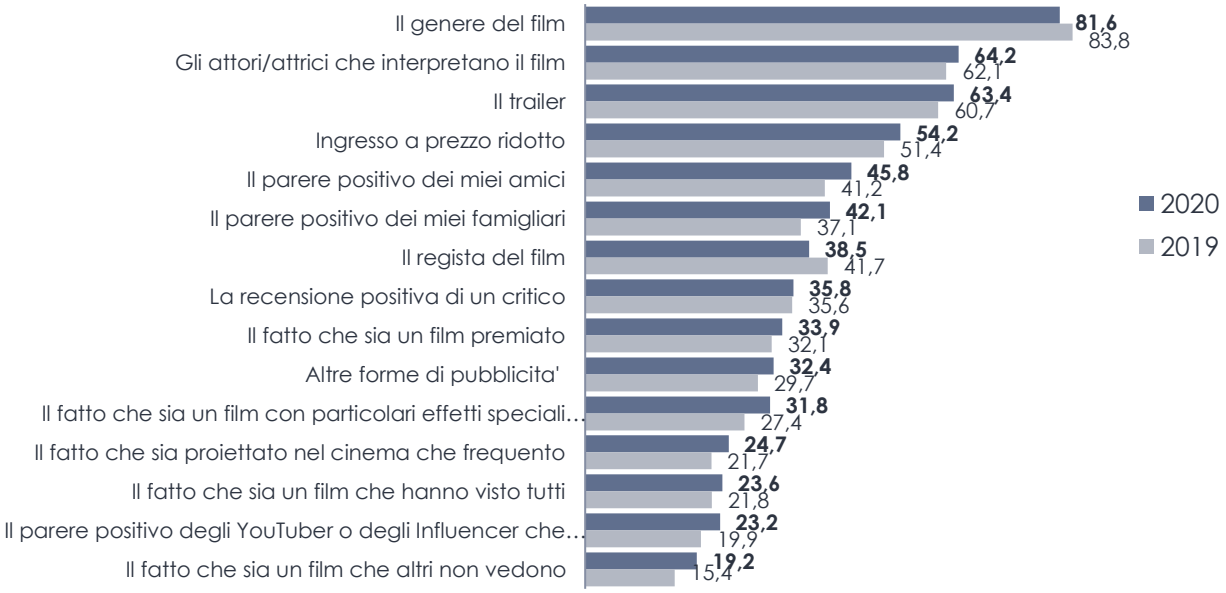
FATTORI OSTATIVI ALLA VISIONE IN SALA	NESSUNO CON CUI ANDARE		DIFFICOLTÀ A CONCILIARE CON IMPEGNI DI LAVORO		DIFFICOLTÀ A CONCILIARE CON IMPEGNI FAMILIARI		IL CINEMA È TROPPO LONTANO	
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019
MASCHI	31	**2,9**	22,4	**-3,2**	24,9	**-6,9**	24,9	**0,6**
FEMMINE	31,2	**1,2**	28	**-0,6**	25,2	**-13,1**	23,6	**-3,1**
3-10 ANNI	21,2	**-5,3**	30,3	**1,5**	34,8	**-3,8**	22,7	**5,3**
11-14 ANNI	42,6	**9,3**	25,5	**-3,7**	19,1	**-15,6**	27,7	**-1,5**
15-24 ANNI	33,9	**-1,3**	33,9	**1,5**	38,7	**3,5**	24,2	**-6,1**
25-49 ANNI	32,8	**4,4**	24,9	**-3,3**	23,9	**-11,3**	26,4	**0,5**
50 + ANNI	27,7	**-0,4**	18,5	**-4,9**	16,8	**-17,1**	20,2	**-5,1**
NORD OVEST	28,7	**4,7**	27	**3,5**	23	**-9,4**	22,1	**-1,9**
NORD EST	26,9	**-4,2**	22,6	**-2,8**	18,3	**-15**	15,1	**-7,6**
CENTRO	27,2	**-0,2**	29,1	**5,3**	23,3	**-8,8**	28,2	**1,6**
SUD + ISOLE	37,3	**4,6**	23,2	**-9,1**	31,1	**-8,3**	28,2	**0,7**
FINO A 30 MILA	29,3	**-2,4**	27,6	**1,1**	28,5	**-8**	27,6	**-1,4**
30-100 MILA	32,8	**3,2**	19,7	**-7,2**	19,7	**-16,4**	20,5	**-1,5**
OLTRE 100 MILA	32,8	**8,4**	26,1	**-2**	23,9	**-7,8**	21,6	**-1,5**

FATTORI OSTATIVI ALLA VISIONE IN SALA	PAURA DEL CONTAGIO		FILM POCO INTERESSANTI		NON MI PIACCIONO I FILM PROPOSTI		COSTO		POCO TEMPO A DISPOSIZIONE		SALE ANCORA CHIUSE	
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019
MASCHI	54,7		42	**-6,7**	37,6	**0,5**	38,8	**-1,3**	32,2	**-3,3**	35,9	
FEMMINE	54,4		53,2	**2,5**	44,4	**4,5**	41,2	**-4,4**	36,8	**-2,9**	33,2	
3-10 ANNI	59,1		45,5	**-9**	40,9	**-11,4**	34,8	**6**	40,9	**3,8**	40,9	
11-14 ANNI	59,6		42,6	**-6**	40,4	**1,5**	44,7	**-6,7**	29,8	**-4,9**	34	
15-24 ANNI	51,6		46,8	**-7,4**	41,9	**2,5**	46,8	**-6**	40,3	**-0,5**	24,2	
25-49 ANNI	51,7		49,8	**-1,4**	42,8	**1,1**	40,8	**-5**	37,8	**-2,2**	37,3	
50 + ANNI	56,3		47,9	**2,2**	37,8	**7,1**	36,1	**-2,9**	24,4	**-10,1**	31,9	
NORD OVEST	52,5		53,3	**1,3**	43,4	**6,3**	42,6	**-2,3**	31,1	**-5,5**	27	
NORD EST	46,2		43	**-5,5**	35,5	**-2,4**	32,3	**-12**	36,6	**3,6**	30,1	
CENTRO	56,3		56,3	**3,1**	50,5	**6,5**	41,7	**-2,7**	35,9	**-3,4**	44,7	
SUD + ISOLE	59,3		41,2	**-5,7**	36,7	**-0,3**	41,2	**1,6**	35	**-5**	36,2	

Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

10.4.4. I driver del consumo in sala

Figura 10.12: Quanto contano questi fattori nella scelta di vedere un film in sala? Dati 2020 vs 2019. (%) di chi ha risposto molto o moltissimo



Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Tabella 10.18: Quanto contano questi fattori nella scelta di vedere un film in sala? (%) di chi ha risposto molto o moltissimo

DRIVER PER LA VISIONE IN SALA	MASCHI		FEMMINA	
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019
IL GENERE DEL FILM	80,8	**1,5**	82,4	**-5,8**
GLI ATTORI/ATTRICI CHE INTERPRETANO IL FILM	60,8	**3,1**	67,6	**1,2**
IL TRAILER	58,3	**3,3**	68,5	**2,1**
INGRESSO A PREZZO RIDOTTO	51,7	**5,3**	56,7	**0,3**
IL PARERE POSITIVO DEI MIEI AMICI	43,8	**4,1**	47,9	**5,3**
IL PARERE POSITIVO DEI MIEI FAMIGLIARI	44,2	**7,9**	39,9	**2,1**
IL REGISTA DEL FILM	40,8	**1,2**	36,1	**-7,7**
LA RECENSIONE POSITIVA DI UN CRITICO	35	**2,1**	36,6	**-1,7**
IL FATTO CHE SIA UN FILM PREMIATO	35,8	**7,9**	31,9	**-4,4**
ALTRE FORME DI PUBBLICITÀ	30,4	**3,9**	34,5	**1,6**
IL FATTO CHE SIA UN FILM CON EFFETTI SPECIALI	32,1	**3,7**	31,5	**5,1**
PERCHÉ È PROIETTATO NEL CINEMA CHE FREQUENTO	25,8	**5,6**	23,5	**0,3**
IL FATTO CHE SIA UN FILM CHE HANNO VISTO TUTTI	23,3	**2,6**	23,9	**1,1**
IL PARERE POSITIVO DEGLI YOUTUBER/INFLUENCER	22,5	**2,5**	23,9	**4,1**
IL FATTO CHE SIA UN FILM CHE ALTRI NON VEDONO	20	**4,4**	18,5	**3,3**

Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Tabella 10.19: Quanto contano questi fattori nella scelta di vedere un film in sala? (%) di chi ha risposto molto o moltissimo. Profilo audience 2019 vs 2020

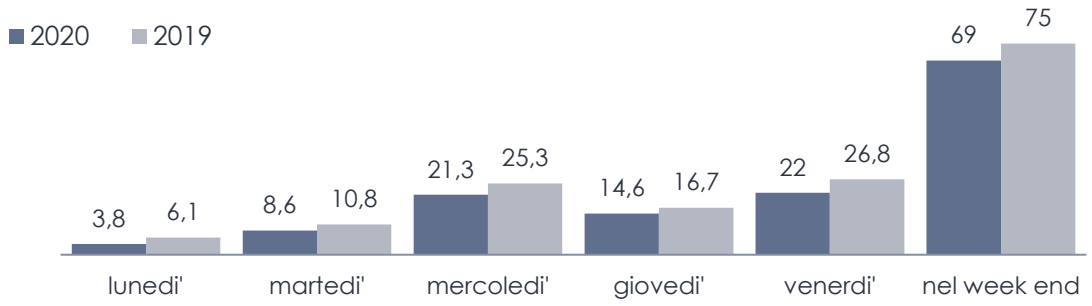
DRIVER PER LA VISIONE IN SALA	3-10 ANNI		11-14 ANNI		15-24 ANNI		25-49 ANNI		50+ ANNI	
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019
IL GENERE DEL FILM	75	**-7,9**	76,6	**2,4**	80,6	**-5,2**	81,3	**-0,2**	88,4	**0,7**
GLI ATTORI DEL FILM	51,6	**14**	59,6	**-1**	64,5	**2,6**	65,3	**5,8**	71,4	**-1,4**
IL TRAILER	56,3	**-4,4**	66	**0,8**	69,4	**4,5**	68,4	**4,2**	54,5	**0,1**
INGRESSO A PREZZO RIDOTTO	53,1	**2,7**	53,2	**0,2**	54,8	**1,1**	58	**4,6**	48,2	**0**
IL PARERE DEI MIEI AMICI	42,2	**-6,5**	51,1	**1,1**	53,2	**3,9**	45,6	**7,7**	42	**3,5**
IL PARERE DEI MIEI FAMIGLIARI	59,4	**9**	44,7	**-9,8**	43,5	**4,7**	35,8	**4,3**	41,1	**4,9**

IL REGISTA DEL FILM	21,9	**3,1**	29,8	**-3,5**	30,6	**-6,7**	42,5	**0,5**	49,1	**-1,9**
LA RECENSIONE POSITIVA	32,8	**2,9**	34	**-13**	37,1	**-6,2**	37,3	**5,2**	34,8	**-2,1**
IL FATTO CHE SIA UN FILM PREMIATO	25	**8,8**	23,4	**-17,5**	33,9	**1,8**	36,8	**5,1**	38,4	**2,5**
ALTRE FORME DI PUBBLICITÀ	43,8	**7,9**	27,7	**-7,1**	46,8	**5,8**	31,1	**3,3**	22,3	**-3,1**
PRESENZA EFFETTI SPECIALI	31,3	**-3,7**	44,7	**14,4**	35,5	**4,9**	31,6	**7,9**	25	**-2,9**
IL FATTO CHE SIA PROIETTATO NEL CINEMA CHE FREQUENTO	37,5	**14,4**	25,5	**2,8**	22,6	**-5,8**	25,4	**3,6**	17	**-1,7**
IL FATTO CHE SIA UN FILM CHE HANNO VISTO TUTTI	40,6	**9,8**	29,8	**-9,6**	19,4	**-11,2**	21,8	**3,3**	17	**0,1**
IL PARERE POSITIVO DEGLI INFLUENCER CHE SEGUO	29,7	**4,9**	38,3	**0,4**	32,3	**3,9**	20,2	**2,5**	13,4	**-1,7**
IL FATTO CHE SIA UN FILM CHE ALTRI NON VEDONO	25	**7,9**	21,3	**-1,4**	19,4	**-3,7**	22,3	**7,6**	9,8	**-2**

Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

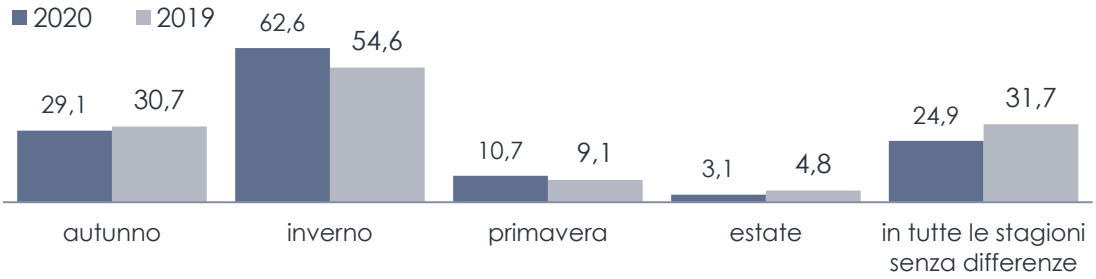
10.4.5. Giorni della settimana e stagionalità

Figura 10.13: In quale giorno della settimana vai più spesso al cinema? Più risposte possibili (%).



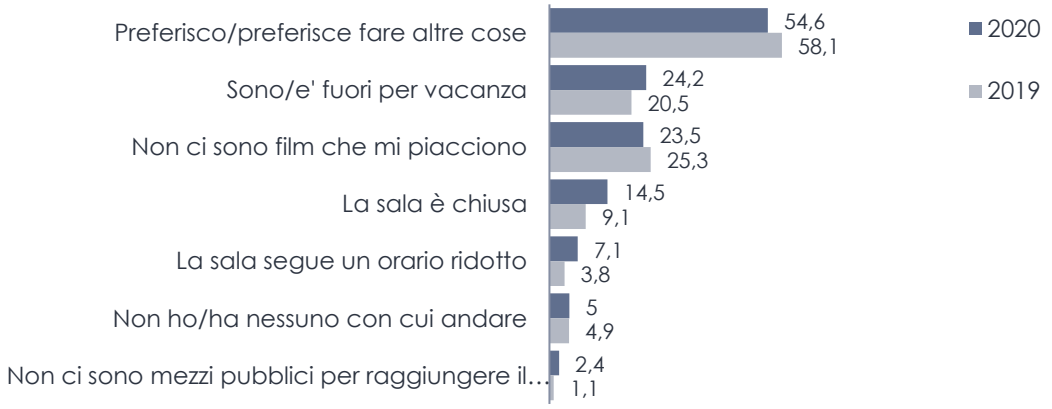
Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Figura 10.14: In quale stagione dell'anno vai più spesso al cinema? Più risposte possibili (%). Dati 2020 vs 2019



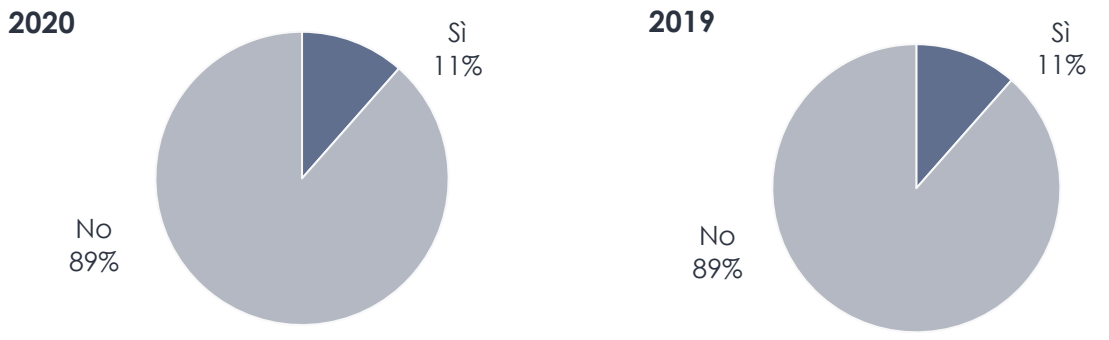
Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Figura 10.15: Perché d'estate vai meno al cinema? Più risposte possibili (%). Dati 2020 vs 2019



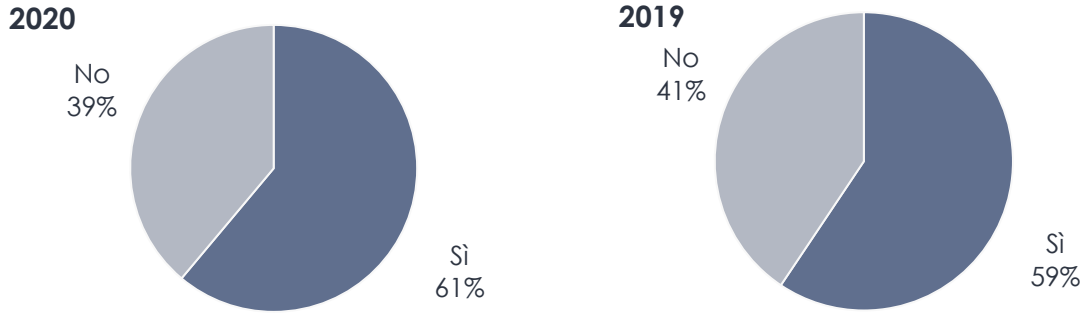
Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Figura 10.16: Hai mai sentito parlare di Moviement? (%). Dati 2020 vs 2019



Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

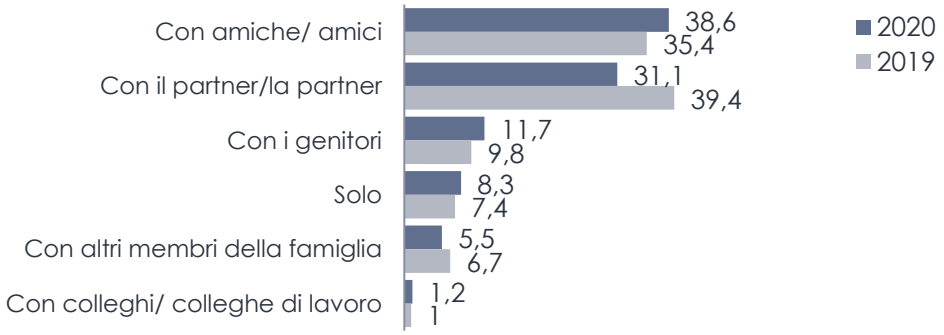
Figura 10.17: Pensi che Moviement ti porterà ad andare più spesso al cinema? (%). Dati 2020 vs 2019



Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

10.4.6. Reti e consumo socializzato

Figura 10.18: Con chi vai più spesso al cinema? Possibili più risposte (%). Dati 2020 vs 2019



Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Tabella 10.20: Con chi vai più spesso al cinema? Possibili più risposte (%). Profilo audience 2020

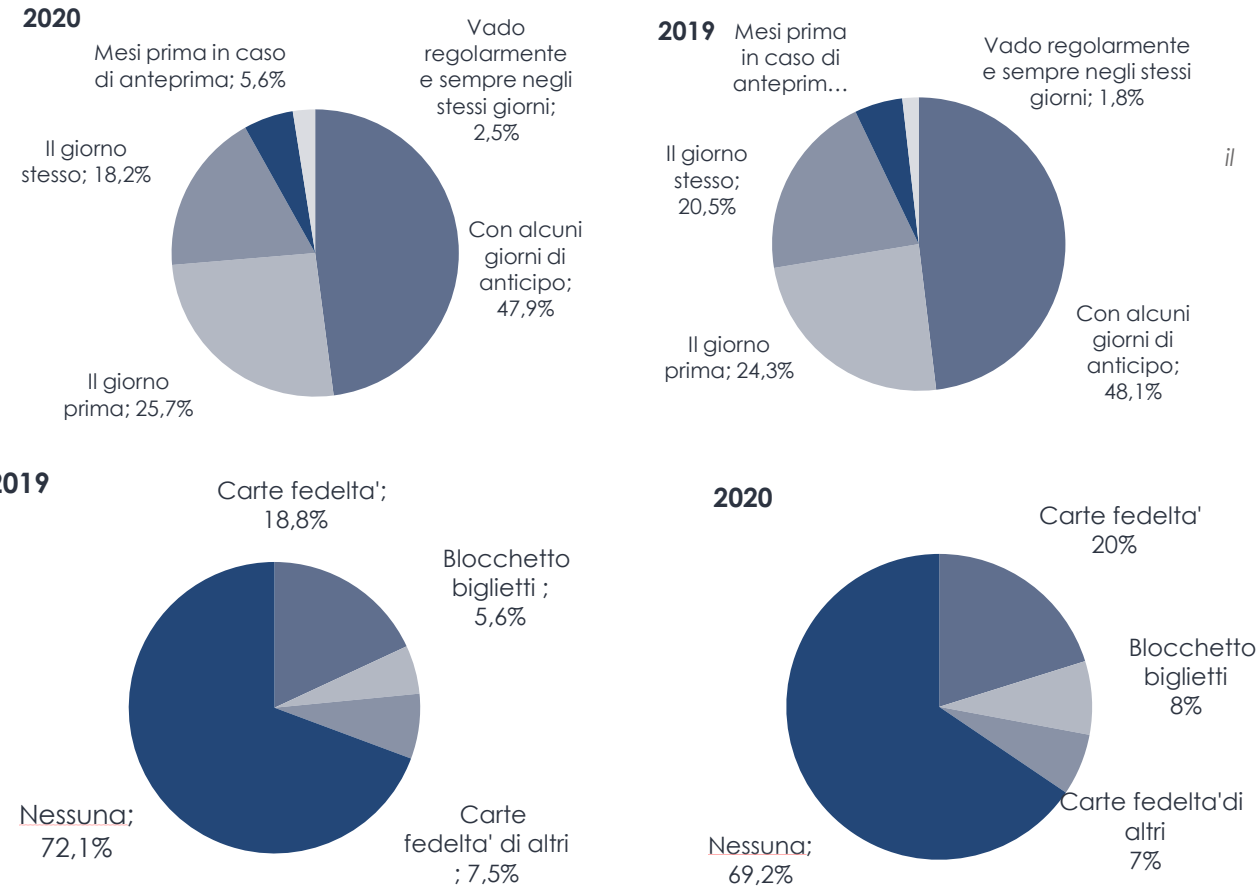
RETI SOCIALI DATI 2020 VS 2019	CON AMICI		CON IL PARTNER		CON I GENITORI		SOLO		CON LA FAMIGLIA		CON COLLEGHI	
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019
MASCHI	34,3	**2,1**	34,3	**-7,3**	12,2	**2,1**	9,8	**0,6**	6,1	**0,6**	1,2	**0,2**
FEMMINE	42,8	**4,1**	28	**-9,1**	11,2	**1,7**	6,8	**1,2**	4,8	**-3**	1,2	**0,2**
3-10 ANNI	25,8	**7**	9,1	**6,5**	54,5	**-16,4**	0	**0**	7,6	**3,3**	0	**-1,7**
11-14 ANNI	61,7	**11,7**	8,5	**-6,7**	19,1	**-3,6**	6,4	**3,4**	4,3	**-3,3**	0	**-1,5**
15-24 ANNI	59,7	**5,2**	9,7	**-17,9**	16,1	**10,9**	8,1	**3,6**	3,2	**-3,5**	3,2	**1,7**
25-49 ANNI	37,8	**-4**	40,3	**-2,8**	1	**-1,2**	11,9	**2,8**	3	**-0,2**	2	**1,4**
50 + ANNI	26,9	**3,1**	47,9	**-6,2**	0,8	**0,8**	7,6	**-1,9**	10,1	**-1,2**	0	**-1**
NORD OVEST	37,7	**3,6**	32	**-7,9**	13,9	**4,3**	10,7	**2,7**	3,3	**-4,1**	0,8	**0,2**

NORD EST	33,3	**-1,1**	30,1	**-9,9**	12,9	**4,1**	8,6	**-0,7**	6,5	**0**	1,1	**0,2**
CENTRO	35	**2**	33	**-7,3**	10,7	**-1,4**	8,7	**0,9**	7,8	**2,5**	0	**-1**
SUD + ISOLE	44,1	**6,1**	29,9	**-8,4**	10,2	**0,9**	6,2	**0,3**	5,1	**-1,7**	2,3	**0,9**
FINO A 30 MILA	39,3	**1,8**	29,7	**-7**	14,2	**3,2**	6,3	**0,8**	5	**-2,9**	2,1	**0,9**
30-100 MILA	36,9	**-0,2**	32,8	**-4,9**	8,2	**-0,9**	10,7	**1,9**	6,6	**1,6**	0,8	**-0,8**
OLTRE 100 MILA	38,8	**8**	32,1	**-12,7**	10,4	**1,7**	9,7	**0,7**	5,2	**-1,2**	0	**-0,3**

Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

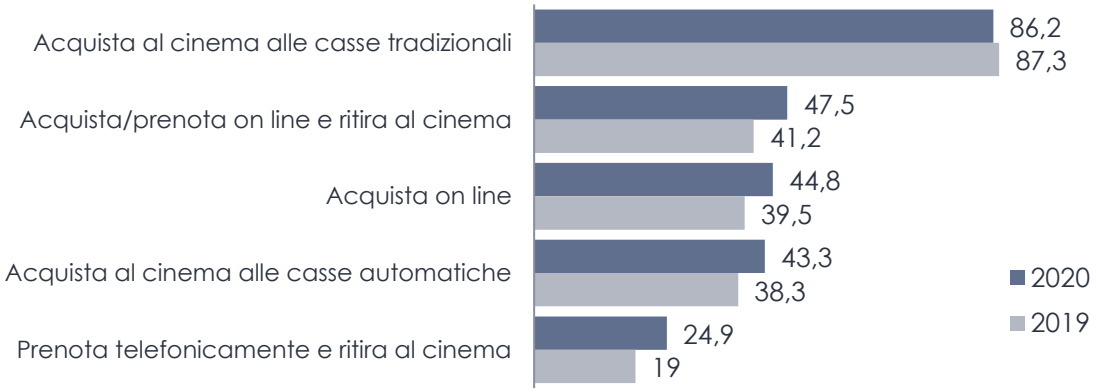
10.4.7 Pianificazione e acquisto biglietto

Figura 10.19: Di solito con quanto anticipo prendi la decisione di andare al cinema? (%). Dati 2020 vs 2019



Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

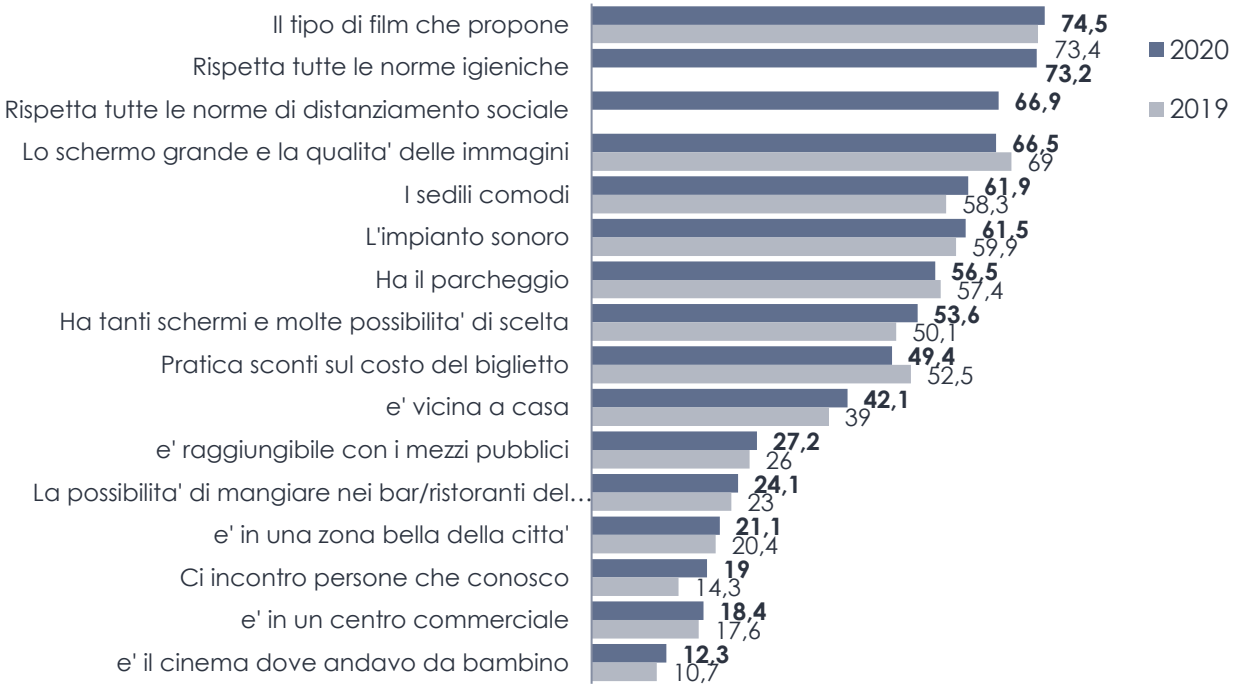
Figura 10.22: Come acquisti i biglietti? (% di chi ha risposto spesso/qualche volta). Dati 2020 vs 2019



Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

10.4.7. La scelta della sala

Figura 10.20: Nella scelta della sala quanto contano per te questi fattori? (% di chi ha risposto molto + moltissimo). Dati 2020 vs 2019



Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Tabella 10.21: Nella scelta della sala quanto contano per te questi fattori? (% di chi ha risposto molto + moltissimo). Profilo audience. Divisione per genere. Dati 2020 vs 2019

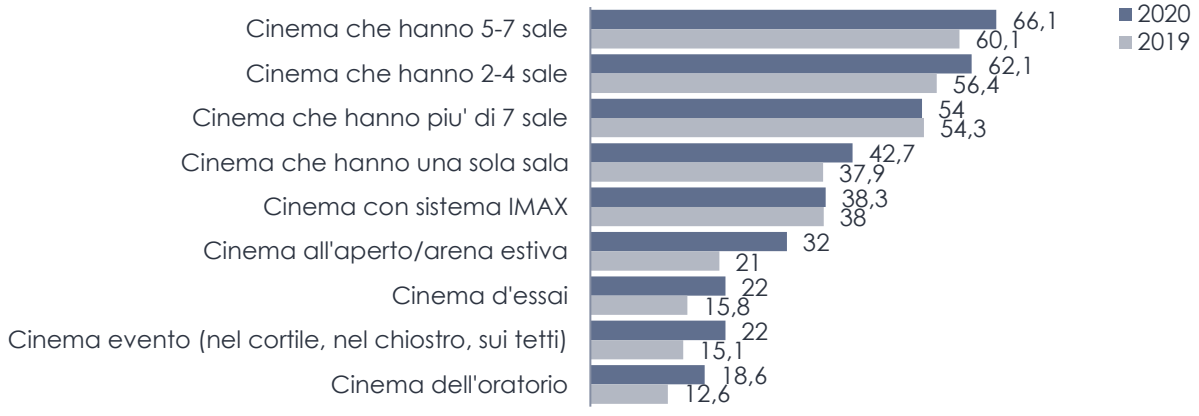
CRITERI DI SCELTA DELLE SALE	MASCHI		FEMMINA		3-10 ANNI		11-14 ANNI		15-24 ANNI		25-49 ANNI		50+ ANNI	
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019
IL TIPO DI FILM CHE PROPONE	69,2	**-0,3**	79,8	**2,6**	60,9	**-10**	78,7	**15,1**	71	**6,1**	74,1	**1,9**	83	**3**
RISPETTA TUTTE LE NORME IGIENICHE	68,3		78,2		67,2		66		69,4		75,1		78,6	
RISPETTA TUTTE LE NORME DI DISTANZIAMENTO SOCIALE	60		73,9		54,7		61,7		62,9		66,8		78,6	
LO SCHERMO GRANDE E LA QUALITÀ DELLE IMMAGINI	63,8	**-2,5**	69,3	**-2,4**	50	**-0,4**	70,2	**2**	62,9	**-5,8**	66,3	**-0,7**	76,8	**-0,4**
I SEDILI COMODI	60,8	**5,7**	63	**1,5**	50	**9,8**	61,7	**-1,9**	53,2	**-4,3**	63,7	**6,6**	70,5	**5,9**
L'IMPIANTO SONORO	57,5	**1,7**	65,5	**1,6**	45,3	**11,1**	55,3	**-3,8**	58,1	**-0,1**	63,7	**1,2**	71,4	**6,3**
HA IL PARCHEGGIO	52,9	**-1,9**	60,1	**0,1**	43,8	**2,8**	48,9	**-5,6**	50	**-3**	60,1	**1,5**	64,3	**1,5**
HA TANTI SCHERMI E MOLTE POSSIBILITÀ DI SCELTA	51,7	**4,3**	55,5	**2,7**	43,8	**3,6**	68,1	**22,6**	51,6	**-5,9**	56,5	**5,6**	49,1	**-1,4**
PRATICA SCONTI SUL COSTO DEL BIGLIETTO	44,2	**-4,8**	54,6	**-1,4**	40,6	**-0,4**	55,3	**5,3**	51,6	**-0,6**	52,8	**-7,1**	44,6	**-3,1**
È VICINA A CASA	36,7	**1,6**	47,5	**4,6**	34,4	**0,2**	48,9	**11**	45,2	**3,4**	42,5	**2,6**	41,1	**2,4**
È RAGGIUNGIBILE CON I MEZZI PUBBLICI	21,3	**-1,8**	33,2	**4,4**	31,3	**19,3**	34	**-6,9**	35,5	**2,7**	23,3	**-5,1**	24,1	**1,8**
LA POSSIBILITÀ DI MANGIARE NEI BAR/RISTORANTI DEL CINEMA	22,1	**-0,2**	26,1	**2,4**	29,7	**0,6**	36,2	**-0,2**	27,4	**-2,5**	21,8	**-3,2**	17,9	**3,8**

È IN UNA ZONA BELLA DELLA CITTÀ	22,5	**3,2**	19,7	**-1,8**	21,9	**1,4**	21,3	**-9**	14,5	**-10,1**	22,3	**1,4**	22,3	**5,6**
CI INCONTRO PERSONE CHE CONOSCO	19,2	**5,7**	18,9	**3,9**	23,4	**8**	36,2	**15**	30,6	**9**	14	**-1,1**	11,6	**2,4**
È IN UN CENTRO COMMERCIALE	20	**1,8**	16,8	**-0,2**	23,4	**3,7**	27,7	**-2,6**	32,3	**11,4**	14,5	**-3**	10,7	**-3,1**
È IL CINEMA DOVE ANDAVO DA BAMBINO	14,6	**2,1**	10,1	**1,2**	18,8	**5,1**	21,3	**4,6**	11,3	**-1,4**	11,9	**0,5**	6,3	**-0,9**

CRITERI DI SCELTA DELLE SALE	NORD OVEST		NORD EST		CENTRO		SUD		FINO A 30 MILA		DA 30 A 100 MILA		OLTRE I 100 MILA	
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019
IL TIPO DI FILM CHE PROPONE	81,7	**2,6**	71,3	**-1,3**	78,6	**10,6**	68,8	**-3,4**	71,6	**-2,5**	72,6	**-1**	81,4	**9,3**
RISPETTA TUTTE LE NORME IGIENICHE	72,5		73,6		71,4		74,6		71,6		70,1		79,1	
RISPETTA TUTTE LE NORME DI DISTANZIAMENTO SOCIALE	62,5		65,5		69,4		69,4		60,8		70,9		74,4	
LO SCHERMO GRANDE E LA QUALITÀ DELLE IMMAGINI	67,5	**-4,5**	64,4	**-3**	77,6	**8,2**	60,7	**-6,7**	62,1	**-6,1**	66,7	**-3,7**	74,4	**5,5**
I SEDILI COMODI	63,3	**2,8**	67,8	**8,3**	67,3	**12,9**	54,9	**-3,2**	59,9	**1,6**	59,8	**1,6**	67,4	**9**
L'IMPIANTO SONORO	60,8	**2,9**	63,2	**4,1**	64,3	**7,5**	59,5	**-3,6**	59,5	**1,3**	61,5	**-2,7**	65,1	**6,7**
HA IL PARCHEGGIO	55	**-1,6**	52,9	**-10,4**	60,2	**2,4**	57,2	**2,3**	55,6	**-4,7**	61,5	**5,8**	53,5	**-1,2**
HA TANTI SCHERMI E MOLTE POSSIBILITÀ DI SCELTA	49,2	**1**	51,7	**0,5**	60,2	**9,7**	53,8	**3**	53,9	**2,2**	58,1	**8,7**	48,8	**0,3**
PRATICA SCONTI SUL COSTO DEL BIGLIETTO	45,8	**-8,9**	49,4	**-2,7**	56,1	**3,2**	48	**-3**	44,8	**-4,9**	59,8	**4,1**	48,1	**-5,7**
È VICINA A CASA	55	**11,6**	32,2	**-9,2**	40,8	**4,4**	38,7	**2,7**	39,2	**0,3**	44,4	**6**	45	**5,2**
È RAGGIUNGIBILE CON I MEZZI PUBBLICI	20	**-5,7**	19,5	**-0,5**	30,6	**3,9**	34,1	**5,4**	24,6	**2,4**	30,8	**6**	28,7	**-3,9**
LA POSSIBILITÀ DI MANGIARE NEI BAR/RISTORANTI DEL CINEMA	21,7	**2,1**	23	**5,3**	27,6	**6,2**	24,3	**-4,4**	21,1	**-1,3**	29,1	**6,8**	24,8	**0,4**
È IN UNA ZONA BELLA DELLA CITTÀ	10,8	**-7,5**	16,1	**-1,6**	23,5	**6**	29,5	**4,9**	15,9	**-0,6**	23,1	**1,1**	28,7	**4**
CI INCONTRO PERSONE CHE CONOSCO	10	**-0,3**	14,9	**1,4**	16,3	**-1,2**	28,9	**13**	17,2	**4,4**	23,9	**6,6**	17,8	**4,1**
È IN UN CENTRO COMMERCIALE	14,2	**-0,6**	14,9	**-0,4**	19,4	**4,4**	22,5	**0,6**	17,2	**-0,1**	22,2	**4,6**	17,1	**-0,9**
È IL CINEMA DOVE ANDAVO DA BAMBINO	10	**3,6**	5,7	**-5,5**	16,3	**3,7**	15	**2,5**	12,5	**2,5**	15,4	**4,1**	9,3	**-1,7**

Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

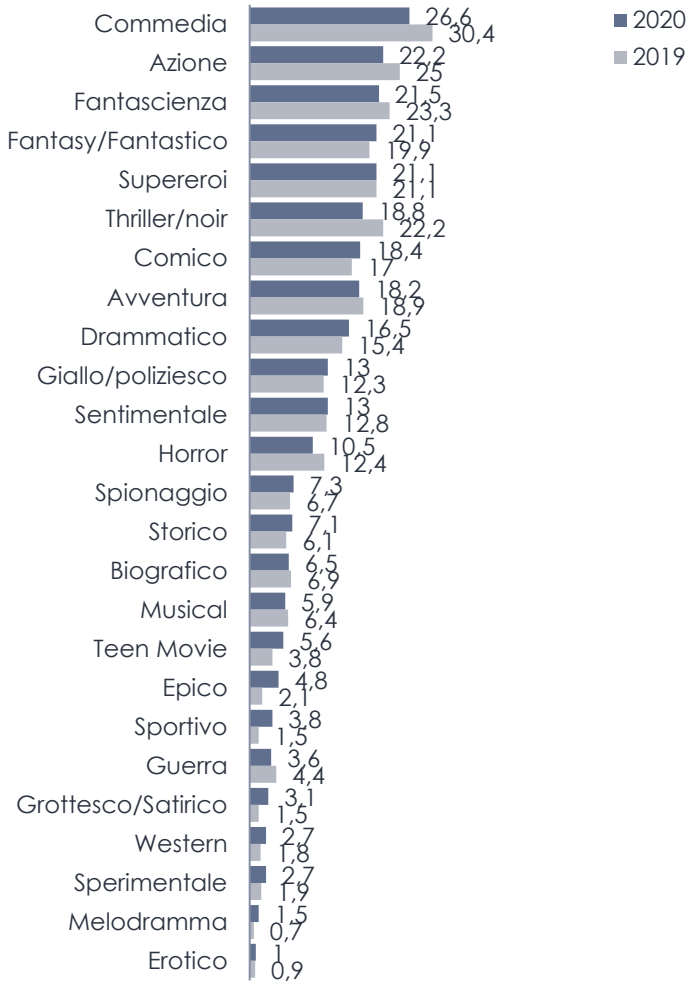
Figura 10.21: Indica la frequenza con la quale ti rechi in questi tipi di cinema? (% di chi ha risposto spesso o qualche volta). Dati 2020 vs 2019



Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

10.4.8. Generi cinematografici e moviegoing

Figura 10.25: Quali generi di film scegli di vedere in sala? (%) (più risposte possibili). Dati 2020 vs 2019



Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Tabella 10.22: Quali generi di film scegli di vedere in sala (%) (più risposte possibili). Profilo audience 2020 vs 2019

GENERI PROFILO AUDIENCE FRUITI IN SALA 2020 VS 2019	MASCHI		FEMMINA		3-10 ANNI		11-14 ANNI		15-24 ANNI		25-49 ANNI		50+ ANNI	
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019
COMMEDIA	23,8	**-0,7**	29,4	**-6,9**	14,1	**-3,8**	10,6	**-18,2**	22,6	**-7,3**	32,6	**0,3**	32,1	**-0,2**
AVVENTURA	27,5	**-2,6**	16,8	**-3,1**	12,5	**0,5**	19,1	**-6,7**	30,6	**2,2**	24,9	**-1**	19,6	**-7,1**
COMICO	28,8	**-0,7**	14,3	**-2,9**	15,6	**-19,4**	31,9	**7,7**	25,8	**8,6**	22,3	**-2,5**	17	**-3**
AZIONE	21,3	**0,8**	21	**1,7**	29,7	**-10,5**	34	**9,8**	17,7	**-0,2**	21,2	**-0,8**	12,5	**1,2**
GIALLO/POLIZIESCO	22,9	**-0,2**	19,3	**0,2**	53,1	**-7,6**	36,2	**7,4**	32,3	**4,7**	11,9	**-6,9**	6,3	**-2,2**
THRILLER/NOIR	19,2	**-0,5**	18,5	**-6,2**	4,7	**3,8**	21,3	**7,7**	9,7	**-8,2**	22,3	**-4,9**	25	**-0,6**
FANTASCIENZA	16,3	**0,9**	20,6	**2**	18,8	**3,4**	25,5	**8,8**	21	**1,6**	19,2	**3,9**	12,5	**-6,2**
FANTASY	16,7	**-5**	19,7	**3,7**	25	**2,8**	23,4	**0,7**	22,6	**-0,5**	13	**-5,8**	18,8	**2,9**
DRAMMATICO	12,1	**-0,4**	21	**2,8**	3,1	**2,2**	0	**-6,1**	11,3	**-1,4**	21,8	**2,2**	25	**7,8**
SPIONAGGIO	11,7	**-1**	14,3	**2,4**	3,1	**1,4**	2,1	**-5,5**	11,3	**3,1**	10,9	**1,8**	27,7	**6,2**
SUPEREROI	5	**-0,5**	21	**0,9**	10,9	**10**	6,4	**-8,8**	14,5	**-1,9**	11,9	**0,5**	17,9	**1,5**
STORICO	7,9	**-6,1**	13	**2,3**	3,1	**2,2**	10,6	**1,5**	11,3	**-11,8**	14,5	**-2,3**	7,1	**-0,3**
SENTIMENTALE	8,8	**0,4**	5,9	**1**	3,1	**0,5**	6,4	**3,4**	4,8	**-0,4**	8,3	**3,3**	9,8	**-1,2**
BIOGRAFICO	7,5	**0,8**	6,7	**1,2**	3,1	**3,1**	2,1	**0,6**	6,5	**3,5**	5,2	**-0,2**	15,2	**4,7**

EPICO	4,2	**-1,1**	8,8	**0,3**	4,7	**3,8**	0	**-1,5**	4,8	**1,1**	7,3	**0**	9,8	**-0,5**
HORROR	4,2	**1,1**	7,6	**-2,1**	10,9	**5,8**	8,5	**0,9**	3,2	**-3,5**	3,6	**-0,7**	7,1	**-1,9**
GUERRA	5,4	**2,1**	5,9	**1,6**	17,2	**4,4**	12,8	**-2,4**	11,3	**4,6**	1,6	**-0,3**	0	**-0,3**
SPORTIVO	7,5	**5,1**	2,1	**0,2**	3,1	**2,2**	6,4	**1,9**	4,8	**4,1**	5,7	**3,1**	3,6	**1,5**
MUSICAL	4,2	**1,3**	3,4	**3,2**	4,7	**1,3**	6,4	**3,4**	0	**-0,7**	4,7	**3**	2,7	**1,9**
GROTTESCO	5,4	**-1,6**	1,7	**0**	0	**-1,7**	4,3	**2,8**	8,1	**3,6**	2,6	**-1,9**	4,5	**-0,9**
WESTERN	4,6	**2,5**	1,7	**0,8**	1,6	**0,7**	6,4	**4,9**	1,6	**0,1**	2,1	**1,2**	5,4	**3,1**
TEEN MOVIE	2,5	**0,4**	2,9	**1,4**	4,7	**4,7**	0	**-1,5**	3,2	**1,7**	2,6	**2,4**	2,7	**-1,7**
SPERIMENTALE	3,3	**1,1**	2,1	**0,6**	4,7	**3,8**	0	**-4,5**	4,8	**3,3**	2,1	**1**	2,7	**-0,1**
MELODRAMMA	1,3	**1**	1,7	**0,7**	3,1	**3,1**	0	**0**	1,6	**0,9**	1	**0,4**	1,8	**0,8**
EROTICO	1,3	**0,1**	0,8	**0,1**	0	**0**	0	**0**	0	**0**	2,6	**1,3**	0	**-1,3**

Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

10.4.9. Nazionalità del film e moviegoing

Figura 10.22: Quando vai al cinema con quale frequenza vedi questi tipi di film? (% di chi ha risposto spesso). Dati 2020 vs 2019



Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Tabella 10.23: Quando vai al cinema con quale frequenza vedi questi tipi di film? (% di chi ha risposto spesso). Profilo audience 2019 vs 2020

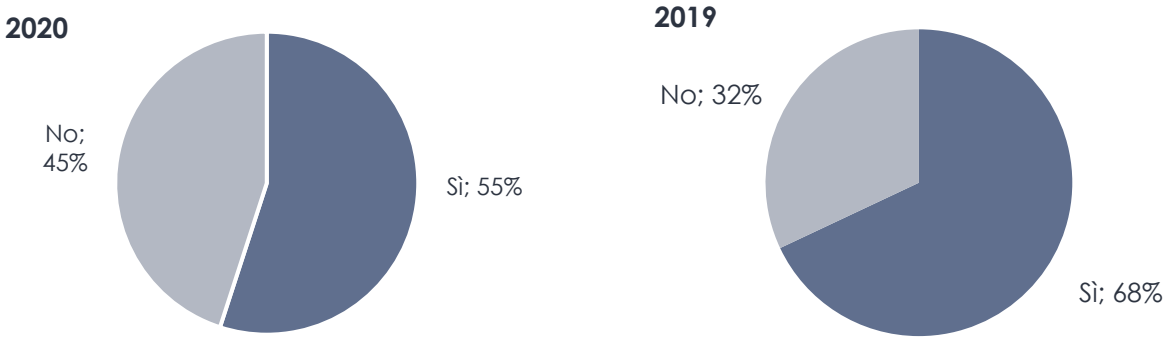
NAZIONALITA' FILM VISTI IN SALA	FILM HOLLYWOODIANI		FILM EUROPEI		FILM ITALIANI		FILM CHE PROVENGONO DA ALTRI PAESI	
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019
MASCHI	85,8	**2,9**	80,4	**3,7**	78,8	**6,9**	74,6	**5,4**
FEMMINE	80,3	**-2,8**	82,8	**4,9**	80,3	**5,2**	76,9	**6,2**
3-10 ANNI	73,4	**-1,8**	84,4	**17,7**	84,4	**20,3**	70,3	**6,2**
11-14 ANNI	93,6	**8,8**	76,6	**-3,7**	68,1	**-18,3**	83	**4,2**
15-24 ANNI	82,3	**-7,3**	75,8	**-3,3**	58,1	**-14,3**	82,3	**8,4**
25-49 ANNI	85,5	**-0,5**	81,3	**4,1**	81,9	**12,9**	72	**3,5**
50 + ANNI	80,4	**1,2**	85,7	**6,2**	89,3	**9,3**	78,6	**8,1**
NORD OVEST	88,3	**4,7**	80,8	**5,9**	69,2	**4,2**	77,5	**10,9**
NORD EST	78,2	**-4,1**	82,8	**4,2**	77	**8,2**	79,3	**4**
CENTRO	78,6	**-0,5**	80,6	**3,9**	83,7	**13,8**	76,5	**12,9**
SUD + ISOLE	84,4	**-0,3**	82,1	**3,5**	85,5	**1,9**	72,3	**-0,4**
FINO A 30 MILA	80,2	**-2,7**	77,6	**0,8**	77,6	**5,9**	70,3	**1,1**
30-100 MILA	84,6	**2,8**	82,9	**3,7**	88	**7,5**	83,8	**13**
OLTRE 100 MILA	86,8	**2,5**	87,6	**11,4**	75,2	**5,4**	78,3	**8**

Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

10.5. LA PRODUZIONE NAZIONALE: PERCEZIONE E PRATICHE DI VISIONE

10.5.1. Percezione e pratiche di visione

Figura 10.23: Vedi serie tv o web Italiane? (%). Dati 2020 vs 2019



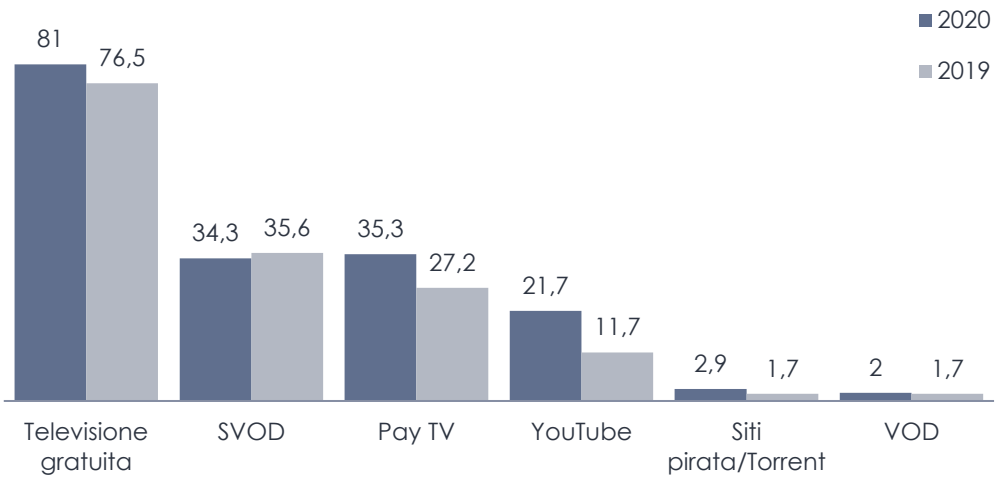
Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Tabella 10.24: Vedi serie tv o web Italiane? (%). Profilo delle audience. Dati 2020 vs 2019

PROFILO AUDINCE SERIE ITALIANE	2020	2019	Δ
MASCHI	49,6	63,8	**-14,2**
FEMMINE	59,3	73,1	**-13,8**
3-10 ANNI	36,7	53	**-16,3**
11-14 ANNI	59,3	79,2	**-19,9**
15-24 ANNI	59	73,9	**-14,9**
25-49 ANNI	54	69,8	**-15,8**
50 + ANNI	59,2	67,9	**-8,7**
NORD OVEST	49,8	59,5	**-9,7**
NORD EST	47,2	57,2	**-10**
CENTRO	53,5	67,1	**-13,6**
SUD + ISOLE	62,9	81,8	**-18,9**
FINO A 30 MILA	54,2	66,6	**-12,4**
30-100 MILA	55,8	69,6	**-13,8**
OLTRE 100 MILA	53,9	70,4	**-16,5**

Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Figura 10.24: Quali canali/piattaforme usi per vedere serie tv o web italiane? (più risposte possibili) (% su chi dichiara di vedere serie tv o web italiane)



Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

10.5.2. Il cinema italiano

Figura 10.25: Pensando ai film italiani, con quali di queste affermazioni sei d'accordo (% di chi ha risposto molto o moltissimo). Dati 2020 vs 2019



Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Tabella 10.24: Pensando ai film italiani, con quali di queste affermazioni sei d'accordo (% di chi ha risposto molto o moltissimo). Profilo audience 2020 vs 2019

GENERI PROFILO AUDIENCE 2020 VS 2019	MASCHI		FEMMINA		15-24 ANNI		25-49 ANNI		50+ ANNI	
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019
È UNA FORMA CULTURALE IMPORTANTE	50,7	**4,1**	52,4	**-0,5**	31,6	**-23,3**	51,7	**7,8**	53,8	**-2,4**
È UN CINEMA DI QUALITÀ	45,9	**3,7**	49,2	**1,6**	28,9	**-23,2**	44,7	**7,8**	53,5	**1,2**
È UN BIGLIETTO DA VISITA A LIVELLO INTERNAZIONALE	44,2	**2,6**	48,2	**1,2**	28,9	**-15,5**	45,2	**7**	49,7	**-1,6**
È UN CINEMA DA VEDERE IN TELEVISIONE	42,5	**-3,4**	45,3	**-6,3**	63,2	**9,7**	43,4	**-6,2**	42,4	**-6,9**
È IMPEGNATO SOCIALMENTE	40	**4,9**	39,3	**1,9**	23,7	**-17,8**	40,8	**10,2**	40,1	**0,5**
COMUNICA VALORI POSITIVI	38,3	**1,7**	40,1	**-2,6**	36,8	**-7,6**	39,2	**4,7**	39,5	**-3,1**
CREA DISCUSSIONE E CONFRONTO	36,1	**-1,3**	41,6	**1,9**	36,8	**-6,9**	38,7	**5**	39,5	**-2,5**
È UN CINEMA DA VEDERE IN SALA	34,4	**-1,5**	39	**-1,3**	26,3	**-13,8**	36,9	**3,3**	37,9	**-3,5**
FA TENDENZA	30,1	**-1,2**	30,1	**-3,3**	31,6	**-5**	28,8	**1,4**	31,5	**-2,4**

Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

10.5.3. Il cinema italiano: il pubblico

Tabella 10.25: Quanto spesso vedi film italiani? (media annuale). Profili delle audience 2020 vs 2019

FREQUENZA DI VISIONE DI FILM ITALIANI	MEDIA ANNUALE		Δ%
	2020	2019	
MASCHI	32,9	39,5	**-6,6**
FEMMINE	32,4	42,72	**-10,32**
3-10 ANNI	34,7	47,22	**-12,52**
11-14 ANNI	41,7	60,68	**-18,98**
15-24 ANNI	42,1	51,99	**-9,89**
25-49 ANNI	30,7	40,9	**-10,2**
50 + ANNI	28,8	33,75	**-4,95**
NORD OVEST	28,2	37,24	**-9,04**
NORD EST	23,5	31,92	**-8,42**
CENTRO	33,1	38,09	**-4,99**
SUD + ISOLE	41,1	50,35	**-9,25**
FINO A 30 MILA	33,8	40,03	**-6,23**
30-100 MILA	35	42,89	**-7,89**
OLTRE 100 MILA	28	41,2	**-13,2**
UNIVERSITÀ	24,3	38,44	**-14,14**
DIPLOMA SUPERIORE	32,2	40,21	**-8,01**

DIPLOMA INFERIORE	34,6	46,61	**-12,01**
SCUOLA PRIMARIA	11,8	33,57	**-21,77**

Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

10.5.4. Il cinema italiano. La visione fuori sala

Tabella 10.26: Quanto spesso usi questi canali piattaforma per vedere film italiani? Dati 2020

PIATTAFORME USATE PER VEDERE FILM ITALIANI	TV FREE	DVD BLUE-RAY	PAY TV	SVOD (AP+N)	VOD	YOUTUBE	TORRENT/ SITI PIRATA	SALA	PIATTAFORME LOCKDOWN
TUTTI I GIORNI O QUASI	51	4,5	13	11,7	3	13,1	2	1,9	2,3
SETTIMANALMENTE/PIÙ VOLTE AL MESE	22	15,2	12	12,7	5	10,5	4	7,7	4,9
FREQUENTEMENTE NEL CORSO DELL'ANNO	11	9,3	6,2	8,1	6	8,8	4,9	14,3	4,9
QUALCHE VOLTA NEL CORSO DELL'ANNO	5,1	12,5	3,6	7	4	6,8	4	19,5	3,2
QUASI MAI/MAI	11	58,5	66	61	81	61	85,1	56,5	84,6

Fonte: Indagine Pubblici 2020

Tabella 10.27: Quanto spesso usi questi canali piattaforma per vedere film italiani? Dati 2020 vs 2019

DATI 2020 VS 2019	TV FREE		DVD BLUE-RAY		PAY TV		SVOD (AP+N)		VOD	
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019
TUTTI I GIORNI O QUASI	51	**-2,8**	4,5	-0,2	12,6	0,2	11,7	-1,7	3,2	-0,6
SETTIMANALMENTE/PIÙ VOLTE AL MESE	22	**0,7**	15,2	3,7	12,3	2,8	12,7	-2,1	5,4	-0,5
FREQUENTEMENTE NEL CORSO DELL'ANNO	10,7	**1,2**	9,3	-0,4	6,2	0	8,1	-0,8	6,2	1,8
QUALCHE VOLTA NEL CORSO DELL'ANNO	5,1	**-0,6**	12,5	3,4	3,6	-0,4	7	1,2	3,9	-0,6
QUASI MAI/MAI	11	**1,3**	58,5	-6,5	66	-2	61	3,9	81	-0,3

DATI 2020 VS 2019	YOUTUBE		TORRENT		SALA		PIATTAFORME LOCKDOWN
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	
TUTTI I GIORNI O QUASI	13,1	**-3,1**	2	**-1,5**	1,9	**-0,6**	2,3
SETTIMANALMENTE/PIÙ VOLTE AL MESE	10,5	**0**	4	**0,4**	7,7	**-5,1**	4,9
FREQUENTEMENTE NEL CORSO DELL'ANNO	8,8	**0,4**	4,9	**1,1**	14,3	**-7,2**	4,9
QUALCHE VOLTA NEL CORSO DELL'ANNO	6,8	**0,3**	4	**0,1**	19,5	**-9,2**	3,2
QUASI MAI/MAI	61	**2,7**	85,1	**-0,1**	56,5	**22,1**	84,6

Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Tabella 10.28: Quanto spesso usi la tv free per vedere film italiani? (%) Profilo delle audience. Dati 2020 vs 2019

FREQUENZA TV FREE PER VISIONE FILM ITALIANI	TUTTI I GIORNI O QUASI		SETTIMANALMENTE - PIÙ VOLTE AL MESE		FREQUENTEMENTE NEL CORSO DELL'ANNO		QUALCHE VOLTA NEL CORSO DELL'ANNO		MAI - QUASI MAI	
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019
MASCHI	53,3	**0,9**	21,1	**-0,3**	11	**0,4**	4,6	**-1,9**	10	**0,9**
FEMMINE	48,8	**-6,3**	23,2	**1,9**	10,5	**2,1**	5,5	**0,7**	12	**1,7**
3-10 ANNI	40,8	**-11,4**	25,9	**11,5**	7,5	**-1,6**	4,2	**-4,9**	21,7	**6,5**
11-14 ANNI	55,6	**5,6**	21	**-2,6**	7,4	**-5,1**	5	**-2**	11,1	**4,2**
15-24 ANNI	46	**-6,1**	24	**-2,8**	12	**4,3**	7	**0**	11	**4,7**
25-49 ANNI	49,4	**-2**	22,6	**2**	13	**1,3**	5,9	**0,4**	9,1	**-1,7**
50 + ANNI	57,3	**-0,7**	20,1	**-2,1**	9,5	**2,5**	3,8	**-0,6**	9,2	**0,9**
NORD OVEST	44,8	**-3,3**	23,4	**-1,6**	12,6	**4,5**	5,4	**-2,2**	13,7	**2,5**
NORD EST	40,4	**-6,6**	24,9	**2,6**	11,9	**1,7**	6,8	**0**	16,1	**2,5**
CENTRO	53	**4,6**	21,1	**-3,9**	13	**3,5**	3,7	**-1,9**	9,2	**-2,3**
SUD + ISOLE	60,9	**-3,4**	20,3	**4,1**	7,2	**-2,9**	4,7	**0,9**	7	**1,5**
FINO A 30 MILA	53,3	**-1,1**	20	**0,2**	9,8	**0,9**	4,6	**-1,7**	12,3	**1,6**
30-100 MILA	53,6	**-0,8**	23,4	**-0,7**	10,2	**1,8**	5,8	**1,7**	7,1	**-1,9**

OLTRE 100 MILA	44,1	**-8,1**	25,6	**4,3**	13	**1,7**	5,5	**-0,8**	11,8	**3**

Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Tabella 10.29: Quanto spesso usi la Pay tv per vedere film italiani? (%) Profilo delle audience. Dati 2020 vs 2019

FREQUENZA PAY TV PER VISIONE FILM ITALIANI	TUTTI I GIORNI O QUASI		SETTIMANALMENTE - PIÙ VOLTE AL MESE		FREQUENTEMENTE NEL CORSO DELL'ANNO		QUALCHE VOLTA NEL CORSO DELL'ANNO		MAI - QUASI MAI	
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019
MASCHI	21,7	**3,2**	14	**2,5**	6,9	**-0,4**	2,6	**-1,1**	54,7	**-4,4**
FEMMINE	22,6	**7,5**	14,8	**5,2**	3,8	**-2,2**	2	**-1,6**	56,9	**-8,8**
3-10 ANNI	19,2	**-0,5**	16,7	**6,9**	9,1	**0,8**	0,8	**-4,5**	54,2	**-2,6**
11-14 ANNI	23,4	**-3**	18,5	**6**	7,4	**-5,1**	2,5	**-0,3**	48,1	**2,3**
15-24 ANNI	22	**-2,7**	19	**5**	9	**1,3**	3	**-1,2**	47	**-2,3**
25-49 ANNI	18,7	**4,6**	14,6	**5**	5,7	**-0,9**	3,1	**-2**	57,9	**-6,8**
50 + ANNI	27,4	**11,8**	10,9	**0,4**	1,6	**-3,4**	1,6	**0,2**	58,6	**-8,9**
NORD OVEST	21,3	**5,9**	15,8	**5,9**	8,3	**0**	1,5	**-0,8**	54,9	**-9,1**
NORD EST	17,1	**6,2**	17,6	**8,2**	3,1	**-0,4**	2,6	**-0,8**	59,6	**-9**
CENTRO	28,7	**-1,5**	12,5	**2,1**	6	**-1,6**	4,3	**-0,9**	48,6	**-9,7**
SUD + ISOLE	22,3	**10,9**	12,5	**0,8**	5,2	**-1,4**	1,7	**-2,3**	58,3	**-1,7**
FINO A 30 MILA	23,6	**5,8**	14,6	**3,6**	5	**-0,4**	2,3	**-0,5**	54,4	**-9,9**
30-100 MILA	17,7	**5,9**	15,9	**5,6**	5,3	**-1,5**	3,1	**0,1**	58	**-4,2**
OLTRE 100 MILA	23,2	**1,1**	12,6	**2,5**	5,9	**-2,4**	1,6	**-3,9**	56,7	**-2,8**

Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Tabella 10.30: Quanto spesso usi servizi SVOD per vedere film italiani? (%). Profilo delle audience. Dati 2020 vs 2019

UTILIZZO SVOD PER VISIONE FILM ITALIANI	TUTTI I GIORNI O QUASI		SETTIMANALMENTE - PIÙ VOLTE AL MESE		FREQUENTEMENTE NEL CORSO DELL'ANNO		QUALCHE VOLTA NEL CORSO DELL'ANNO		MAI- QUASI MAI	
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019
MASCHI	15,1	**2,5**	17,7	**1,8**	8,3	**-0,5**	6,9	**0,8**	52	**-4,5**
FEMMINE	15,2	**0,9**	13,8	**0,1**	10,2	**1,3**	6,5	**0,9**	54,3	**-3,3**
3-10 ANNI	17,5	**2,3**	20	**-1,2**	7,5	**0**	2,5	**-4,3**	52,5	**3,3**
11-14 ANNI	22,2	**-4,2**	18,5	**3,2**	6,2	**-2,1**	7,4	**0,4**	45,7	**2,6**
15-24 ANNI	21	**1,2**	15	**-6,1**	10	**-2,7**	14	**4,2**	40	**3,4**
25-49 ANNI	13,8	**1**	15	**0,5**	11,4	**2,8**	6,8	**0,4**	53	**-4,7**
50 + ANNI	12,1	**2**	14,4	**2,8**	8	**-0,4**	5,7	**2,1**	59,9	**-6,4**
NORD OVEST	15,9	**1,8**	18,4	**4,8**	8,3	**-2,6**	6,5	**1**	50,9	**-5**
NORD EST	9,3	**-2,4**	11,9	**-1,4**	10,4	**3,9**	8,8	**5,7**	59,6	**-5,9**
CENTRO	15,7	**3**	20,5	**4,6**	9,7	**1,7**	7	**-2,2**	47	**-7,4**
SUD + ISOLE	17,4	**3,2**	13,1	**-2,9**	9,2	**0,2**	5,5	**-0,5**	54,8	**-0,1**
FINO A 30 MILA	14,2	**0,8**	15,8	**4,2**	8,3	**-1**	5,9	**1**	55,8	**-5**
30-100 MILA	15,1	**2,1**	16	**-4,2**	11,1	**2,7**	8,9	**3,2**	49,1	**-3,6**
OLTRE 100 MILA	16,9	**3,1**	15,4	**0,4**	9,9	**1,4**	6,3	**-1,2**	51,6	**-3,4**

Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Tabella 10.31: Quanto spesso usi servizi VOD per vedere film italiani? (%) Profilo delle audience. Dati 2020 vs 2019

FREQUENZA VOD PER VISIONE FILM ITALIANI	TUTTI I GIORNI O QUASI		SETTIMANALMENTE - PIÙ VOLTE AL MESE		FREQUENTEMENTE NEL CORSO DELL'ANNO		QUALCHE VOLTA NEL CORSO DELL'ANNO		MAI - QUASI MAI	
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019
MASCHI	3,8	**0,1**	5	**-1,4**	5,9	**0,9**	4,4	**-0,3**	80,7	**0,4**
FEMMINE	2,6	**-1,4**	5,8	**0,4**	6,5	**2,6**	3,4	**-0,9**	81,9	**-0,5**
3-10 ANNI	7,5	**3,7**	7,5	**-0,1**	8,3	**3,7**	1,6	**-2,2**	75	**-5,3**
11-14 ANNI	7,4	**-3,8**	6,2	**-7,7**	3,7	**-4,7**	2,5	**-1,7**	80,2	**17,7**
15-24 ANNI	5	**-2,7**	8	**-0,4**	5	**-3,4**	8	**3,1**	74	**3,6**
25-49 ANNI	2	**-2,4**	5,7	**0,1**	8,6	**3,8**	5,5	**-0,4**	78,2	**-1,2**
50 + ANNI	1,3	**0,3**	3,2	**-0,8**	3,5	**1,3**	1,9	**-1,1**	90,1	**0,4**
NORD OVEST	2,9	**0,8**	5	**-0,2**	5,8	**1,4**	2,5	**-1,2**	83,8	**-0,8**
NORD EST	1,5	**-3,1**	2,6	**-0,8**	4,2	**-0,7**	5,2	**2,6**	86,5	**2**

CENTRO	2,7	**-0,9**	8,1	**1,3**	6,5	**3,7**	4,3	**-1,3**	78,4	**-2,9**
SUD + ISOLE	4,6	**-0,4**	5,8	**-1,6**	7,5	**2,5**	4	**-1,6**	78	**0,8**
FINO A 30 MILA	3,3	**-0,3**	4,4	**-0,2**	5,2	**1,2**	3,4	**-0,6**	83,7	**-0,3**
30-100 MILA	4	**-0,9**	7,1	**-1,3**	9,3	**4,2**	6,2	**0,8**	73,5	**-2,6**
OLTRE 100 MILA	2,4	**-0,9**	5,9	**0,1**	5,5	**0,9**	2,8	**-1,7**	83,5	**1,6**

Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Tabella 10.32: Quanto spesso usi servizi DVD e BLUE-RAY per vedere film italiani? (%. Profilo delle audience. Dati 2020 vs 2019

FREQUENZA DVD BLU-RAY PER VISIONE FILM ITALIANI	TUTTI I GIORNI O QUASI		SETTIMANALMENTE - PIÙ VOLTE AL MESE		FREQUENTEMENTE NEL CORSO DELL'ANNO		QUALCHE VOLTA NEL CORSO DELL'ANNO		MAI - QUASI MAI	
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019
MASCHI	4,2	**0,4**	17	**4**	9,8	**0,7**	13,2	**3,8**	55,7	**-7,7**
FEMMINE	4,7	**0,9**	13,4	**0,4**	8,9	**-1,6**	11,8	**2,4**	61,2	**-2,2**
3-10 ANNI	6,6	**1**	26,7	**16,7**	9,2	**0,3**	9,1	**0,3**	48,3	**-18,4**
11-14 ANNI	3,7	**-5,4**	24,7	**10,3**	9,8	**-3,8**	8,6	**1,8**	53,1	**-3**
15-24 ANNI	10	**-2,5**	10	**-5,3**	12	**-6,1**	15	**9,4**	53	**4,4**
25-49 ANNI	3,1	**-3,9**	14	**-5,8**	9,1	**-1,4**	14	**5,6**	59,7	**5,5**
50 + ANNI	3,9	**-0,4**	11,5	**-0,8**	8,6	**-1,4**	12,1	**2,4**	64	**0,2**
NORD OVEST	2,8	**0,6**	12,3	**5,5**	9,8	**3**	11,6	**1,9**	63,5	**-10,8**
NORD EST	6,2	**2,3**	15	**5,9**	7,8	**-1,1**	11,4	**3,4**	59,6	**-10,4**
CENTRO	2,7	**-1,8**	16,2	**8,3**	10,2	**0,7**	16,2	**5,5**	54,6	**-12,8**
SUD + ISOLE	5,7	**2,5**	17,1	**2,8**	9,3	**-0,3**	11,9	**2,4**	55,9	**-7,6**
FINO A 30 MILA	4,7	**-1,4**	12,9	**-0,7**	8,7	**-1,8**	12,3	**3,4**	61,5	**0,7**
30-100 MILA	5,3	**0,1**	20,8	**11,5**	9,7	**2,2**	15	**6,2**	49,1	**-20,2**
OLTRE 100 MILA	3,5	**-1,1**	15	**1,9**	10,2	**-2,8**	10,6	**1,1**	60,6	**0,8**

Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Tabella 10.33: Quanto spesso usi YouTube per vedere film italiani? (%) Profilo delle audience. Dati 2020 vs 2019

FREQUENZA YOUTUBE PER VISIONE FILM ITALIANI	TUTTI I GIORNI O QUASI		SETTIMANALMENTE - PIÙ VOLTE AL MESE		FREQUENTEMENTE NEL CORSO DELL'ANNO		QUALCHE VOLTA NEL CORSO DELL'ANNO		MAI - QUASI MAI	
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019
MASCHI	12,8	**-3,4**	10,4	**-1**	9,1	**-1,3**	7,5	**1,5**	60,2	**4,1**
FEMMINE	13,4	**-2,9**	10,6	**1**	8,4	**1,8**	6,1	**-0,9**	61,4	**0,8**
3-10 ANNI	16,7	**-6,8**	11,7	**-4,2**	10,9	**3,3**	6,7	**1,4**	54,2	**6,5**
11-14 ANNI	25,9	**-0,5**	14,8	**-0,4**	9,9	**-5,4**	6,2	**4,8**	43,2	**1,5**
15-24 ANNI	22	**-1,9**	15	**3,8**	13	**1,7**	8	**0,3**	42	**-3,8**
25-49 ANNI	12,8	**-4**	7,5	**-1,5**	8,5	**0,8**	6,8	**-0,5**	64,4	**5,3**
50 + ANNI	6,1	**-3,8**	11,1	**1,4**	6,7	**-1,1**	6,7	**0,5**	69,4	**3,1**
NORD OVEST	10,8	**-2,5**	9,8	**1**	8,3	**2,3**	3,9	**-1,9**	67,1	**1**
NORD EST	8,8	**-4,9**	9,3	**-2**	5,2	**-1,3**	8,8	**6,1**	67,9	**2**
CENTRO	11,9	**-2,7**	9,2	**0,8**	10,8	**0,5**	8,6	**0,6**	59,5	**0,8**
SUD + ISOLE	18	**-2,6**	12,5	**0,3**	10,1	**-0,4**	7	**-1,4**	52,5	**4,2**
FINO A 30 MILA	15,4	**-0,1**	9,8	**1,1**	8,7	**0,9**	6,7	**-0,8**	59,4	**-0,9**
30-100 MILA	13,3	**-4,7**	9,8	**-2,7**	12,3	**4,2**	7,5	**1,8**	57,1	**1,4**
OLTRE 100 MILA	8,2	**-7,6**	12,6	**1,3**	5,9	**-3,9**	6,3	**0,7**	66,9	**9,4**

Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Tabella 10.34: Quanto spesso usi Torrent e siti pirata per vedere film italiani? (%). Profilo delle audience. Dati 2020 vs 2019

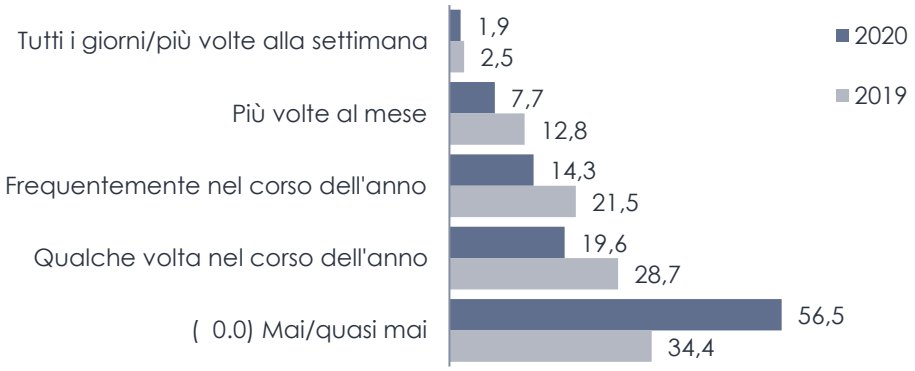
FREQUENZA SITI PIRATA PER VISIONE FILM ITALIANI	TUTTI I GIORNI O QUASI		SETTIMANALMENTE - PIÙ VOLTE AL MESE		FREQUENTEMENTE NEL CORSO DELL'ANNO		QUALCHE VOLTA NEL CORSO DELL'ANNO		MAI - QUASI MAI	
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019
MASCHI	2,8	**-0,9**	3,8	**-0,3**	6,1	**1,9**	4,1	**-1,6**	83,1	**0,9**
FEMMINE	1,2	**-2,1**	4,2	**1,2**	3,8	**0,4**	4	**1,9**	87	**-1,1**
3-10 ANNI	0,8	**-1,5**	6,7	**2,9**	4,1	**1**	3,4	**-0,4**	85	**-2,1**
11-14 ANNI	2,5	**-7,2**	7,4	**0,4**	2,4	**-4,6**	3,7	**-1,9**	84	**13,2**

15-24 ANNI	5	**0,1**	4	**-0,9**	7	**-0,7**	10	**4,4**	74	**-2,8**
25-49 ANNI	2,6	**-1,7**	4,7	**0,3**	6,3	**2,2**	5,2	**0,3**	81,3	**-0,9**
50 + ANNI	0,6	**-1**	1,2	**-0,4**	3,5	**1,3**	0,9	**-1,1**	93,6	**1,1**
NORD OVEST	2,5	**1,4**	2,1	**-0,8**	4	**1,7**	2,5	**-1,1**	88,8	**-1,3**
NORD EST	0,5	**-2,2**	2,1	**-1,7**	5,2	**2,9**	3,7	**2,5**	88,6	**-1,6**
CENTRO	2,2	**-2,6**	4,4	**2,4**	6	**2**	5,4	**-0,2**	82,2	**-1,5**
SUD + ISOLE	2,3	**-2,9**	6,4	**1,6**	4,9	**-0,9**	4,6	**-0,2**	81,7	**2,1**
FINO A 30 MILA	2,8	**-0,1**	2,9	**0,2**	4,4	**2,4**	3,9	**0,3**	86	**-2,9**
30-100 MILA	0,8	**-3,3**	5,7	**1,7**	6,2	**0,5**	4,9	**0,6**	82,3	**0,5**
OLTRE 100 MILA	1,2	**-2,8**	4,8	**0,2**	4,8	**-0,2**	3,6	**-0,5**	85,8	**3,4**

Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

10.5.5. Il cinema italiano. La visione in sala

Figura 10.30: Quanto spesso vai al cinema per vedere film italiani? (%). Dati 2020 vs 2019



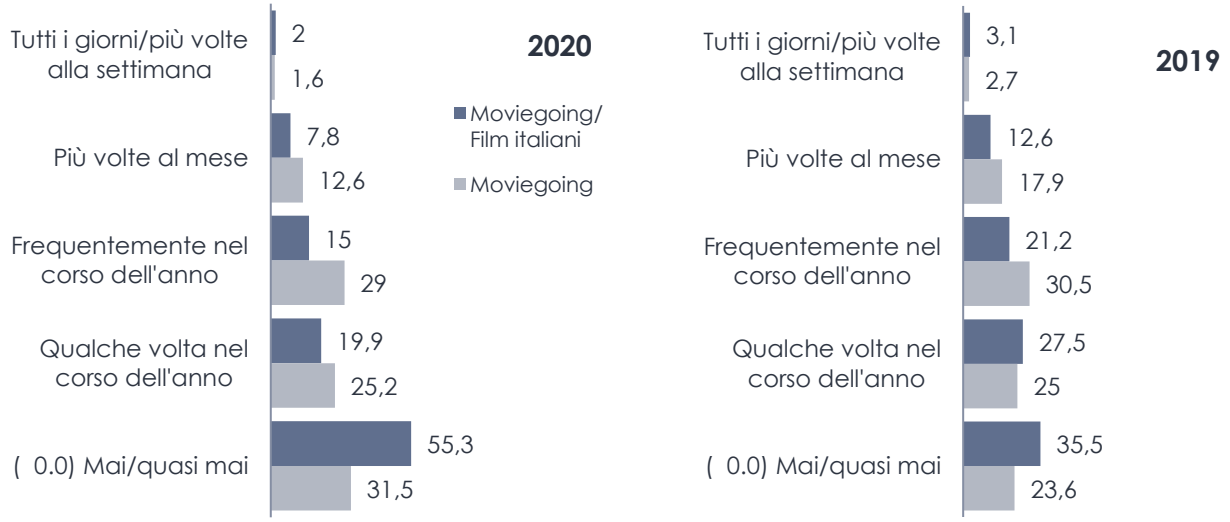
Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Tabella 10.35: Quanto spesso vai al cinema per vedere film italiani? (%). Profilo audience. Dati 2020 vs 2019

FREQUENZA SALA PER FILM ITALIANI	TUTTI I GIORNI O QUASI		SETTIMANALMENTE - PIÙ VOLTE AL MESE		FREQUENTEMENTE NEL CORSO DELL'ANNO		QUALCHE VOLTA NEL CORSO DELL'ANNO		MAI - QUASI MAI	
	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019	2020	Δ 2019
MASCHI	2	**-1,1**	7,8	**-4,8**	15	**-6,2**	19,9	**-7,6**	55,3	**19,8**
FEMMINE	1,8	**-0,1**	7,7	**-5,3**	13,6	**-8,3**	19,3	**-10,7**	57,7	**24,4**
3-10 ANNI	2,5	**1**	10	**-4,4**	13,3	**-10,2**	14,2	**-8,5**	60	**22,1**
11-14 ANNI	3,7	**-4,7**	11,1	**-9,7**	16	**-10,4**	12,3	**-8,5**	56,8	**33,2**
15-24 ANNI	3	**-1,9**	8	**-7,4**	14	**-17**	23	**-2,4**	52	**28,8**
25-49 ANNI	2,6	**-0,1**	6,8	**-5,8**	17,2	**-0,6**	22,4	**-7,4**	51,2	**14,1**
50 + ANNI	0	**-1**	7	**-3,7**	10,9	**-10,9**	19,1	**-12,2**	63,1	**27,9**
NORD OVEST	1,4	**-1,4**	4,7	**-2,8**	12,3	**-7,5**	20,5	**-11,1**	61	**22,9**
NORD EST	0	**-1,9**	9,8	**-2,7**	11,9	**-5,5**	17,6	**-11,2**	60,6	**21,2**
CENTRO	3,2	**1,2**	9,1	**-4,3**	12,4	**-13,4**	24,9	**5**	50,3	**11,4**
SUD + ISOLE	2,6	**-0,2**	8,1	**-8,5**	18,3	**-4,5**	17,1	**-14**	53,9	**27,2**
FINO A 30 MILA	1,6	**-1,6**	7,5	**-1,9**	11,7	**-7,1**	17,9	**-13,1**	61,3	**23,7**
30-100 MILA	1,3	**-0,6**	8,4	**-7,4**	19	**-5,7**	20,4	**-7,3**	50,9	**21**
OLTRE 100 MILA	3,1	**1,1**	7,5	**-8,1**	15,4	**-7,5**	22,4	**-3,7**	51,6	**18,2**

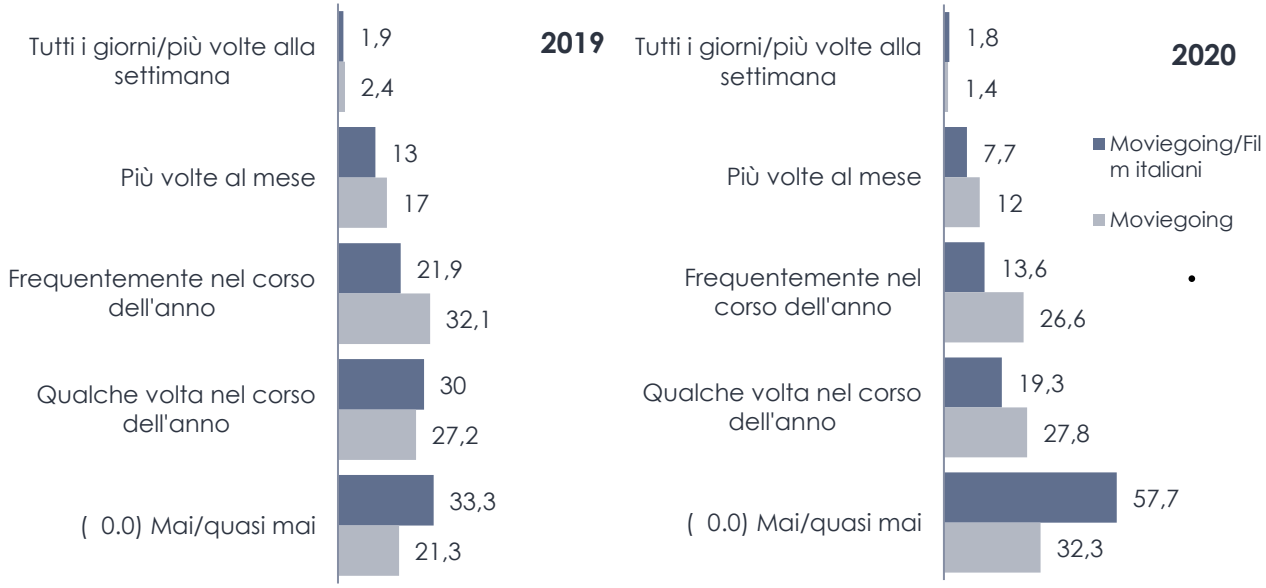
Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

Figura 10.26: Quanto spesso vai al cinema per vedere film italiani? Profilo delle audience. Pubblico maschile



Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

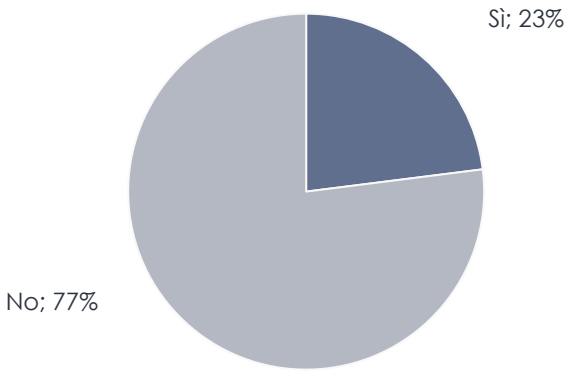
Figura 10.27: Quanto spesso vai al cinema per vedere film italiani? Profilo delle audience. Pubblico femminile



Fonte: Indagine Pubblici 2019 e 2020

10.6. CINETURISMO

Figura 10.28: Ti è mai capitato di scegliere la meta di una vacanza o di un viaggio per visitare i luoghi in cui è stato girato un film o una serie Tv? (%) Dati 2020



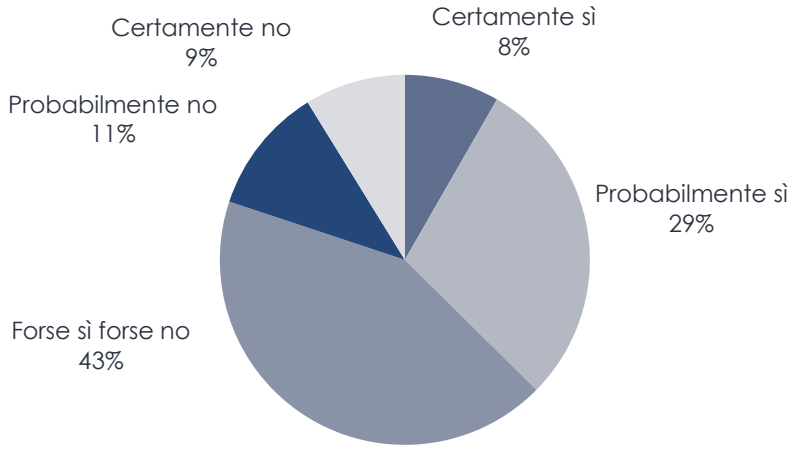
Fonte: Indagine Pubblici 2020

Tabella 10.36: Ti è mai capitato di scegliere la meta di una vacanza o di un viaggio per visitare i luoghi in cui è stato girato un film o una serie Tv? (%). Profilo audience di chi ha praticato

PROFILO AUDIENCE DI CHI HA PRATICATO %	
MASCHIO	20
FEMMINA	26
NORD OVEST	20
NORD EST	27
CENTRO	26
SUD ISOLE	22
FINO A 30 MILA	23
30-100 MILA	24
OLTRE 100 MILA	24

Fonte: Indagine Pubblici 2020

Figura 10.29: In futuro sceglieresti la meta di una vacanza o di un viaggio per visitare i luoghi in cui è stato girato un film o una serie Tv? (% su chi ha risposto no). Dati 2020



Fonte: Indagine Pubblici 2020

11. TURISMO

Come enunciato negli Artt. 1 e 10 della Legge 220/2016, l'intervento pubblico a sostegno del cinema e dell'audiovisivo pone fra i suoi obiettivi la promozione dell'immagine dell'Italia, anche a fini turistici, in accordo con il **Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale**, e anche mediante accordi con l'**Agenzia Nazionale del Turismo** (ENIT).

La proposta metodologica per la misurazione dell'indicatore **Turismo**, contenuta nella Valutazione d'impatto della Legge nel biennio 2017-2018 proponeva un modello multilivello mirato a misurare gli impatti a livello di **notorietà** (*awareness*), **reputazione** (*sentiment*) e **mobilità** (*conversion*) delle opere sulle destinazioni che hanno funto da location. **Nella presente Valutazione si è dato corso alla misurazione degli impatti con riferimento al livello dell'*awareness* e del *sentiment*.** Si è ritenuto opportuno sospendere per l'anno in corso la valutazione della *conversion*, ovvero della capacità delle opere beneficiarie di generare attività turistica, per la condizione di eccezionalità generata dall'emergenza sanitaria e per la difficoltà a condurre la ricerca sul campo prevista dalla metodologia (interviste ai gestori di infrastrutture alberghiere e di bar/locali pubblici).
Le 8 opere analizzate (3 filmiche, 3 televisive e 2 opere web) sono state scelte fra quelle che hanno goduto dei benefici previsti dalla Legge 220/2016 nel biennio 2017/2018 e che hanno avuto almeno un passaggio in sala (per le opere filmiche), uno televisivo o web (per le opere tv e web) al momento della rilevazione.

Per ognuna sono state analizzate le recensioni **TripAdvisor** menzionanti l'opera, il discorso istituzionale delle **pagine Facebook di enti turistici/uffici territoriali e delle case di produzione** e gli scambi sorti nei commenti. Sulla base della quota delle recensioni e post menzionanti l'opera e/o le sue location, del conseguente grado di engagement Facebook e dell'orientamento dei commenti e dei giudizi TripAdvisor, è stato calcolato **l'Awareness Rate** (A.R) e **Sentiment Rate** (S.R) per piattaforma e per opera.

Dalla loro aggregazione risultano gli indicatori TripAdvisor e Facebook, la cui media costituisce l'**Indicatore Turismo**, un indice sintetico che stima l'impatto dell'opera sulla notorietà (***awareness***) e reputazione (***sentiment***) delle località selezionate come location.

I risultati delle performance turistiche delle opere vanno valutati tenendo presente il diverso bacino di pubblico raggiunto da ciascuna di esse. I dati esposti nelle prossime pagine vanno, inoltre, letti congiuntamente ai dati raccolti sul **turismo screen induced** tramite il questionario beneficiari e la survey pubblici, a cui si rimanda, e integrati con le performance del portale nazionale delle location e degli incentivi alla produzione cinematografica e audiovisiva ***Italy for Movies***, istituito dalla Direzione Generale Cinema e Audiovisivo e dalla Direzione Generale Turismo del MiBACT e finalizzato ad armonizzare e mettere a sistema il patrimonio progettuale esistente, avviando, al contempo, iniziative sperimentali, sia dal punto di vista dell'offerta, sia in riferimento ai mercati target e ai relativi canali di promo-commercializzazione.

EXECUTIVE SUMMARY

AWARENESS

- L'**Awareness Rate** (A.R) è un numero indice che restituisce una misura degli **impatti delle opere sulla notorietà delle destinazioni** che hanno funto da location a partire dai risultati riscontrati su Facebook (Facebook Awareness Rate, F.A.R) e TripAdvisor (TripAdvisor Awareness Rate, T.A.R).
- **Su Facebook *Skam Italia 3* (F.A.R=0,12) e *L'Isola di Pietro* 2 (F.A.R=0,08) mostrano i valori più alti**, superando nel primo caso anche la fiction di *benchmark Don Matteo* (F.A.R=0,11). Il risultato del primo titolo non deriva però da una moltitudine di contenuti menzionanti l'opera e le sue location, come accade invece per il secondo, ma dall'effetto dell'unico post pubblicato dalla pagina di Netflix, che grazie alla partecipatività della sua community consegue un engagement elevato, raggiungendo un bacino ampio di utenti e incidendo quindi sull'awareness.
- *Rocco Schiavone 3* (F.A.R=0,04) e *Il nome della rosa* (F.A.R=0,03) vedono le pagine di enti turistici e uffici territoriali attive nel menzionare le opere nella propria attività editoriale raggiungendo livello medi di engagement. Nel primo caso si nota anche una grande attenzione a valorizzare le location nel discorso istituzionale della casa madre di produzione.
- *Summertime* (F.A.R=0,02) rimane il titolo con il valore minore a causa del basso engagement ottenuto dai post contenenti menzioni.
- Su **TripAdvisor *L'Isola di Pietro 2* (T.A.R=0,18) e *Rocco Schiavone 3* (T.A.R=0,04)**, nonostante lontani dal valore di *Don Matteo* (T.A.R=0,7) **risultano le opere più performanti**, a testimonianza di una **maggior notorietà** in grado di attivare, seppur in forma ridotta, **esperienze di turismo screen induced**.
- *A casa tutti bene* (T.A.R=0,006), assente nel discorso istituzionale su Facebook, e *Summertime* (T.A.R=0,006) mostrano potenzialità non ancora colte in merito all'attivazione di impatti sulla notorietà dalle location.
- *Skam Italia 3* non segna infine recensioni che menzionino l'opera, portando così a un T.A.R nullo.
- *La ragazza nella nebbia* e *Lazzaro Felice* non presentano contenuti su nessuna delle piattaforme in analisi.

SENTIMENT

- In base ai risultati relativi all'**orientamento** dei commenti degli utenti ai post contenenti menzioni e delle recensioni è stato calcolato il **Sentiment Rate** per opera su Facebook (F.S.R) e TripAdvisor (T.S.R).
- Su **Facebook *Rocco Schiavone 3* (F.S.R=18,56)** e ***L'Isola di Pietro 2* (F.S.R=15,45)** mostrano un sentiment dei commenti rispettivamente superiore e pari a quello dell'opera di riferimento *Don Matteo* (F.S.R=15,99), ad indicare la **buona reputazione** di cui godono presso gli utenti. *Skam Italia 3* (F.S.R=5,64), *Summertime* (F.S.R=4,94) e *Il nome della rosa* (F.S.R=4,64) descrivono situazioni in cui il sentiment degli utenti è perlopiù neutro, talvolta con una componente positiva a bassa intensità, ma raramente con connotazioni negative (presenti

invece per i titoli più noti che possono talvolta attirare l'antipatia di una parte di pubblico alla luce del loro essere più discussi).

- È importante però segnalare che l'attività conversazionale degli utenti si concentra sui protagonisti delle opere: le **location non sembrano delinearsi come un elemento significativo** (né in senso positivo, né negativo) per i fruitori delle pagine.
- Su **TripAdvisor *A casa tutti bene* (T.S.R=21,09)** e ***Rocco Schiavone* 3 (T.S.R=20,86)** presentano il **Sentiment Rate più alto**. Il primo titolo però registra un numero inferiore di recensioni rispetto al secondo (Cfr. TripAdvisor Awareness Rate), le quali tuttavia, grazie all'orientamento positivo a media e alta intensità, influenzano il risultato finale dell'indice. I valori di *L'Isola di Pietro 2* (T.S.R=2,81) e *Summertime* (T.S.R=4,69) delineano situazioni con predominanza di recensioni neutre, che si limitano a citare l'opera senza forme di coinvolgimento emotivo e mimetico.

INDICATORE TURISMO

- Dalla media dell'indicatore TripAdvisor e Facebook è stato costruito l'Indicatore Turismo, un indice che stima notorietà (*awareness*) e reputazione (*sentiment*) delle destinazioni che hanno funto da location, ***Rocco Schiavone 3*** e ***L'Isola di Pietro 2*** segnano le migliori performance del campione, con un Indicatore Turismo rispettivamente di 1,41 e 1,25 ad indicare la **presenza di impatti positivi delle opere sulla notorietà e reputazione delle location**, tanto da attivare, seppur in forma ridotta, esperienze di **turismo screen induced**.
- Per i restanti titoli si registrano valori compresi fra 0,085 e 1 che suggeriscono la possibilità di generare meccanismi di turismo screen induced a partire dal ruolo degli enti turistici e uffici territoriali locali. Unici casi che mostrano valori nulli sono *La ragazza nella nebbia* e *Lazzaro Felice*, per i quali sembra mancare sensibilità rispetto alle potenzialità del legame tra opere e location sia lato istituzioni che lato utenti.

11.1. PREMESSA METODOLOGICA

La proposta metodologica per la misurazione dell'indicatore ***Turismo***, contenuta nella Valutazione d'impatto della Legge 220/2016[138] nel biennio 2017-2018 realizzata dal soggetto scrivente proponeva un modello multilivello, elaborato partendo da un'analisi sistematica della letteratura, con riferimento alle ricerche nazionali e internazionali più avanzate. Tale modello prevedeva sinteticamente:

- l'inclusione nella misurazione degli impatti di tutti i prodotti contemplati dalla Legge 220/2016: film, prodotti televisivi e web, videogiochi;
- la valutazione degli impatti a livello di: visibilità (*awareness*), reputazione (*sentiment*) e mobilità (*conversion*);
- l'inclusione nella valutazione degli impatti del turismo *for leisure* e del turismo *for business*.

La metodologia elaborata dallo scrivente e illustrata nella Valutazione d'impatto 2017-2018 è stata applicata nella presente Valutazione con riferimento ai livelli della visibilità (*awareness*) e della reputazione (*sentiment*). Si è ritenuto opportuno sospendere per l'anno in corso la valutazione della *conversion*, ovvero della capacità delle opere beneficiarie di generare attività turistica, per la condizione di eccezionalità generata dall'emergenza sanitaria e per la difficoltà a condurre la ricerca sul campo prevista dalla metodologia (interviste ai gestori di infrastrutture alberghiere e di bar/locali pubblici necessari alla misurazione della *conversion*).

La Valutazione ha inoltre preso in esame il turismo *for leisure*. I risultati di quest'analisi vanno letti congiuntamente ai dati relativi al turismo *for business* raccolti tramite il questionario beneficiari e ai dati emersi in relazione alla pratica del turismo *screen induced* da parte dei pubblici, riportati nel capitolo di riferimento.

I risultati della Valutazione vanno inoltre integrati con i dati di performance del portale *Italy for Movies* (https://www.italyformovies.it/). Il portale, frutto del protocollo di intesa sottoscritto nel 2017 dalla Direzione Generale Cinema e Audiovisivo e dalla Direzione Generale Turismo del MiBACT, si inserisce nel quadro degli interventi strategici coerenti con il *Piano Strategico del Turismo* orientati ad armonizzare e mettere a sistema il patrimonio progettuale esistente, avviando, al contempo, iniziative sperimentali, sia dal punto di vista dell'offerta, sia in riferimento ai mercati target e ai relativi canali di promo-commercializzazione.

L'analisi è stata condotta assumendo, in base a criteri di pertinenza e accessibilità[139], come piattaforme di riferimento Facebook e TripAdvisor. Queste ospitano infatti il discorso degli utenti in merito sia alle proprie esperienze di fruizione audiovisiva (Facebook), sia al turismo (nel caso di TripAdvisor).

Per ognuna delle opere sono state analizzate le recensioni TripAdvisor menzionanti l'opera, il discorso istituzionale delle pagine Facebook di enti turistici/uffici territoriali e delle case di produzione dei titoli e gli scambi sorti nei commenti. Sulla base della quota delle recensioni e post menzionanti il titolo e/o le sue location, del conseguente grado di engagement Facebook e dell'orientamento dei commenti e dei giudizi TripAdvisor, è stato calcolato l'Awareness Rate (A.R) e Sentiment Rate (S.R) per piattaforma e per opera.

Si è quindi proceduto alla raccolta e alla ponderazione di un plesso di indicatori come segue:

---

[138] Si veda in particolare l'articolo 10 comma 1: «Il Ministero promuove, coordina e gestisce le iniziative aventi per scopo lo sviluppo della produzione cinematografica e delle opere audiovisive e della loro distribuzione e diffusione in Italia e all'estero, anche d'intesa con il Ministero dello sviluppo economico e con il Ministero degli affari esteri e della cooperazione internazionale».

[139] Ad esempio il servizio API di Google consente di scaricare al massimo 5 review rendendo così difficoltosa la raccolta sistematica di materiali.

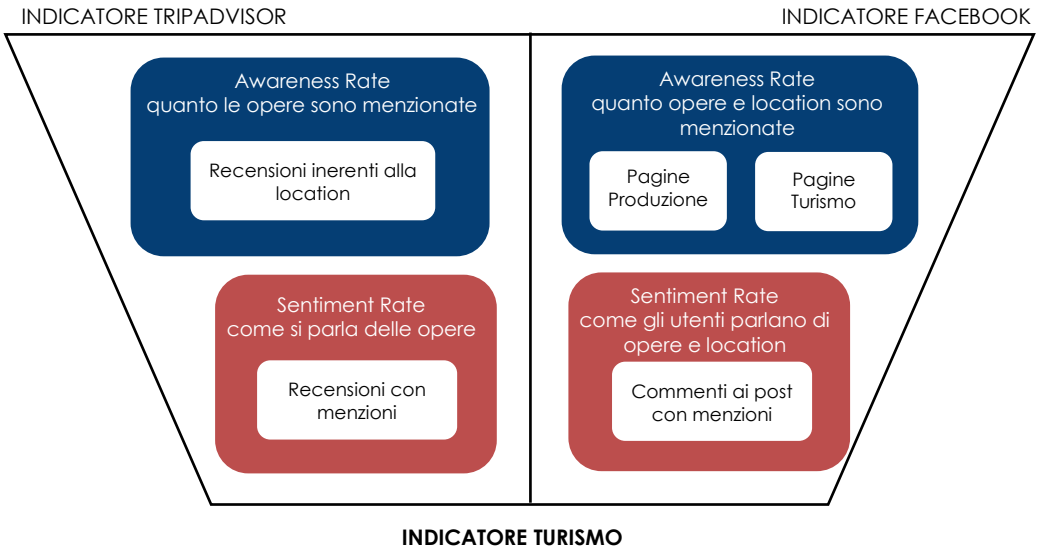
Tabella 11.1: Misurazione dell'Indicatore Turismo

MISURAZIONE DELL'INDICATORE TURISMO			
LIVELLO	**CAMPIONE**	**STRUMENTO**	**METODO**
PRONENESS: misura la predisposizione dei pubblici italiani a pianificare e realizzare viaggi/vacanze legati all'esperienza di opere cinematografiche e audiovisive e/o alla realizzazione di eventi connessi al comparto, es. Festival.	CAP. 7		
AWARENESS: misura la notorietà della location, in sé stessa e con riferimento alle opere/iniziative *on screen* che ha ospitato.	Location *di film e opere TV/Web* beneficiarie della Legge 220/2016 nel triennio 2017-2019 e che abbiamo avuto almeno un passaggio in sala (film) e uno televisivo e su piattaforma (opere TV/web) al momento della rilevazione	Content Analysis	Ponderazione delle menzioni della località, in sé stessa e con riferimento ai film/opere ivi ambientati/realizzati, su TripAdvisor, nelle pagine Facebook degli enti turistici e uffici territoriali (comuni, pro loco) e delle case di produzione
SENTIMENT: misura la reputazione di cui la destinazione gode, nuovamente in sé stessa e in riferimento alle opere/iniziative che ha ospitato.	Location *di film e opere TV/Web* beneficiarie della Legge 220/2016 nel triennio 2017-2019 e che abbiamo avuto almeno un passaggio in sala (film) e uno televisivo e su piattaforma (opere TV/web) al momento della rilevazione	Sentiment Analysis	Misurazione del numero e valutazione dell'orientamento (sentiment) delle recensioni e dei commenti degli utenti riferiti alla location su TripAdvisor e sulle pagine Facebook degli enti turistici e uffici territoriali (comuni, pro loco) e delle case di produzione

Fonte: nostra elaborazione

Segue un'infografica a sintetizzare la metodologia d'analisi.

Figura 11.1: Sintesi della metodologia d'analisi



Fonte: nostra elaborazione

11.2. INDIVIDUAZIONE DEL CAMPIONE

Il campione si compone di 8 opere:

- 3 opere filmiche
- 3 opere televisive
- 2 opere web

Viene presentata una sintesi dei parametri e delle variabili considerate per la sua costruzione, adattata dalla proposta presentata nella Valutazione di impatto 2017-2018 (capitolo 11):

Tabella 11.2: Parametri e variabili adottati per la costruzione del campione

COSTRUZIONE DEL CAMPIONE	
PARAMETRO	VARIABILI
TIPOLOGIA CONTENUTI	Prodotti on-screen, compresi videogiochi e opere web, beneficiari della Legge 220/2016 nel biennio 2018-2019 e che hanno avuto almeno un passaggio in sala (film) e uno televisivo e su piattaforma (opere TV/web) al momento della rilevazione.
CRITERI DI SCELTA	Successo in termini di box office, di critica e di ascolto televisivo delle opere; distribuzione delle location in diverse regioni.
DESTINAZIONE	On location, cioè i luoghi geografici associati alle riprese (Grenier, 2011) che abbiano previsto almeno un giorno di lavorazione.
STORYTELLING	Location reali, che abbiano previsto almeno un giorno di lavorazione in loco.

Fonte: nostra elaborazione

Il campione risulta quindi composto dalle seguenti opere (riportate in ordine cronologico):

Tabella 11.3: Sintesi del campione

SINTESI DEL CAMPIONE					
OPERA	ANNO INIZIO RIPRESE	CASA DI PRODUZIONE	TIPOLOGIA	FINANZIAMENTO	
				Linea	Anno
La ragazza nella nebbia (D. Carrisi, 2017)	2017	MEDUSA FILM	FILM	Tax Credit produzione FILM	2017
		COLORADO FILM PRODUCTION		Tax Credit distribuzione nazionale di FILM	
		GAVILA PRODUCTION			
A casa tutti bene (G. Muccino, 2018)	2017	LOTUS PRODUCTION ITALIA FILM	FICTION	Tax Credit produzione FILM	2018
		RAI CINEMA		Tax Credit distribuzione nazionale di FILM	2018
Lazzaro Felice (A. Rohrwacher, 2018)	2017	TEMPESTA	FILM	Tax Credit produzione FILM	2018
		AMKA FILMS			
		AD VITAM			
		RSI		Tax Credit distribuzione nazionale di FILM	2018
		RAI CINEMA			
		ARTECINEMA			
L'Isola di Pietro 2 (G. Manfredonia. Brignone, 2018)	2018	LUX VIDE	FICTION	Tax Credit produzione di opere TV	2018
Il nome della rosa (G. Battiato, 2019)	2018	RAI FICTION	FICTION	Tax Credit produzione di opere TV	2018
		11 MARZO FILM			
		PALOMAR		Tax Credit produzione di opere TV	2018
		TELE MÜNCHEN			
Rocco Schiavone 3 (S. Spada, 2019)	2019	CROSS PRODUCTIONS	FICTION	Tax Credit produzione di opere TV	2019
		RAI FICTION			
Skam Italia 3 (L. Bessegato, 2019)	2018	CROSS PRODUCTIONS	OPERA WEB	Tax Credit produzione di opere WEB	2018
		TIMVISION			
		NETFLIX			
Summertime (L. Sportiello, F. Lagi, 2020)	2019	CATTLEYA	OPERA WEB	Tax Credit produzione di opere WEB	2019

Fonte: DGCol

Si è poi proceduto all'individuazione delle principali location coinvolte (a partire dai titoli di coda), come illustrato in tabella 9.4.

Tabella 11.4: Location delle opere in campione

OPERE E LOCATION NEL CAMPIONE	
OPERA	LOCATION
La ragazza nella nebbia	CAREZZA (TRENTINO-ALTO ADIGE)
	NOVA LEVANTE (TRENTINO-ALTO ADIGE)
A casa tutti bene	ISCHIA
Lazzaro felice	CIVITA DI BAGNOREGIO (LAZIO)
	CASTEL GIORGIO (LAZIO)
L'isola di Pietro 2	CARLOFORTE (SARDEGNA)

	ISOLA DI SANT'ANTIOCO (SARDEGNA)
Il nome della rosa	GOLE DI FARA SAN MARTINO (ABRUZZO)
	ROCCAMORICE (ABRUZZO)
	EREMO DI SANTO SPIRITO A MAJELLA (ABRUZZO)
	CASTELLO DI ROCCASCALEGNA (ABRUZZO)
	PERUGIA (UMBRIA)
	BEVAGNA (UMBRIA)
	PARCO ARCHEOLOGICO NATURALISTICO DI VULCI (LAZIO)
	PARCO ARCHEOLOGICO CULTURALE DI TUSCOLO (LAZIO)
Rocco Schiavone 3	AOSTA (VALLE D'AOSTA)
Skam Italia 3	ROMA (LAZIO)
Summertime	RAVENNA (EMILIA ROMAGNA)
	CESENATICO (EMILIA ROMAGNA)

Fonte: nostra elaborazione

11.3. APPROCCIO O-L/L-O

L'approccio O-L/L-O si propone di valutare e ponderare la capacità di un'opera di incidere sulla notorietà e reputazione delle location che l'hanno ospitata, tenendo conto delle diverse prospettive d'osservazione del fenomeno.

Questo approccio è stato realizzato appositamente e poggia sulla letteratura descritta nella Valutazione di impatto 2017-2018 e si sviluppa come in tabella 9.5. Un modulo di CENTRIC è stato inoltre sviluppato per raccogliere sistematicamente[140] tutte le informazioni delle piattaforme in esame.

Tabella 11.5: Approccio O-L/L-O

APPROCCI E PROSPETTIVE				
APPR.	PROSPETTIVA	FOCUS	METODO	LUOGHI MONITORATI
O-L	Dall'opera verso la location	Attori impegnati nella promozione turistica	Ponderazione delle menzioni dell'opera su TripAdvisor e sulle pagine Facebook degli enti turistici e uffici territoriali (comuni, pro loco)	Alberghi, ristoranti e attrazioni inerenti alle location su TripAdvisor con data dell'esperienza compresa dall'anno di inizio delle riprese e luglio 2020[141]. Post pubblicati dall'anno di inizio riprese a luglio 2020 dalle pagine Facebook degli enti turistici e uffici territoriali (comuni, pro loco)[142].
L-O	Dalla location verso l'opera	Attori impegnati nella produzione dell'opera	Ponderazione delle menzioni della località, in sé stessa e con riferimento ai film/opere ivi ambientati/realizzati, sulle pagine Facebook delle case di produzione	Post pubblicati dall'anno di inizio riprese a luglio 2020 dalle pagine Facebook delle case di produzione in analisi.

Fonte: nostra elaborazione

Di seguito viene riportata una tabella riassuntiva delle pagine TripAdvisor analizzate[143]:

[140] Ovvero per ogni giorno e ogni ora nel periodo di osservazione.
[141] Nel caso di *L'Isola di Pietro 2* e *Rocco Schiavone 3*, sebbene le riprese delle stagioni in analisi siano incominciate rispettivamente nel 2018 e 2019, è stato scelto come anno di inizio rilevazione il 2017, così da considerare anche eventuali forme di turismo screen induced nate a seguito dell'esordio delle fiction nel 2016.
[142] In caso di assenza di suddetti account o laddove riscontrata differenziazione tra le pagine con finalità di promozione turistica, sono state considerate valide ai fini dell'analisi le fanpage gestite da appassionati, enti promozionali non pubblici e pagine ufficiali delle attrazioni culturali.
[143] In tutte le tabelle *Don Matteo*, opera di riferimento per il confronto con gli altri titoli, è riportato in rosso così da distinguerlo dai titoli in analisi.

Tabella 11.6: TripAdvisor: opere, location e tipologie di pagine analizzate.

ANALISI TRIPADVISOR					
OPERA	TOT. LOC	LOCATION	TIPOLOGIE ANALIZZATE		
			ALBERGHI	RISTORANTI	ATTRAZIONI
Don Matteo	1	GUBBIO	X	X	X
La ragazza nella nebbia	2	CAREZZA	X	X	X
		NOVA LEVANTE	X	X	X
A casa tutti bene	1	ISCHIA	X	X	X
Lazzaro Felice	2	CIVITA DI BAGNOREGIO	X	X	X
		CASTEL GIORGIO	X	X	X
L'Isola di Pietro 2	2	CARLOFORTE	X	X	X
		SANT'ANTIOCO	X	X	X
Il nome della rosa	8	ROCCAMORICE	X	X	X
		PERUGIA	X	X	X
		BEVAGNA	X	X	X
		GOLE DI FARA SAN MARTINO			X
		EREMO DI SANTO SPIRITO A MAJELLA			X
		CASTELLO MEDIEVALE DI ROCCASCALEGNA			X
		PARCO ARCHEOLOGICO CULTURALE DI TUSCOLO			X
		PARCO ARCHEOLOGICO NATURALISTICO DI VULCI			X
Rocco Schiavone 3	1	AOSTA	X	X	X
Skam Italia 3	1	ROMA	X	X	X
Summertime	2	Ravenna	X	X	X
		Cesenatico	X	X	X

Fonte: nostra elaborazione

Vengono segnalate anche le pagine Facebook degli enti turistici e uffici territoriali (comuni, pro loco) nel campione:

Tabella 11.7: Facebook (approccio L-O): opere, location e tipologie di pagine analizzate.

ANALISI FACEBOOK (APPROCCIO O-L)								
OPERA	TOT. PAG	PAGINE FB	TIPOLOGIE ANALIZZATE					
			UFFICI TURISMO	COMUNE	PRO LOCO	FAN PAGE	ATTRAZ. CULTURALE	ENTI PROMOZ.
La ragazza nella nebbia	1	VISIT TRENTINO						X
A casa tutti bene	2	ISCHIA						X
		COMMERCIO E TURISMO ISCHIA						X
Lazzaro Felice	4	CIVITA DI BAGNOREGIO OFFICIAL				X		
		CIVITA DI BAGNOREGIO INFOPOINT	X					
		PRO LOCO CASTEL GIORGIO			X			
L'Isola di Pietro 2	2	CARLOFORTE TURISMO	X					
		COMUNE DI SANT'ANTIOCO		X				
Il nome della rosa	10	VISIT ROCCAMORICE		X				
		COMUNE DI PERUGIA		X				
		NUOVA PRO LOCO BEVAGNA			X			
		VISIT BEVAGNA		X				
		GOLE DI FARA SAN MARTINO					X	
		EREMO DI SANTO SPIRITO A MAJELLA					X	
		CASTELLO MEDIEVALE DI ROCCASCALEGNA					X	

		PARCO ARCHEOLOGICO CULTURALE DI TUSCOLO					X	
		PARCO DI VULCI GLI AMICI				X		
Rocco Schiavone 3	2	VALLE D'AOSTA NEL CUORE						X
		COMUNE DI AOSTA		X				
Skam Italia 3	2	COMUNE DI ROMA		X				
		TURISMO ROMA	X					
Summertime	4	COMUNE DI RAVENNA		X				
		RAVENNA TOURISM	X					
		COMUNE DI CESENATICO		X				
		CESENATICO TURISMO	X					

Fonte: nostra elaborazione

Per riconoscere e quantificare i riferimenti ai prodotti filmici - e misurare la notorietà (*awareness*) delle loro location - si è proceduto a mappare da un lato le menzioni dell'opera su TripAdvisor e sulle pagine Facebook degli enti turistici e uffici territoriali (approccio O-L), dall'altro della località (in sé stessa e con riferimento ai film/opere ivi ambientati) sui profili Facebook delle case di produzione (approccio L-O,) secondo i due set di parole civetta riportati in tabella 9.8.

Tabella 11.8: Analisi delle menzioni: opere e parole civetta per i due approcci

ANALISI DELLE MENZIONI		
OPERA	PAROLE CIVETTA	
	APPROCCIO O-L	APPROCCIO L-O
La ragazza nella nebbia	ragazza nella nebbia, carrisi, donato carrisi, toni servillo, servillo, avechot, jean reno, reno	Opera ragazza nella nebbia, carrisi, donato carrisi, toni servillo, servillo, avechot, jean reno, reno, Location carezza trentino nova levante
A casa tutti bene	muccino, a casa tutti bene, favino, accorsi, tognazzi, favino	Opera muccino, a casa tutti bene, favino, accorsi, tognazzi Location ischia
Lazzaro Felice	lazzaro felice, alice rohrwacher, rai, lazzaro, inviolata, l'inviolata	Opera lazzaro felice, alice, rohrwacher, lazzaro, inviolata Location civita di bagnoregio, bagnoregio, civita , castel giorgio
L'Isola di Pietro 2	isola di pietro, pietro, gianni morandi, morandi, mediaset, pietro sereni, chiara baschetti, baschetti, federico russo, russo, fiction, telefilm	Opera isola di pietro, pietro, gianni morandi, morandi, mediaset, pietro sereni, chiara baschetti, baschetti, federico russo, fiction, telefilm Location carloforte, san'antioco, sulcis iglesias, iglesias, sulcis
Il nome della rosa	nome della rosa, giacomo battiato, turturro, serie tv, bentivoglio, everett, umberto eco, eco, emerson, fresi	Opera nome della rosa, giacomo battiato, turturro, serie tv, bentivoglio, everett, umberto eco, eco, emerson, fresi Location gole fara san martino, roccamorice, eremo santo spirito a majella, majella, santo spirito, roccascalegna, perugia, bevagna, vulci, tuscolo
Rocco Schiavone 3	rocco schiavone, rocco, schiavone, rai 1, marco giallini, giallini, manzini, antonio manzini, isabella ragonese, ragonese, fiction, telefilm	Opera rocco schiavone, rocco, schiavone, rai 1, marco giallini, giallini, manzini, antonio manzini, isabella ragonese, ragonese, fiction, telefilm Location aosta, valle d'aosta
Skam Italia 3	skam, eva brighi, martino rametta, niccolo fares, giovanni garau, rocco fasano, ludovico tersigni	Opera skam, eva brighi, martino rametta, niccolo fares, giovanni garau, rocco fasano, ludovico tersigni Location

		roma
Summertime	summertime, summer, ludovico tersigni	Opera summertime, summer, ludovico tersigni
		Location Ravenna, cesenatico, bagni paradiso

Fonte: nostra elaborazione

Inoltre per le pagine Facebook in analisi è stato stimato il livello di engagement sulla base del confronto fra indici, come indicato in tabella 9.9.

Tabella 11.9: Facebook Engagement

FACEBOOK ENGAGEMENT		
UNITÀ	INDICI	MISURAZIONE
Pagine Facebook in analisi	Commenti e reactions dei post con menzioni, considerati indicatori di attivazione da parte degli utenti	Variazione percentuale tra il numero di commenti e reactions e i post con menzioni rispetto a quelli medi di pagina[144]

Fonte: nostra elaborazione

A seguire, è stato quantificato e valutato l'orientamento (*sentiment*), sia in segno sia in intensità, delle recensioni e dei commenti degli utenti riferiti alla location su TripAdvisor e sulle pagine Facebook in esame. In tabella 9.10 è presentata una sintesi del metodo adottato.

Tabella 11.10: Analisi del sentiment: segno e intensità.

ANALISI DEL SENTIMENT		
SEGNO		
Negativo	Neutro	Positivo
Il contenuto presenta orientamento negativo riguardo al nesso tra opera e location	Il contenuto non presenta particolari connotazioni di orientamento	Il contenuto presenta orientamento positivo riguardo al nesso tra opera e location
INTENSITÀ (POSITIVI E NEGATIVI)		
Bassa	Media	Alta
Referral Riferimento alla propria esperienza di fruizione dell'opera in concomitanza con la visita alla location	Feeling Pratiche legate al desiderio di immergersi nell'atmosfera dell'opera a partire dalla visita alle location	Mimesi Pratiche mirate a rivivere/riprodurre in prima persona l'opera

Fonte: nostra elaborazione

Una volta raccolti tutti i dati, è stato realizzato l'Indicatore Turismo, un indice sintetico volto a restituire con un unico valore il grado di notorietà e reputazione della location in sé stessa e con riferimento alle opere che ha ospitato. L'indicatore risulta quindi costruito come da tabella 10.11 (in nota vengono spiegate le formule di calcolo per ogni fase):

Tabella 11.11: Indicatore Turismo: fasi, parametri, ponderazione e output.

INDICATORE TURISMO			
FASE	PARAMETRO	PONDERAZIONE	OUTPUT
1	Sentiment	Calcolo dell'orientamento e dell'intensità delle recensioni su TripAdvisor e dei commenti degli utenti ai post Facebook contenti menzioni delle location (nel caso delle pagine delle case di produzione) e dell'opera (per quelle degli enti turistici)	TripAdvisor Sentiment Rate per opera Facebook Sentiment Rate per opera[145]

[144] In questo modo è possibile confrontare la percezione di coloro che hanno vissuto esperienze di turismo screen induced lasciando il proprio giudizio sulla piattaforma OTA o che hanno interagito sulle pagine Facebook in analisi con il discorso istituzionale.

[145] Parametri:

- β (costante che attribuisce peso a seconda dell'orientamento dell'elemento) = 0.75

2	Engagement	Calcolo dell'engagement per i post Facebook contenenti menzioni considerando anche la loro performance in termini di numero di commenti e reaction rispetto alle media di pagina	Engagement Rate per pagina[146]
3	Awareness	Calcolo notorietà generata a partire dalla quota di recensioni e post contenenti menzioni, e per questi ultimi dal loro engagement medio e dall'ampiezza della fanbase, attribuendo un maggior peso a quelli degli attori impegnati nella promozione del territorio	TripAdvisor Awareness Rate per opera Facebook Awareness Rate per opera[147]
4	Performance per piattaforma	Aggregazione di Sentiment rate, Engagement Rate ed Awareness Rate per ogni piattaforma attribuendo maggior peso a TripAdvisor	Indicatore TripAdvisor Indicatore Facebook[148]

Assume valore – β per i negativi, β per i positivi e β/4 per i neutri. In questo modo viene attribuito pari peso (con segno opposto) alle prime due categorie di elementi riducendo così l'impatto della componente neutra.

- α (costante che pondera a seconda dell'intensità dell'elemento) = 0.5
  Assume valore α per gli elementi ad alta intensità, α/2 per quelli a media e α/3 per quelli a bassa. In questo modo ogni elemento incide proporzionalmente alla propria intensità sul calcolo del sentiment. Per gli elementi neutri viene attribuito valore α/2.
- f.p = frequenze percentuali degli elementi positivi
- f.N = frequenze percentuali degli elementi neutri
- f.n = frequenze percentuali degli elementi negativi
- A.I = elementi ad alta intensità
- M.I = elementi a media intensità
- B.I = elementi a bassa intensità

P.S.R (Sentiment Rate per pagina) = - β (∑ (f.n.A.I * α) + ∑(f.n M.I * α/2) + ∑(f.n B.I * α/3)) + β/4 (∑ (f.N * α/2) + β (∑ (f.p.A.I * α) + ∑(f.p M.I * α/2) + ∑(f.p B.I * α/3))

Il Sentiment Rate per opera (S.R) è dato per Facebook (Facebook Sentiment Rate, F.S.R) dalla media del P.S.R delle pagine di enti turistici/case di produzione inerenti lo stesso titolo, per TripAdvisor (TripAdvisor Sentiment Rate, T.S.R) dalla media del Sentiment Rate delle recensioni (R.S.R).

F.S.R = ∑ P.S.R per opera/ ∑ pagine con menzioni

T.S.R = ∑ R.S.R per opera/ ∑ recensioni con menzioni

[146] L'Engagement Rate per pagina (P.E.R) viene calcolato sui post delle pagine Facebook degli enti turistici (o uffici territoriali)/case di produzione contenenti menzioni, tenendo conto del numero medio di commenti e reactions. L'infrastruttura di data collection non ha intercettato, in questa versione, il dato sugli share, di cui future implementazioni dell'indicatore terranno conto.

Parametri:

- δ (costante di riduzione del peso delle reactions per privilegiare l'incidenza di commenti) = 0.5
- ΔC = diff. % tra commenti medi dei contenuti con menzioni e quelli medi di pagina
- ΔR = diff. % tra reactions medie dei contenuti con menzioni e quelle medie di pagina
- Θ (costante di aumento del peso del differenziale dei commenti) = 1.5
- γ = ((ΔC * Θ + ΔR) /100) /100
- P.M = Post con menzioni

P.E.R = ((commenti medi P.M + reactions medie P.M * δ)/ P.M) /100)* γ

[147] Parametri:

- Fanbase della pagina: nel calcolo dell'Awareness Rate su Facebook (F.A.R) si è tenuto conto dell'impatto dato dalla sua ampiezza, così da considerare la reach dei contenuti e di conseguenza la loro diffusività. Viene divisa per 10.000 in modo da ridurre le differenze tra gli ordini di grandezza.
- ω (costante di attribuzione del peso per aumentare l'incidenza delle pagine attive nella valorizzazione del territorio) =1
  Assume valore ω per le pagine degli attori impegnati nella promozione turistica, ω/2 per quelle della produzione filmica. In questo modo viene attribuito maggior peso al primo comparto, interessato a valorizzare gli impatti positivi delle opere sui territori che fungono da location.

Il Facebook Awareness Rate per opera (F.A.R) è dato quindi dalla media del P.E.R delle pagine di enti turisti (o uffici territoriali) /case di produzione inerenti lo stesso titolo moltiplicato per ω:

F.A.R = (∑ ((P.E.R Pagina Turismo/(Fanbase/10000)) * ω))/ ∑ Pagine Turismo + (∑((P.E.R Pagina Casa di Produzione /(Fanbase/10000)) * ω/2))/ ∑ Pagine Case di Produzione

Per TripAdvisor l'Awareness Rate (TR.A.R) viene fatto coincidere con la percentuale di recensioni contenti menzioni.

[148] Parametri:

5	Performance complessiva	Media dei risultati dell'Indicatore TripAdvisor e dell'Indicatore Facebook	Indicatore Turismo[149]

Fonte: nostra elaborazione

11.3.1. Il benchmarking

Per verificare la metodologia è stato adottato come riferimento per il benchmarking il titolo italiano Don Matteo, prodotto dal 2000 da Lux Vide in collaborazione con Rai Fiction, che ha reso Gubbio una meta turistica per appassionati e non. Tutti gli indici analizzati sono stati quindi confrontati con quelli di quest'opera in modo da quantificare la performance dei titoli in analisi rispetto a quella di una pietra miliare del turismo screen induced[150].

11.4. AWARENESS

La prima dimensione d'impatto che viene approfondita è quella della visibilità (*awareness*), misurata come la notorietà della location, in sé stessa e con riferimento alle opere che ha ospitato. Si ricorda che come opera di riferimento per il *benchmarking* viene adottato *Don Matteo*.

11.4.1. Approccio O-L

Considerando la prospettiva il cui sguardo va dall'opera verso la location (approccio O-L) in tabella 9.12 vengono riportati i risultati dell'analisi condotta su TripAdvisor.

Tabella 11.12: Analisi delle menzioni su TripAdvisor

ANALISI DELLE MENZIONI - TRIPADVISOR					
OPERA	LOCALITÀ	TOT. RECENSIONI	MENZIONI		
			TOT.	‰ SUL TOTALE[151]	% SU DON MATTEO
Don Matteo	GUBBIO	34338	227	7[152]	-
La ragazza nella nebbia	CAREZZA	320	0	0	-
A casa tutti bene	ISCHIA	35902	2	0,06	0,85
Lazzaro Felice	CIVITA DI BAGNOREGIO	2756	0	0	-
	CASTEL GIORGIO	279	0	0	-
L'Isola di Pietro 2	CARLOFORTE	5663	10	1,8	25,7
	SANT'ANTIOCO	1578	0	0	-
Il nome della rosa	ROCCAMORICE	256	0	0	-
	PERUGIA	39824	0	0	-
	BEVAGNA	3657	0	0	-
	GOLE DI FARA SAN MARTINO	93	0	0	-
	EREMO DI SANTO SPIRITO A MAJELLA	85	0	0	-
	CASTELLO MEDIEVALE DI ROCCASCALEGNA	180	0	0	-

- t (costante che aumenta il peso delle performance su TripAdvisor, in quanto indice di esperienze realizzate di turismo screen induced con impatto sul territorio e sulla notorietà e reputazione delle destinazioni) = 2

I.F (Indicatore Facebook) = F.S.R * F.A.R

I.TR (Indicatore TripAdvisor) = TR.S.R * TR.A.R* t

[149] I.T (Indicatore Turismo) = (I.F + I.TR)/2

[150] A. Rocco, *Da location a destination, ecco i casi di successo*, "La rivista del turismo", 1, 2006; A. Rocco (a cura di), *Studio sull'impatto economico delle produzioni cinematografiche e televisive sul territorio umbro*. Umbria Film Commission, Terni, 2001.

[151] La scelta di indicare il peso per mille (e non per cento) consente di bilanciare la ponderazione considerando il differente ordine di grandezza tra il numero di recensioni totali e quelle che menzionano l'opera.

[152] Questo valore è stato calcolato effettuando la media delle menzioni per singolo anno (dal 2009 al 2020)[152] e ponderandole poi per gli anni complessivi.

	PARCO ARCHEOLOGICO CULTURALE DI TUSCOLO	13	0	0	-
	PARCO ARCHEOLOGICO NATURALISTICO DI VULCI	15	0	0	-
Rocco Schiavone 3	AOSTA	15437	6	0,4	5,7
Skam Italia 3	ROMA	5 mln	0	0‰	-
Summertime	RAVENNA	14346	0	0‰	-
	CESENATICO	17001	1	0,06	0,85

Fonte: nostra elaborazione

Su TripAdvisor le poche recensioni contenenti menzioni mostrano come le seguenti opere abbiano agito, seppur in modo ridotto, da attivatori per la visita dei luoghi della storia:

- *L'Isola di Pietro 2* (25,7% di *Don Matteo*), best performer del campione.
- *Rocco Schiavone 3* (5,7% di *Don Matteo*).
- *A casa tutti bene* (0,85% di *Don Matteo*).
- *Summertime* (0,85% di *Don Matteo*).

Per quanto riguarda l'analisi del discorso istituzionale sviluppato su Facebook dagli attori impegnati nella promozione del territorio (enti turistici, uffici territoriali…), i risultati in tabella 9.13 mostrano scarsa attenzione alle opere ospitate.

Tabella 11.13: Analisi delle menzioni su Facebook

ANALISI DELLE MENZIONI – FACEBOOK (PROMOZIONE TURISTICA)						
OPERA	PAGINE FB	TIPOLOGIA	TOT. POST	MENZIONI		
				TOT.	% SUL TOTALE	% SU DON MATTEO
Don Matteo	COMUNE DI GUBBIO + COMUNE DI SPOLETO[153]	COMUNE	6804	327	6,2[154]	-
La ragazza nella nebbia	VISIT TRENTINO	ENTE PROMOZIONALE	1215	0	0	-
A casa tutti bene	ISCHIA	ENTE PROMOZIONALE	419	0	0	-
	COMMERCIO E TURISMO ISCHIA	ENTE PROMOZIONALE	521	0	0	-
Lazzaro Felice	CIVITA DI BAGNOREGIO OFFICIAL	FANPAGE	505	0	0	-
	CIVITA DI BAGNOREGIO INFOPOINT	AGENZIA DEL TURISMO	645	0	0	-
	PRO LOCO CASTEL GIORGIO	PRO LOCO	409	0	0	-
L'Isola di Pietro 2	CARLOFORTE TURISMO	AGENZIA DEL TURISMO	218	5	2,3	37
	COMUNE DI SANT'ANTIOCO	COMUNE	460	0	0	-
Il nome della rosa	VISIT ROCCAMORICE	COMUNE	181	2	1,1	17,7
	COMUNE DI PERUGIA	COMUNE	471	1	0,21	3,4
	NUOVA PRO LOCO BEVAGNA	PRO LOCO	347	0	0	-
	VISIT BEVAGNA	COMUNE	414	4	0,97	15,6
	GOLE DI FARA SAN MARTINO	ATTRAZIONE CULTURALE	36	3	8,3	133,8
	EREMO DI SANTO SPIRITO A MAJELLA	ATTRAZIONE CULTURALE	257	0	0	-
	CASTELLO MEDIEVALE DI ROCCASCALEGNA	ATTRAZIONE CULTURALE	463	0	0	-
	PARCO ARCHEOLOGICO CULTURALE DI TUSCOLO	ATTRAZIONE CULTURALE	466	1	0,2	3,2
	PARCO DI VULCI GLI AMICI	FANPAGE	493	1	0,2	3,2
	VALLE D'AOSTA NEL CUORE	ENTE PROMOZIONALE	459	0	0	-

[153] Per rendere conto del cambio di location della fiction, che a partire dalla nona stagione nel 2014 ha spostato le ambientazioni principali da Gubbio a Spoleto, sono stati collezionati i post pubblicati dal 2013 al 2020 dal Comune di Spoleto e dal 2015 (anno di fondazione della pagina) al 2020 da quello di Gubbio. In questo modo è stato possibile valutare la quota di menzioni complessive dell'opera nel discorso istituzionale degli attori impegnati nella promozione turistica.

[154] Calcolato effettuando la media della somma delle menzioni dei contenuti delle pagine del Comune di Gubbio e di Spoleto (in modo da considerare gli effetti del cambio di location avvenuto nel 2014) per singolo anno (dal 2013 al 2020)[154] e ponderandole poi per gli anni complessivi.

Rocco Schiavone 3	COMUNE DI AOSTA	COMUNE	1575	4	0,25	4
Skam Italia 3	COMUNE DI ROMA	COMUNE	2238	0	0	-
	TURISMO ROMA	AGENZIA DEL TURISMO	1590	0	0	-
Summertime	COMUNE DI RAVENNA	COMUNE	1247	1	0,08	1,3
	RAVENNA TOURISM	AGENZIA DEL TURISMO	944	4	0,42	6,83
	COMUNE DI CESENATICO	COMUNE	553	2	0,36	5,8
	CESENATICO TURISMO	AGENZIA DEL TURISMO	53	0	0	-

Fonte: nostra elaborazione

Il discorso che associa location e opere appare quindi estremamente ridotto nell'attività editoriale delle pagine Facebook degli enti turistici. Confrontando la loro performance percentuale rispetto al 6,2% di menzioni di *Don Matteo* i migliori nel campione risultano essere:

- Pagina delle Gole di Fara San Martino (133,8% di *Don Matteo*).
- Agenzia del turismo di Carloforte (37% di *Don Matteo*).
- Comune di Roccamorice (17,7% di *Don Matteo*).
- Comune di Bevagna (15,6% di *Don Matteo*).

Per *Il nome della rosa* e *Summertime* la maggior parte delle pagine delle rispettive location attiva un discorso rispetto alla fiction: per la prima il 66,7% degli account presenta menzioni dell'opera (6 su 9), per la seconda addirittura il 75% (3 su 4).

Riguardo alle topiche, nei suddetti casi l'attenzione è rivolta agli attori più noti e a dare appuntamento alle puntate TV dell'opera:

> *Il cantante di Monghidoro è rimasto completamente affascinato dall'isola di San Pietro, nell'arcipelago sulcitano. Negli ultimi giorni ha postato un vero e proprio reportage del viaggio sulla sua seguitissima pagina Facebook, dall'arrivo in aeroporto, al traghetto, fino alle corse al tramonto. [Agenzia del turismo di Carloforte ricondividendo un articolo dell'"Unione Sarda" sulle riprese della fiction, 6/4/2017]*

> *Questa sera alle ore 21:25 occhi puntati sulla prima puntata della fiction di Rai Uno "The Name of the Rose", girata quest'estate anche in Abruzzo nelle Gole e nell'Abbazia di San Martino in Valle a Fara San Martino (CH)! [Gole di Fara San Martino, 4/3/2019]*

Importante segnalare che sia Aosta che Carloforte hanno conferito la cittadinanza onoraria a Marco Giallini e Gianni Morandi, protagonisti rispettivamente di *Rocco Schiavone* e *L'Isola di Pietro*, a indicare i primi segnali di consapevolezza delle amministrazioni locali circa l'impatto delle fiction sulle rappresentazioni e notorietà delle città stesse.

In tabella 9.14 si illustrano i risultati del confronto fra indici di engagement su Facebook.

Tabella 11.14: Analisi del Facebook Engagement per la promozione turistica

FACEBOOK ENGAGEMENT – PROMOZIONE TURISTICA									
OPERA	PAGINE FB			COMMENTI			REACTIONS		
		FANBASE[155]	TOT. POST MENZIONI	NUM. MEDIO P.M[156]	NUM. MEDIO PAGINA	DIFF.%	NUM. MEDIO P.M	NUM. MEDIO PAGINA	DIFF.%
Don Matteo	COMUNE DI GUBBIO + COMUNE DI SPOLETO	35480	327	9	5	+80	4	4	0
L'Isola di Pietro 2	CARLOFORTE TURISMO	7679	5	1	2	-50	24	28	-14,3
Il nome della rosa	VISIT ROCCAMORICE	1300	2	0	3	-100	17	21	-19
	COMUNE DI PERUGIA	49695	1	7	14	-50	92	110	-16,4
	VISIT BEVAGNA	1896	4	1	3	-0,66	29	9	+222,2

[155] Intesa come totale di utenti che seguono la pagina.
[156] Abbreviazione di post con menzioni.

	GOLE DI FARA SAN MARTINO	781	3	0	1	-100	5	4	+25
	PARCO ARCHEOLOGICO CULTURALE DI TUSCOLO	4541	1	0	3	-100	36	23	+56,5
	PARCO DI VULCI GLI AMICI	5059	1	1	2	-50	138	41	+236,6
Rocco Schiavone 3	COMUNE DI AOSTA	8916	4	2	4	-50	17	3	+466,7
Summertime	COMUNE DI RAVENNA	26437	1	5	13	-61,5	35	22	+59,1
	RAVENNA TOURISM	31654	4	4	9	-55,6	41	115	-64,3
	COMUNE DI CESENATICO	6728	2	2	5	-60	3	3	0

Fonte: nostra elaborazione

Notiamo che gli utenti:

- sono inclini a esprimere gradimento con reactions, soprattutto nel caso delle location de *Il nome della Rosa* (in cui si raggiungono picchi superiori al +200% nel caso di Visit Bevagna e Parco di Vulci gli Amici),
- ma non si attivano per commentare: questo indice è infatti sotto media per tutte le pagine, a testimonianza di un livello di engagement minimale.

11.4.2. Approccio L-O

In tabella 9.15 si riportano i risultati dell'analisi condotta sulle pagine Facebook delle case di produzione.

Tabella 11.15: Analisi delle menzioni sulle pagine Facebook della produzione

ANALISI DELLE MENZIONI SU FACEBOOK (CASE DI PRODUZIONE)									
OPERA	PRODUZIONE	TOT. POST	MENZIONI						
			SOLO OPERA	SOLO LOCATION	MENZ. TOTALI	% TOTALI SUL TOT.POST	% OPERA SUL TOT.POST	% LOCATION SUL TOT. POST	% LOCATION SU MENZ.TOTALI
Don Matteo	LUX VIDE	521	11	2	13	2,5	2,1	0,38	15,38
	RAI FICTION	672	3	0	3	0,44	0,44	0	0
La ragazza nella nebbia	MEDUSA FILM	920	22	0	22	2,4	2,4	0	0
	COLORADO FILM PRODUCTION	546	32	0	32	5,9	5,9	0	0
	GAVILA PRODUCTION	22	1	0	1	4,5	4,5	0	0
A casa tutti bene	LOTUS PRODUCTION ITALIA FILM	675	56	0	56	8,3	8,3	0	0
	RAI CINEMA	983	28	0	28	2,8	2,8	0	0
Lazzaro Felice	TEMPESTA	327	37	0	37	11,3	11,3	0	0
	AMKA FILMS	383	18	0	18	4,7	4,7	0	0
	AD VITAM	467	0	0	0	0	0	0	0
	RAI CINEMA	983	6	0	6	0,6	0,6	0	0
	RSI	1575	0	0	0	0	0	0	0
	ARTECINEMA	765	4	0	4	0,5	0,5	0	0
L'Isola di Pietro 2	LUX VIDE	402	34	6	40	9,95	8,4	1,5	15
Il nome della rosa	RAI FICTION	404	0	0	0	0	0	0	0
Rocco Schiavone 3	CROSS PRODUCTIONS	975	172	9	181	18,5	17,6	0,92	4,9
	RAI FICTION	404	2	1	3	0,7	0,5	0,25	33,3
Skam Italia 3	CROSS PRODUCTIONS	975	59	0	59	6,05	6,05	0	0
	TIMVISION	1400	52	1	53	3,8	3,7	0,07	1,9
	NETFLIX	1680	7	1	8	0,5	0,4	0,06	12,5
Summertime	CATTLEYA	239	3	0	3	1,2	1,2	0	0

Fonte: nostra elaborazione

Considerando le menzioni percentuali delle location sul totale dei post pubblicati si nota come la maggior parte dei titoli mostri valori inferiori allo 0,5%, ad eccezione dell'*Isola di Pietro 2* che raggiunge l'1,5% e *Rocco Schiavone 3* con Cross Productions che sfiora l'1%.

Nel discorso delle pagine con menzioni la topica dominante è la promozione dei titoli, spesso con rimandi agli attori di punta e a rassegne ed eventi importanti.[157]

Per quanto riguardo il Facebook Engagement dei post contenenti menzioni in tabella 9.16 vengono evidenziati i risultati dell'analisi.

Tabella 11.16: Analisi del Facebook Engagement per le case di produzione

FACEBOOK ENGAGEMENT – CASE DI PRODUZIONE									
OPERA	PRODUZIONE	FANBASE	TOT.POST MENTION LOCATION (P.M.L)	COMMENTI			REACTIONS		
				NUM. MEDIO P.M.L	NUM. MEDIO PAGINA	DIFF. %	NUM. MEDIO P.M.L.	NUM. MEDIO PAGINA	DIFF. %
Don Matteo	LUX VIDE	9359	2	3	9	-66,7	3	3	0
L'Isola di Pietro 2	LUX VIDE	9359	6	4	12	-66,7	97	75	+29,3
Rocco Schiavone 3	CROSS PRODUCTIONS	3981	9	3	2	+50	39	21	+85,7
	RAI FICTION	21578	1	2	53	-96,2	38	189	-79,9
Skam Italia 3	TIMVISION	116134	1	15	13	+15,38	16	26	-38,4
	NETFLIX	25285	1	626	702	-10,8	324	714	-54,6

Fonte: nostra elaborazione

Sulle pagine delle case di produzione, gli utenti non sembrano attivarsi per commentare ed esprimono solo occasionalmente gradimento attraverso reactions: l'attenzione alle location delle opere non sembra quindi configurarsi come uno motore di engagement, tranne nel caso di *Rocco Schiavone 3*.

11.4.3. Awareness Rate

Vengono riportati i valori dell'Awareness Rate (A.R) per piattaforma. Questo numero indice mira a restituire una misura dell'impatto delle opere sulla notorietà delle destinazioni che hanno funto da location a partire dai risultati riscontrati su Facebook e TripAdvisor[158]

Tabella 11.17: Awareness Rate per Facebook e TripAdvisor

AWARENESS RATE		
OPERA	FACEBOOK AWARENESS RATE (F.A.R)	TRIPADVISOR AWARENESS RATE
Don Matteo	0,11	0,7
La ragazza nella nebbia	0	0
A casa tutti bene	0	0,006
Lazzaro felice	0	0
L'isola di Pietro 2	0,08	0,18
Il nome della rosa	0,05	0
Rocco Schiavone 3	0,04	0,04

[157] Interessante il caso del comune di Carloforte che ha provveduto a segnalare i luoghi più importanti della serie, offrendo la possibilità di risalire agli episodi tramite QR code: *Ecco i primi segnali interattivi realizzati con il Comune di Carloforte per "I luoghi de L'Isola di Pietro": indicheranno ai turisti i luoghi più iconici della fiction e, tramite QR-code, permetteranno di rivedere gli episodi delle precedenti stagioni. Se anche tu sei nelle location più amate di L'isola di Pietro scatta una foto con la segnaletica interattiva e tagga la nostra Pagina.* [Post di Lux Vide del 24/10/2019].

[158] Si ricorda che per la prima piattaforma nella ponderazione è stato attribuito maggior peso ai contenuti degli attori impegnati nella promozione turistica, mentre per la seconda l'A.R viene fatto coincidere con la percentuale di recensioni contenenti menzioni. Per approfondimenti sulla metodologia di calcolo si veda tabella 9.11.

Skam Italia 3	0,34	0
Summertime	0,02	0,006

Fonte: nostra elaborazione

Per quanto riguarda Facebook:

- *Skam Italia 3* (F.A.R=0,34) e *L'Isola di Pietro 2* (F.A.R=0,08) mostrano i valori più alti, anche se il risultato del primo (superiore anche a *Don Matteo*) è dovuto all'effetto dell'unico post pubblicato dalla pagina di Netflix, che grazie all'ampiezza e alla partecipatività della sua community raggiunge un engagement elevato.
- *Il nome della rosa* (F.A.R=0,05) e *Rocco Schiavone 3* (F.A.R=0,04) vedono le pagine di enti turistici e uffici territoriali attive nel menzionare le opere nella propria attività editoriale.
- *Summertime* rimane il titolo con il valore inferiore (F.A.R=0,01) a causa del basso engagement ottenuto dai post contenenti menzioni.

Per quanto riguarda TripAdvisor:

- *L'Isola di Pietro 2* (T.A.R=0,18) e *Rocco Schiavone 3* (T.A.R=0,04) risultano le opere più performanti, a testimonianza di una maggior notorietà in grado di attivare, seppur in forma ridotta, esperienze di turismo screen induced (anche se con valori distanti da *Don Matteo*).
- *A casa tutti bene* (T.A.R=0,006), assente nel discorso istituzionale su Facebook, e *Summertime* (T.A.R=0,006) mostrano potenzialità non ancora colte in merito all'attivazione di impatti positivi sulla notorietà delle location a partire dai riferimenti alle opere;
- *Skam Italia 3* non presenta recensioni con menzioni, portando così a un T.A.R nullo.

Per *La ragazza nella nebbia* e *Lazzaro Felice* non si registrano contenuti su nessuna delle piattaforme in analisi.

11.5. SENTIMENT

La seconda dimensione di impatto che viene approfondita è la reputazione (*sentiment*) di cui la destinazione gode, nuovamente in sé stessa e in riferimento alle opere che ha ospitato, quantificata e valutata attraverso l'orientamento delle recensioni degli utenti che hanno menzionato le opere su TripAdvisor e i commenti ai post riguardanti il titolo rilevati sulle pagine Facebook in analisi.

11.5.1. Approccio O-L

Su TripAdvisor il sentiment delle recensioni con menzioni appare distribuito come in tabella 9.18.

Tabella 11.18: Analisi del sentiment delle recensioni TripAdvisor

ANALISI DEL SENTIMENT - TRIPADVISOR									
OPERA	LOCALITA'	TOT. MENZIONI	SENTIMENT						
			NEGATIVO			NEUTRO	POSITIVO		
			BASSA INT.	MEDIA INT.	ALTA INT.		BASSA INT.	MEDIA INT.	ALTA INT.
Don Matteo	GUBBIO	227	6 2,7%	2 0,9%	1 0,4%	72 31,8%	75 33%	43 18,9%	28 12,3%
Rocco Schiavone 3	AOSTA	6	-	-	-		1 16,7%	4 66,6%	1 16,7%
L'Isola di Pietro 2	CARLOFORTE	10	2 20%	-	-	6 60%	2 20%	-	-
A casa tutti bene	ISCHIA	2	-	-	-	1 50%	-	-	1 50%
Summertime	CESENATICO	1	-	-	-	1 100%	-	-	-

Fonte: nostra elaborazione

Si osserva che:

- le opere più note (come *Don Matteo* e *L'Isola di Pietro 2*) mostrano un sentiment vario e con differenti gradi di intensità, poiché, essendo più discusse, rischiano inevitabilmente di attirare l'antipatia di una parte di pubblico.
- Per *Rocco Schiavone 3*, best performer del campione, tutte le recensioni con menzioni mostrano un orientamento positivo secondo vari gradi di intensità, con il livello medio che copre il 66,6%. Gli utenti sembrano quindi attivare esperienze emozionali e mimetiche legate alla serie, i cui luoghi ricordano l'atmosfera e il mood dei fatti narrati.[159]
- Per *L'Isola di Pietro 2* le recensioni mostrano orientamenti diversi, con forte preponderanza di neutralità (60%). Da segnalare come due commenti restituiscano il timore che la notorietà portata dalla fiction possa mettere a rischio la bellezza e la pace che regna sull'isola[160].
- Per *A casa tutti bene* entrambe le recensioni che menzionano l'opera esprimono un sentiment positivo con intensità media e alta[161].

Come già evidenziato, su Facebook il discorso istituzionale degli attori interessati nella promozione del territorio appare estremamente ridotto. Anche dai commenti degli utenti emerge scarsa partecipazione, come mostrato in tabella 9.19.

Tabella 11.19: Analisi del sentiment dei commenti sulle pagine Facebook degli enti promozionali del territorio

ANALISI SENTIMENT SU FACEBOOK – PROMOZIONE TURISTICA										
OPERA	PAGINE FB	TOT. POST MENZIONI	TOT. COM.	SENTIMENT						
				NEGATIVO			NEUTRO	POSITIVO		
				BASSA INT.	MEDIA INT.	ALTA INT.		BASSA INT.	MEDIA INT.	ALTA INT.
Don Matteo	COMUNE DI GUBBIO + COMUNE DI SPOLETO	327 6,2%	324	10 3%	-	-	126 39%	188 58%	-	-
L'Isola di Pietro 2	CARLOFORTE TURISMO	5 2,3%	3	-	-	-	3 100%	-	-	-
Il nome della rosa	VISIT ROCCAMORICE	2 1,1%	0	-	-	-	-	-	-	-
	COMUNE DI PERUGIA	1 0,2%	7	-	-	-	3 42,8%	4 57,2%	-	-
	VISIT BEVAGNA	4 0,97%	6	-	-	-	6 100%	-	-	-
	GOLE DI FARA SAN MARTINO	3 8,3%	0	-	-	-	-	-	-	-
	PARCO ARCHEOLOGICO CULTURALE DI TUSCOLO	1 0,2%	0	-	-	-	-	-	-	-
	PARCO DI VULCI GLI AMICI	1 0,2%	1	-	-	-	1 100%	-	-	-
Rocco Schiavone 3	COMUNE DI AOSTA	4 0,25%	8	-	-	-	5 62,5	3 37,5	-	-

[159] *Rocco Schiavone ha contribuito a far scoprire Aosta. Le vestigia romane di Aosta non sono spettacolari ma interessanti. [A]*
L'ho vista per la prima volta grazie a una nota serie tv ambientata ad Aosta e ogni volta che ci passo penso al vicequestore che fa colazione. [B]
Mano alla macchina fotografica. Rimarrete incantati e per gli appassionati della serie tv Rocco Schiavone vi sembrerà di vedere Rocco che si aggira tra i ruderi pensieroso… molto emozionante. [C]

[160] *Siamo tornati a Carloforte preoccupati che la notorietà portata dalla nota fiction ne avesse turbato i ritmi ed i colori che la rendono unica ed esclusiva, ma al momento siamo rimasti piacevolmente sorpresi. [D]*
Da consigliare? Non troppo altrimenti dopo non troveremo più posto. Ci mancava anche la fiction di Morandi. [E]

[161] *10 euro spesi veramente con gusto!! Segnaletica adeguata, sentieri curati, personale competente e simpatico. Abbiamo avuto la fortuna di trovarci sul posto in occasione delle riprese del film" l'isola che non c'è" 'di Muccino e ci siamo trovati dentro il set!!!! [F]*
Ci siamo andati con la curiosità di vedere i posti dove hanno girato il film "A casa tutti bene", ma abbiamo scoperto un luogo fantastico che offre non solo scorci meravigliosi, ma sale interne ricche di cultura. Visitatelo di corsa!! [G]

Summertime	COMUNE DI RAVENNA	1 0,08%	5	1 20%	-	1 20%	1 20%	2 40%	-	-
	RAVENNA TOURISM	4 0,42%	11	-	-	-	2 18,2%	9 81,8%	-	-
	COMUNE DI CESENATICO	2 0,36%	5	-	-	-	3 60%	2 40%	-	-

Fonte: nostra elaborazione

La maggior parte delle pagine registra commenti con orientamento neutro (Carloforte Turismo, Visit Bevagna, Parco di Vulci gli Amici, Comune di Cesenatico). Da osservare che:

- in generale gli utenti non legano location e opera nei loro commenti, e quei pochi che lo fanno sembrano esprimere senso di appartenenza e orgoglio per la propria città.
- Il Comune di Perugia e Ravenna Tourism evidenziano una percentuale di positivi rispettivamente del 57,2% e 81,8%, a segnalare performance pari e superiori a quelle di *Don Matteo* (dove i commenti positivi coprono il 58%).
- Per *Summertime* tutte tre le pagine con menzioni di commenti positivi superano il 40%. Inoltre tutti gli enti turistici e comuni dei luoghi scelti come location appaiono impegnati nel citare l'opera (a differenza degli altri titoli in campione).
- Per il Comune di Ravenna si riscontra pari percentuale (40%) di commenti positivi e negativi. In particolare si registra un commento negativo ad alta intensità proprio riguardante la presenza della troupe[162].

11.5.2. Approccio L-O

Indagando l'attività conversazionale degli utenti (ovvero i loro commenti) nei post contenenti menzioni delle location sulla pagina Facebook delle case di produzione, si nota come anche i fruitori siano scarsamente interessati alle ambientazioni dell'opera (cfr. tabella 9.20).

Tabella 11.20: Analisi del sentiment dei commenti sulle pagine Facebook delle case di produzione

ANALISI SENTIMENT SU FACEBOOK – CASE DI PRODUZIONE											
OPERA	PAGINE FB	TOT. POST MENZIONI	TOT. POST MENZIONI LOCATION (P.M.L)	TOT. COMMENTI P. M. L	SENTIMENT						
					NEGATIVO			NEUTRO	POSITIVO		
					BASSA INT.	MEDIA INT.	ALTA INT.		BASSA INT.	MEDIA INT.	ALTA INT.
Don Matteo	LUX VIDE	13	2 15,38%	3	-	-	-	2 66,7%	1 33,3%	-	-
L'Isola di Pietro 2	LUX VIDE	40	6 15%	18	-	-	-	4 22,2%	14 77,8%	-	-
Rocco Schiavone 3	CROSS PRODUCTIONS	181	9 4,9%	15	-	-	-	6 40%	9 60%	-	-
	RAI FICTION	3	1 33,3%	7	-	-	-	-	7 100%	-	-
Skam Italia 3	TIMVISION	53	1 1,9%	15	-	-	-	13 86,6%	2 13,4%	-	-
	NETFLIX	8	1 12,5%	626	20 3,2%	-	-	500 79,9%	106 16,9%	-	-

Fonte: nostra elaborazione

I pochi commenti sottostanti ai post che menzionano le location mostrano un orientamento principalmente positivo, anche se con un basso livello di intensità, bilanciato da una componente sostanziosa di sentiment neutro (almeno il 40%). Se confrontati quindi ai valori di *Don Matteo* si nota un sentiment leggermente più positivo anche se con alcune avvertenze:

- Gli utenti esprimono apprezzamento verso i protagonisti delle opere, piuttosto che verso le location, le quali non si delineano come un elemento significativo.

[162] *Per fortuna hanno finito, avevano rotto.*

- Rai Fiction, con il 100% di commenti positivi, resta un'eccezione dovuta al numero ridotto sia di commenti che di pubblicazioni inerenti alle location dell'opera.
- Netflix mostra una preponderanza di commenti neutri (79,9%) a causa delle pratiche comunicative regnanti in pagina, per cui gli utenti tendono a taggarsi vicendevolmente senza pronunciarsi sui contenuti.

11.5.3. Sentiment rate

In base ai risultati riscontrati in merito all'orientamento dei commenti degli utenti ai post contenenti menzioni e delle recensioni è stato calcolato il Sentiment Rate per opera su Facebook e TripAdvisor.

Tabella 11.21: Sentiment Rate per Facebook e TripAdvisor

SENTIMENT RATE		
OPERA	FACEBOOK SENTIMENT RATE (F.S.R)	TRIPADVISOR SENTIMENT RATE (T.S.R)
Don Matteo	15,99	13,12
La ragazza nella nebbia	0	0
A casa tutti bene	0	21,09
Lazzaro felice	0	0
L'isola di Pietro 2	15,45	2,81
Il nome della rosa	4,64	0
Rocco Schiavone 3	18,56	20,86
Skam Italia 3	5,46	0
Summertime	4,94	4,69

Fonte: nostra elaborazione

Su Facebook:

- *Rocco Schiavone 3* (F.S.R=18,56) e *L'Isola di Pietro 2* (F.S.R=15,45) mostrano un sentiment dei commenti rispettivamente superiore e pari a quello dell'opera di riferimento *Don Matteo* (F.S.R=15,99), ad indicare la buona reputazione di cui godono presso gli utenti.
- *Skam Italia 3* (F.S.R=5,64), *Summertime* (F.S.R=4,94) e *Il nome della rosa* (F.S.R=4,64) rendono conto di situazioni in cui i commenti degli utenti hanno perlopiù orientamento neutro, talvolta con una componente positiva a bassa intensità, ma raramente con connotazioni negative.

Su TripAdvisor:

- *A casa tutti bene* (T.S.R=21,89) e *Rocco Schiavone 3* (T.S.R=20,86) presentano il Sentiment Rate più alto. Il primo titolo però registra un numero inferiore di recensioni rispetto al secondo. Esse tuttavia, grazie all'orientamento positivo a media e alta intensità, influenzano il risultato finale dell'indice.
- *L'Isola di Pietro 2* (T.S.R=2,81) e *Summertime* (T.S.R=4,69) descrivono situazioni con predominanza di recensioni neutre, che si limitano a citare l'opera senza forme di coinvolgimento emotivo e mimetico.
- *Skam Italia 3* non presenta recensioni che menzionano l'opera, portando così a un Sentiment Rate nullo.

11.6. INDICATORE TURISMO

In ultima istanza è stato costruito l'Indicatore Turismo, un indice che stima l'impatto dell'opera sulla notorietà (*awareness*) e reputazione (*sentiment*) delle destinazioni che hanno funto da location, a partire dalla media dell'Indicatore TripAdvisor e Facebook[163]. Si ricorda che i risultati delle performance turistiche delle opere vanno valutati tenendo presente il diverso bacino di pubblico raggiunto da ciascuna di esse.

[163] Si ricorda che nella ponderazione è stato attribuito un maggior peso alle recensioni TripAdvisor, considerate segnale di esperienze realizzate di turismo screen induced con un effettivo impatto sul territorio, e all'attività Facebook degli attori impegnati nella promozione turistica dei territori, stakeholder primari interessati alla valorizzazione dei luoghi (per ulteriori approfondimenti si veda il paragrafo tabella 9.11).

Tabella 11.22: Indicatore Turismo

INDICATORE TURISMO			
OPERA	INDICATORE FB (I.F)	INDICATORE TRIPADVISOR (I.TR)	INDICATORE TURISMO (I.T)
Don Matteo	1,76	22,96	12,4
La ragazza nella nebbia	0	0	0
A casa tutti bene	0	0,32	0,16
Lazzaro felice	0	0	0
L'isola di Pietro 2	1,24	1,26	1,25
Il nome della rosa	0,23	0	0,12
Rocco Schiavone 3	0,74	2,09	1,41
Skam Italia 3	1,86	0	0,93
Summertime	0,2	0,07	0,09

Fonte: nostra elaborazione

Stante la gold practice di *Don Matteo*, che segna il valore più alto (I.T=12,36), a testimonianza della diffusione di pratiche di turismo screen induced, emerge come:

- *Rocco Schiavone 3* (I.T=1,41) e *L'Isola di Pietro 2* (I.T=1,25) segnino le migliori performance del campione.
- *Skam Italia 3* (I.T=0,93) si afferma come un caso particolare: l'unica piattaforma che genera lead in termini di notorietà e reputazione è infatti Facebook (I.F=1,86) con la pagina di Netflix, casa produttrice della serie.
- *Il nome della rosa* (I.T=0,115) e *A casa tutti bene* (I.T=0,16) descrivono situazioni in cui il valore dell'Indicatore Turismo è determinato dalle performance dei contenuti su una sola piattaforma. Nel primo caso il discorso istituzionale Facebook degli attori impegnati nella promozione turistica valorizza i luoghi della serie (I.F=0,23), nel secondo caso l'assenza di contenuti su Facebook viene bilanciata dalla presenza di recensioni TripAdvisor (I.TR= 0,32), di cui il 50% con sentiment positivo ad alta intensità.
- *Summertime* (I.T=0,085), nonostante un indice basso, suggerisce la presenza di spazi di attivazione di meccanismi di turismo screen induced: per quest'opera infatti, come anche per *Il nome della rosa*, oltre il 50% delle pagine Facebook degli enti turistici e uffici territoriali dei luoghi della serie menziona il titolo nella propria attività editoriale.
- *La ragazza nella nebbia* e *Lazzaro Felice* mostrano valore 0 per l'Indicatore Turismo, segnalando così l'assenza non solo di esperienze di turismo screen induced, ma anche di una certa sensibilità al tema da parte di amministrazioni ed enti turistici locali.

11.7. VALUTAZIONI

11.7.1. Awareness

Su Facebook è possibile notare che:

- Il discorso che associa location e opere appare estremamente ridotto nell'attività editoriale delle pagine degli enti turistici e delle case di produzione.
- Gli utenti sono inclini a esprimere gradimento con reactions, ma non si attivano per commentare.
- *Skam Italia 3* (F.A.R=0,34) e *L'Isola di Pietro 2* (F.A.R=0,08) mostrano i valori più alti di Awareness Rate, superando nel primo caso anche *Don Matteo* (F.A.R=0,11). Tuttavia il risultato del primo titolo non deriva da una moltitudine di contenuti menzionanti l'opera e le sue location, come accade invece per il secondo, ma dall'effetto dell'unico post pubblicato dalla pagina di Netflix, che grazie all'ampiezza e alla partecipatività della sua community raggiunge un engagement elevato.
- *Il nome della rosa* (F.A.R=0,05) e *Rocco Schiavone 3* (F.A.R=0,04) vedono le pagine di enti turistici e uffici territoriali più attive nel menzionare le opere nella propria attività editoriale. Nel secondo caso si nota anche una grande attenzione a valorizzare le location nel discorso istituzionale della casa madre di produzione.
- *Summertime* rimane il titolo con il valore inferiore di Awareness Rate (F.A.R=0,01) a causa del basso engagement ottenuto dai post contenenti menzioni.

Su TripAdvisor:

- Nel campione una percentuale molto ridotta di recensioni contiene menzioni dell'opera.
- *L'Isola di Pietro 2* (T.A.R=0,18) e *Rocco Schiavone 3* (T.A.R=0,04) risultano le opere più performanti, a testimonianza di una maggior notorietà in grado di attivare, seppur in forma ridotta, esperienze di turismo screen induced (anche se con valori inferiori a *Don Matteo*).
- *A casa tutti bene* (T.A.R=0,006), assente nel discorso istituzionale su Facebook, e *Summertime* (T.A.R=0,006) mostrano potenzialità non ancora colte in merito all'attivazione di impatti positivi sulla notorietà delle location a partire dai riferimenti alle opere.
- *Skam Italia 3* non presenta recensioni con menzioni.

11.7.2. Sentiment

Su Facebook:

- L'attività conversazionale degli utenti si concentra sui protagonisti delle opere piuttosto che sulle location sia sulle pagine degli enti turistici e uffici locali, sia in quelle delle case di produzione.
- *Rocco Schiavone 3* (F.S.R=18,56) e *L'Isola di Pietro 2* (F.S.R=15,45) mostrano un sentiment dei commenti rispettivamente superiore e pari a quello di *Don Matteo* (F.S.R=15,99), a indicare la buona reputazione di cui godono presso gli utenti.
- *Skam Italia 3* (F.S.R=5,64), *Summertime* (F.S.R=4,94) e *Il nome della rosa* (F.S.R=4,64) rendono conto di situazioni in cui i commenti degli utenti hanno orientamento neutro, talvolta con una componente positiva a bassa intensità, ma raramente con connotazioni negative.

Su TripAdvisor:

- *A casa tutti bene* (T.S.R=21,89) e *Rocco Schiavone 3* (T.S.R=20,86) presentano il Sentiment Rate più alto. Il primo titolo però registra un numero inferiore di recensioni rispetto al secondo. Esse tuttavia, grazie all'orientamento positivo a media e alta intensità, influenzano il risultato finale dell'indice.
- *L'Isola di Pietro 2* (T.S.R=2,81) e *Summertime* (T.S.R=4,69) descrivono situazioni con predominanza di recensioni senza particolari connotazioni di orientamento (neutre), che si limitano a citare l'opera senza forme di coinvolgimento emotivo e mimetico.

11.7.3. Indicatore turismo

Per l'Indicatore Turismo, tenendo presente il diverso bacino di pubblico raggiunto da ciascuna delle opere in analisi:

- *Rocco Schiavone 3* (I.T=1,41) e *L'Isola di Pietro 2* (I.T=1,25) registrano esperienze positive di turismo screen induced. Per il primo titolo il valore è influenzato soprattutto da quello dell'Indicatore TripAdvisor, per il secondo la presenza di meccanismi elicitanti di notorietà e reputazione si riscontrano anche su Facebook (I.F=1,26).
- *Skam Italia 3* (I.T=0,93) vede la pagina di Netflix, casa produttrice della serie, svolgere un ruolo primario nell'influenzare notorietà e reputazione delle location su Facebook (I.F=1,86).
- *Il nome della rosa* (I.T=0,115) e *A casa tutti bene* (I.T=0,16) descrivono situazioni in cui il valore dell'Indicatore Turismo è determinato dalle performance dei contenuti su una sola piattaforma (Facebook nel primo caso, TripAdvisor nel secondo).
- *Summertime* (I.T=0,085), nonostante un indice basso, suggerisce la presenza di spazi di attivazione di meccanismi di turismo screen induced, data la particolare sensibilità degli enti turistici e uffici territoriali dei luoghi della serie.
- *La ragazza nella nebbia* e *Lazzaro Felice* non mostrano contenuti con menzioni su nessuna piattaforma (I.T=0), segnalando così l'assenza non solo di esperienze di turismo screen induced, ma anche di una certa sensibilità da parte di amministrazioni ed enti locali nel valorizzare le location.

ALLEGATO I – NOTA METODOLOGICA

STUDIO DI IMPATTO ECONOMICO DELLE MISURE INTRODOTTE DALLA LEGGE 220/2016

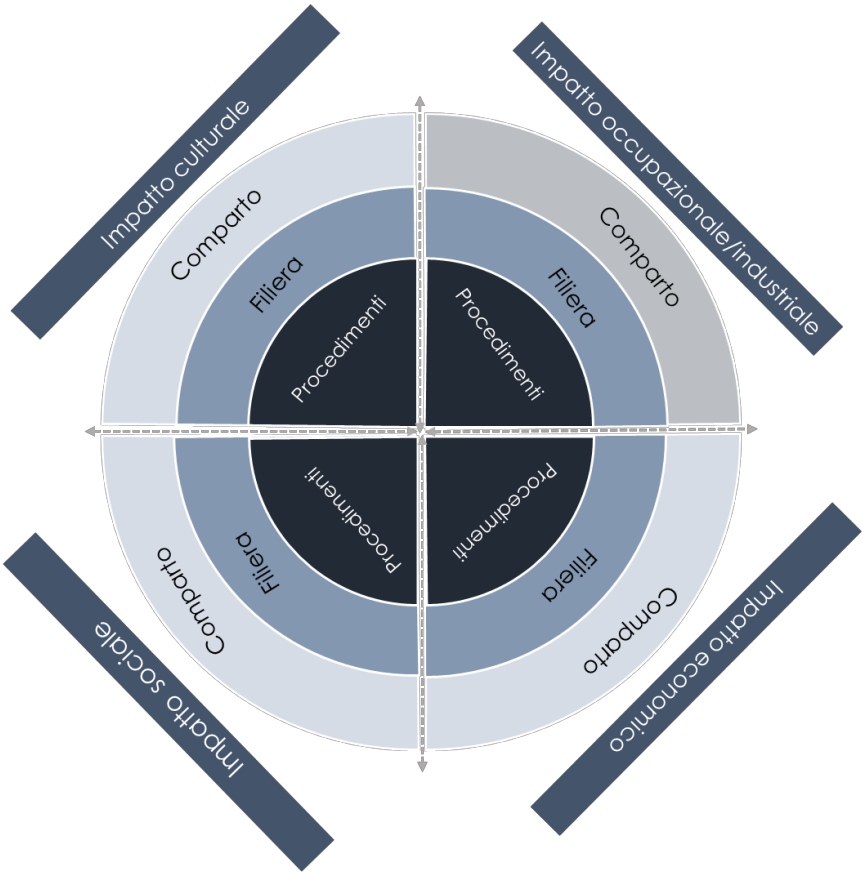
Ai fini di cui alla presente Valutazione, l'impianto metodologico adottato è stato sviluppato allo scopo di misurare gli impatti che la Legge n. 220 del 14 novembre 2016, e i relativi finanziamenti, hanno avuto, nel corso del 2019, sull'industria cinematografica e audiovisiva italiana, anche con riguardo ai 7 Enti finanziati di cui all'Art. 27, comma 3) della Legge, ampliando lo sguardo e analizzando le relative ricadute sul sistema economico e occupazionale/industriale, ma anche verificando i rispettivi impatti culturali e sociali.
Nello specifico, l'analisi si è concentrata su **4 dimensioni di impatto**:

- **economico;**
- **industriale e occupazionale;**
- **culturale;**
- **sociale.**

La scelta di integrare questi quattro ambiti di osservazione ha risposto all'esigenza di adottare metriche in grado di rispondere non solo a domande di carattere economico (in senso ampio), ma anche di verificare l'impatto che il dispositivo di Legge ha prodotto sul sistema sociale e culturale italiano.
Un'analisi degli impatti e del valore prodotto dal comparto cinematografico e audiovisivo non può, infatti, prescindere dalla verifica del raggiungimento degli obiettivi non solo economici, occupazionali e industriali dell'intervento normativo, ma deve, necessariamente, essere in grado di verificare il contributo del sistema adottato al raggiungimento degli obiettivi di politica culturale (es. pluralismo dell'offerta cinematografica e audiovisiva, assicurare la conservazione e il restauro del patrimonio filmico e audiovisivo nazionale, ecc.).
L'approccio ideato ha inteso, dunque, esaminare l'incidenza di tali impatti sui diversi livelli sui quali interviene l'impianto normativo (approccio multilivello) al fine di verificare la capacità della Legge di creare ricadute sul comparto, sui singoli nodi della filiera e sui rispettivi segmenti.
A tale scopo, l'analisi si è concentrata su **3 livelli di lettura e analisi**:

- **livello di comparto** (ovvero livello generale): volto a verificare la capacità della Legge di incidere, e in che modo, sull'intero settore dell'economia nazionale;
- **livello di filiera** (ovvero livello delle funzioni): volto a verificare la capacità della Legge di incidere, e in che modo, sui diversi nodi della filiera;
- **livello dei procedimenti**: volto a verificare la capacità della Legge di incidere, e in che modo, attraverso i diversi procedimenti, sui segmenti del mercato cinematografico e audiovisivo.

Figura 0.1: Approccio metodologico per la valutazione dell'impianto normativo e dei rispettivi finanziamenti



Fonte: nostra elaborazione

Tale approccio multidimensionale e multilivello, esemplificato nella figura precedente, hanno consentito di:

- **adottare una lettura scalabile delle informazioni a seconda delle esigenze e delle domande di ricerca poste di volta in volta.** È possibile, infatti, partire dalle informazioni di carattere generale sul comparto (cerchio esterno) per focalizzare, man mano, l'attenzione su informazioni e dati di maggior dettaglio (circonferenze interne) e viceversa;
- **esaminare i medesimi livelli per singola dimensione di analisi (impatti);**
- **creare una mappatura utile anche nelle fasi di monitoraggio del processo di attuazione della Legge nonché dei singoli procedimenti** ad essa connessi.

IMPIANTO METODOLOGICO

Gli indicatori e le fonti della ricerca sono stati oggetto di un lavoro di **precisazione, integrazione ed estensione**, a partire da quanto avviato dallo scrivente nella *Valutazione di impatto della Legge Cinema e Audiovisivo. Anni 2017-2018* e a cui si rimanda per ulteriori approfondimenti metodologici.
Il processo di revisione si è concretizzato essenzialmente in **5 azioni**:

- precisazione dei descrittori degli indicatori;
- aggiunta di ulteriori indicatori volti ad ampliare e a dettagliare l'analisi del comparto, con particolare attenzione all'estensione del campo di indagine riferito agli impatti sociali e culturali sulla base delle fonti dati disponibili;
- estensione delle fonti consultate, anche attraverso l'attivazione di ricerche ad hoc così come descritte nel Paragrafo C del presente capitolo;
- proposta di organizzazione degli indicatori per ottemperare alla necessità di garantire la coerenza dei risultati ottenuti con i principi generali della Legge (Art. 3);
- aggiunta di ulteriori indicatori volti ad ampliare e a dettagliare l'analisi agli Enti oggetto di specifica indagine.

La **batteria definitiva degli indicatori utilizzati ai fini di cui alla presente Valutazione** è presentata nei paragrafi successivi. Per ciascuno di essi è indicata:

- la **definizione/scopo**;
- l'**anno di riferimento della rilevazione**;
- la **fonte** adottata;
- la **tipologia di impatto** prodotto e analizzato.

Così come di volta in volta specificato, le informazioni sono state rilevate attingendo a due macro-categorie di fonti:

- **dati presenti all'interno del sistema informativo della Direzione Generale Cinema e Audiovisivo (DGCol)**: come emerge dalle tabelle presentate nei paragrafi successivi, la principale fonte di informazione per la misurazione degli impatti mediante l'utilizzo degli indicatori di filiera e di procedimento è costituita dalla **piattaforma DGCol**. Quest'ultimo è il sistema costituito dallo sportello telematico online della DGCA, utilizzato dai soggetti richiedenti per l'attivazione di procedure a valere sulle disposizioni attive per l'ottenimento di riconoscimenti e/o di contributi. Difatti, come è logico, la valutazione degli impatti del sistema di sostegno pubblico sottostante alla Legge Cinema e Audiovisivo, nonché alle singole misure che la compongono, non può prescindere dall'**osservazione delle informazioni che gli stessi soggetti forniscono nella compilazione delle richieste di contributo**. Per il tramite dell'Amministrazione, sono state effettuate le estrazioni necessarie alla raccolta e alla elaborazione dei dati, tipicamente quantitativi, riferite alle domande approvate nell'anno solare 2019 e concernenti le differenti categorie informative presenti e accessibili all'interno della modulistica. Tali dati sono stati sistematizzati, ordinati ed elaborati all'interno di **quattro database distinti** e corrispondenti ai quattro nodi della filiera analizzati: Produzione, Distribuzione, Esercizio e Promozione.
- **dati la cui rilevazione è affidata a specifiche metodologie**: a completamento del lavoro di raccolta e analisi dei dati, sono state attuate indagini di approfondimento quali-quantitative addizionali, con l'obiettivo di approfondire sia gli aspetti inerenti alla misurazione e alla valutazione della struttura economica occupazionale e industriale del comparto e degli Enti oggetto di specifica valutazione, sia esaminare gli impatti culturali e sociali generati.

Indicatori di comparto

Tabella 0.1: Indicatori di comparto (macro-indicatori)

INDICATORE	DEFINIZIONE/SCOPO	ANNO DI RIFERIMENTO	FONTE	DIMENSIONI DELL'IMPATTO			
				ECONOMICO	INDUSTRIALE E OCCUPAZIONALE	SOCIALE	CULTURALE
NUMERO DELLE IMPRESE DEL SETTORE	Misura la consistenza economica e produttiva del settore cinematografico e audiovisivo italiano.	2018	Statistiche ufficiali (ISTAT, EUROSTAT), Infocamere	✓			
SPESA	In base alle fonti statistiche nazionali, misura l'ammontare della spesa sostenuta dagli operatori del settore e dedicata all'attività produttiva. Nello specifico, comprende i costi operativi sostenuti dalle imprese per svolgere la propria attività caratteristica, tra cui i costi per l'acquisto di materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci, i costi per servizi, i costi per godimento di beni di terzi e i costi per il personale.	2018	Statistiche ufficiali (ISTAT, EUROSTAT)	✓			
OCCUPAZIONE	Misura il numero di dipendenti del settore convertiti in unità equivalenti a tempo pieno (ULA)	2018	Statistiche ufficiali (ISTAT, EUROSTAT)	✓	✓	✓	
VAL	Misura economica del valore di beni e servizi prodotti in un'area, settore o comparto dell'economia. Nello specifico, misura il contributo del settore audiovisivo all'economia di un Paese.	2018	Statistiche ufficiali (ISTAT, EUROSTAT)	✓			
ESPORTAZIONE	In base alle fonti statistiche internazionali, l'indicatore misura il valore di beni e servizi audiovisivi e cinematografici esportati dalle imprese italiane operanti nel settore.	2018	Statistiche ufficiali (ISTAT, EUROSTAT)	✓			
REMUNERAZIONE DEL LAVORO	In base alle fonti statistiche nazionali, misura la retribuzione lorda dei dipendenti del settore cinematografico e audiovisivo.	2018	Statistiche ufficiali (ISTAT, EUROSTAT)	✓	✓		✓
RITORNO SUGLI INVESTIMENTI PUBBLICI (ROI)	Misura le entrate fiscali generate dalle risorse approvate nel periodo di riferimento a sostegno del settore.	2019	DGCol (risorse approvate al 31/12), Agenzia delle Entrate, Ministero delle Finanze	✓		✓	
MOLTIPLICATORE	Impatto economico diretto, indiretto e indotto generato nel sistema economico nazionale dalle risorse approvate nel periodo di riferimento.	2019	DGCol (risorse approvate al 31/12). Input-Output (Ricerca ad hoc)	✓		✓	

Fonte: nostra elaborazione su dati Valutazione di impatto per il biennio 2017-2018

Indicatori di filiera

Tabella 0.2: Indicatori di filiera (micro-indicatori comuni)

INDICATORE	DEFINIZIONE/SCOPO	ANNO DI RIFERIMENTO	FONTE	DIMENSIONI DELL'IMPATTO			
				ECONOMICO	INDUSTRIALE E OCCUPAZIONALE	SOCIALE	CULTURALE
GRADO DI UTILIZZO DELLE MISURE A LIVELLO DI SETTORE	Indica l'utilizzo complessivo della misura e gli andamenti nei diversi anni.	2019	DGCol (domande approvate al 31/12)	✓			
TASSO MEDIO E/O IMPORTO DEL SOSTEGNO OTTENUTO PER PROGETTO	Evidenzia la percentuale media effettiva e il valore finanziario delle misure di supporto economico.	2019	DGCol (domande approvate al 31/12)	✓			
UTILIZZO PER TIPOLOGIA DI RICHIEDENTE	Evidenzia la capacità della Legge di supportare soggetti diversi, con riferimento alle tipologie e dimensioni delle imprese e delle iniziative.	2019	DGCol (domande approvate al 31/12)	✓			
ESTENSIONE TERRITORIALE DELL'UTILIZZO	Evidenzia la distribuzione regionale dei richiedenti in Italia e ne consente la mappatura.	2019	DGCol (domande approvate al 31/12),		✓		
ADDIZIONALITÀ	L'indicatore valuta la quota di operatori che in assenza di contributo non avrebbero realizzato le opere e/o i progetti per i quali hanno ricevuto sostegno. Si raccomanda di trasformare l'addizionalità in indicatore micro-comune dato che non contribuisce a restituire informazioni circa il settore economico nel suo complesso.	2019	Indagine soggetti finanziati (Ricerca ad hoc)	✓		✓	
NUMERO DI SINGOLE IMPRESE CHE BENEFICIANO DI SOSTEGNO	Evidenzia il numero di imprese singole che beneficiano di agevolazioni.	2019	DGCol (domande approvate al 31/12)	✓			
NUMERO DI IMPRESE CHE RICEVONO FINANZIAMENTI MULTIPLI	Evidenzia la concentrazione del sostegno.	2019	DGCol (domande approvate al 31/12)	✓			
PARITÀ DI GENERE E DIVERSITÀ	Evidenzia i livelli di pari opportunità nell'accesso alle misure.	2019	DGCol (domande approvate al 31/12), Budget di genere (Centric) (Ricerca ad hoc)				✓

COSTITUZIONE E RAFFORZAMENTO DELLE IMPRESE ESISTENTI	Evidenzia l'effetto della misura sullo sviluppo di nuove imprese e sul rafforzamento delle imprese esistenti.	2019	DGCol (domande approvate al 31/12)	✓	✓		
TURISMO	Misura l'impatto della produzione cinematografica e audiovisiva e più ampiamente dello screen culture sull'industria del turismo con riferimento a notorietà di una destinazione (awareness); reputazione (sentiment) e incremento del flusso turistico (conversion).	2019	Ricerca Turismo Screen Induced (Ricerca ad hoc)	✓		✓	
VALORIZZAZIONE DEL PLURALISMO CULTURALE	Permette di ponderare la capacità delle misure di favorire la varietà di tipologie di opere (cinematografiche, tv, web, videoludiche), di linguaggio e genere e tipologie di progetti e iniziative.	2019	DGCol (domande approvate al 31/12)			✓	✓
PUBBLICI E INCLUSIVITÀ	Valuta la capacità delle misure di estendere i pubblici¸ favorendo la più ampia fruizione del cinema e dell'audiovisivo e un accesso ampio e inclusivo.	2019	DGCol (domande approvate al 31/12), SIAE, Dati Auditel-Total Audience, Survey pubblici (Ricerca ad hoc)			✓	✓

Fonte: nostra elaborazione su dati Metodologia Lattanzio-Olsberg e Valutazione di impatto per il biennio 2017-2018

Indicatori di procedimento[164]

Tabella 0.3: Indicatori di procedimento (micro-indicatori specifici)

INDICATORE	DEFINIZIONE/SCOPO	ANNO DI RIFERIMENTO	FONTE	DIMENSIONI DELL'IMPATTO			
				ECONOMICO	INDUSTRIALE E OCCUPAZIONALE	SOCIALE	CULTURALE
ART. 15 – CREDITO D'IMPOSTA PER LE SOCIETÀ DI PRODUZIONE							
NAZIONALITÀ DELLE COPRODUZIONI	Misura lo sviluppo e l'espansione del mercato internazionale per le imprese italiane	2019	DGCol (domande approvate al 31/12)	✓			
GIORNATE DI RIPRESE	Misura il numero di giorni di riprese effettuate dalle produzioni che accedono al credito d'imposta e l'impatto regionale	2019	DGCol (domande approvate al 31/12)		✓		
COINVOLGIMENTO DEI FORNITORI SMAV	Evidenzia l'impatto nello stimolare il coinvolgimento dei fornitori SMAV	2019	DGCol (domande approvate al 31/12)	✓	✓		
MANTENIMENTO DEI DIRITTI TRA I PRODUTTORI AUDIOVISIVI INDIPENDENTI	Misura l'impatto sulla conservazione dei diritti.	2019	DGCol (domande approvate al 31/12)	✓			
ART. 16 – CREDITO D'IMPOSTA PER LE SOCIETÀ DI DISTRIBUZIONE							
PROGETTI DISTRIBUITI A LIVELLO NAZIONALE E INTERNAZIONALE E PAESI NEI QUALI AVVIENE LA DISTRIBUZIONE	Mostra l'utilizzo del credito d'imposta per la distribuzione nelle principali aree.	2019	DGCol (domande approvate al 31/12), SIAE, EAO (European Audiovisual Observatory)	✓			
IMPATTO SUI TASSI DI USCITA NELLE SALE E SULLE SPESE P&A	Mostra l'effetto della misura sull'aumento della distribuzione dei film italiani.	2019	DGCol (domande approvate al 31/12), SIAE	✓			
PERFORMANCE SUI DIVERSI MERCATI	Evidenzia la portata e il profilo dei progetti finanziati.	2019	DGCol (domande approvate al 31/12), SIAE, Auditel (Total	✓			

[164] Si segnala che, ai fini della presente valutazione:
- non sono stati considerati i dati relativi ai contributi automatici in quanto, sebbene siano state deliberate delle approvazioni nel 2019 (Cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.3.2.3), le tempistiche connesse alla richiesta del reinvestimento non consentono di individuare un impatto nell'anno di riferimento. Pertanto, ai fini della presente Valutazione vengono presentati esclusivamente i dati connessi al numero di approvazioni effettuate;
- gli indicatori specifici di procedimento previsti dalla Nota Metodologica (Lattanzio-Olsberg) "Genere dei progetti finanziati" e "Impatto sul pubblico dei progetti finanziati" sono già compresi fra gli indicatori comuni, con riferimenti agli indicatori comuni" Pluralismo culturale" e "Pubblici e inclusività".

			Audience), EAO (European Audiovisual Observatory)				
UTILIZZO DA PARTE DI PRODUTTORI INDIPENDENTI	Evidenzia in che modo il credito d'imposta aiuta i produttori indipendenti.	2019	DGCol (domande approvate al 31/12)	✓	✓		
ART. 17 - CREDITO D'IMPOSTA PER LE IMPRESE DELL'ESERCIZIO CINEMATOGRAFICO, DELLE INDUSTRIE TECNICHE E DELLA POST-PRODUZIONE							
GRADO DI UTILIZZO DELLE MISURE PER TIPOLOGIA DI INVESTIMENTO	Evidenzia l'utilizzo del credito d'imposta nelle principali aree.	2019	DGCol (domande approvate al 31/12)	✓			
INVESTIMENTI	Evidenzia gli investimenti realizzati nel settore.	2019	DGCol (domande approvate al 31/12)	✓			
UTILIZZO DA PARTE DI PRODUTTORI INDIPENDENTI	Evidenzia in che modo il credito d'imposta aiuta i produttori indipendenti.	2019	DGCol (domande approvate al 31/12)	✓	✓		
ART. 18 - CREDITO D'IMPOSTA PER IL POTENZIAMENTO DELL'OFFERTA CINEMATOGRAFICA							
DOMANDE ANNUALI PER TIPO DI FILM	Evidenzia l'utilizzo del credito d'imposta a sostegno dei principali tipi di progetti	2019	DGCol (domande approvate al 31/12)	✓		✓	
PERFORMANCE DI MERCATO	Evidenzia la portata e il profilo dei progetti finanziati, con riferimento ai diversi mercati di sfruttamento (theatrical e non theatrical).	2019	DGCol (domande approvate al 31/12), SIAE, Auditel (Total Audience)	✓		✓	
ART. 19 - CREDITO D'IMPOSTA PER L'ATTRAZIONE DEGLI INVESTIMENTI CINEMATOGRAFICI E AUDIOVISIVI IN ITALIA							
DOMANDE PER ANNO E NAZIONALITÀ DEL PROGETTO	Mostra quali mercati internazionali sono attratti in Italia dal credito d'imposta.	2019	DGCol (domande approvate al 31/12)	✓			
GIORNATE DI LAVORAZIONE COMPLESSIVE PER REGIONE	Misura il numero di giorni di lavorazione effettuate dalle produzioni che accedono al credito d'imposta e l'impatto regionale.	2019	DGCol (domande approvate al 31/12)			✓	
ART. 20 - CREDITO D'IMPOSTA PER LE SOCIETÀ NON APPARTENENTI AL SETTORE CINEMATOGRAFICO E AUDIOVISIVO							
INVESTIMENTI ANNUI TOTALI PROVENIENTI DAI SETTORI ESTERNI	Mostra l'efficacia del credito d'imposta nell'aumentare gli investimenti privati.	2019	DGCol (domande approvate al 31/12)	✓	✓		
IMPORTO MEDIO DEL TOTALE INVESTITO DA CIASCUNA IMPRESA	Mostra l'efficacia del credito d'imposta nella raccolta degli investimenti privati.	2019	DGCol (domande approvate al 31/12)	✓			
NUMERO DI INVESTIMENTI EFFETTUATI PER I QUALI SI HA	Evidenzia gli investimenti che ottengono il sostegno selettivo previsto dall'articolo 26.	2019	DGCol (domande approvate al 31/12)	✓		✓	✓

DIRITTO A UN'ALIQUOTA PIÙ ELEVATA							
TIPOLOGIE DELLE SOCIETÀ CHE EFFETTUANO INVESTIMENTI	Mostra l'efficacia del credito d'imposta nell'ampliare la gamma di imprese che investono nel settore cinematografico e audiovisivo.	2019	DGCol (domande approvate al 31/12)		✓		
ART. 27 - CONTRIBUTI ALLE ATTIVITÀ E INIZIATIVE DI PROMOZIONE CINEMATOGRAFICA E AUDIOVISIVA							
RILEVANZA INTERNAZIONALE DEI PROGETTI FINANZIATI	Evidenzia l'impatto della misura sull'internazionalizzazione degli eventi.	2019	DGCol (domande approvate al 31/12)		✓	✓	
IMPORTO DEI FINANZIAMENTI PER IL CINEMA E L'AUDIOVISIVO DESTINATI A MIGLIORARE LE COMPETENZE, LA FORMAZIONE E L'ALFABETIZZAZIONE	Mostra se la misura raggiunge il 3% minimo previsto dall'articolo.	2019	DGCol (domande approvate al 31/12), MIUR			✓	✓
AMPIEZZA DELLA RETE DEL SOGGETTO RICHIEDENTE	Evidenzia la capacità di singoli richiedenti di creare relazioni (sul territorio e/o a livello nazionale) con altri soggetti simili e/o con soggetti diversi sensibili alla linea di finanziamento (associazioni di migranti, di prime e seconde generazioni, lungo residenti, di diversamente abili, di comunità minoritarie).	2019	DGCol (domande approvate al 31/12), MIUR, Indagine soggetti finanziati (ricerca *ah hoc*)			✓	✓
ART. 29 - PIANO STRAORDINARIO PER LA DIGITALIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CINEMATOGRAFICO E AUDIOVISIVO							
VOLUME DEI MATERIALI DIGITALIZZATI	Mostra l'impatto del sostegno sul volume e la qualità dei materiali oggetto di digitalizzazione.	2019	DGCol (domande approvate al 31/12)			✓	

Fonte: nostra elaborazione su dati Metodologia Lattanzio-Olsberg e Valutazione di impatto per il biennio 2017-2018

Indicatori valutazione della coerenza con i principi della Legge 220/2016

Tabella 0.4: Organizzazione indicatori per principio della Legge (Art.3)

PRINCIPI DI LEGGE (ART. 3)	INDICATORI DI RIFERIMENTO	FONTI
GARANTIRE IL **PLURALISMO DELL'OFFERTA** CINEMATOGRAFICA E AUDIOVISIVA (LETTERA A)	• Valorizzazione del pluralismo culturale • Parità di genere e diversità • Estensione territoriale dell'utilizzo • Domande annuali per tipo di film	• DGCol (domande approvate al 31/12) • Budget di genere - Centric (Ricerca ad hoc) • Indagine soggetti finanziati (Ricerca ad hoc)
FAVORIRE IL **CONSOLIDARSI DELL'INDUSTRIA** CINEMATOGRAFICA NAZIONALE NEI SUOI DIVERSI SETTORI ANCHE TRAMITE STRUMENTI DI SOSTEGNO FINANZIARIO (LETTERA B)	• Spesa • Occupazione • VAL • Ricavi da esportazione • Remunerazione del lavoro • Moltiplicatore • Numero delle imprese di settore • Addizionalità • Investimenti annui totali provenienti dai settori esterni • Costituzione e rafforzamento delle imprese esistenti	• DGCol (domande approvate al 31/12) • Statistiche ufficiali (ISTAT, EUROSTAT, INPS, Ministeri) • Indagine soggetti finanziati (Ricerca ad hoc) • Input-Output (Ricerca ad hoc)
PROMUOVERE LE **COPRODUZIONI INTERNAZIONALI** E LA **CIRCOLAZIONE** E LA **DISTRIBUZIONE** DELLA PRODUZIONE CINEMATOGRAFICA E AUDIOVISIVA, ITALIANA ED EUROPEA, IN ITALIA E ALL'ESTERO (LETTERA C)	• Grado di utilizzo delle misure a livello di settore • Nazionalità delle coproduzioni • Progetti distribuiti a livello nazionale e internazionale e Paesi nei quali avviene la distribuzione • Impatto sui tassi di uscita nelle sale e sulle spese P&A • Performance sui diversi mercati • Utilizzo da parte di produttori indipendenti • Rilevanza internazionale dei progetti finanziati	• DGCol (domande approvate al 31/12) • Indagine soggetti finanziati (Ricerca ad hoc) • SIAE, Auditel (Total Audience) • EAO (European Audiovisual Observatory)) • Censimento delle opere web nelle piattaforme di streaming (Ricerca ad hoc)
ASSICURARE LA **CONSERVAZIONE** E IL **RESTAURO** DEL PATRIMONIO FILMICO E AUDIOVISIVO NAZIONALE (LETTERA D)	• Grado di utilizzo delle misure a livello di settore • Volume dei materiali digitalizzati • Utilizzo per tipologia richiedente • Estensione territoriale dell'utilizzo	• DGCol (domande approvate al 31/12)
CURARE LA **FORMAZIONE PROFESSIONALE**, FAVORENDO IL RICONOSCIMENTO DEI PERCORSI FORMATIVI SEGUITI E DELLE	• Grado di utilizzo delle misure a livello di settore	• DGCol (domande approvate al 31/12)

PROFESSIONALITÀ ACQUISITE, E PROMUOVERE STUDI E RICERCHE NEL SETTORE CINEMATOGRAFICO (LETTERA E)	• Importo dei finanziamenti per il cinema e l'audiovisivo destinati a migliorare le competenze, la formazione e l'alfabetizzazione	
DISPORRE E SOSTENERE L'**EDUCAZIONE ALL'IMMAGINE** NELLE SCUOLE E FAVORIRE TUTTE LE INIZIATIVE IDONEE ALLA FORMAZIONE DEL PUBBLICO (LETTERA F)	• Grado di utilizzo delle misure a livello di settore • Valorizzazione del pluralismo culturale • Ampiezza della rete del soggetto richiedente • Utilizzo per tipologia di richiedente • Estensione territoriale dell'utilizzo	• DGCol (domande approvate al 31/12) • Indagine soggetti finanziati (Ricerca ad hoc)
PROMUOVERE E FAVORIRE LA PIÙ **AMPIA FRUIZIONE** DEL CINEMA E DELL'AUDIOVISIVO, TENENDO ALTRESÌ CONTO DELLE SPECIFICHE ESIGENZE DELLE PERSONE CON DISABILITÀ, SECONDO I PRINCIPI STABILITI DALLE CONVENZIONI INTERNAZIONALI SOTTOSCRITTE DALL'ITALIA IN MATERIA (LETTERA G)	• Pubblici e inclusività • Estensione territoriale dell'utilizzo	• DGCol (domande approvate al 31/12) • Indagine soggetti finanziati (Ricerca ad hoc) • SIAE, Auditel (Total Audience) • Survey pubblici (Ricerca ad hoc)
RISERVARE PARTICOLARE ATTENZIONE ALLA **SCRITTURA**, **PROGETTAZIONE, PREPARAZIONE, PRODUZIONE, POST-PRODUZIONE, PROMOZIONE, DISTRIBUZIONE E PROGRAMMAZIONE DEI PRODOTTI CINEMATOGRAFICI E AUDIOVISIVI** ITALIANI E ALLA **VALORIZZAZIONE DEL RUOLO DELLE SALE CINEMATOGRAFICHE E DEI FESTIVAL CINEMATOGRAFICI** QUALI MOMENTI DI FRUIZIONE SOCIALE COLLETTIVA DEL PRODOTTO CINEMATOGRAFICO (LETTERA H)	• Grado di utilizzo delle misure a livello di settore • Tasso medio e/o importo del sostegno ottenuto per progetto • Utilizzo per tipologia di richiedente • Estensione territoriale dell'utilizzo • Numero di singole imprese beneficiano del sostegno • Numero di imprese che ricevono finanziamenti multipli • Parità di genere e diversità • Turismo • Giornate di riprese e lavorazione complessive per regione • Mantenimento dei diritti tra i produttori audiovisivi indipendenti • Coinvolgimento dei fornitori SMAV	• DGCol (domande approvate al 31/12) • Budget di genere - Centric (Ricerca ad hoc) • Ricerca Turismo Screen Induced (Ricerca ad hoc)

Fonte: nostra elaborazione

Indicatori sette Enti finanziati

Tabella 0.5: Indicatori sette enti finanziati

INDICATORE	DESCRIZIONE	ANNO DI RIFERIMENTO	FONTI	IMPATTO			
				ECONOMICO	INDUSTRIALE E OCCUPAZIONALE	SOCIALE	CULTURALE
MOLTIPLICATORE	Impatto economico diretto, indiretto e indotto generato nel sistema economico nazionale dall'attività dell'Ente.	2019	Input-Output (Ricerca *ad hoc*)	◎		◎	
PRODUZIONE	Misura la produzione diretta, indiretta e indotta attivata nel sistema economico nazionale dall'attività dell'Ente.	2019	Input-Output (Ricerca *ad hoc*)	◎			
VALORE AGGIUNTO	Misura il valore aggiunto diretto, indiretto e indotto attivato nel sistema economico nazionale dall'attività dell'Ente.	2019	Input-Output (Ricerca *ad hoc*)	◎			
OCCUPAZIONE	Misura l'occupazione (in termini di FTE) diretta, indiretta e indotta attivata nel sistema economico nazionale dall'attività dell'Ente.	2019	Input-Output (Ricerca *ad hoc*)		◎	◎	
RITORNO SUGLI INVESTIMENTI PUBBLICI (ROI)	Misura l'importo delle entrate fiscali generate grazie alle misure di sostegno agli Enti di cui all'art.27 comma) della Legge.	2019	Metodologia di calcolo del ROI (Ricerca *ad hoc*)	◎		◎	
ATTIVITÀ REALIZZATE	Misura i livelli di produzione di attività da parte degli Enti.	2019	Survey Enti Finanziati			◎	◎
PARTECIPAZIONE	Misura la capacità dell'Ente di coinvolgere le comunità e promuovere la partecipazione culturale.	2019	Survey Enti Finanziati			◎	◎
SPILLOVER	Evidenzia la capacità da parte degli Enti di generare effetti positivi sul territorio tramite l'erogazione di finanziamenti (contributi, sponsorizzazioni e/o elargizioni liberali) a organizzazione terze.	2019	Survey Enti Finanziati	◎			◎
CONSERVAZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE	Evidenzia la capacità dell'Ente di promuovere e favorire la conservazione e trasmissione del patrimonio culturale.	2019	Survey Enti Finanziati			◎	◎
RELAZIONI E COLLABORAZIONI	Evidenzia la capacità dell'Ente di creare e sviluppare una comunità più forte tramite lo sviluppo di relazioni e collaborazioni sul territorio nazionale.	2019	Survey Enti Finanziati			◎	
ATTIVITÀ DIDATTICHE	Evidenzia la capacità dell'Ente di promuovere e favorire lo sviluppo di conoscenze e competenze della comunità.	2019	Survey Enti Finanziati			◎	◎

Fonte: ns elaborazione

ALLEGATO II – PROGETTI SPECIALI

Rientrano nelle finalità dell'art. 27 della Legge 220/2016, "Contributi alle attività e alle iniziative di promozione cinematografica e audiovisiva", i finanziamenti concessi a progetti le cui caratteristiche rispondano a quanto definito dal Decreto 31 luglio 2017, n. 341 "Disposizioni applicative in materia di contributi alle attività e alle iniziative di promozione cinematografia e audiovisiva". L'art. 5, comma 1 del Decreto, infatti, stabilisce che tali progetti hanno come finalità:

- lo sviluppo della cultura cinematografica e audiovisiva in Italia, la promozione dell'internazionalizzazione del settore, la promozione – anche a fini turistici – dell'immagine dell'Italia attraverso il cinema e l'audiovisivo;
- ulteriori attività finalizzate allo sviluppo del cinema e dell'audiovisivo sul piano artistico, culturale, tecnico ed economico, ovvero finalizzate alla crescita, economica, civile, all'integrazione sociale e alle relazioni interculturali mediante l'utilizzo del cinema e dell'audiovisivo, nonché realizzazione di indagini, studi, ricerche e valutazioni d'impatto economico, industriale e occupazionale delle misure previste dalla legge n. 220 del 2016, o di supporto alle politiche pubbliche del settore cinematografico e audiovisivo.

Stabilisce inoltre (art. 5, comma 3) che, **su iniziativa del Ministro**, possono essere sostenuti finanziariamente progetti speciali a carattere annuale o triennale aventi le stesse finalità sopra esposte e anche se svolti in accordo e collaborazione con il Ministero dell'istruzione, dell'università e della ricerca, con il Ministero degli affari esteri e della cooperazione internazionale, con il Ministero dello sviluppo economico, con il Ministero del lavoro e delle politiche sociali o con altri soggetti pubblici e privati.

Alla luce di tali presupposti, la natura stessa dei progetti si presenta come fortemente eterogenea.

Nel corso del 2019 sono stati approvati 37 progetti. La variabilità del sostegno si spiega nella diversa natura dei progetti approvati e nell'entità del finanziamento disponibile.

Dei 37 progetti totali, 6, la cui approvazione risale al D.M. n. 59 del 14 febbraio 2019, sono a valere sui fondi 2017-2018.

Tabella 0.1: Progetti speciali a valere sui fondi 2017-2018

PROGETTI SPECIALI			
ENTE BENEFICIARIO	PROGETTO	DECRETO DI ASSEGNAZIONE	IMPORTO APPROVATO
ISTITUTO LUCE CINECITTÀ	INTERVENTI DI MANUTENZIONE STRAORDINARIA	D.M. n. 59 14/2/2019	3.200.000,00 €
ANEC (ANEM ANICA DIREZIONE CINEMA)	INIZIATIVE VOLTE AD INCREMENTARE LA FREQUENTAZIONE DELLE SALE NEL PERIODO ESTIVO	D.M. n. 59 14/2/2019	1.000.000,00 €
IL VOLO SRL - BOLOGNA	SPECIALE TV	D.M. n. 59 14/2/2019	200.000,00 €
DIREZIONE GENERALE CINEMA E AUDIOVISIVO	ISTITUZIONE DI UN FONDO DEDICATO ALLE OPERE AUDIOVISIVE E ALLE INIZITIVE DI SENSIBILIZZAZIONE CONTRO LA VIOLENZA DI GENERE	D.M. n. 59 14/2/2019	200.000,00 €
DIREZIONE GENERALE CINEMA E AUDIOVISIVO	REALIZZAZIONE DELLA RELAZIONE SULLA VALUTAZIONE D'IMPATTO AI SENSI DELL'ART. 12, COMMA 6 DELLA LEGGE 220/2016	D.M. n. 59 14/2/2019	150.000,00 €
DIREZIONE GENERALE CINEMA E AUDIOVISIVO	ISTITUZIONE DI UN FONDO PER FINANZIARE PROGETTI DI OPERE AUDIOVISIVE IN COPRODUZIONE COMPARTECIPAZIONE O PRODUZIONE INTERNAZIONALE	D.M. n. 59 14/2/2019	2.010.500,00 €[165]
TOTALE	6		6.760.500,00 €

Fonte: DGCA

I restanti 31 progetti sono stati approvati nel corso del 2019 tramite diversi Decreti Ministeriali e Decreti Direttoriali, di cui si fornisce di seguito l'elenco nel dettaglio, comprensivo del finanziamento approvato.

[165] Il D.M. n.59 assegna al progetto 5.000.000 €. Di questi, appunto, 2.010.500,00 € sono a valere dei fondi 2017-2018, mentre 2.314.000,00 € sui fondi 2020.

Tabella 0.2: Progetti speciali a valere sui fondi 2019

PROGETTI SPECIALI			
ENTE BENEFICIARIO	PROGETTO	DECRETO DI ASSEGNAZIONE	IMPORTO APPROVATO
ANICA	FOCUS CINA - STATI UNITI - GIAPPONE ALLA MOSTRA DEL CINEMA DI VENEZIA	D.M. n. 342 25/7/2019	120.000,00 €
ANICA	PROGETTO - CINA	D.M. n. 342 25/7/2019	100.000,00 €
ISTITUTO LUCE CINECITTA'	IBERMEDIA	D.M. n. 342 25/7/2019	600.000,00 €
ISTITUTO LUCE CINECITTA'	OSSERVATORIO EUROPEO DELL'AUDIOVISIVO	D.M. n. 342 25/7/2019	264.942,84 €
ISTITUTO LUCE CINECITTA'	ITALIA - FRANCIA	D.M. n. 342 25/7/2019	250.000,00 €
ISTITUTO LUCE CINECITTA'	ITALIA - PORTOGALLO	D.M. n. 342 25/7/2019	50.000,00 €
ISTITUTO LUCE CINECITTA'	ITALIA - CILE	D.M. n. 342 25/7/2019	40.000,00 €
ISTITUTO LUCE CINECITTA'	ITALIA - GERMANIA	D.M. n. 342 25/7/2019	50.000,00 €
ISTITUTO LUCE CINECITTA'	ITALIA TUNISI	D.M. n. 342 25/7/2019	100.000,00 €
ISTITUTO LUCE CINECITTA'	ITALIA - PAESI BALTICI	D.M. n. 342 25/7/2019	15.000,00 €
ISTITUTO LUCE CINECITTA' (ANICA)	AZIONI SUL TERRITORIO DEL FONDO IBERMEDIA	D.M. n. 342 25/7/2019	80.000,00 €
ISTITUTO LUCE CINECITTA'	VENEZIA 2019	D.M. n. 342 25/7/2019	240.000,00 €
FONDAZIONE CINEMA PER ROMA	FESTA DEL CINEMA DI ROMA	D.M. 8/10/2019	1.100.000,00 €
ANICA SERVIZI - APT	MIA -MERCATO INTERNAZIONALE DELL'AUDIOVISIVO	D.M. 8/10/2019	300.000,00 €
ISTITUTO LUCE CINECITTA'	PROGETTO FELLINI	D.D. 11/11/2019	200.000,00 €
ANAC-ASS. NAZIONALE AUTORI CINEMATOGRAFICI	SCUOLA DI SCENEGGIATURA LEO BENVENUTI	D.D. 11/11/2019	30.000,00 €
ABILIS - ASSOCIAZIONE DI CULTURA E PROGRESSO	FIESTA, FESTIVAL DEL CINEMA ITALO/SPAGNOLO A PALMA DE MALLORCA	D.D. 11/11/2019	25.000,00 €
MUSEO NAZIONALE DEL CINEMA DI TORINO	TORINO CITTA' DEL CINEMA 2020	D.D. 11/11/2019	200.000,00 €
ASS. PICCOLO CINEMA AMERICA	IL CINEMA IN PIAZZA SAN COSIMATO	D.D. 11/11/2019	100.000,00 €
INCE MEDIA SRL	GRAN PREMIO INTERNAZIONALE DEL DOPPIAGGIO	D.D. 11/11/2019	300.000,00 €
ASSOCIAZIONE 100AUTORI	PROGETTO SCENEGGIATURE ITALIANE	D.D. 11/11/2019	30.000,00 €
ISTITUTO CAPRI NEL MONDO	HONORING LINA WERTMÜLLER	D.D. 11/11/2019	60.000,00 €

ENTE AUTONOMO GIFFONI EXPERIENCE	GIFFONI FILM FESTIVAL COMPIE 50 ANNI	D.D. 11/11/2019	100.000,00 €
FONDAZIONE CINETECA DI BOLOGNA	MOSTRA "C'ERA UNA VOLTA SERGIO LEONE"	D.D. 11/11/2019	150.000,00 €
ISTITUTO LUCE CINECITTA'	ITALIA-FRANCIA	D.D. 11/11/2019	125.000,00 €
GENOMA FILMS SRL	HONORARY OSCAR A LINA WERTMÜLLER	D.D. 11/11/2019	20.000,00 €
DAZZLE COMMUNICATION	LE CONVERSAZIONI	D.D. 11/11/2019	80.000,00 €
ANICA SERVIZI	VIDEOCITTA'	D.D. 11/11/2019	200.000,00 €
FONDAZIONE CENTRO SPERIMENTALE DI CINEMATOGRAFIA	PROMOZIONE ATTIVITA' CINEMATOGRAFICHE PRESSO L'ISTITUTO D'ISTRUZIONE SUPERIORE ENZO FERRARI	D.D. 11/11/2019	40.000,00 €
ASS.CULT. TEATROZETA	L'AQUILA... A COLORI	D.D. 27/11/2019	30.000,00 €
ASS.AGNUS DEI	FILMING ITALY	D.D.17/12/2019	80.000,00 €
TOTALE	31		5.079.942,84 €

Fonte: DGCA

In sintesi, le approvazioni deliberate nel 2019 sono le seguenti.

Tabella 0.3: Sintesi progetti approvati nel corso del 2019

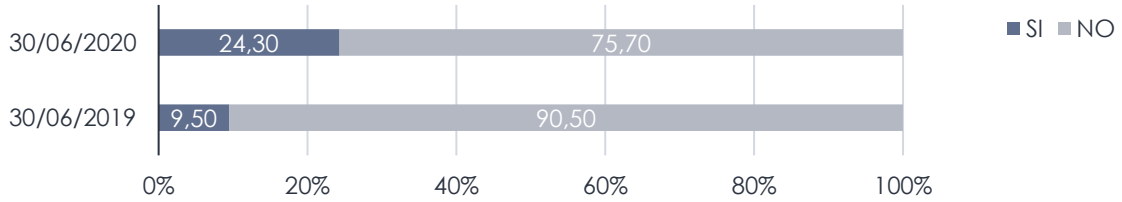
	PROGETTI APPROVATI	IMPORTO APPROVATO
FONDI 2017-2018	6	6.760.500,00 €
FONDI 2019	31	5.079.942,84 €
TOTALE	37	11.840.442,84 €

Fonte: DGCA

ALLEGATO III – AGGIORNAMENTO PASSAGGI TV OPERE BENEFICIARIE 2017-2019

L'Allegato offre un aggiornamento dei dati relativi ai passaggi televisivi delle opere che hanno beneficiato dei finanziamenti nel quadro della Legge 220/2016 nel biennio 2017-2018. Tale aggiornamento è reso necessario dalle finestre temporali che regolano la trasmissione televisiva delle opere audiovisive, non destinate alla televisione e al web.
I dati si riferiscono al primo passaggio tv delle opere al 30/06/2020, sia nella televisione free, sia nella televisione a pagamento.
I dati sono stati raccolti ed elaborati da CeRTA. Centro di Ricerche sulla Televisione e gli Audiovisivi (Università Cattolica).

Figura 0.I: Percentuale delle opere beneficiarie 2017-2018 trasmesse in tv, al 30/6/2020 e al 30/6/2019[1]



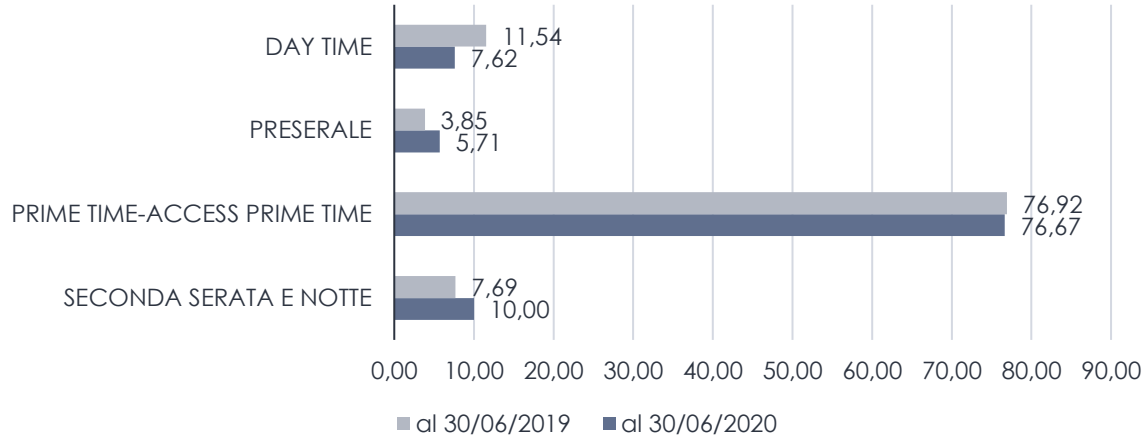
Fonte: DGCol e Auditel

Tabella 0.1: Opere beneficiarie 2017-2018 trasmesse in Tv al 30/6/2020. Numero e quota percentuale sulle opere che hanno beneficiato di finanziamento per linea

RIF. NORM.	LINEA DI FINANZIAMENTO	OPERE PASSATE IN TV AL 30/06/2020	
		Nr	% PER LINEA
ART. 26	PRODUZIONE (ATTIVA SOLO NEL 2017)	13	13,68
	PRODUZIONE - DOCUMENTARI E CORTOMETRAGGI	3	7,50
	PRODUZIONE - LUNGOMETRAGGI DI GIOVANI AUTORI	3	18,75
	PRODUZIONE - LUNGOMETRAGGI DI PARTICOLARE QUALITÀ ARTISTICA E FILM DIFFICILI CON RISORSE FINANZIARIE MODESTE	1	4,76
	PRODUZIONE - LUNGOMETRAGGI OPERE PRIME O SECONDE	2	9,09
	PRODUZIONE - OPERE DI ANIMAZIONE	3	30,00
	SCRITTURA DI SCENEGGIATURE-LUNGOMETRAGGI E OPERE NON SERIALI TV E WEB	6	13,33
	SCRITTURA DI SCENEGGIATURE- OPERE SERIALI TV E WEB	4	17,39
	SVILUPPO E PRE-PRODUZIONE- LUNGOMETRAGGI OPERE NON SERIALI TV E WEB	3	7,14
	SVILUPPO E PRE-PRODUZIONE- OPERE SERIALI TV E WEB	2	7,69
ART. 15-19-20	TAX CREDIT PRODUZIONE DI FILM	55	24,12
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI OPERE TV	43	60,56
	TAX CREDIT PRODUZIONE DI OPERE TV - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	32	74,42
	TAX CREDIT PRODUZIONE ESECUTIVA DI OPERE STRANIERE	2	8,70
	TAX CREDIT PRODUZIONE ESECUTIVA DI OPERE STRANIERE - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	4	18,18
	TAX CREDIT PRODUZIONE FILM - PASSAGGIO NUOVE ALIQUOTE	87	34,94
	TAX CREDIT SVILUPPO DI OPERE AUDIOVISIVE	0	0,00

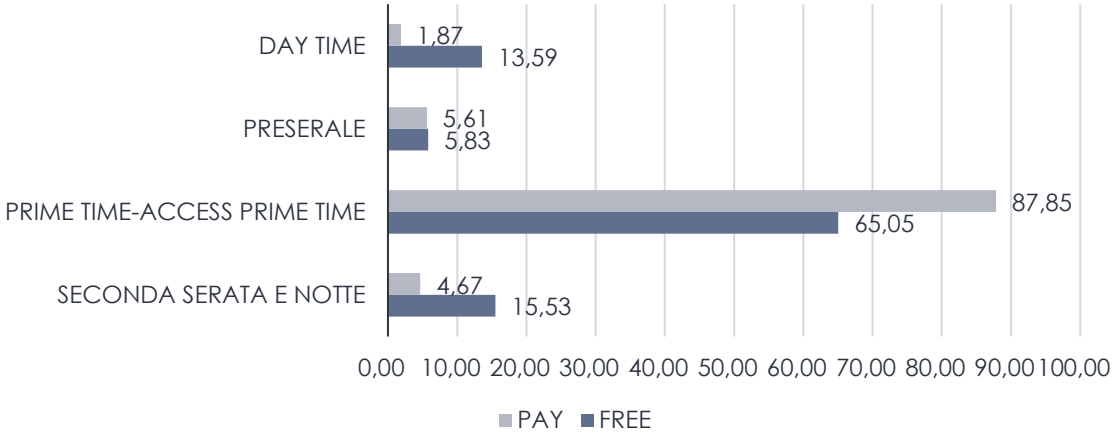
Fonte: DGCol e Auditel

Figura 0.II: Fascia oraria del primo passaggio Tv delle opere beneficiarie 2017-2018, al 30/06/2019 e al 30/06/2020[166]



Fonte: DGCol e Auditel

Figura 0.III: Fascia oraria e tipo di canale del primo passaggio Tv delle opere beneficiarie 2017-2018, al 30/06/2020[167]



Fonte: DGCol e Auditel

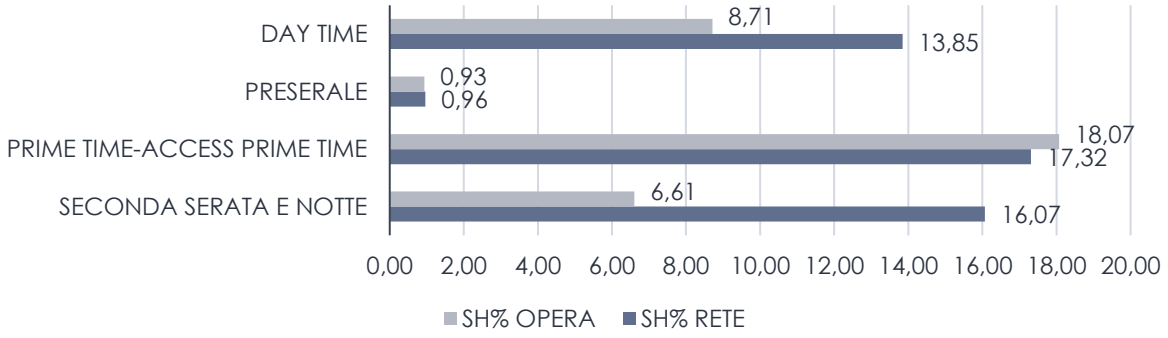
Tabella 0.2: Ascolto medio per fascia oraria del primo passaggio Tv delle opere beneficiarie al 30/6/2020[168]

FASCIA ORARIA	FREE TV	PAY TV
DAY TIME (MATTINA E POMERIGGIO)	809.250	18.000
PRESERALE	174.167	37.500
PRIME TIME (E ACCESS PRIME TIME)	4.290.167	119.348
SECONDA SERATA E NOTTE	364.467	57.250
MEDIA	1.409.513	58.024

Fonte: DGCol e Auditel

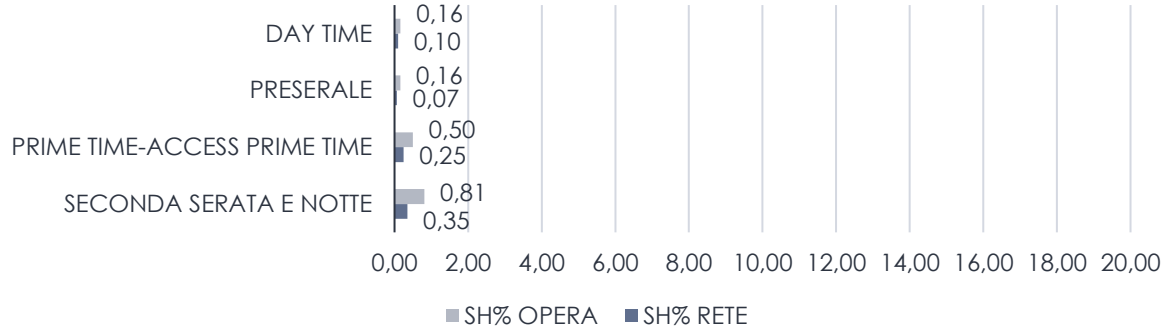
[166] Ogni opera è stata considerata al netto degli eventuali finanziamenti multipli. Le opere che hanno avuto un passaggio tv sia in canali free, sia in canali pay sono state conteggiate due volte.
[167] Cfr. nota precedente.
[168] Cfr. nota 3.

Figura 0.IV: Sh% opera vs. Sh% rete per fascia oraria, primo passaggio TV FREE delle opere beneficiarie 2017-2018[169]



Fonte: DGCol e Auditel

Figura 0.V: Sh% opera vs. Sh% rete per fascia oraria, primo passaggio PAYTV delle opere beneficiarie 2017-2018[170]



Fonte: DGCol e Auditel

[169] Il valore di share del canale (SH % Rete) è stato misurato con riferimento alla fascia oraria e alla stagione televisiva della Prima Tv dell'opera. Nel conteggio della Share media del canale si è, come d'abitudine, eliminata la settimana del Festival di Sanremo.

[170] Cfr. nota precedente.

ALLEGATO IV – GAP ANALYSIS 2017-2018

Alla luce della differente impostazione del perimetro di indagine della Valutazione 2017-2018 e della Valutazione 2019 si è ritenuto opportuno completare le informazioni con una Gap Analysis (analisi degli scostamenti) finalizzata a perfezionare il panorama dei dati contenuti nella report precedente.
La precedente Valutazione d'impatto 2017-2018 è stata effettuata con riferimento ai dati forniti dalla DGCA e registrati sulla piattaforma DGCol tra l'1/01/2017 e il 31/12/2018.

Nello specifico, sono state oggetto di valutazione:

- le **domande**, ossia tutte le istanze pervenute e registrate nei report forniti dalla DGCA per il 2017 e il 2018, anche di quelle che alla data del 31 dicembre 2018 non erano state ancora processate e/o che facevano capo a linee di finanziamento i cui bandi non erano ancora chiusi;
- le **approvazioni**: ossia le sole istanze indicate nella reportistica della DGCA con le diciture "Approvata", "Approvata_invio documentazione pre-consuntivo" e "Liquidata" entro il 31 dicembre 2018. Tutte le istanze facenti capo al biennio, ma la cui delibera di approvazione è stata successiva al 31 dicembre 2018, non sono state considerate.

La presente Valutazione d'impatto, invece, ha tenuto conto delle **sole domande giunte ad approvazione** nel corso dell'**anno solare 2019** a prescindere dall'anno di competenza del Fondo.
Il diverso parametro di selezione adottato per definire il corpus oggetto di valutazione ha determinato alcuni lievi scostamenti tra i due report, rendendo quindi necessaria la gap analysis qui sintetizzata.

Le tabelle di seguito presentate integrano e sostituiscono quelle di sintesi contenute nella Valutazione 2017-2018 con riferimento alle misure e ai settori nei quali si è rilevato tale scostamento.

PRODUZIONE

Tabella 0.1: Gap analysis misure di sostegno al settore della produzione cinematografica e audiovisiva nel 2017-2018

RIF. NORMATIVI	PROCEDIMENTI	DOMANDE DELIBERATE AL 31/12/2018	
		2017	€
Art. 26	CONTRIBUTI SELETTIVI	165	25.852.127,00 €
	PRODUZIONE	95	23.082.127,00 €
	SCRITTURA DI SCENEGGIATURE \ LUNGOMETRAGGI E OPERE NON SERIALI TV E WEB	25	445.000,00 €
	SCRITTURA DI SCENEGGIATURE \ OPERE SERIALI TV E WEB	14	245.000,00 €
	SVILUPPO E PRE-PRODUZIONE \ LUNGOMETRAGGI E OPERE NON SERIALI TV E WEB	11	800.000,00 €
	SVILUPPO E PRE-PRODUZIONE \ OPERE SERIALI TV E WEB	14	1.025.000,00 €
TOTALE		165	25.852.127,00 €

Fonte: DGCol. Domande deliberate al 31/12/2018

DISTRIBUZIONE

Tabella 0.2: Gap analysis misure di sostegno al settore della distribuzione cinematografica e audiovisiva nel 2017-2018

RIF. NORMATIVI	PROCEDIMENTI	DOMANDE DELIBERATE AL 31/12/2018	
		2017	€
Art. 26	CONTIRBUTI SELETTIVI	6	255.000, 00 €
	DISTRIBUZIONE NAZIONALE DI FILM	6	255.000, 00 €
TOTALE		**6**	**255.000, 00 €**

Fonte: DGCol. Domande deliberate al 31/12/2018

PROMOZIONE

Tabella 0.3: Gap analysis misure di sostegno al settore della promozione cinematografica e audiovisiva nel 2017-2018

RIF. NORMATIVI	PROCEDIMENTI	DOMANDE DELIBERATE AL 31/12/2018			
		2017	2018	TOTALE BIENNIO	€
ART. 27	INIZIATIVE SCA (SVILUPPO DELLA CULTURA CINEMATOGRAFICA E AUDIOVISIVA E PER LA PROMOZIONE INTERNAZIONALE)	48	56	**104**	**2.485.000,00 €**
	GRUPPO A (INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SETTORE E PROMOZIONE, ANCHE A FINI TURISTICI, DELL'ITALIA ATTRAVERSO IL CINEMA)	11	19	**30**	**820.000,00 €**
	GRUPPO B (SVILUPPO DELLA CULTURA CINEMATOGRAFICA E AUDIOVISIVA; SVILUPPO DEL CINEMA E DELL'AUDIOVISIVO SUL PIANO ARTISTICO, CULTURALE, TECNICO ED ECONOMICO; STUDIO, RICERCHE E VALUTAZIONI D'IMPATTO)	37	37	**74**	**1.665.000,00 €**
	FESTIVAL, RASSEGNE E PREMI CINEMATOGRAFICI E AUDIOVISIVI	103	115	**218**	**8.747.000,00 €**
	CONTRIBUTI A FESTIVAL	74	81	**155**	**7.207.000,00 €**
	CONTRIBUTI A RASSEGNE	21	24	**45**	**800.000,00 €**
	CONTRIBUTI A PREMI	8	10	**18**	**740.000,00 €**
	ACQUISIZIONE, CONSERVAZIONE, CATALOGAZIONE, RESTAURO, STUDIO, RICERCA, FRUIZIONE E VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CINEMATOGRAFICO E AUDIOVISIVO (ATTIVITÀ CINETECHE)	9	7	**16**	**1.891.000,00 €**
	DIFFUSIONE DELLA CULTURA CINEMATOGRAFICA SVOLTA DA CIRCOLI DI CULTURA CINEMATOGRAFICA, ASSOCIAZIONI NAZIONALI DI CULTURA CINEMATOGRAFICA E SALE DELLA COMUNITÀ	38	-	**38**	**776.900,00 €**
	CONTRIBUTI ALLE ATTIVITÀ DEI CIRCOLI DI CULTURA CINEMATOGRAFICA	8	-	**8**	**42.500,00 €**
	CONTRIBUTI ALLE ATTIVITÀ DELLE ASSOCIAZIONI NAZIONALI DI CULTURA CINEMATOGRAFICA	9	-	**9**	**658.000,00 €**
	CONTRIBUTI ALLE ATTIVITÀ DELLE SALE DELLA COMUNITÀ	21	-	**21**	**76.400,00 €**
TOTALE		198	178	**376**	**13.899.900,00 €**

Fonte: DGCol. Domande deliberate al 31/12/2018

ALLEGATO V - RILASCIO MODELLO DI VALUTAZIONE DI IMPATTO DELLE RISORSE ASSEGNATE AGLI ENTI DI CUI ALL'ART.27 COMMA 3) DELLA LEGGE 220/2016

Di seguito, viene rilasciato il modello degli strumenti di rilevazione adottati ai fini della valutazione d'impatto delle risorse assegnate agli Enti, inclusi nel perimetro di analisi, di cui all'Art. 27) comma 3) della Legge n. 220 del 14 novembre 2016. Nello specifico:

- una **scheda di rilevazione quantitativa**, per la raccolta delle informazioni relative ai costi sostenuti e/o da sostenere a fronte delle risorse assegnate a ciascun Ente nell'anno di riferimento. In particolare, lo schema è stato predisposto sulla base delle voci di costo previste dalla metodologia **Input-Output (I-O)** adottata per la stima dell'impatto economico, industriale e occupazionale;
- una **scheda di rilevazione qualitativa**, per la raccolta delle informazioni relative alle attività e ai progetti che sono state realizzati e/o si intendono realizzare grazie alle suddette risorse.

Tabella 0.1: Scheda di rilevazione quantitativa

SCHEDA DI RILEVAZIONE QUANTITATIVA	COSTI SOSTENUTI E/O DA SOSTENERE IN % SUL TOTALE DELLE RISORSE ASSEGNATE
RISORSE UMANE	
DIPENDENTI	
COLLABORATORI	
CONSULENTI ESTERNI (PIVA)	
AGRICOLTURA SIVICULTURA E PESCA	
PRODUZIONI VEGETALI E ANIMALI, CACCIA E SERVIZI CONNESSI	
SILVICOLTURA E UTILIZZO DI AREE FORESTALI	
PESCA E ACQUICOLTURA	
ATTIVITA' ESTRATTIVA	
ATTIVITÀ ESTRATTIVA	
ATTIVITA' MANIFATTURIERA	
INDUSTRIE ALIMENTARI, DELLE BEVANDE E DEL TABACCO	
INDUSTRIE TESSILI, CONFEZIONE DI ARTICOLI DI ABBIGLIAMENTO E DI ARTICOLI IN PELLE	
INDUSTRIA DEL LEGNO E DEI PRODOTTI IN LEGNO E SUGHERO, ESCLUSI I MOBILI	
FABBRICAZIONE DI CARTA E DI PRODOTTI DI CARTA	

STAMPA E RIPRODUZIONE SU SUPPORTI REGISTRATI	
FABBRICAZIONE DI COKE E PRODOTTI DERIVANTI DALLA RAFFINAZIONE DEL PETROLIO	
FABBRICAZIONE DI PRODOTTI CHIMICI	
FABBRICAZIONE DI PRODOTTI FARMACEUTICI DI BASE E DI PREPARATI FARMACEUTICI	
FABBRICAZIONE DI ARTICOLI IN GOMMA E MATERIE PLASTICHE	
FABBRICAZIONE DI ALTRI PRODOTTI DELLA LAVORAZIONE DI MINERALI NON METALLIFERI	
ATTIVITÀ METALLURGICHE	
FABBRICAZIONE DI PRODOTTI IN METALLO, ESCLUSI MACCHINARI E ATTREZZATURE	
FABBRICAZIONE DI COMPUTER E PRODOTTI DI ELETTRONICA E OTTICA	
FABBRICAZIONE DI APPARECCHIATURE ELETTRICHE	
FABBRICAZIONE DI MACCHINARI E APPARECCHIATURE N.C.A.	
FABBRICAZIONE DI AUTOVEICOLI, RIMORCHI E SEMIRIMORCHI	
FABBRICAZIONE DI ALTRI MEZZI DI TRASPORTO	
FABBRICAZIONE DI MOBILI; ALTRE INDUSTRIE MANIFATTURIERE	
RIPARAZIONE E INSTALLAZIONE DI MACCHINE E APPARECCHIATURE	
FORNITURA DI ENERGIA ELETTRICA, GAS, VAPORE E ARIA CONDIZIONATA	
FORNITURA DI ENERGIA ELETTRICA, GAS, VAPORE E ARIA CONDIZIONATA	
FORNITURA DI ACQUA; RETI FOGNARIE, ATTIVITÀ DI GESTIONE DEI RIFIUTI E RISANAMENTO	
RACCOLTA, TRATTAMENTO E FORNITURA DI ACQUA	
GESTIONE RETI FOGNARIE; RACCOLTA, TRATTAMENTO E SMALTIMENTO DEI RIFIUTI; RECUPERO DEI MATERIALI; ATTIVITÀ DI RISANAMENTO E ALTRI SERVIZI DI GESTIONE DEI RIFIUTI	
COSTRUZIONI	
COSTRUZIONI	
COMMERCIO	
COMMERCIO ALL'INGROSSO E AL DETTAGLIO E RIPARAZIONE DI AUTOVEICOLI E MOTOCICLI	
COMMERCIO ALL'INGROSSO, ESCLUSO QUELLO DI AUTOVEICOLI E DI MOTOCICLI	
COMMERCIO AL DETTAGLIO, ESCLUSO QUELLO DI AUTOVEICOLI E DI MOTOCICLI	
TRASPORTO E MAGAZZINAGGIO	
TRASPORTO TERRESTRE E TRASPORTO MEDIANTE CONDOTTE	
TRASPORTI MARITTIMI E PER VIE D'ACQUA	
TRASPORTO AEREO	
MAGAZZINAGGIO E ATTIVITÀ DI SUPPORTO AI TRASPORTI	
SERVIZI POSTALI E ATTIVITÀ DI CORRIERE	
SERVIZI DI ALLOGGIO; ATTIVITÀ DI SERVIZI DI RISTORAZIONE	
SERVIZI DI ALLOGGIO; ATTIVITÀ DI SERVIZI DI RISTORAZIONE	
SERVIZI DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE	
ATTIVITÀ EDITORIALI	
ATTIVITÀ DI PRODUZIONE CINEMATOGRAFICA, DI VIDEO E DI PROGRAMMI TELEVISIVI, DI REGISTRAZIONI MUSICALI E SONORE; ATTIVITÀ DI PROGRAMMAZIONE E TRASMISSIONE	
TELECOMUNICAZIONI	

PROGRAMMAZIONE, CONSULENZA INFORMATICA E ATTIVITÀ CONNESSE; ATTIVITÀ DEI SERVIZI D'INFORMAZIONE	
ATTIVITA' FINANZIARIE E ASSICURATIVE	
PRESTAZIONE DI SERVIZI FINANZIARI (ESCLUSE ASSICURAZIONI E FONDI PENSIONE)	
ASSICURAZIONI, RIASSICURAZIONI E FONDI PENSIONE	
ATTIVITÀ AUSILIARIE DEI SERVIZI FINANZIARI E DELLE ATTIVITÀ ASSICURATIVE	
ATTIVITÀ IMMOBILIARI	
ATTIVITÀ IMMOBILIARI	
ATTIVITA' PROFESSIONALI, SCIENTIFICHE E TECNICHE	
ATTIVITÀ LEGALI E CONTABILITÀ; ATTIVITÀ DI SEDI CENTRALI; CONSULENZA GESTIONALE	
ATTIVITÀ DEGLI STUDI DI ARCHITETTURA E D'INGEGNERIA; COLLAUDI E ANALISI TECNICHE	
RICERCA SCIENTIFICA E SVILUPPO	
PUBBLICITÀ E RICERCHE DI MERCATO	
ALTRE ATTIVITÀ PROFESSIONALI, SCIENTIFICHE E TECNICHE; SERVIZI VETERINARI	
NOLEGGIO, AGENZIE DI VIAGGIO, SERVIZI DI SUPPORTO ALLE IMPRESE	
ATTIVITÀ DI NOLEGGIO E LEASING	
ATTIVITÀ DI RICERCA, SELEZIONE, FORNITURA DI PERSONALE	
ATTIVITÀ DEI SERVIZI DELLE AGENZIE DI VIAGGIO, DEI TOUR OPERATOR E SERVIZI DI PRENOTAZIONE E ATTIVITÀ CORRELATE	
SERVIZI DI INVESTIGAZIONE E VIGILANZA; ATTIVITÀ DI SERVIZI PER EDIFICI E PER PAESAGGIO; ATTIVITÀ AMMINISTRATIVE E DI SUPPORTO PER LE FUNZIONI D'UFFICIO E ALTRI SERVIZI DI SUPPORTO ALLE IMPRESE	
AMMINISTRAZIONE PUBBLICA E DIFESA; ASSICURAZIONE SOCIALE OBBLIGATORIA	
AMMINISTRAZIONE PUBBLICA E DIFESA; ASSICURAZIONE SOCIALE OBBLIGATORIA	
ISTRUZIONE	
ISTRUZIONE	
SANITA' E ASSISTENZA SOCIALE	
ATTIVITÀ DEI SERVIZI SANITARI	
ASSISTENZA SOCIALE	
ATTIVITA' ARTISTICHE, SPORTIVE, DI INTRATTENIMENTO E DIVERTIMENTO	
ATTIVITÀ CREATIVE, ARTISTICHE E D'INTRATTENIMENTO; ATTIVITÀ DI BIBLIOTECHE, ARCHIVI, MUSEI E ALTRE ATTIVITÀ CULTURALI […]	
ATTIVITÀ SPORTIVE, DI INTRATTENIMENTO E DI DIVERTIMENTO	
ALTRE ATTIVITA' DI SERVIZI	
ATTIVITÀ DI ORGANIZZAZIONI ASSOCIATIVE	
RIPARAZIONE DI COMPUTER E DI BENI PER USO PERSONALE E PER LA CASA	
ALTRE ATTIVITÀ DI SERVIZI PERSONALI	
ATTIVITÀ DI FAMIGLIE E CONVIVENZE COME DATORI DI LAVORO PER PERSONALE DOMESTICO; PRODUZIONE DI BENI E DI SERVIZI INDIFFERENZIATI PER USO PROPRIO DA PARTE DI FAMIGLIE E CONVIVENZE	
TOTALE	

Fonte: nostra elaborazione

Tabella 0.2: Scheda di rilevazione qualitativa

SCHEDA DI RILEVAZIONE QUALITATIVA	
NOME ATTIVITÀ	
FINALITÀ E OBIETTIVI	
DESCRIZIONE *(MAX 1.000 CARATTERI)*	
RISULTATO OTTENUTO E/O ATTESO *QUALORA L'ATTIVITÀ DESCRITTA ABBIA GENERATO UN INTROITO PER L'ENTE, SI PREGA DI PRECISARE L'IMPORTO RIFERITO ALL'ANNO 2019*	
L'ATTIVITÀ HA GENERATO E/O COINVOLTO PUBBLICO? *SE SÌ, SI PREGA DI INDICARE IL NUMERO TOTALE DEGLI UTENTI COINVOLTI IN RIFERIMENTO ALL'ANNO 2019*	
L'ATTIVITÀ HA PERMESSO DI ATTIVARE RETI, COLLABORAZIONI, SINERGIE CON ALTRI SOGGETTI E/O ORGANIZZAZIONI SUL TERRITORIO NAZIONALE E/O INTERNAZIONALE? *SE SÌ, SI PREGA DI SPECIFICARE:* *- LA NUMEROSITÀ DEI SOGGETTI COINVOLTI* *- IL NOME DEI SOGGETTI E/O DELLE ORGANIZZAZIONI* *- LA SEDE OPERATIVA* *- LE MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO*	
L'ATTIVITA' HA PERMESSO DI FINANZIARE TREMITE SOVVENZIONI, CONTRIBUTI E/O SPONSORIZZAZIONI ALTRI SOGGETTI E/O ORGANIZZAZIONI SUL TERRITORIO NAZIONALE E/O INTERNAZIONALE? *SE SÌ, SI PREGA DI INDICARE:* *- SOGGETTO SOVVENZIONATO* *- ATTIVITÀ SOVVENZIONATA* *- SEDE OPERATIVA* *- IMPORTO TOTALE EROGATO (EURO)* *- IMPORTO DI COMPETENZA DEL 2019 (ANCHE IN %)*	
L'ATTIVITA' DESCRITTA RISPONDE ALLE FINALITA DI CUI ALL'ART. 27, COMMA 1, DELLA LEGGE 220/2016? *SE SÌ, SPECIFICARE QUALI*	

Fonte: nostra elaborazione