



A cura di
Angela D'Arrigo
Mariagrazia Fanchi
Alessandro Rosina
Bruno Zambardino

A cura di

Angela D'Arrigo, Mariagrazia Fanchi, Alessandro Rosina, Bruno Zambardino.

Testi di

Simone Arcagni, Pedro Armocida, Federico Bagnoli Rossi, Maria Luisa Bionda, Paola Bensi, Gianpiero Bocca, Elisabetta Brunella, Jacopo Chessa, Federico Ciarlo, Angela D'Arrigo, Domenico Dinoia, Federica D'Urso, Mariagrazia Fanchi, Fabio Introini, Massimo Locatelli, Mario Mazzetti, Francesca Medolago Albani, Simone Moraldi, Filippo Nalon, Alessandro Rosina, Sara Sampietro, Monica Sardelli, Emiliano Sironi, Azzurra Teoli, Bruno Zambardino.



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore



Presidente: Davide Milani

Redazione: Caterina Campanini, Alessandra Orlacchio

Impaginazione e grafica: studio Migual

ISBN 978-88-85095-85-4

Copyright ©2018

by Fondazione Ente dello Spettacolo

Via Aurelia, 468 - 00165 Roma

Tel. +39 06 9651 9200

e-mail: editoriafeds@entespettacolo.org

Senza regolare autorizzazione è vietata la riproduzione, anche parziale o a uso interno didattico, con qualsiasi mezzo effettuata, compresa la fotocopia.

con il sostegno di

in collaborazione con



INDICE

Prefazione	Davide Milani	5
Introduzioni	Nicola Borrelli Francesco Rutelli	7 9
PARTE I	SPETTATORI	11
SEZIONE 1	I MILLENNIALS: PRESENTE E FUTURO DEL CINEMA A cura di Alessandro Rosina, Fabio Introini, Emiliano Sironi	
Introduzione		13
Capitolo 1	La visione del film in sala: frequenza, spazi e tempi sociali dell'andare al cinema	17
Capitolo 2	Contenuti ed esperienza di visione	21
Capitolo 3	La domanda di cinema tra i giovani	23
Capitolo 4	Il futuro del cinema e l'impatto delle serie tv	25
Capitolo 5	Conclusioni	27
SEZIONE 2	IL VECCHIO E IL NUOVO. IL PUBBLICO DI CINEMA OVER 60. UNA RICERCA PILOTA A cura della sezione Film Studies - Dipartimento di Scienze della comunicazione e dello Spettacolo - UCSC	45
Introduzione	Mariagrazia Fanchi	47
Capitolo 1	Anziani... si fa per dire: profili, attitudini e tendenze di consumo Maria Luisa Bionda	49
Capitolo 2	<i>Alive and kicking.</i> Anziani e consumo di cinema in sala. Numeri e tendenze Mariagrazia Fanchi	61
Capitolo 3	<i>Revenants.</i> Anziani, consumi mediali, cultura cinematografica e modelli di fruizione in sala. Un'indagine pilota Sara Sampietro	73
Capitolo 4	La produzione cinematografica destinata al pubblico <i>over-age</i>: storia, stili, strategie Massimo Locatelli	93

PARTE II	STRUMENTI	105
	OPERA, PRODOTTO, PROGETTO: LE RISORSE PER FINANZIARE LA FILIERA DEL CINEMA	
	A cura di Angela D'Arrigo	
Introduzione		107
Capitolo 1	La progettazione per i bandi in ambito culturale	111
Capitolo 2	La programmazione UE	117
Capitolo 3	La dimensione nazionale	131
PARTE III	SCENARI	153
	DOVE VANNO IL CINEMA E L'AUDIOVISIVO ITALIANI? UNA MAPPA PER ORIENTARSI	
	A cura di Bruno Zambardino	
Introduzione		155
Diretrici di approfondimento		157
Focus sulle sale in Italia e a livello internazionale. Schermi e spettatori nei cinema d'Europa: che cosa è cambiato negli ultimi 20 anni?		159
MEDIA Salles		
Identikit della nuova sala d'essai. Primi esiti di uno studio <i>ad hoc</i> sulle sale e i film d'essai		169
(Domenico Dinoia, Mario Mazzetti e Federico Ciarlo, in collaborazione con il prof. Bruno Zambardino)		
Per un "sistema dei festival" virtuoso		176
Pedro Armocida		
Note sull'industria del cortometraggio italiano contemporaneo		179
Jacopo Chessa		
Film Education in Italia e in Europa: un decennio vissuto pericolosamente		181
Simone Moraldi		
L'importanza delle attività di educazione per il contrasto alla pirateria audiovisiva		188
Federico Bagnoli Rossi		
MediCinema, quando il cinema diventa terapia		190
Francesca Medolago Albani		
Italia digitale		194
Simone Arcagni		
Fondi e territori		196
Federica D'Urso		
Italy for Movies: nasce il portale al servizio della settima arte		202
Monica Sardelli e Azzurra Teoli		
Il nostro lavoro non è finito		205
Filippo Nalon		
Gli Autori		207



PARTE III

SCENARI



**Dove vanno il cinema e l'audiovisivo italiani?
Una mappa per orientarsi**

A cura di
Bruno Zambardino

INTRODUZIONE

Il cinema è a un punto di svolta a livello internazionale, sia dal punto di vista del mercato della sala, con la ridefinizione della geografia degli incassi da parte asiatica, che da quello tecnologico, con la distribuzione digitale on demand¹.

Anche nel nostro Paese l'eco di queste tendenze si fa sentire in modo determinante. L'industria spinge verso una maggior internazionalizzazione del prodotto, cercando anche nel campo dell'online quelle sinergie di respiro europeo in grado di contrastare l'avanzata dei grandi *player* mondiali del *video on demand*. Questo mentre i film italiani hanno chiuso il 2016 con una quota di mercato del 29%, quasi 9 punti percentuali in più rispetto all'anno precedente. Nonostante il proliferare di forme alternative di intrattenimento digitale, guardando al box office globale la settima arte sembra ancora in grado di attrarre il grande pubblico. Tuttavia, nel 2016 gli incassi complessivi sono aumentati solo dell'1%, raggiungendo i 38,6 miliardi di dollari (nel 2015 l'incremento era stato del 5%). Il rallentamento sembra dovuto principalmente al mercato cinese, i cui incassi si sono ridotti dell'1%, mentre l'anno precedente erano cresciuti del 49%.

La Cina dovrebbe comunque affermarsi non più tardi del 2017 quale primo mercato cinematografico mondiale. Questo non solo per il crescente successo degli investimenti in film nazionali e coproduzioni, ma anche per il modo in cui sta sviluppando ogni anello della filiera, con un parco sale che nei prossimi anni sfiorerà i 60 mila schermi.

Il settore audiovisivo sta conoscendo inoltre una fase di rapida innovazione tecnologica: nel 2015 il fatturato globale degli OTT video (gli operatori Over-The-Top che sfruttano il web per la distribuzione dei contenuti) ha raggiunto i 26 miliardi di dollari. Netflix, primo operatore del settore, è presente in 190 paesi ed è prossimo al traguardo dei 100 milioni di abbonati a livello mondiale.

L'accresciuta importanza di questi nuovi servizi è dimostrata dal fatto che quest'anno per la prima volta due servizi di streaming, Netflix e Amazon Video, hanno ottenuto nomination ai più prestigiosi premi dell'industria cinematografica, gli Oscar, vincendo addirittura alcune delle statuette.

Del resto l'impegno di questi operatori sul versante produttivo è notevole: Netflix l'anno scorso ha investito \$6 miliardi in serie e film. Nei prossimi tre anni spenderà almeno un miliardo per la produzione di serie tv originali e l'acquisto di diritti di distribuzione. Secondo alcune stime, nel 2016 Amazon ha investito \$3 miliardi in contenuti e sta per distribuire 15 film originali, con budget compreso tra i \$5 e i \$40 milioni.

In Italia i dati del box office nel 2016 sono positivi: i biglietti venduti nel 2016 sono stati oltre 105 milioni, con un incremento del 6% rispetto al 2015. Crescono anche gli incassi: 661,8 milioni di euro, con un aumento del 3,9%².

Altalenante l'andamento della produzione: nel 2014 aveva raggiunto il picco dei 201 film prodotti, è sceso a 185 nel 2015, per risalire a 199 nel 2016. Nel 2015 il numero di coproduzioni maggioritarie è cresciuto da 14 a 22. La riduzione delle produzioni non ha però comportato un calo nell'investimento complessivo in cinema, che al contrario è salito a 340 milioni di euro contro i 320 milioni dell'anno prima. Questo risultato indica un leggero aumento del budget medio a disposizione di ciascun film, passato infatti da 1,9 a 2 milioni di

¹ Cfr. B. Zambardino, *Digitale e Value Gap nelle industrie creative e culturali. La miglior difesa è l'attacco*, I-Com, 6 febbraio 2017, <http://www.i-com.it/2017/02/06/digitale-e-value-gap-nelle-industrie-creative-e-culturali-la-miglior-difesa-e-lattacco/>; ultimo accesso il 10/01/2018.

² Cfr. <http://www.cinetel.it>.

euro. Si tratta però di una somma ancora limitata se pensiamo che in Francia le risorse mediamente disponibili sono ammontate nel 2015 a 4,4 milioni di euro.

Una scossa al settore potrebbe arrivare dalla legge sul cinema approvata lo scorso novembre, che porta a 400 milioni le risorse a disposizione del nuovo Fondo per lo sviluppo degli investimenti nel cinema e l'audiovisivo.

Anche sul piano produttivo si segnala una certa vivacità, promossa anche dalla nascita di importanti *player* attivi nel segmento on demand. Accanto a grandi *player* internazionali come Netflix e Amazon Video, sono presenti i servizi Infinity di Mediaset e Sky Online. Qui puoi leggere un mio post sulle strategie cinematografiche di Amazon e Netflix³.

A tale sfida il comparto sta rispondendo con una forte convergenza tra i settori di telco e media: TIMvision, che ha in essere un accordo con Rai Cinema, e Vodafone TV, che offre i canali intrattenimento di Sky⁴.

Il comparto presenta quindi uno scenario estremamente ricco e variegato, con ampie opportunità di sviluppo ulteriore e potenziali ricadute positive sull'intero "sistema Paese": dalle possibilità di esportazione di format originali, alla valorizzazione dei diritti legati alle produzioni, alle modalità di relazione con i broadcaster, i vantaggi di derivare da politiche volte a incentivare la creatività e la competizione.

³ Cfr. G. Berni - B. Zambardino, *Il senso del cinema per Amazon e Netflix*, I-Com, 10 marzo 2017, <http://www.i-com.it/2017/03/10/il-senso-del-cinema-per-amazon-e-netflix/>; ultimo accesso 10/01/2018.

⁴ Per approfondire le dinamiche del cosiddetto "audiovisivo connesso" si legga B. Zambardino, *L'audiovisivo connesso in cerca della prossima disruption*, I-Com, 11 novembre 2016, <http://www.i-com.it/2016/11/11/audiovisivo-connesso-in-cerca-della-prossima-disruption/>; ultimo accesso 10/01/2018.

DIRETTRICI DI APPROFONDIMENTO

Il valore produttivo e l'impatto socio-culturale del comparto rendono utile e necessaria un'osservazione continuativa del settore e un'interpretazione attenta delle sue evoluzioni. In particolare si propongono quattro direttrici di approfondimento, utili a interpretare le potenzialità del mercato e necessarie a motivare e implementare strategie e politiche competitive per l'intero settore.

1. Evoluzione del quadro normativo:

Digital Single Market e industria dei contenuti audiovisivi

La Commissione Europea si è impegnata nella realizzazione di un Mercato Unico Digitale, per garantire un più ampio accesso a beni e servizi da parte dei consumatori. Il settore audiovisivo è fortemente coinvolto in questo processo e sono numerose le novità normative che lo interessano, dalla portabilità *cross border* dei contenuti online, alla revisione della direttiva AVMSD-Audiovisual Media Services Directive, che rafforza le norme a tutela della produzione cinematografica europea e riconosce il ruolo delle piattaforme online, alla revisione della normativa sul copyright.

Le proposte della Commissione rappresentano davvero un'opportunità di ampliare il mercato per l'industria cinematografica, o piuttosto sono una minaccia alla diversità culturale e alla sostenibilità dei modelli di finanziamento e distribuzione del settore¹?

2. Rapporto con gli autori

Il 2017 ha registrato un forte calo della quota di mercato nazionale rispetto all'anno precedente: i film italiani sono scesi sotto il 18%, un dato che ha aumentato la percezione di crisi del cinema nazionale, soprattutto se posto a confronto con la ricchezza creativa e produttiva della serialità televisiva. Non vanno tuttavia trascurati importanti riconoscimenti internazionali, dall'Oscar a Sorrentino nel 2013 all'Orso d'Oro per Rosi nel 2016. A questi si aggiunge il riscontro di una certa vitalità produttiva e voglia di raccontare realtà periferiche e complesse. Tuttavia la sensazione permane: essa non si riferisce tanto a una crisi industriale o di sistema, quanto a una crisi di idee, fatte salve importanti eccezioni. La gran parte dei film italiani prodotti propone commedie incentrate su problematiche simili.

Se è vero che Internet e lo streaming online hanno moltiplicato le possibilità di visione, rendendo lo spettatore più distratto e meno concentrato, è pur necessario che si torni a considerare il cinema come un'arte sociale, necessaria per l'accrescimento personale e per l'avvicinamento delle persone. Accanto all'educazione del pubblico a una visione critica di ogni genere cinematografico, occorre proporre sempre più contenuti nuovi, sperimentali e diversificati che valgano la pena di essere discussi. È possibile replicare il modello francese, che sostiene con convinzione gli autori, sfruttando e valorizzando i talenti nostrani, e puntando su di un cinema di afflato internazionale? Basta leggere questo articolo per capire quanto sia rilevante il peso degli sceneggiatori a Hollywood².

¹ Per approfondire il tema spinoso della regolamentazione copyright e Sat-Cab si rimanda a B. Zambardino, *Le nuove regole europee per l'audiovisivo e il copyright: un bilancio a due anni dal varo del Digital Single Market*, I-Com, 21 aprile 2017, <http://www.i-com.it/2017/04/21/le-nuove-regole-europee-per-laudiovisivo-e-il-copyright-un-bilancio-a-due-anni-dal-varo-del-digital-single-market/>; ultimo accesso 10/01/2018.

² E se sciopassero tutti gli sceneggiatori statunitensi?, in «Il Post», 20 aprile 2017, <http://www.ilpost.it/2017/04/20/sciopero-sceneggiatori-wga/>; ultimo accesso 10/01/2018.

3. Come cambia la distribuzione

Oggi si evidenziano due tendenze contrapposte nella distribuzione cinematografica. Esse sono ben esemplificate dalle diverse strategie di due tra i maggiori fornitori di contenuti audiovisivi online, Netflix e Amazon Prime. Nonostante la sua posizione sul mercato dello streaming, Amazon ha mostrato il suo appoggio al sistema delle *windows of release* con cui tradizionalmente lavora l'industria. Netflix al contrario spinge per un modello di distribuzione *day-and-date*, con rilascio simultaneo nelle sale e online, preferendo affidarsi alla propria piattaforma e ai propri algoritmi di profilazione e raccomandazione per conoscere e indirizzare le preferenze dei clienti.

Come si muoverà la distribuzione nel prossimo futuro? È possibile trasformare le attuali minacce connesse alla moltiplicazione delle forme di consumo delle opere audiovisive, alla saturazione delle sale e alla diffusione della pirateria in opportunità, anche sotto il profilo della redditività economica? Su quali basi e a quali condizioni le sale cinematografiche – anche grazie alle robuste risorse finanziarie messe a disposizione dalla nuova Legge cinema – possono riacquistare centralità nel quadro delle nuove modalità di consumo di cultura e intrattenimento?

4. Cinema e territori

Gli interventi a sostegno della filiera cinematografica e audiovisiva rientrano a pieno titolo nel quadro delle politiche di sviluppo territoriale della maggior parte delle regioni italiane. Sono così nati e si sono consolidati in Italia alcuni poli e distretti regionali dell'audiovisivo, in cui è cresciuta un'industria locale alimentata dall'attività di assistenza e di accompagnamento da parte delle Film Commission con l'obiettivo di attrarre sui propri territori le produzioni e al tempo stesso sviluppare le professionalità locali. L'idea chiave che guida le amministrazioni locali è quella di trasformare le opportunità di una attività tipicamente di natura immateriale in un volano di sviluppo industriale per l'area geografica di riferimento, intervenendo in tutte le fasi della filiera, nella consapevolezza che l'audiovisivo eserciti una straordinaria capacità di "illuminazione" dei territori generando significative ricadute socio-economiche.

Come valutare l'impatto del cinema sul territorio, tenendo conto degli effetti diretti, indiretti e indotti e della pluralità di criteri e variabili coinvolti – dall'occupazione alla nascita di start up innovative sul territorio, dalla promozione culturale del territorio alla capacità di attrarre investimenti esteri, fino all'incremento dei flussi turistici?

Su alcune delle questioni evidenziate fin qui e su altre ancora più specifiche e cruciali per il settore si sono interrogati alcuni studiosi e professionisti. Gli approfondimenti che saranno di seguito proposti entrano nello specifico di alcuni comparti dell'industria cinematografica e audiovisiva e ne mettono in luce le problematiche, in alcuni casi invece evidenziano iniziative eleggibili come *best practice*, da conoscere e tenere da esempio in un panorama in continuo cambiamento.

FONDI E TERRITORI

Federica D'Urso

L'apporto offerto al settore cinematografico e audiovisivo da parte delle Regioni italiane è ormai da qualche anno un elemento consolidato che il produttore prende in considerazione nel momento in cui inizia a sviluppare un nuovo progetto. Tale apporto si concretizza in due tipologie di offerta:

- l'opportunità di girare sul territorio regionale, con l'assistenza e il supporto della Film Commission locale;
- la possibilità di ottenere un sostegno economico concreto, nei territori dove sono disponibili specifici fondi di sostegno alla produzione dell'opera o ad altre fasi della filiera.

Il fenomeno della nascita e diffusione nelle regioni italiane di Film Commission (dal 2000) e di fondi regionali (dal 2003) ha provocato nel settore cinematografico e audiovisivo un processo di progressiva delocalizzazione delle produzioni, che storicamente erano insediate quasi esclusivamente a Roma per quanto riguarda il settore cinematografico e a Milano per quanto riguarda il settore televisivo e quello della pubblicità. L'opportunità di utilizzare *location* diverse, dislocate per l'intero Paese, con l'incentivo sia logistico che economico offerto dai singoli territori, è stata colta con discreta reattività da parte di produttori e registi, al punto che attualmente la scelta della *location* di una nuova opera prevede un ventaglio di scelte molto più ampio e variegato rispetto a solo dieci anni fa.

Anche il budget di produzione vede oramai, fra le voci considerate prioritarie, quella legata agli eventuali fondi disponibili sul territorio su cui si decide di realizzare l'opera.

La nuova legge

La nuova Legge sul cinema e l'audiovisivo, la n. 220 del 2016, risponde a questa tendenza dell'industria dedicando alle Film Commission e ai Fondi regionali un articolo (art. 4) che segna un momento storico per questo settore: il riconoscimento, da parte dello Stato, del ruolo e delle attività delle "Film Commission" (comma 3) e della possibilità, da parte di questo soggetto, di gestire eventuali fondi regionali di sostegno economico al settore (comma 5). L'attuazione di queste disposizioni è dettagliata in un apposito decreto ministeriale, emanato a gennaio 2018 a cura del Ministro dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, previa intesa con la *Conferenza permanente dei rapporti tra lo Stato, le Regioni e le Province autonome di Trento e Bolzano*.

Inoltre e prima di tutto, la legge cita le Film Commission anche all'art. 2, dedicato alle Definizioni. Al comma 2, lettera v) recita così: si definisce

«Film Commission l'istituzione, riconosciuta da ciascuna regione o provincia autonoma, che persegue finalità di pubblico interesse nel comparto dell'industria del cinema e dell'audiovisivo e fornisce supporto e assistenza alle produzioni cinematografiche e audiovisive nazionali e internazionali e, a titolo gratuito, alle amministrazioni competenti nel settore del cinema e dell'audiovisivo nel territorio di riferimento».

Film Commission

La prima Film Commission regionale italiana è nata in Piemonte nel 2001. Attualmente quasi tutte le regioni sono dotate di una Film Commission.

L'obiettivo istituzionale tipico delle Film Commission è quello di offrire servizi alle produzioni

cinematografiche e audiovisive che scelgono il loro territorio come *location*. Questi servizi sono essenzialmente di natura logistica: *scouting* sul territorio, facilitazioni relative all'ospitalità, assistenza nelle procedure burocratiche, contatto con i professionisti presenti sul territorio. A differenza di quanto accade negli altri paesi d'Europa e del mondo, spesso – ma non sempre – in Italia alle Film Commission viene anche affidata la gestione dei fondi di sostegno economico messi a disposizione dalla regione di riferimento. Negli altri paesi, al contrario, esistono dei soggetti separati dalle Film Commission che hanno la sola funzione specifica di gestire tali fondi. Un'altra peculiarità delle Film Commission italiane è l'eterogeneità della loro natura. Infatti differiscono fra loro da diversi punti di vista:

- la loro natura giuridica è variegata: in molti casi si tratta di fondazioni a partecipazione totalmente pubblica oppure in parte pubblica e in parte privata; in altri casi si tratta di associazioni, in altri casi di uffici regionali interni all'amministrazione;
- la competenza amministrativa a cui fanno riferimento è altrettanto variegata: in alcuni casi le Film Commission sono volute e sostenute dagli Assessorati alla Cultura e all'Identità Regionale, in altri casi dagli Assessorati al Turismo e alla Promozione del Territorio, in altri dagli Assessorati alle Attività Produttive, o alla Formazione.

Questo significa che gli obiettivi strategici per cui viene creata e sostenuta una Film Commission possono essere diversi quanto sono diverse le venti regioni italiane: essi possono variare in funzione delle caratteristiche e delle esigenze culturali, paesaggistiche e industriali di ciascun territorio. Ne deriva un panorama di soggetti piuttosto articolato e diversificato a seconda del contesto in cui si collocano: ciò che accomuna tutte le Film Commission, in ogni caso, è che costituiscono il primo e principale interlocutore di riferimento per il produttore che decide di girare tutta o parte della sua opera su un determinato territorio.

	Film Commission	Fondo gestito da FC	Fondo gestito da FC	Fondo non a IFC	FC associata
Valle d'Aosta	X	X	X		X
Piemonte	X	X	X		X
Liguria	X				X
Lombardia	X	X	X		X
Alto Adige	X	X	X		X
Trentino	X	X	X		X
Friuli Venezia Giulia	X	X	X	X	X
Veneto	X	X	X		
Emilia Romagna	X	X	X		
Toscana	X	X		X	X
Marche	X				X
Umbria					
Abruzzo					
Molise					
Lazio	X	X		X	X
Campania	X	X		X	X
Basilicata	X	X	X		X
Calabria	X	X	X		X
Puglia	X	X	X		X
Sardegna	X	X	X		X
Sicilia	X	X	X	X	X

Fondi regionali

Alcune regioni italiane, accanto ai servizi offerti dalle Film Commission, mettono a disposizione del settore audiovisivo anche dei fondi di sostegno, costituiti nella maggioranza dei casi da contributi a fondo perduto destinati alle produzioni che scelgono come *location* quel territorio. Come accennato in precedenza, la maggioranza di questi fondi sono gestiti dalle Film Commission regionali, ma in taluni casi hanno una gestione separata, affidata a enti appositamente istituiti oppure direttamente dalla Regione.

Motivazioni e dimensioni dell'intervento pubblico regionale

A differenza di quanto avviene per i fondi di sostegno nazionali e sovranazionali, mossi da una motivazione che ha a che fare con la valorizzazione dell'opera audiovisiva in quanto prodotto culturale e frutto di un impegno obbligatorio dell'amministrazione pubblica nel sostegno al settore, i fondi regionali nascono da una volontà politica locale che a fronte di un investimento si aspetta di ottenere un ritorno che, di qualsiasi natura sia, deve giustificare l'investimento stesso. A differenza dello Stato, le Regioni non sono tenute a investire nel settore audiovisivo: se lo fanno è perché ne traggono un vantaggio. Questo è il motivo per cui non tutte le regioni promuovono fondi specifici di sostegno al settore, anche se quasi tutte ormai hanno una Film Commission. Alcune regioni hanno investito in fondi regionali per un periodo per poi decidere di ridimensionare e sospendere l'intervento, altre invece, alla luce dei risultati positivi dell'investimento, hanno deciso nel tempo di aumentarne il volume e di ampliarne l'area di azione.

Nello specifico, le motivazioni che, a partire dal 2003 con l'istituzione del primo fondo regionale in Friuli Venezia Giulia, hanno spinto le amministrazioni regionali a investire in audiovisivo sono di diversa natura e nascono da esigenze e caratteristiche specifiche di ciascun territorio. In una prima fase la maggioranza di queste iniziative era ispirata a obiettivi di tipo culturale, che avevano a che fare con la promozione, il recupero e la valorizzazione delle identità locali attraverso le opere audiovisive. A questa ispirazione, paragonabile allo spirito con cui lo Stato centrale investe nel settore, si sono presto affiancate iniziative regionali fondate su obiettivi di natura più specificamente economica, sul modello dei fondi regionali tipici delle aree del Centro e Nord Europa: si tratta di iniziative che come fine hanno lo sviluppo industriale del territorio, che si articola in una serie di incentivi rivolti allo sviluppo di imprese e professionalità specializzate residenti sul territorio, all'aumento del tasso occupazionale locale, all'afflusso di capitali presso le strutture di ricezione presenti sul territorio, oppure all'incentivo all'immagine e di conseguenza ai flussi turistici.

Le iniziative delle diverse regioni sono nate e si sono sviluppate in modo spontaneo e disomogeneo, ma già alla fine del primo quinquennio a partire dalla nascita del fenomeno, i tre quarti delle regioni italiane si erano attrezzate con un proprio fondo. Ogni Regione ovviamente promuove il fondo attraverso un proprio specifico Assessorato, che, a seconda dei casi e delle diverse motivazioni cui si è fatto cenno, copre le aree della Cultura, della Formazione del Turismo o delle Attività Produttive.

Intorno al 2010 si chiude la fase dell'entusiasmo e della sperimentazione nel settore da parte delle amministrazioni regionali: è quello il periodo di maggiore fermento di iniziative, cresciute in modo rapido e disordinato, al punto che subito si è posto il problema, tuttora in essere, della mancanza di omogeneità e coordinamento fra i vari fondi, con la conseguente difficoltà da parte dei destinatari del sostegno a comprenderne le specificità e quindi utilizzarli in modo efficiente. Nel 2010 i fondi attivi erano 25, distribuiti in 14 regioni italiane, con una dotazione economica complessiva pari a circa 30 milioni di euro (fonte ANICA).

Il quinquennio successivo ha visto una fase di maturazione e assestamento del fenomeno,

conseguenza anche dell'inizio di una riflessione da parte degli stessi enti erogatori dei fondi intorno alla propria natura e dell'apertura di un utile confronto interno alla categoria. Come già accennato, l'effetto di questo processo è stato un ridimensionamento del numero di interventi e un istintivo tentativo di uniformare gli investimenti intorno a valori che, con poche eccezioni cui si accennerà in seguito, variano oggi fra 1 e 5 milioni per regione. Rispetto al tipo di competenza dell'ente promotore, la maggioranza dei fondi sopravvissuti fa riferimento agli Assessorati di natura economico-industriale e di sviluppo territoriale.

Prodotto sostenuto

Ciò che caratterizza la maggioranza di questi fondi, e che li distingue dalle diverse forme di sostegno erogate a livello nazionale, è il fatto che, sin dalla loro origine, sono destinati sia ai prodotti cinematografici che a quelli audiovisivi, ovvero destinati alla televisione o al web o al settore del *gaming* o ad altri sfruttamenti: talvolta prevedono destinazioni specifiche per le due tipologie di prodotto, in altri casi tutti i prodotti concorrono nella stessa categoria indipendentemente dalla piattaforma di distribuzione a cui sono destinati.

Dotazione economica

Dal punto di vista della dotazione economica di questi fondi, il panorama è estremamente variegato: i volumi economici destinati dalle varie Regioni si diversificano ampiamente, in virtù della disponibilità finanziaria di ciascuna amministrazione, ma soprattutto del tipo di bisogno manifestato dal territorio e del tipo di investimento effettuato in un'ottica di medio e lungo termine. Non a caso la Regione che negli ultimi anni investe in fondi per il settore la cifra più importante è il Lazio, che prima della diffusione di Film Commission e fondi regionali era l'area su cui si concentravano tutte le attività del settore cinematografico e che negli ultimi anni ha subito gli effetti negativi della delocalizzazione dell'industria: in risposta al rischio di perdere investimenti e posti di lavoro sul proprio territorio, fra il 2011 e il 2015 ha promosso ben due Fondi regionali, rispettivamente di 15 e 10 milioni di euro. Si tratta di cifre enormi per il settore, se si considera che il Fondo nazionale diretto ha una dotazione che negli ultimi anni si è attestata intorno ai 20 milioni di euro l'anno. Altre Regioni invece effettuano investimenti decisamente più parsimoniosi, che in alcuni casi si limitano a poche decine di migliaia di euro l'anno: cifre comunque adeguate agli obiettivi locali e che favoriscono l'attrazione di produzioni sul territorio.

Dal 2003 a oggi l'ammontare complessivo dei fondi regionali disponibili si è evoluto componendo una curva crescente fino al 2010, per poi assestarsi intorno ai 30 milioni di euro l'anno. A partire dal 2015 il dato vede un'ulteriore impennata dovuta in massima parte all'introduzione del nuovo fondo per le coproduzioni del Lazio: 10 milioni di euro che si aggiungono al già esistente fondo per il Cinema e l'Audiovisivo nato nel 2011, che vanta una dotazione di 15 milioni di euro l'anno. Più della metà dell'ammontare complessivo offerto dai fondi regionali deriva quindi dalla regione Lazio, che per tradizione è la regione più forte nel settore e che con questi interventi sta facendo fronte al processo di delocalizzazione delle produzioni favorito dalla precedente diffusione degli altri fondi regionali.

Fase della filiera

La maggioranza dei fondi regionali è destinata alla fase del processo di realizzazione dell'opera che coincide con la cosiddetta "produzione" vera e propria, ovvero la fase in cui si effettuano le riprese del film o del prodotto audiovisivo. Alcuni fondi regionali sono invece rivolti allo sviluppo di opere scritte da autori residenti nella regione; altri sono rivolti alla postproduzione o alla distribuzione, sempre nel caso in cui queste attività vengano svolte sul territorio; in

altri rari e interessanti casi, il fondo regionale promuove la formazione di professionisti e imprese locali.

Il motivo per cui la maggioranza dei fondi regionali, soprattutto nella fase iniziale in cui vengono lanciati, tende a sostenere la sola produzione è facilmente intuibile: le ricadute sul territorio derivanti dalla realizzazione di una parte o di tutta l'opera sono immediate e riguardano numerosi aspetti. Fra questi:

- il più rilevante è quello relativo alla spesa effettiva sostenuta dalla produzione sul territorio, che riguarda in primo luogo il vitto e l'alloggio del cast tecnico e artistico e dell'intera troupe, oltre alle attrezzature e ai servizi necessari, al "noleggio" delle *location* pubbliche e private. A queste spese si devono aggiungere tutte le ricadute economiche indirette derivanti dalla presenza di un gruppo di lavoro numeroso sul territorio.
- È altrettanto evidente l'impatto che la realizzazione di riprese provoca sul fronte dell'immagine del territorio: la visibilità del paesaggio costituisce di per sé una potente azione di promozione che generalmente implica importanti effetti sugli afflussi turistici nella regione. Il cosiddetto "Cineturismo" rientra in questo fenomeno.
- Un'altra importante ma meno immediata ricaduta positiva derivante dalla realizzazione delle riprese sul territorio riguarda l'occupazione di professionisti locali. Nella maggioranza dei casi, fra i criteri in base ai quali vengo selezionati i fondi regionali, è previsto anche l'obbligo di impiego di un numero minimo di professionisti residenti sul territorio. L'obiettivo di medio e lungo termine di questa misura consiste nel formare manodopera locale altamente specializzata, che nel tempo matura le proprie capacità rendendosi competitiva con i professionisti di maggiore esperienza residenti in altri territori che vantano una più lunga tradizione di lavoro nel settore.

Va rilevato comunque che quest'ultimo punto relativo all'occupazione costituisce un'importante ricaduta conseguente a investimenti fatti nella produzione delle opere, ma vale anche nel caso di sostegno ad altre fasi del processo, quali lo sviluppo, la postproduzione o la distribuzione.

Vincoli e requisiti

I vincoli e i requisiti richiesti da ciascun fondo ai fini dell'ottenimento dei benefici variano di regione in regione. Essi riguardano in generale gli obblighi che il beneficiario deve assolvere per garantire al territorio quel ritorno sull'investimento cui si è fatto cenno in precedenza. I vincoli comuni a tutti i fondi sono i seguenti:

- obbligo di investimento sul territorio di una percentuale minima del contributo ricevuto; tale percentuale varia dal 100% al 160%, il limite massimo è previsto dalla Comunicazione Cinema 2013, il documento della Commissione Europea che pone i limiti che tutti gli strumenti di sostegno pubblico al settore cinematografico e audiovisivo sono tenuti a rispettare;
- obbligo di realizzazione sul territorio di un numero minimo di giornate di lavorazione;
- obbligo di impiegare manodopera locale in quota rispetto all'intera troupe impegnata sul territorio nella realizzazione dell'opera.

Per quanto riguarda invece i requisiti richiesti, anche questi variano di caso in caso, ma essenzialmente riguardano le caratteristiche del beneficiario e del progetto sostenuto. Nella maggioranza dei casi, si richiede che il beneficiario del sostegno, sia esso l'impresa di produzione o distribuzione oppure il regista o autore dell'opera, sia residente nel territorio italiano. Pochi sono i casi in cui il sostegno si rivolga esclusivamente a soggetti locali, anche se spesso questa condizione costituisce un vantaggio, pur se non vincolante, ai fini dell'assegnazione del contributo. Alcuni fondi sono rivolti a soggetti residenti in tutto il mondo.

Dotazione e spesa

Nonostante la dotazione economica complessiva dei fondi regionali negli ultimi anni sia stata paragonabile e spesso superiore alla dotazione del fondo diretto nazionale a favore della produzione cinematografica, se si osservano i dati relativi alla composizione del budget dei film prodotti la quota coperta dai fondi regionali è decisamente inferiore e si attesta intorno al 5% del budget di produzione. Il motivo di questa apparente discrepanza è facilmente spiegabile, essenzialmente con i seguenti due argomenti:

- i fondi regionali, come accennato in precedenza, sostengono sia prodotti destinati alla sala cinematografica sia altri prodotti audiovisivi. La quota destinata al solo cinema non è facilmente calcolabile con gli strumenti a disposizione, ma certamente non supera la metà della dotazione complessiva di questi strumenti;
- inoltre, come avviene anche per i fondi nazionali, non bisogna confondere la dotazione annuale con la quota di budget dei film prodotti: questi, infatti, possono essere composti di risorse erogate negli anni precedenti. Essendo i budget dei fondi molto variabili di anno in anno, è molto difficile collegare le due informazioni dandone un'interpretazione utile.

Presente e futuro: tendenze

Alla luce di un percorso di evoluzione e stabilizzazione del ruolo delle Film Commission e dei fondi regionali all'interno dell'industria audiovisiva nazionale, si pone il tema del coordinamento e dell'armonizzazione di procedure e modelli di intervento fra le Regioni, le cui linee guida sono previste nel citato decreto attuativo della Legge 220/2016, cui si faceva riferimento in premessa. Partendo dal presupposto che il cinema è materia di competenza concorrente fra Stato e Regioni, secondo quanto previsto dal Titolo V della Costituzione come riformata nel 2001, il che significa anche che allo Stato è attribuito il compito di coordinare le azioni intraprese dalle Regioni, si pone il problema di quale tipo di coordinamento debba essere attuato a livello centrale, con quale intensità e in quali ambiti specifici. L'equilibrio da raggiungere deve infatti tenere conto della eterogeneità di natura e obiettivi dei fondi regionali, più che delle Film Commission: una eterogeneità che se da un lato crea evidenti difficoltà in termini di accesso, dall'altro lato rappresenta un importante valore per i territori per la nazione intera. Come evidenziato in precedenza, infatti, ciascuna iniziativa regionale nasce dalle peculiarità specifiche di ciascun territorio e ne valorizza la specializzazione. Lo sforzo da compiere è quindi quello di cercare un equilibrio nell'intervento statale, che dovrà essere orientato a un efficace coordinamento di linguaggi e procedure, senza inficiare la libertà di ciascuna Regione di promuovere strumenti di sostegno all'industria audiovisiva modellati in base alle proprie specifiche esigenze.

Meno complesso appare invece il processo, largamente auspicato da tutti i soggetti interessati, di riconoscimento ufficiale da parte dello Stato degli enti regionali denominati Film Commission: anche in questo caso si pone una difficoltà operativa nell'attuazione di tale coordinamento, dovuta essenzialmente all'eterogeneità della natura giuridica delle diverse strutture e alla pluralità di competenze nell'ambito dei governi regionali da cui queste sono emanate. Tuttavia funzioni e obiettivi delle Film Commission sono chiari e condivisi; un loro riconoscimento ufficiale, nell'ambito dei criteri già definiti a livello internazionale, non può che essere uno strumento utile per una definitiva stabilizzazione del fenomeno, a indiscusso vantaggio dell'intero settore.

La legge 220/2016 ancora una volta ha iniziato a dare una prima risposta a questa esigenza.