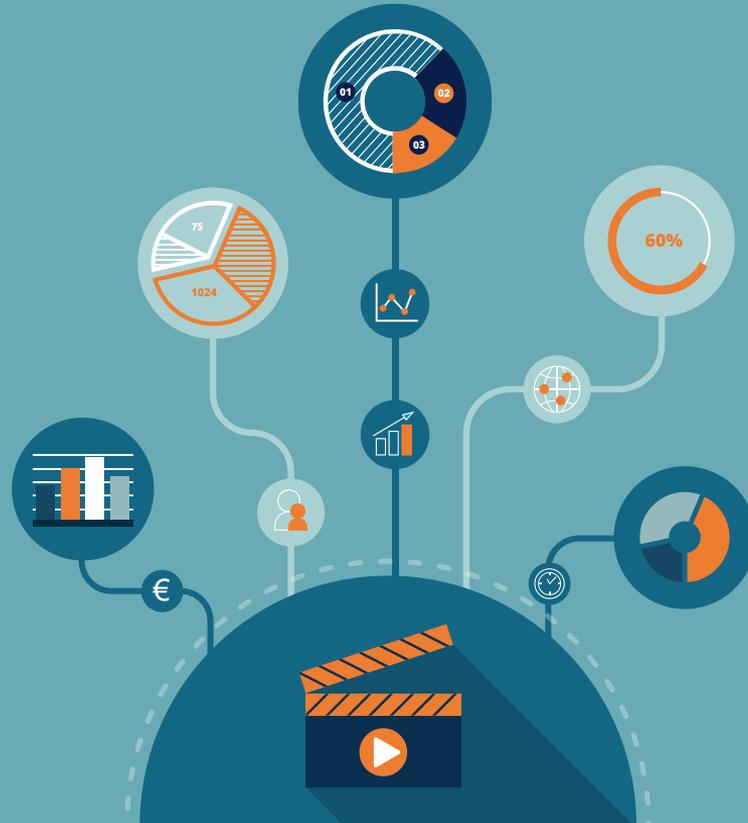


# 1° RAPPORTO SULLA PRODUZIONE AUDIOVISIVA NAZIONALE

(ESTRATTO)

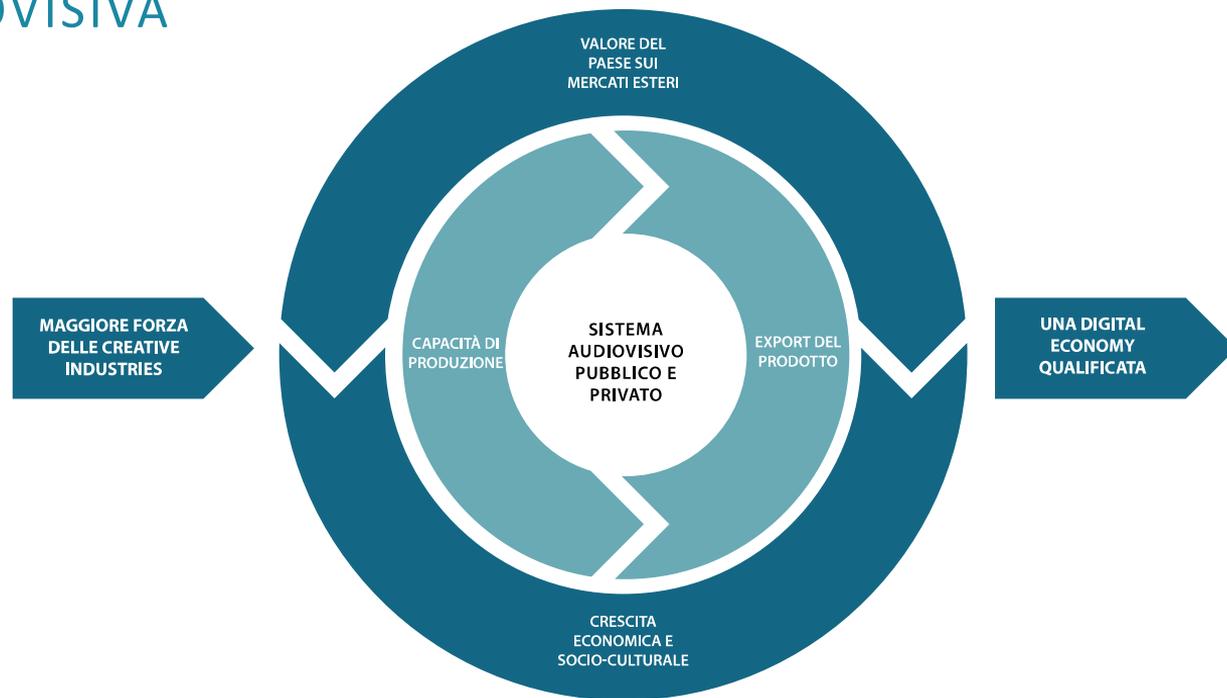
12 Marzo 2019

# Italian Original - La produzione audiovisiva nazionale: valori economici, tendenze e sfide di un settore in rapido sviluppo



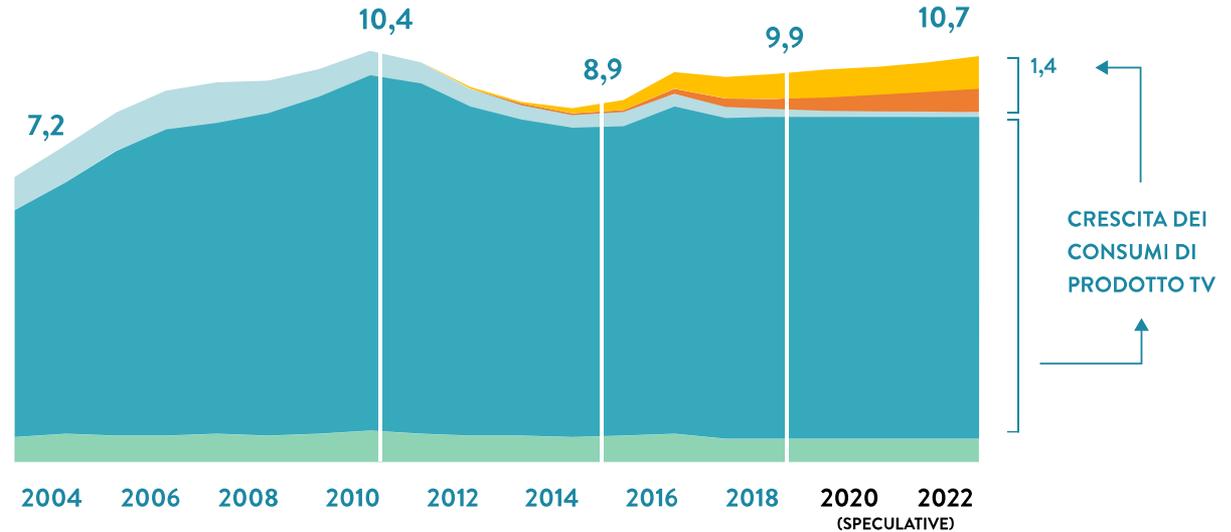
# CENTRALITÀ DELLA PRODUZIONE AUDIOVISIVA

- ✓ La capacità di produrre **original content audiovisivo** è una delle principali leve per la crescita delle Industrie Creative e per l'intero sviluppo sociale ed economico del Paese.
- ✓ Una produzione audiovisiva di **valore**, in grado di attrarre i diversi pubblici nei vari segmenti di genere e di circolare su tutte le piattaforme, anche livello globale, **risulta centrale ai fini di uno sviluppo sempre più qualificato della Digital Economy nazionale.**



# UN MERCATO IN CRESCITA

- ✓ Nonostante le forti evoluzioni dei sistemi tecnici e l'ascesa dell'ambiente online video, la televisione rimane il medium centrale nel sistema audiovisivo. Significativa crescita dei consumi Internet/OTT.



STRUTTURA ED EVOLUZIONE DEI RICAVI  
DEL MERCATO AUDIOVISIVO IN ITALIA 2003 –  
2022 (€ MILIARDI E %)



# LA CRESCITA DELLE COPRODUZIONI INTERNAZIONALI

## UN SETTORE IN FORTE SVILUPPO

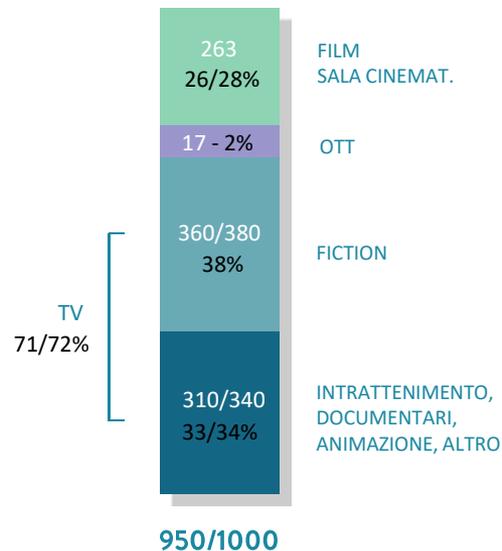
- ✓ È unanime, fra gli operatori e gli osservatori del mercato, la valutazione che il settore della produzione audiovisiva stia vivendo una stagione di importante evoluzione e crescita.
- ✓ Pur in un contesto di generale stagnazione dell'economia nazionale, la produzione audiovisiva - in particolare quella video-televisiva - è entrata in **una vera e propria fase di rinascita**, caratterizzata da importanti tendenze positive fra cui:
  - la crescita dell'interesse per il prodotto italiano sui mercati esteri, e delle coproduzioni internazionali;
  - l'espansione delle attività di M&A anche transfrontaliere;
  - l'estensione del tax credit al prodotto televisivo e una maggiore comprensione della sua importanza culturale;
  - lo sviluppo della committenza degli operatori OTT con significativi effetti sull'intero versante della domanda.



RICAVI DELLE PRIME 50 SOCIETÀ DI PRODUZIONE AUDIOVISIVA SUL  
MERCATO ITALIANO  
(€ MILIONI)

# LA FILIERA DELL'AUDIOVISIVO HA RAGGIUNTO € 1 MILIARDO

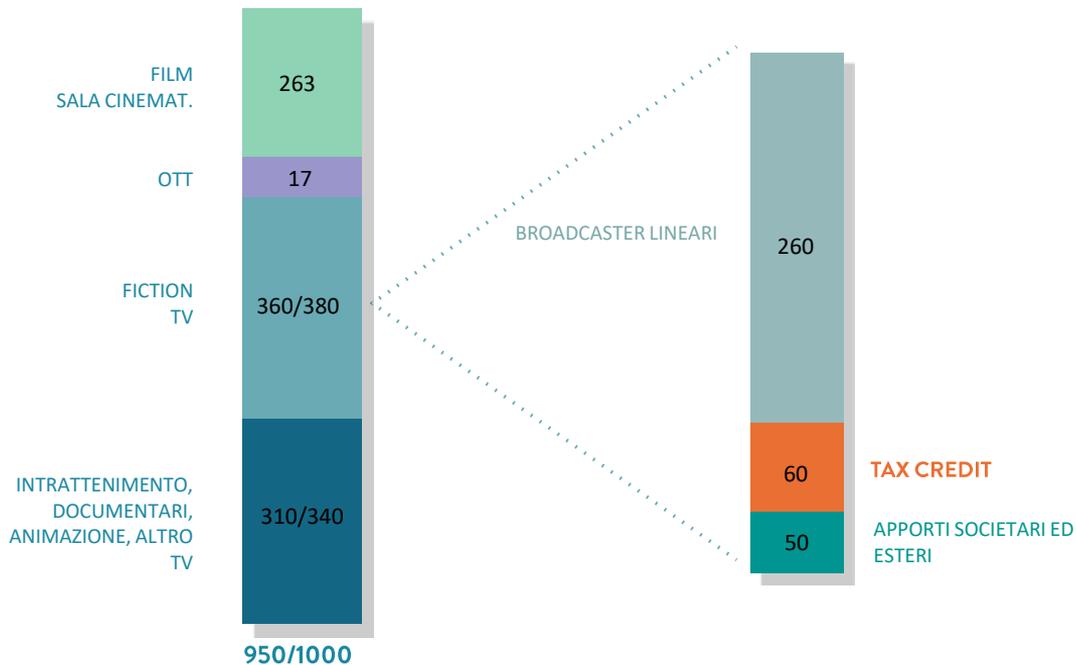
- ✓ Stimata a livello del budget complessivo, la produzione audiovisiva nazionale (esclusi i prodotti di flusso dei generi news e sport), ha raggiunto nel corso del 2017 un valore prossimo a 1 miliardo di Euro.
- ✓ Misurata per macro-aree di genere editoriale, la produzione audiovisiva nazionale mostra un primato della fiction (film-TV, serie, mini-serie, sit-com, soap-opera, telefilm) per valore della produzione.
- ✓ Complessivamente, la fiction TV vale circa il 38% del totale mercato del prodotto audiovisivo collocandosi attorno a un valore di produzione compreso fra €360 e €380 milioni.
- ✓ Gli altri generi televisivi e Internet / OTT (animazione, programmi di intrattenimento, talk show, documentari, programmi culturali e di approfondimento etc.) si collocano complessivamente attorno a un valore compreso fra €310 e €340 milioni.



STIMA DEL VALORE DELLA PRODUZIONE AUDIOVISIVA NAZIONALE (INCLUDE LE COPRODUZIONI) NEL 2017 PER DESTINAZIONE PRIMARIA (TV, SALA CINEMATOGRAFICA, INTERNET) E PER MACRO-AREA DI GENERE (€MILIONI E %)

# LE FONTI DI CONTRIBUZIONE DELLA FICTION

STIMA DEL VALORE DELLA PRODUZIONE DI FICTION IN BASE  
ALLE FONTI DI CONTRIBUZIONE (€ M)



# TENDENZE: IL MERCATO

01

SVILUPPO DELLE ATTIVITÀ DEGLI OPERATORI SVOD, NAZIONALI E SOPRATTUTTO INTERNAZIONALI (NETFLIX - AMAZON)

02

UN QUADRO NORMATIVO IN EVOLUZIONE E PIÙ ATTENTO ALLA PRODUZIONE TV

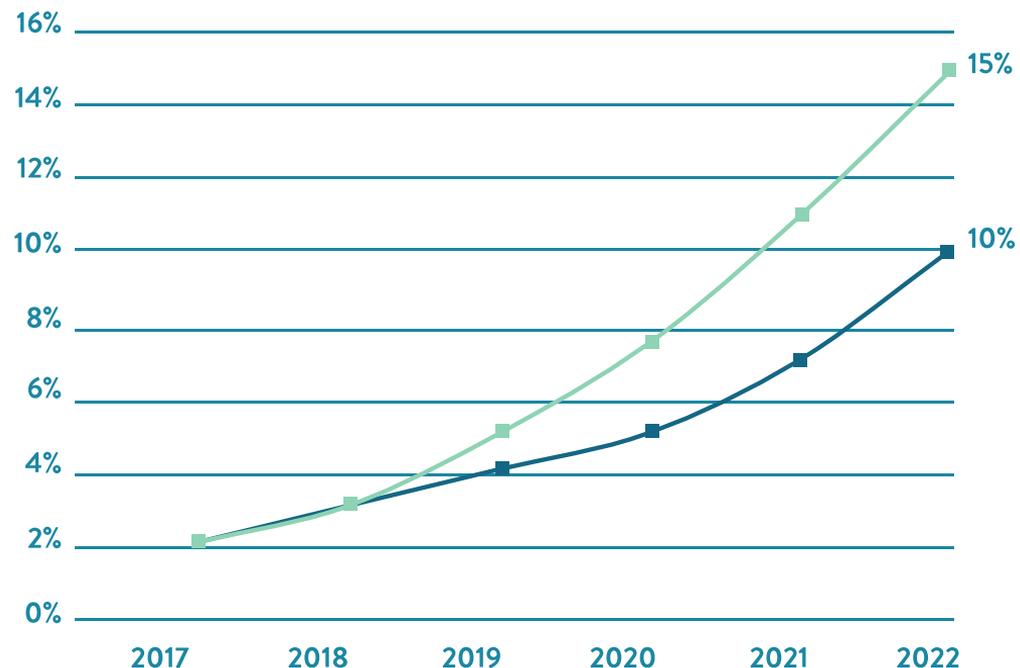
03

SUCCESSO SUI MERCATI ESTERI DI NUMEROSI TITOLI AUDIOVISIVI DI ORIGINE NAZIONALE



# CRESCERE IL PESO DEGLI OPERATORI SVOD

- ✓ A partire dal 2017 il fronte della committenza di prodotto audiovisivo nazionale ha registrato l'arrivo degli operatori OTT, i cui investimenti sono guidati dagli attori globali dello SVoD.
- ✓ Già sul breve-medio periodo, il peso della committenza dei player Internet sembra destinato a crescere grazie allo sviluppo del mercato e in virtù di una crescente competizione e all'ingresso di nuovi player che dovrebbero investire per sostenere le proprie piattaforme OTT (Disney, Hulu, Apple, YouTube etc.). Questo trend è favorito da un rinnovato interesse per il prodotto nazionale che sempre più spesso si mostra adeguato a uno sfruttamento su scala globale.
- ✓ Sulla base di una stima conservativa, il peso della committenza degli operatori Internet sul totale valore della produzione audiovisiva nazionale potrebbe arrivare a valere circa il **9-10%** al 2022. Numerosi fattori potrebbero influenzare al rialzo tale stima, portandola al **14-15%** circa. Fra questi, lo sviluppo accelerato del mercato, l'ingresso nella produzione di original content di player Internet / OTT per ora ancora lontani dalla competizione SVoD oppure lo stesso sviluppo di piattaforme OTT nazionali - consortili.



# TENDENZE: IN NETTO INCREMENTO LA PRESENZA INTERNAZIONALE

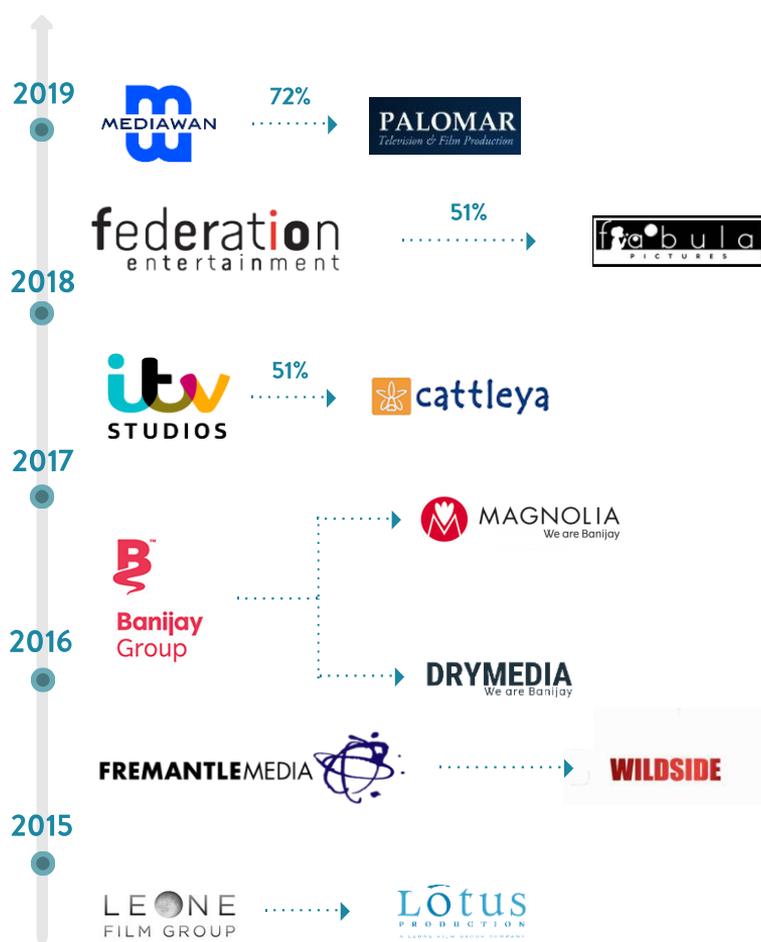


# IL DINAMISMO DI M&A

- ✓ Negli ultimi anni il numero delle M&A sul mercato italiano è cresciuto seguendo due linee di evoluzione: l'aggregazione fra le imprese nazionali e l'ingresso dei gruppi esteri che mirano a un presidio esteso e sempre più globale.
- ✓ Questo fenomeno si determinerà anche in aree di nicchia della produzione video-televisiva (operatori di piccola dimensione) la cui committenza potrebbe crescere per soddisfare la domanda proveniente dalla coda lunga delle nuove offerte TV e OTT.



PRINCIPALI M&A NEL SETTORE DELLA PRODUZIONE AUDIOVISIVA IN ITALIA (2015 - 2019)

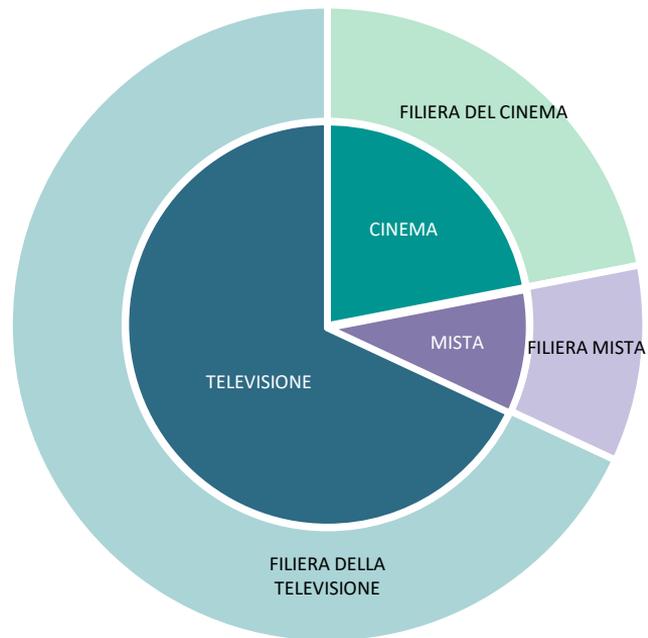


# Le imprese di settore della filiera audiovisiva



# LA RICOSTRUZIONE DELLA FILIERA DELL'AUDIOVISIVO

## LE IMPRESE DEL SETTORE



## IL SISTEMA IMPRENDITORIALE DELL'AUDIOVISIVO

### IMPRESE ATTIVE DEL CORE AUDIOVISIVO PER COMPARTI PRODUTTIVI

VALORI ASSOLUTI

	2016	2017
ATTIVITÀ DI PRODUZIONE CINEMATOGRAFICA, DI VIDEO E DI PROGRAMMI TV	4.252	4.370
ATTIVITÀ DI POST-PRODUZIONE CINEMATOGRAFICA, DI VIDEO E DI PROGRAMMI TV	980	1.067
ATTIVITÀ DI DISTRIBUZIONE CINEMATOGRAFICA, DI VIDEO E DI PROGRAMMI TV	239	236
ATTIVITÀ DI PROIEZIONE CINEMATOGRAFICA	741	731
ATTIVITÀ DI PROGRAMMAZIONE E TRASMISSIONI TV	799	843
TOTALE CORE AUDIOVISIVO	7.011	7.247

# IMPRESE ATTIVE DEL CORE AUDIOVISIVO PER CLASSI DI FATTURATO

VALORI ASSOLUTI (ANNO 2017)

	0 - 100 MILA €	100 MILA - 500 MILA €	500 MILA - 1 MILIONE €	1 - 5 MILIONI €	PIÙ DI 5 MILIONI €	TOTALE
PRODUZIONE CINEMATOGRAFICA, DI VIDEO E DI PROGRAMMI TV	3.164	765	171	192	78	4.370
POST-PRODUZIONE CINEMATOGRAFICA, DI VIDEO E DI PROGRAMMI TV	793	161	47	59	7	1.067
DISTRIBUZIONE CINEMATOGRAFICA, DI VIDEO E DI PROGRAMMI TV	96	69	18	35	18	236
PROIEZIONE CINEMATOGRAFICA	237	293	65	105	31	731
PROGRAMMAZIONE E TRASMISSIONI TV	428	231	80	77	27	843
<b>TOTALE CORE AUDIOVISIVO</b>	<b>4.718</b>	<b>1.519</b>	<b>381</b>	<b>468</b>	<b>161</b>	<b>7.247</b>

# IMPRESE ATTIVE DEL CORE AUDIOVISIVO PER REGIONI

	VALORI ASSOLUTI		COMPOSIZIONI PERCENTUALI	
	2016	2017	2016	2017
ANNI 2016, 2017				
(VALORI ASSOLUTI, COMPOSIZIONI E				
VARIAZIONI PERCENTUALI)				
LAZIO	1.961	1.981	28,0	27,3
LOMBARDIA	1.525	1.571	21,8	21,7
EMILIA ROMAGNA	500	513	7,1	7,1
PIEMONTE	386	414	5,5	5,7
VENETO	362	373	5,2	5,1
TOSCANA	338	358	4,8	4,9
CAMPANIA	323	344	4,6	4,7
SARDEGNA	105	130	1,5	4,2
PUGLIA	283	283	4,0	3,9
TRENTINO – ALTO ADIGE	165	181	2,4	2,5
LIGURIA	150	157	2,1	2,2
MARCHE	133	145	1,9	2,0
SICILIA	304	302	4,3	1,8
FRIULI – VENEZIA GIULIA	124	129	1,8	1,8
CALABRIA	95	99	1,4	1,4
ABRUZZO	89	91	1,3	1,3
UMBRIA	76	81	1,1	1,1
BASILICATA	45	46	0,6	0,6
MOLISE	30	31	0,4	0,4
VALLE D'AOSTA	17	18	0,2	0,2
ITALIA	7.011	7.247	100,0	100,0

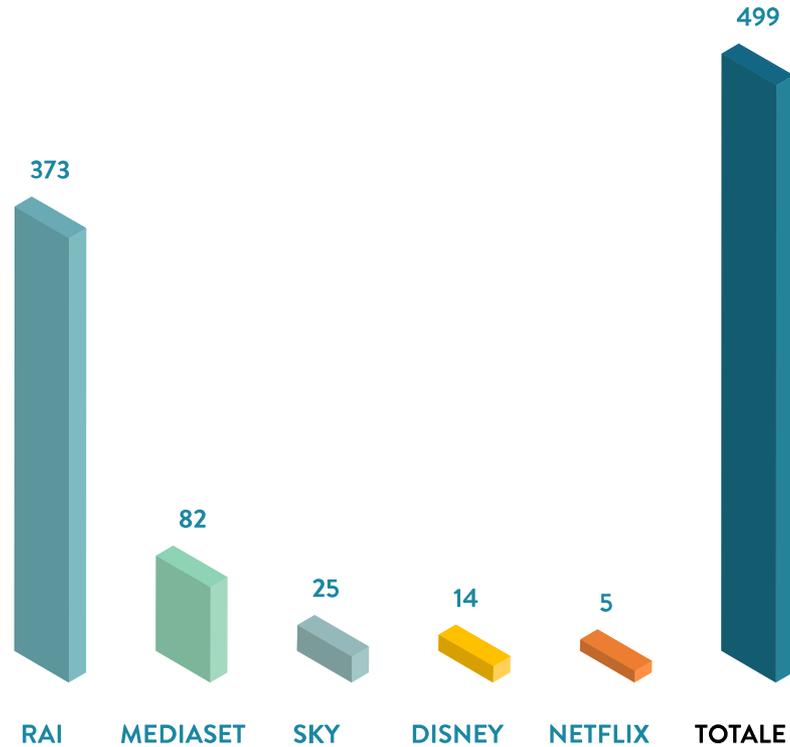
# Fiction: bilancio della stagione 2018

## Rai, Mediaset, Sky, Disney, Netflix



# LA PROGRAMMAZIONE TV

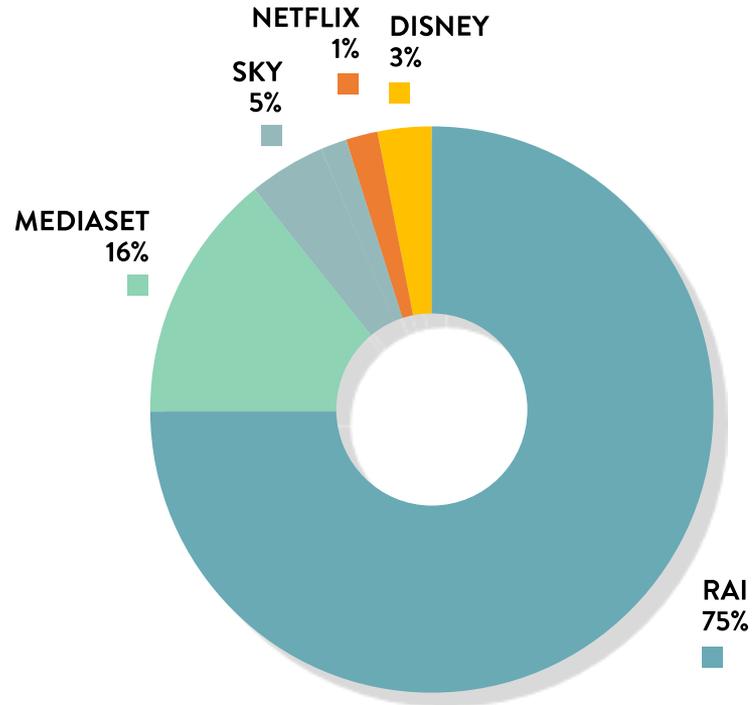
ORE PROGRAMMATE - FICTION  
ANNO 2018 - PRIMI PASSAGGI



VALORI ASSOLUTI

# LA PROGRAMMAZIONE TV

ORE PROGRAMMATE - FICTION  
ANNO 2018 - PRIMI PASSAGGI



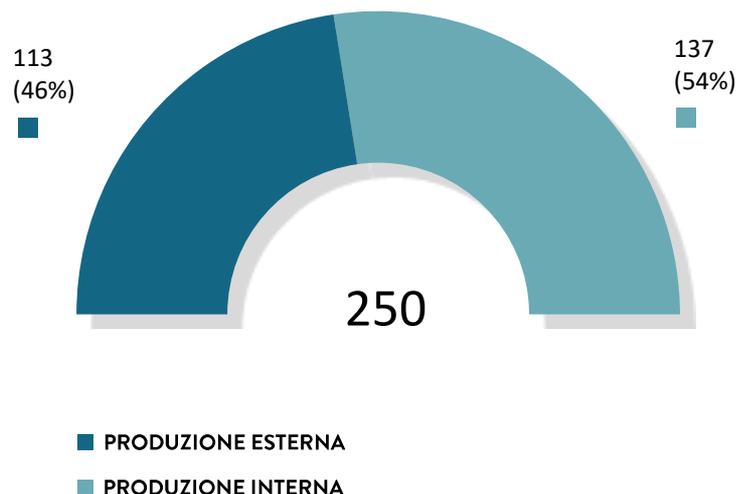
VALORI PERCENTUALI

## Focus su intrattenimento

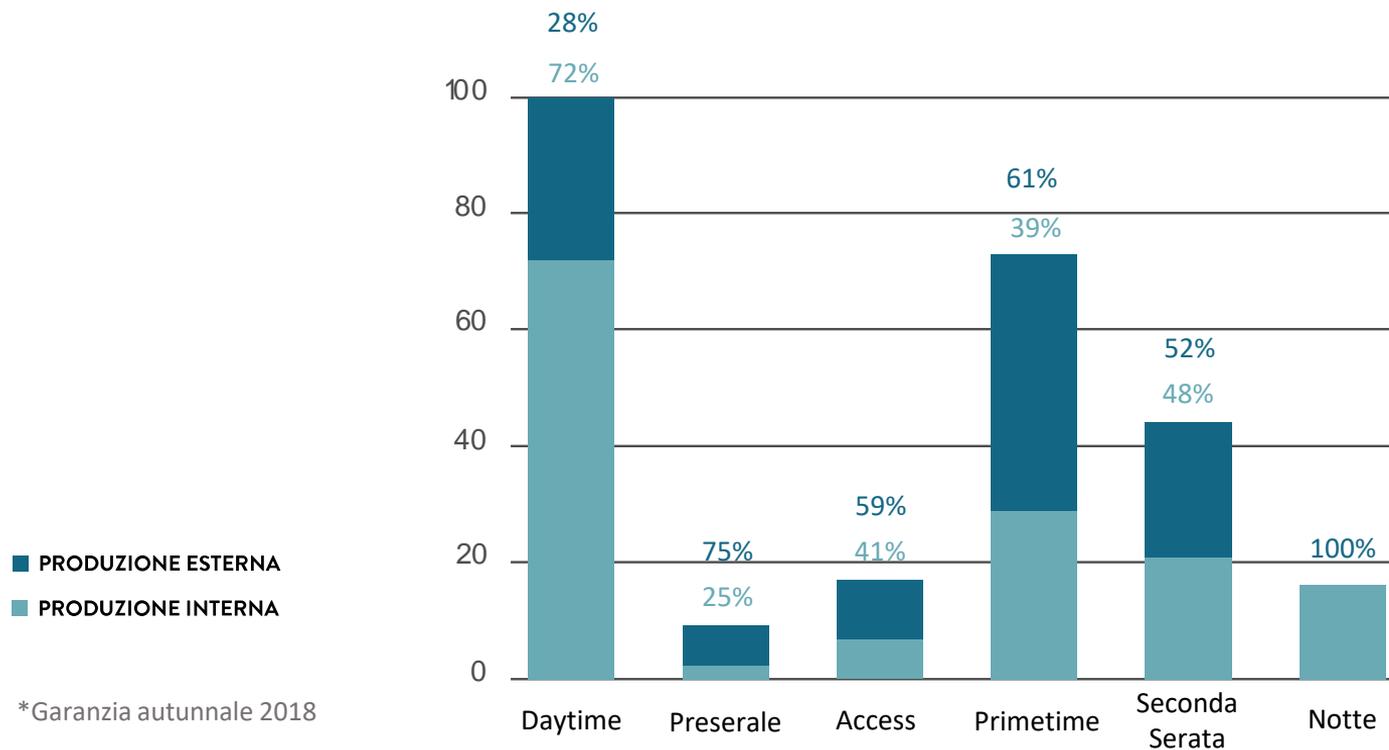


# PRODUZIONI DI INTRATTENIMENTO NELLA «STAGIONE DI GARANZIA» AUTUNNALE 2018 NUMERO DI TITOLI

- ✓ 29 reti analizzate nel campione: Rai1, Rai2, Rai3, Rai4, Rai5, RaiPremium, RaiStoria, Rete4, Canale5, Italia1, La5, Iris, La7, TV8, Nove, 20, Alpha, NatGeo, SkyUno, Foxlife, Real Time, DMAX, Food Network, Spike, Comedy Central, MTV, VH1, History Channel, Crime+Investigation.
- ✓ Generi dell'intrattenimento: magazine, rubrica, approfondimento, contenitore, entertainment, evento, game; factual & scripted reality, talent show & reality show, talk show.

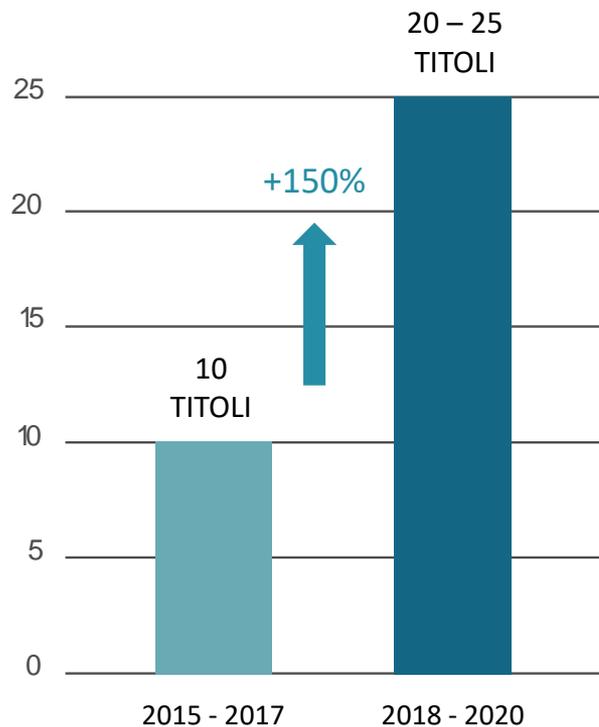


# INTRATTENIMENTO: MAGGIORE RICORSO ALLA PRODUZIONE ESTERNA NELLE FASCE PREGIATE



\*Garanzia autunnale 2018

# FICTION: PRODOTTI INTERNAZIONALI E COPRODUZIONI STORIA DI SUCCESSO



I TITOLI DEI PRODOTTI INTERNAZIONALI E DELLE  
COPRODUZIONI DI SERIALITA' TV

**Progetto speciale di APA sostenuto da DGCinema Mibac, con il supporto di Istituto Luce Cinecittà.**

**Realizzato in collaborazione con E-Media, Symbola, OFI, Geca e Ce.R.T.A**