



Camera di Commercio
Roma

L'industria della produzione di fiction

Mercato, regole, prospettive



Roma, 5 luglio 2007



1) Il peso della fiction

2) La difficoltà di capitalizzare il successo

3) Un nuovo impulso all'industria: ripartire dai diritti

1) Il peso della fiction

- **In Italia sono circa 90 le società di produzione televisiva che realizzano fiction come attività imprenditoriale principale**

(150 se si aggiungono alcune decine che hanno un diverso core-business ma si occupano secondariamente anche di fiction)

- **Il fatturato di queste imprese è di circa 360 milioni di euro**

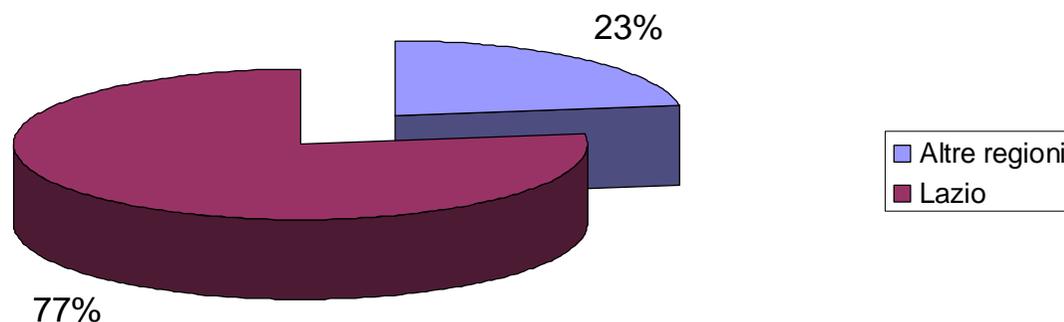
(540 milioni se si considera l'insieme delle imprese che si occupano di fiction)

- **Nel Lazio, le circa 70 imprese con core-business fiction hanno fatturato più di 300 milioni di euro e rappresentano la punta dell'iceberg di circa 1.800 imprese nella Regione che si occupano di audiovisivo a differenti livelli della filiera, per circa 55.000 occupati**

- **Nel 2006, gli investimenti dei broadcaster (Rai e Mediaset) in fiction hanno superato i 500 milioni (erano poco più di 200 nel 1998)**

Il 77% delle imprese e l'85% del volume d'affari della fiction è concentrato nel Lazio

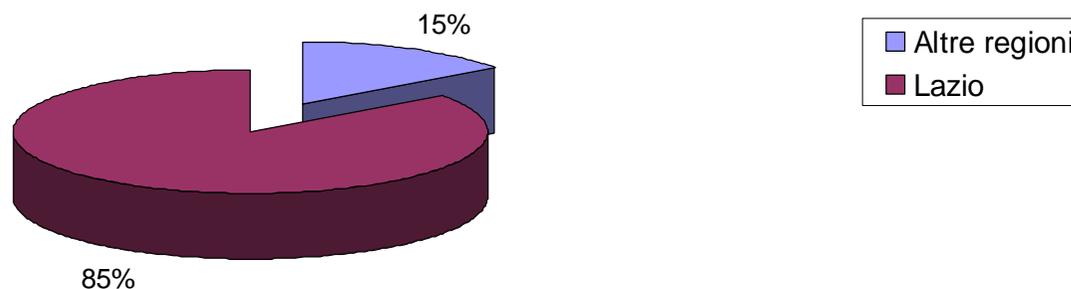
Il peso del distretto del Lazio nella produzione nazionale di fiction televisiva rappresenta un volano per l'intero segmento nazionale



Numero soggetti: su circa 90 imprese che hanno come *core-business* la produzione di fiction, quasi l'80% ha sede nel Lazio

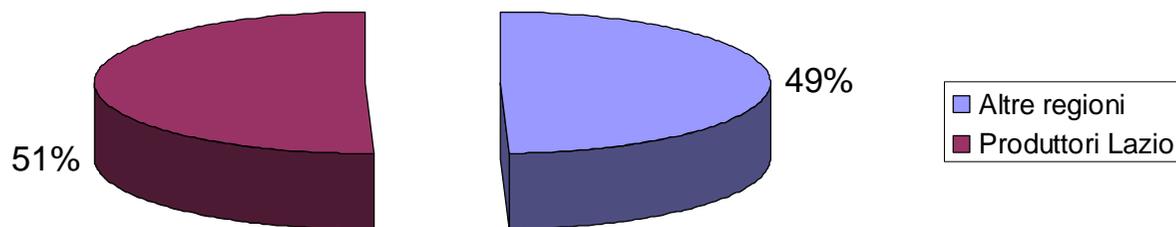
Fonte: IEM

Fatturato: sui 360 milioni di fatturato di queste imprese, l'85% viene raccolto dalle imprese del Lazio



Il Lazio è il più importante polo di produzione televisiva in Italia

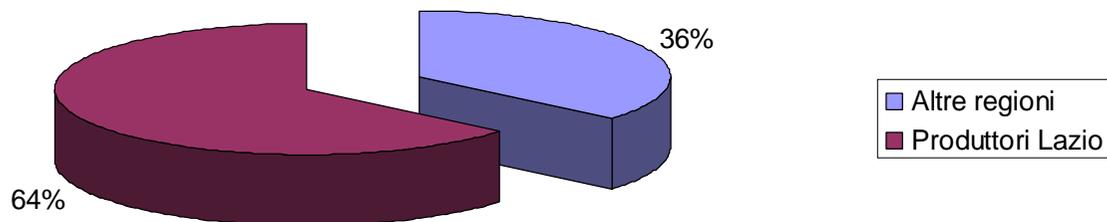
Nella produzione televisiva nazionale (comprensiva dei diversi generi) il Lazio concentra oltre la metà delle imprese e i 2/3 del fatturato



Numero soggetti: su 505 imprese di produzione televisiva, il 51% hanno sede nel Lazio

Fonte: IEM

Fatturato: su 1.065 milioni di fatturato complessivo del settore, il 64% viene generato dalle imprese del Lazio (oltre 650 milioni)



Il ruolo della fiction nella filiera

La fiction gioca un ruolo chiave all'interno della filiera audiovisiva e nelle filiere correlate:

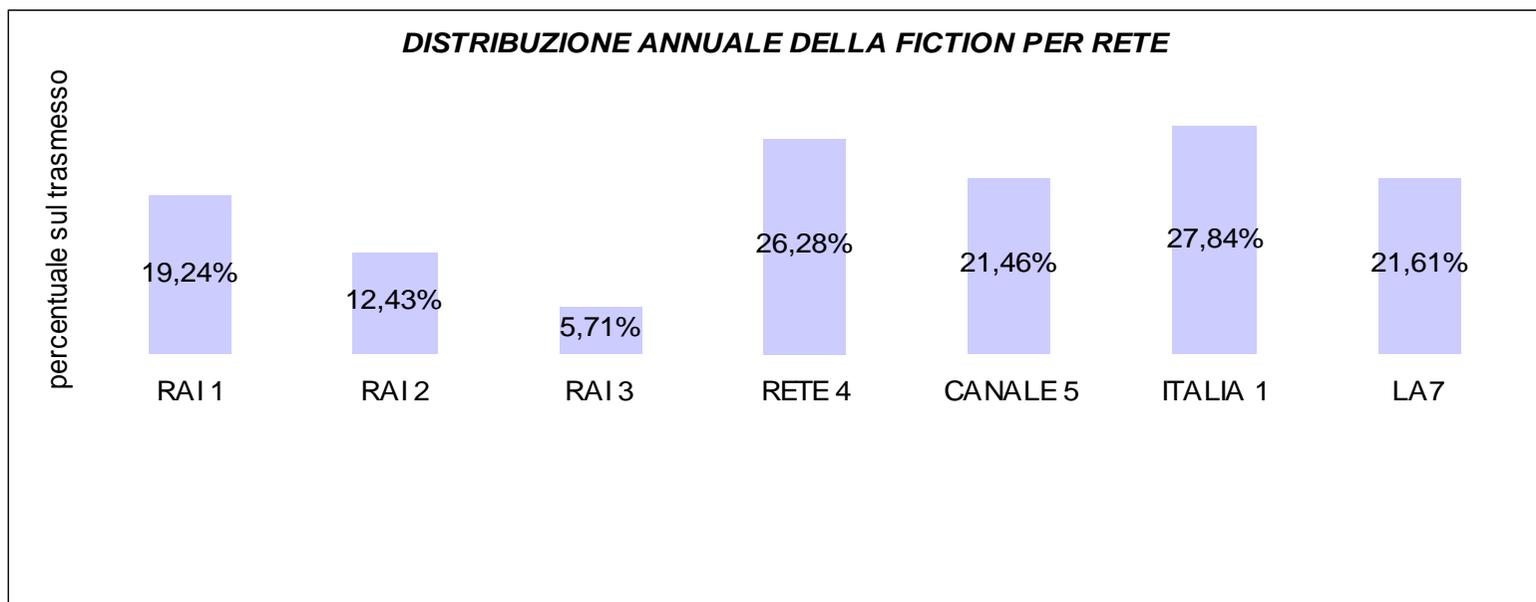
- è un prodotto strategico nel rendere competitivi i palinsesti dei broadcaster generalisti e nell'attrarre vaste platee e ricavi pubblicitari
- ha contribuito in maniera decisiva a un processo di industrializzazione della produzione audiovisiva
- rappresenta una domanda costante di professionalità e maestranze, attirando capitale intellettuale e contribuendo alla sua formazione
- incide in misura crescente sul mercato home-video e rappresenta un segmento importante dell'offerta sulle nuove piattaforme
- con l'introduzione del product placement, può rappresentare un interlocutore per gli inserzionisti pubblicitari, in un'associazione più selettiva di brand e contenuti

La fiction ha una funzione strategica per le emittenti generaliste

- E' un genere "distintivo" delle tv generaliste in chiaro

La sua incidenza è maggiore nelle emittenti private

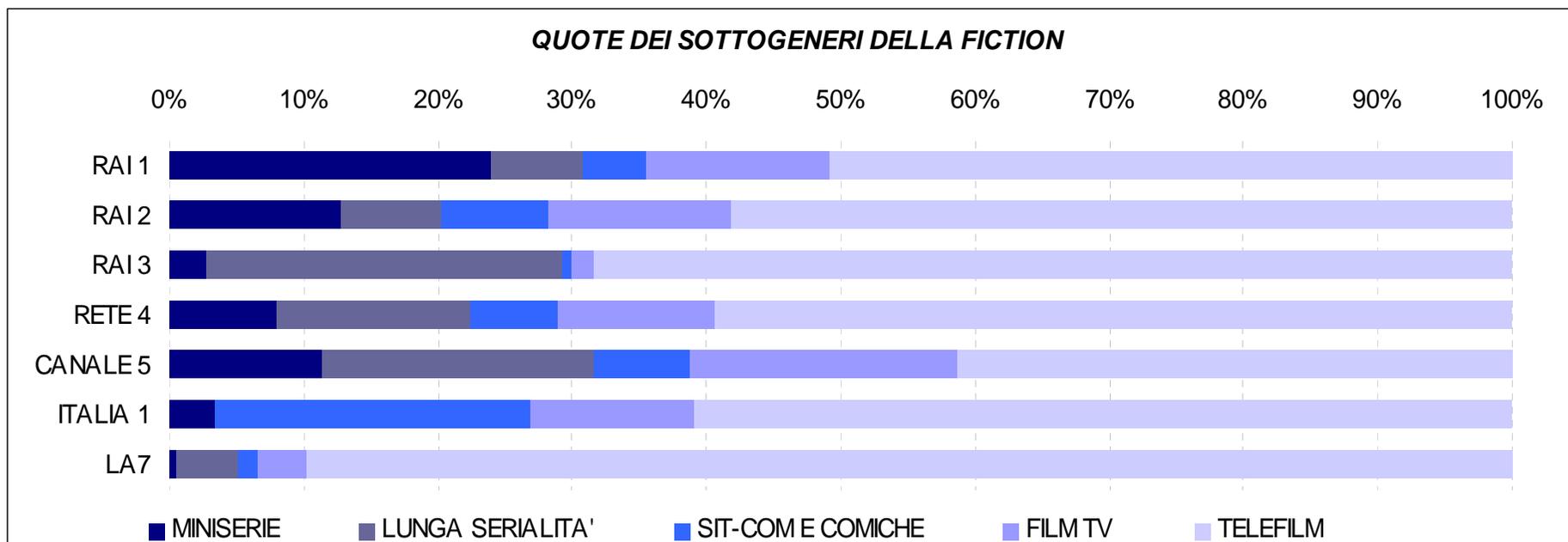
- Rappresenta in molti casi il primo (Rete 4, Italia 1) o il secondo (Rai Uno, Canale 5, La7) genere più trasmesso nei palinsesti, con percentuali spesso superiori al 20% dell'intera programmazione



Fonte: IEM

Così i sottogeneri in funzione del taglio editoriale e dell'audience share

- Fra i diversi sottogeneri della fiction, prevalgono la lunga serialità e i telefilm
→ *specie nelle emittenti con share più bassi, per ottimizzare i costi*
- Le miniserie sono concentrate nelle più ricche emittenti “ammiraglie” (Rai Uno e Canale 5)
- Le sit-com sull'emittente ‘giovane’ Italia 1

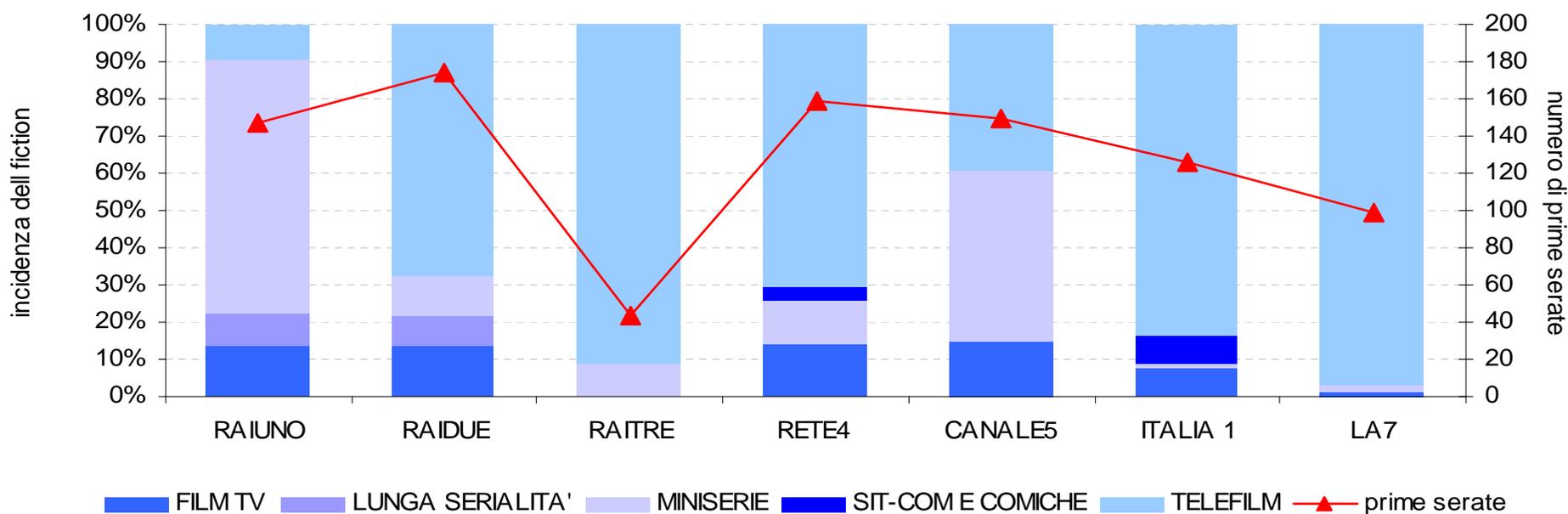


Fonte: IEM

Nel prime-time, la fiction di taglio breve si concentra sui canali con più alto share

- Nella fascia decisiva del prime-time, la miniserie è appannaggio dei canali con share più alto (quasi il 70% delle prime serate di fiction su Rai Uno, il 45% su Canale 5)
- I canali con share più bassi o target più giovane privilegiano la serialità del telefilm, specie d'acquisto

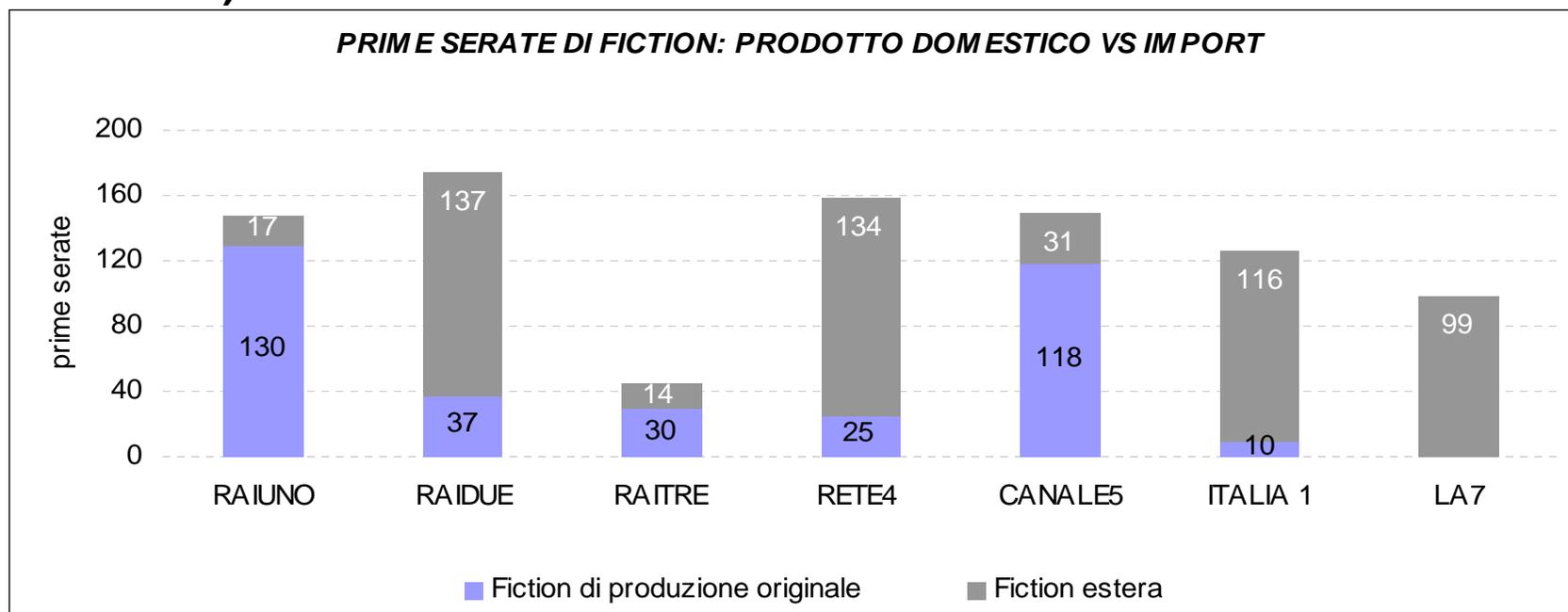
PESO DELLA FICTION NEL PRIME TIME



Fonte: IEM

In particolare la fiction nazionale è un prodotto strategico nelle 'battaglie' per il prime time

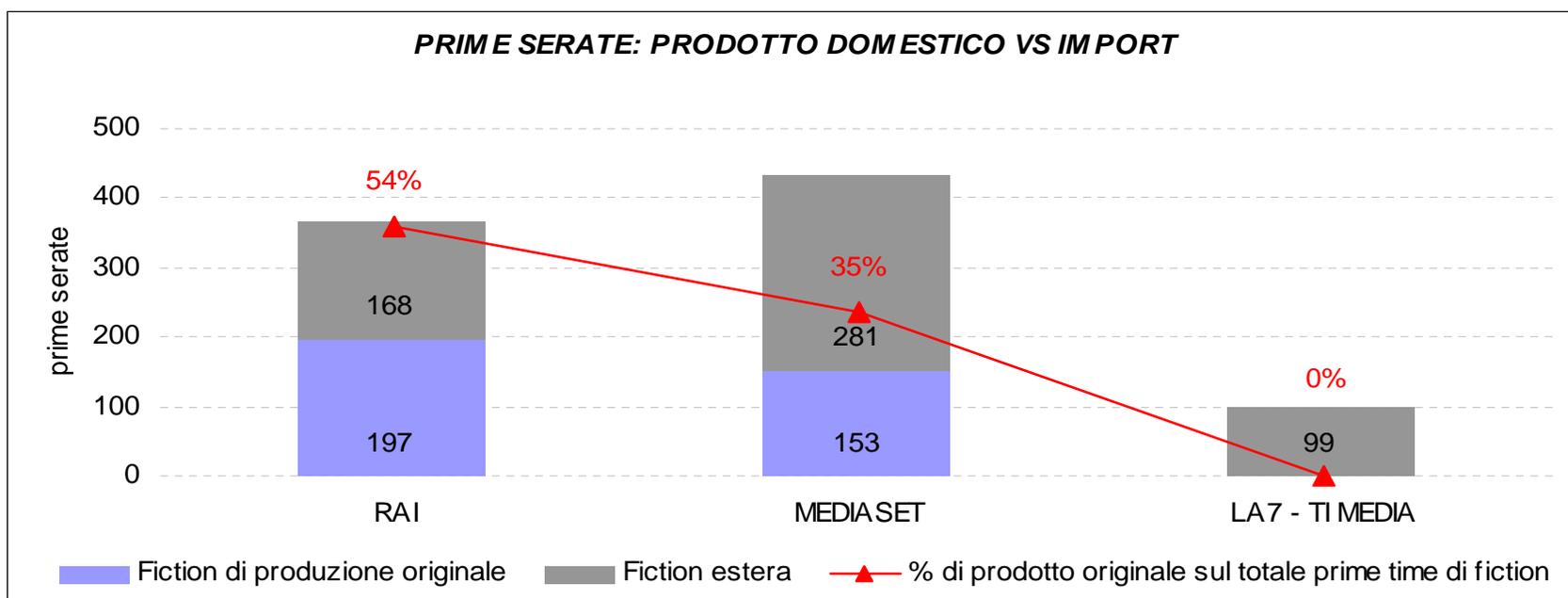
- In diverse emittenti, la fiction “copre” circa 150-170 prime serate all’anno,
- Il prodotto italiano, per la sua capacità di attrarre vaste audience, viene concentrato sulle emittenti con più alto share (Rai Uno e Canale 5), dove la sua incidenza sfiora il 90% delle prime serate di fiction
- Emittenti minori ricorrono alla fiction d’importazione (Usa, Francia, Germania)



Fonte: IEM

La fiction domestica è più presente nel servizio pubblico che fra le emittenti private

- Più del 50% delle prime serate di fiction delle emittenti del servizio pubblico è soddisfatta dal prodotto nazionale
- La percentuale scende al 35% per Mediaset ed è nulla per La7 (il basso share non consente investimenti in produzioni originali)

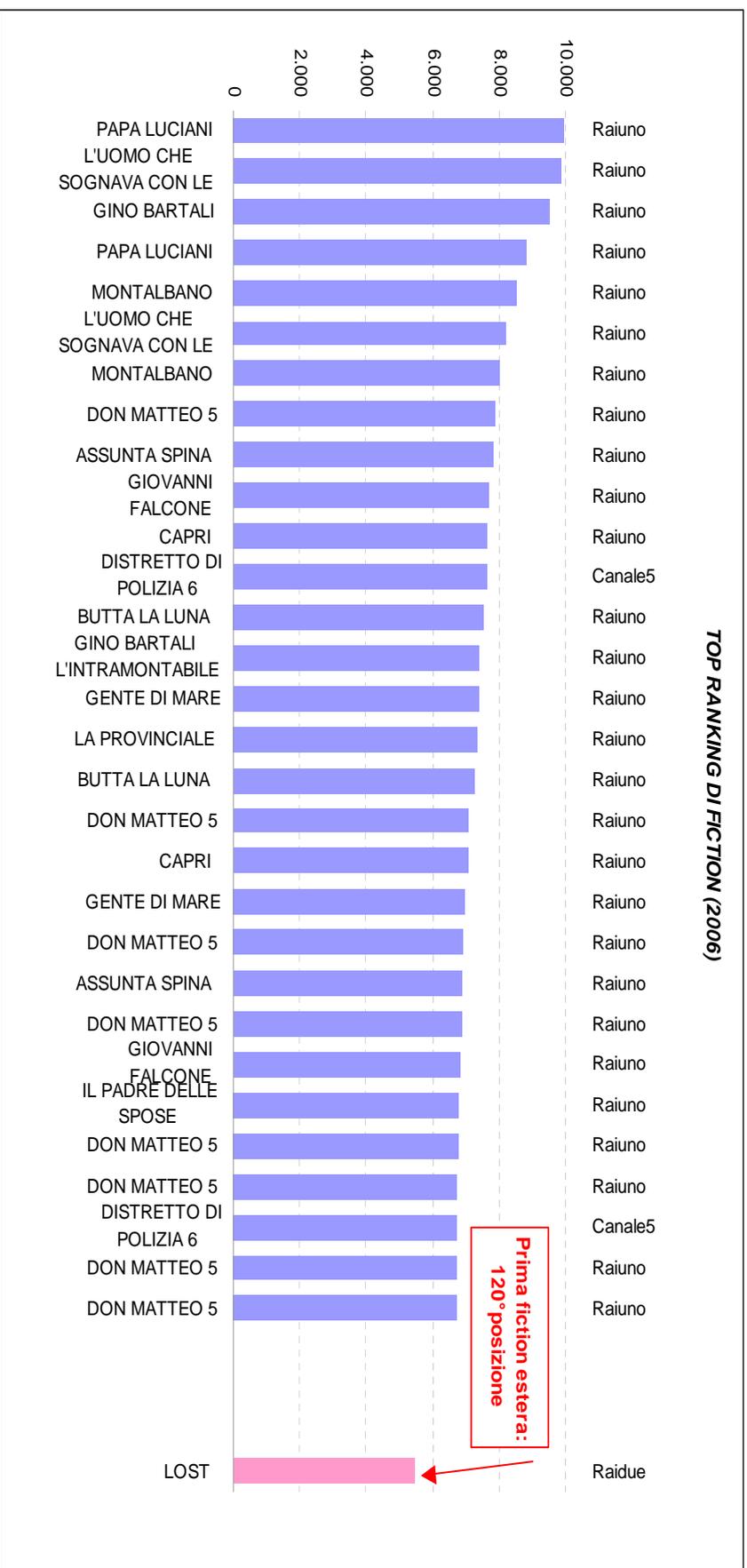


Fonte: IEM

La fiction italiana si afferma come asset di fidelizzazione dell'utenza e di attrazione di investimenti pubblicitari

La fiction italiana è assolutamente trionfante negli ascolti: la prima fiction estera (Lost) è solo al 120° posto nella classifica delle fiction nel 2006

TOP RANKING DI FICTION (2006)



2) La difficoltà di capitalizzare il successo

Il mercato della produzione tv in Italia è ancora debole e frammentato

Un raffronto con gli altri maggiori mercati della produzione televisiva vede le aziende italiane in uno stato di forte frammentazione (basso fatturato medio), anche a fronte di un mercato televisivo complessivamente esiguo

Produzione indipendente nei maggiori Paesi: principali indicatori, 2004

Paese	N° società	Fatturato medio (mln €)	Fatturato (mln €)	Totale mercato tv (mln €)	% produzione / mercato tv
Francia	500	2,5	1.261	8.223	15,3
Germania	800	2,8	2.221	12.340	18,0
<i>Italia (totale)</i>	423	2,5	1.065	6.805	15,7
<i>Italia (solo attività tv)</i>	423	1,7	700	6.805	10,3
Regno Unito	500	3,2	1.615	14.651	11,0

Fonte: elaborazioni IEM su dati Agenzia delle Entrate, Screen Digest, Ofcom.

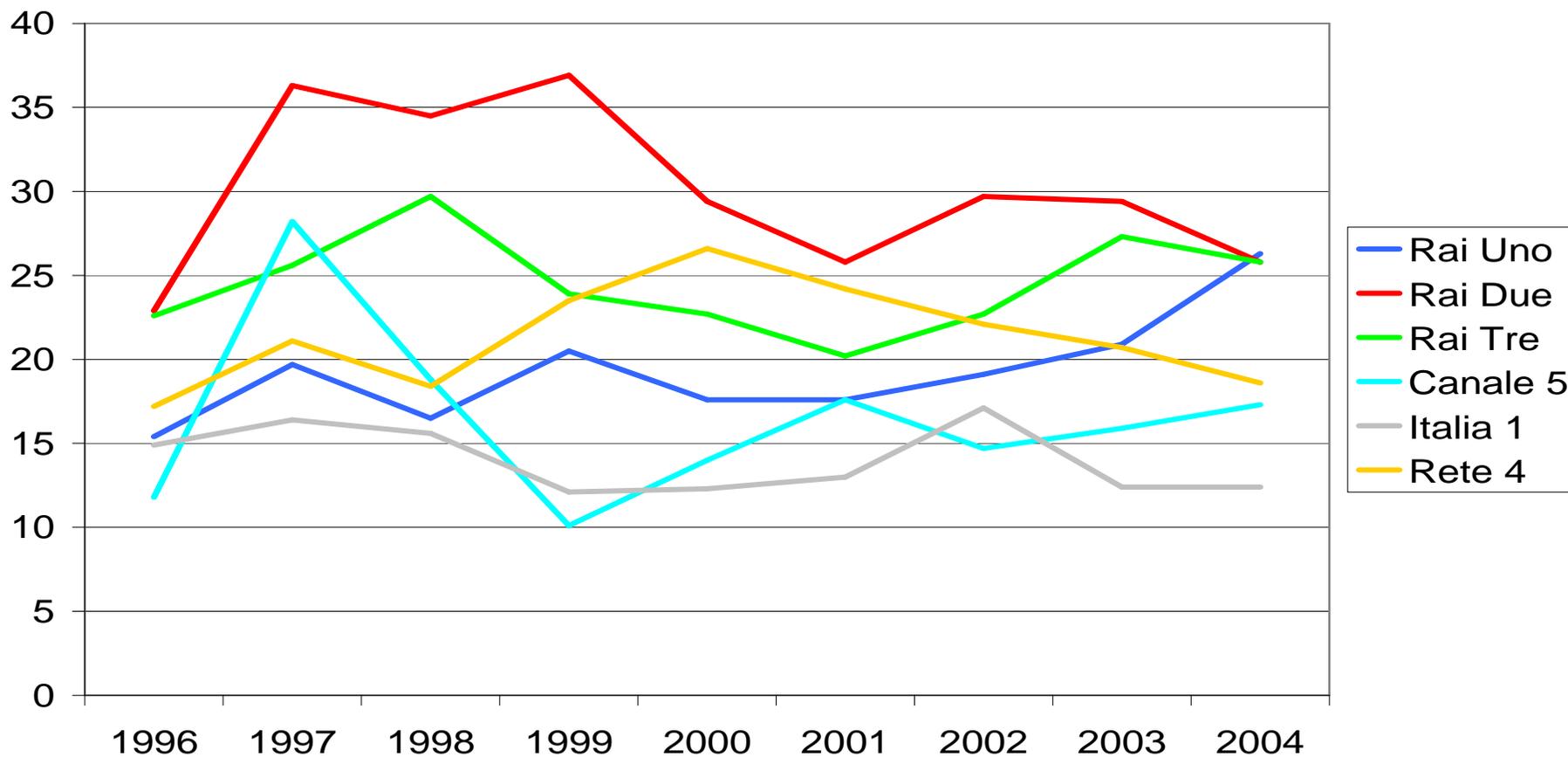
L'impegno del servizio pubblico italiano è ancora inferiore a quello dei più evoluti broadcaster pubblici europei

In Italia, il servizio pubblico ha obblighi stringenti nella produzione (per programmazione e investimenti) ma mostra percentuali più basse delle emittenti pubbliche britannica e francese.

	Quote investimento in produzione indipendente	Quote programmazione produzioni indipendenti	Specificazioni per generi
Rai	15% ricavi canone + pubblicità	20% del « trasmesso rilevante »	20% degli investimenti in film cinematografici, 5% bambini, 4% documentari
Bbc	-	25% dei « qualifying programmes »	impegni specifici assunti nello <i>Statement of Programme Policy</i> annuale
France Télévision	France 2 : 18,5% del fatturato in produzioni originali (16% per produzioni di “espressione originale francese”) France 3 : 19% e 16% del fatturato, rispettivamente	Specifici impegni orari di programmazione (specie per i film cinematografici nel <i>prime-time</i>)	F2: divieto di ricorso a mezzi propri per la produzione di fiction (e non oltre il 50% per i restanti generi)

Il rispetto delle quote a favore dei produttori indipendenti è stato sempre raggiunto ma non mostra un trend positivo

Le quote a favore dei produttori indipendenti sono state sempre raggiunte dalle principali emittenti ma, in un andamento altalenante, non mostrano una rilevante crescita (con l'eccezione di Rai Uno)



Le risorse finanziarie non sono sufficienti ad innestare un circolo virtuoso di crescita

- Il finanziamento della produzione si appoggia sul pressoché esclusivo apporto dei broadcaster, che cresce nel tempo (da 200 a 500 milioni tra il 1998 e il 2006) ma non è sufficiente a dare stabilità all'industria
- La scarsa patrimonializzazione dei produttori non attrae il capitale finanziario 'esogeno' e di rischio (mentre in Uk sono diverse le società di produzione quotate in borsa, grazie al proprio portafoglio di asset immateriali)
- Sono in leggero aumento le co-produzioni, con partner europei e major Usa) ma loro incidenza è ancora minima
- La maggior parte delle società, quindi, finanzia il processo produttivo "scontando" i contratti di appalto senza capacità di investire in proprio ed erodendo il proprio margine (la *producer fee*)

Il circolo vizioso tra finanziamento e diritti

- **Finanziamento: i broadcaster quasi sempre finanziatori esclusivi del prodotto**
- **Forza negoziale dei broadcaster nel trattenere tutti i diritti in perpetuo**
- **No asset intangibili per i produttori: no diversificazione ricavi, scarsa capitalizzazione, scarsa capacità di investire nel prodotto**
- **Scarsa innovazione, squilibrio import-export, scarsa circolazione del prodotto sulle nuove piattaforme, pirateria**

3) Un nuovo impulso all'industria: ripartire dai diritti

La normativa inglese ha storicamente dimostrato un'attenzione particolare alla produzione indipendente

A partire dai primi anni '80, in anticipo sul resto d'Europa, la *policy* audiovisiva britannica ha cercato di stimolare la domanda di contenuti televisivi creati dai produttori indipendenti

1982: Channel 4

Nel 1982 venne creata Channel 4, emittente di proprietà pubblica ma finanziata dalla pubblicità, col divieto di produrre programmi internamente e l'obbligo statutario di promuovere l'industria della produzione indipendente appaltando all'esterno l'intera programmazione.

1986: il rapporto Peacock

Nel 1986, nel dibattito per il rinnovo della Royal Charter fra Stato e Bbc, il rapporto Peacock suggerì l'applicazione di quote di programmazione per i produttori indipendenti, creando competizione fra strutture interne ed esterne al broadcaster per incrementare l'efficienza. Le quote furono istituite su base volontaria nel 1988 e su base normativa con il Broadcasting Act del 1990.

2003: Communications Act

Nel 2003, il Communications Act ha previsto la pubblicazione di Codici di Condotta (Codes of Practice) delle emittenti nelle negoziazioni con i produttori, con 2 obiettivi principali:

- trasparenza e standardizzazione dei tempi nel processo negoziale
- negoziazione e valorizzazione separata delle diverse tipologie di diritti, promuovendo il principio per cui restano nella disponibilità del produttore tutti i diritti non espressamente ceduti al broadcaster

2005: Wocc

Nel 2005, la Bbc ha implementato una ulteriore quota del 25% della programmazione (Window of Creative Competition), per la quale possono competere le strutture interne e i produttori esterni (indipendenti o meno).

- 25% della programmazione: produttori indipendenti
- 50% della programmazione: garantito alle strutture interne Bbc
- 25% della programmazione (Wocc): competizione fra produttori e strutture interne

Il meccanismo prevede una separazione funzionale fra il dipartimento della Bbc che si occupa di commissioning e il dipartimento della produzione.

Il legislatore francese ha posto particolare attenzione alla effettiva “indipendenza” del produttore

Sin dall’applicazione delle quote di riserva, l’attenzione è stata concentrata su un’effettiva separazione funzionale e finanziaria tra produttore e broadcaster

1990: introduzione quote

Decreto 17 gennaio 1990: *introduzione delle quote a favore dei produttori indipendenti (3 criteri: responsabilità artistico-tecnico-finanziaria del produttore; limitazioni temporali alla cessione dei diritti; assenza di legami di capitale)*

2000: normativa diritti

Legge 1° agosto 2000 e successivi decreti attuativi: *nelle opere considerate indipendenti il broadcaster, per quanto finanziatore, non può detenere il ruolo di co-produttore. Restrizioni alla durata dei diritti per i broadcaster: 18 mesi/1 passaggio o 42 mesi/3-4 passaggi, altrimenti una produzione non viene inclusa fra quelle “indipendenti”*

Il mercato della produzione televisiva italiana solo nel 1998 ha trovato una prima sistematizzazione

Le fasi storiche dello sviluppo dell'industria della produzione di fiction in Italia:

1a fase: dall'inizio degli anni '80 al 1998:

- l'avvio della televisione commerciale e la rottura del monopolio a livello nazionale favoriscono l'esternalizzazione delle produzioni televisive
- nascita delle prime società di produzione indipendenti dai broadcaster (tra cui Fortuna Audiovisivi, oggi Fascino PGT, e La Italiana Produzioni, oggi Endemol Italia)
- le società di produzione cinematografica si riconvertono parzialmente nella produzione di fiction televisiva
- in Europa, la *policy* per la creazione di un mercato audiovisivo europeo porta alla formulazione della Direttiva "Tv senza frontiere" (1989), con quote a favore delle opere europee e indipendenti, che vengono recepite in Italia (legge Mammi) soltanto per i "film cinematografici"

2a fase: dal 1998 ai giorni nostri

Legge 122/98:

- 10% del tempo di trasmissione e dei ricavi pubblicitari dedicati alle produzioni indipendenti;
- 20% dei ricavi da canone per il broadcaster di servizio pubblico;
- definizione di “produttore indipendente”
- delega all’Agcom di un regolamento sui diritti residuali

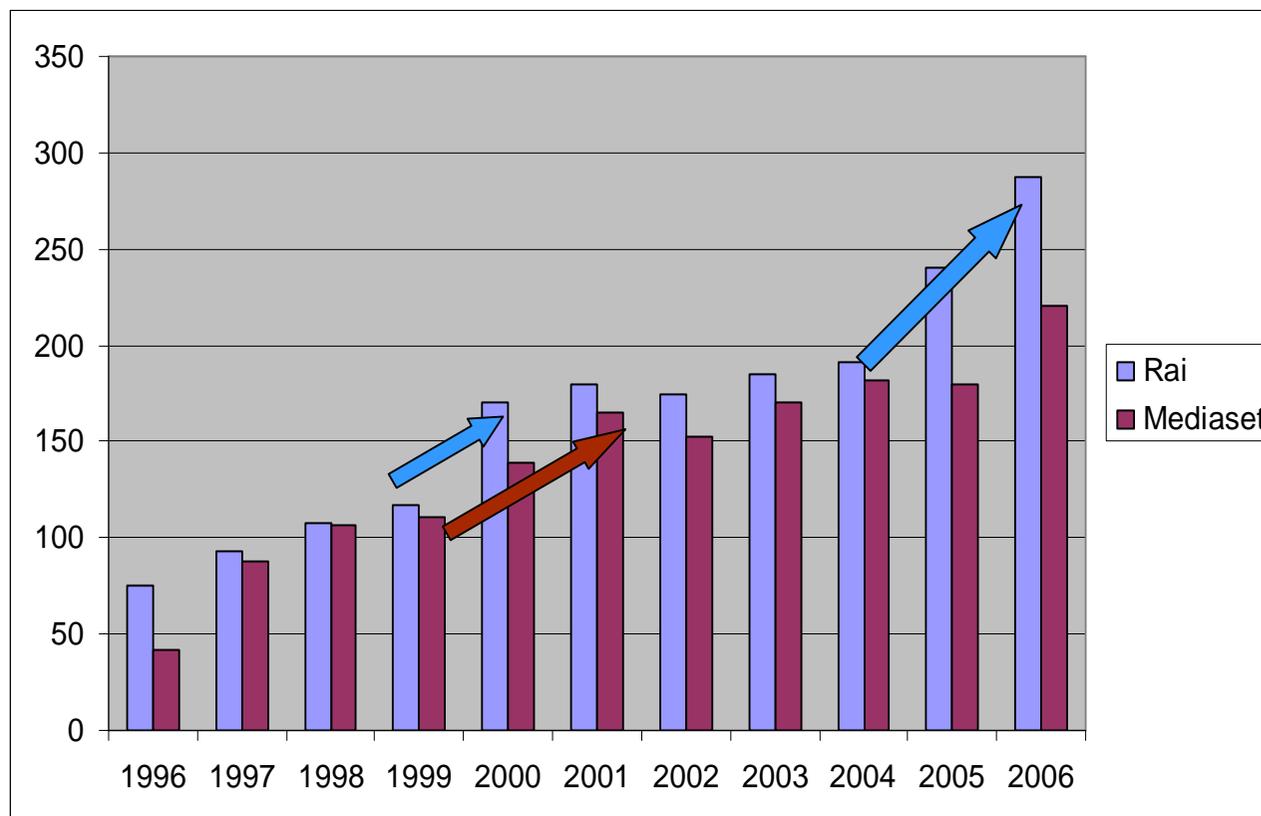
Delibera Agcom 185/03:

regolamento per l’attribuzione dei diritti residuali (i diritti tornano al produttore 5-7 anni dopo la prima utilizzazione radio-televisiva secondo i generi, ma proporzionalmente alla partecipazione finanziaria alle fasi di sviluppo e produzione da parte del produttore stesso);

Da allora, l'incremento degli investimenti dei broadcaster in fiction è stato pressoché costante (500 milioni di euro nel 2006)

Gli effetti della 122 e gli investimenti in fiction (1996-2006): una grande crescita a partire dal 1999, una successiva stabilizzazione e una ripresa negli ultimi anni (la fiction contribuisce ad arginare l'ascesa della pay-tv)

	Rai	Mediaset
1996	75	42
1997	93	88
1998	108	107
1999	117	111
2000	170	139
2001	180	165
2002	174	153
2003	185	170
2004	191	182
2005	240	180
2006	287	220

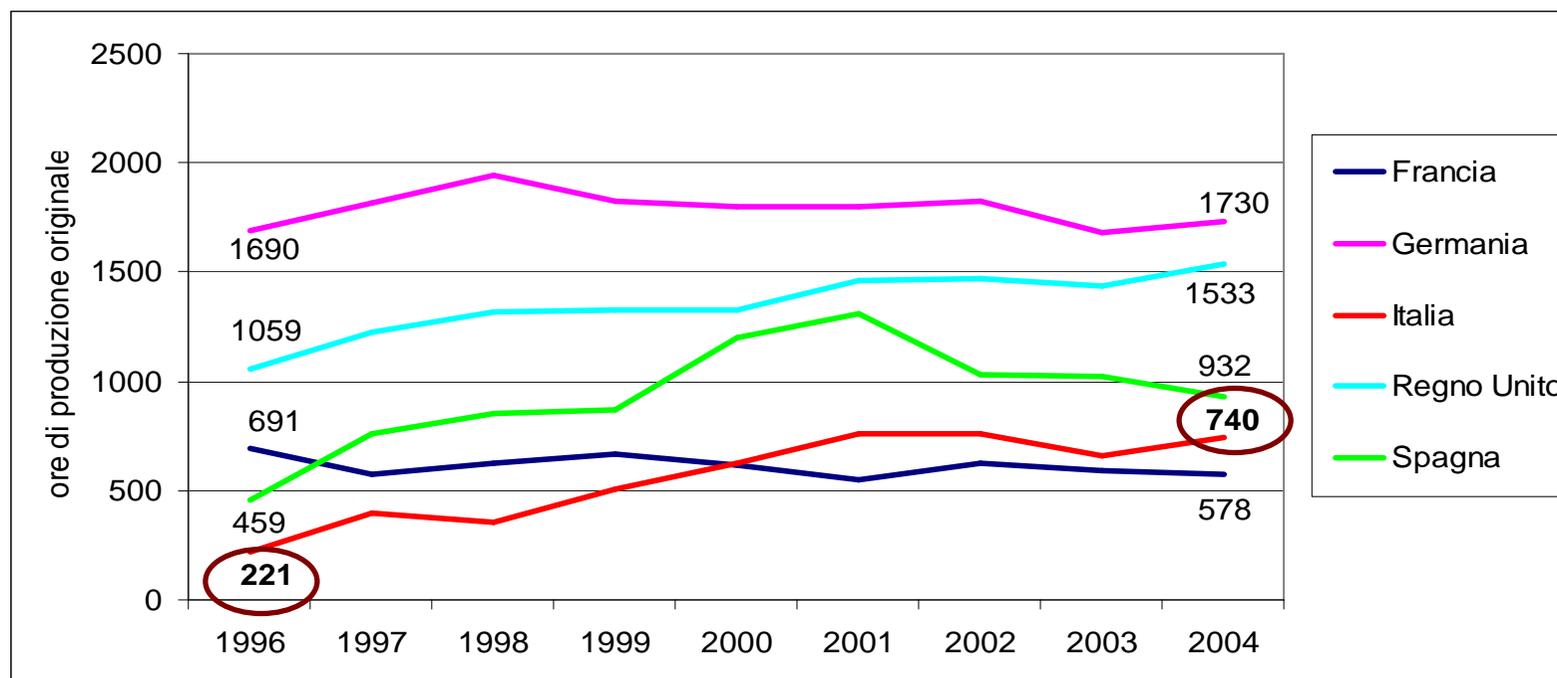


Note: dati in milioni di euro

Fonte: IEM su Rai, Mediaset et alia.

Dal 1996, l'Italia ha più che triplicato il numero di ore di produzione di fiction

- Dal 1996-1998, l'Italia ha registrato il maggior incremento per n° di ore di produzione originale di fiction, più che triplicate in meno di 10 anni
- Ha colmato parzialmente il gap che la separava da altri grandi Paesi europei (in tendenza non particolarmente positiva).



Fonte: Eurofiction

Gli interventi legislativi successivi hanno solo ritoccato il sistema (ma il nuovo contratto di servizio introduce novità sui diritti)

2a fase: dal 1998 ai giorni nostri

Legge 112/04:

15% dei ricavi complessivi (canone+pubblicità) per il servizio pubblico;
definizione di “fornitore di contenuto” (broadcaster con responsabilità editoriale); assenza di definizione per il “produttore di contenuto”;

Decreto 177 del 2005 (Testo Unico Radio-Tv):

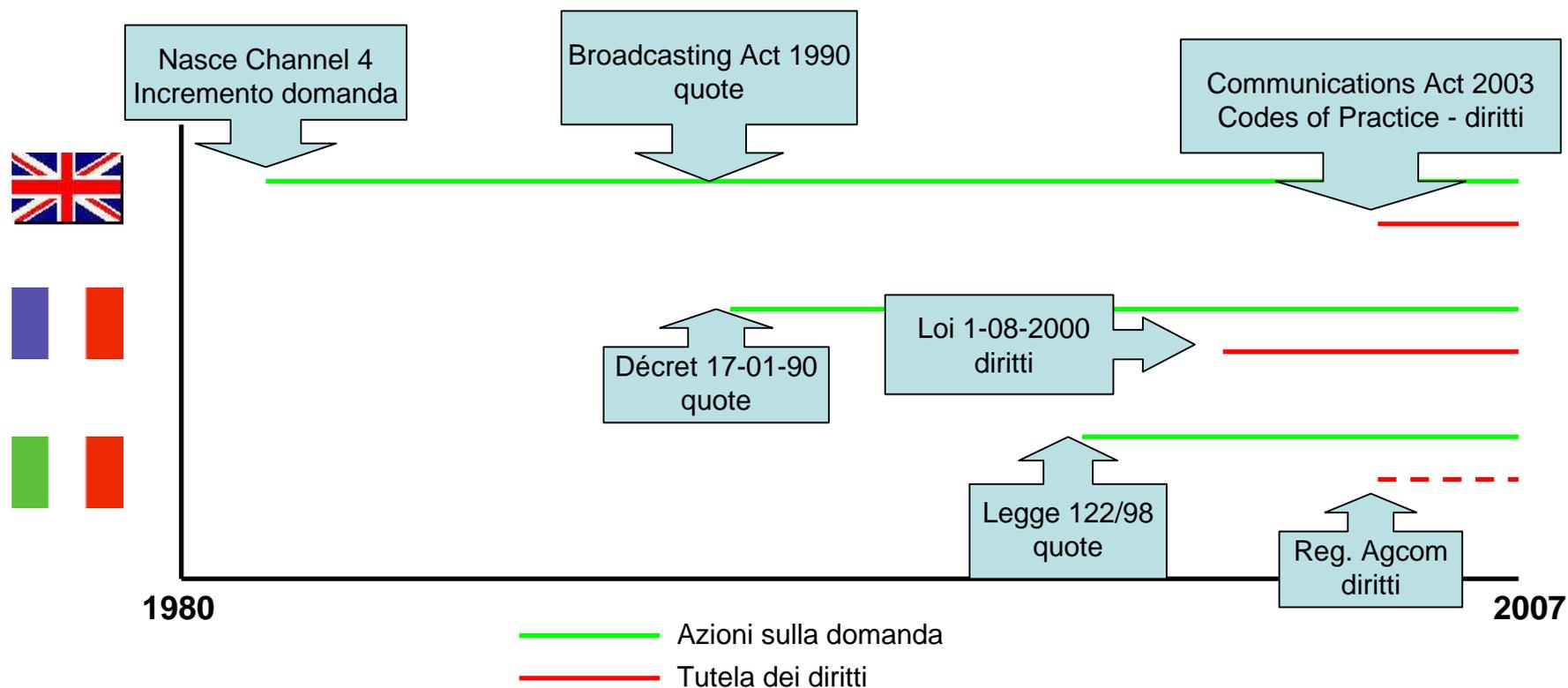
integra la definizione di “produttore indipendente” (assenza di collegamenti societari o di accordi de facto di esclusiva, nessuna menzione dei diritti)

Contratto di servizio 2007-2009 fra Rai e Ministero delle Comunicazioni:

principio della negoziazione e valorizzazione separata delle diverse tipologie di diritti

Il confronto normativo europeo vede l'Italia in costante ritardo e si attendono nuove disposizioni sulla proprietà intellettuale

La legislazione sulla produzione (in Regno Unito, Francia, Italia) e i punti di intervento sul mercato: il passaggio dalle azioni sulla domanda alla valorizzazione della proprietà intellettuale; il costante ritardo dell'Italia.



3a fase: oggi, come stimolare ulteriormente il mercato?

Attraverso la *tutela* e la *valorizzazione* della *proprietà intellettuale*, con una chiara distinzione fra le diverse tipologie di diritti

In questo modo si dà la possibilità ai produttori di trattenere una parte dei diritti per sfruttarli su altre piattaforme/mercati, irrobustendosi patrimonialmente

Una maggiore robustezza finanziaria dei produttori, collegata al controllo di una library di diritti, attrae capitale di rischio permettendo al produttore di intervenire maggiormente nel finanziamento della produzione

Mentre il mercato necessita di contenuti sulle piattaforme emergenti, internazionalizzazione e innovazione

3a fase: oggi, come stimolare ulteriormente il mercato?

- continuando ad agire sulla *domanda*, attraverso un monitoraggio attento delle quote di riserva a favore dei produttori indipendenti e applicando le quote di investimento senza distinzioni fra le diverse piattaforme di distribuzione e le diverse tipologie di ricavi
- innescando un processo continuo di *innovazione e apertura* del mercato; favorendo la circolazione del prodotto su altri mercati (home-video, tv locali, estero) e su tutte le piattaforme (anche ad argine della pirateria); incentivando la creazione di nuovi formati (specie per i nuovi media) e – con un processo di trasparenza e lo spirito di “fare sistema” – penetrare i mercati internazionali
- valorizzando la *fase di sviluppo*, responsabilizzando i produttori dal punto di vista creativo-tecnico-finanziario, riconoscendo loro il rischio d’impresa e aiutandoli a recuperare gli investimenti e a reinvestire gli utili



Camera di Commercio
Roma

L'industria della produzione di fiction

Mercato, regole, prospettive



Flavia Barca

Andrea Marzulli

con la collaborazione di Andrea Veronese, Daniela Iozzo