



Riassunto Cinema Made in Italy

Diritto Dei Media

Università Cattolica del Sacro Cuore - Milano (UCSC MI)

20 pag.

CINEMA MADE IN ITALY

PARTE PRIMA: strategie della circolazione del cinema italiano all'estero

I. La circolazione internazionale del cinema italiano contemporaneo

Quali sono le identità del cinema italiano contemporaneo in relazione, per esempio, al cinema europeo e al cinema hollywoodiano? Andrew Higson davanti alla stabile e perdurante supremazia economico-culturale del prodotto globale hollywoodiano, le cinematografie nazionali europee percorrono tragitti piuttosto diversificati.

1. **FILM DALL'APPEAL INTERNAZIONALE** La prima strada - quella tradizionalmente più congeniale al cinema italiano almeno dagli anni Sessanta in poi, ovvero del cinema d'autore: un prodotto cinematografico destinato a nicchie - più o meno ampie - di spettatori per lo più metropolitani, consumatori abituali di contenuti arthouse. → Per il cinema italiano contemporaneo, questa strada è percorribile principalmente grazie e attraverso la forza promozionale dei premi ottenuti in festival internazionali o agli Oscar, o in virtù di una consolidata fama dei suoi "autori", spesso valorizzata dalla critica. Insomma, quel che conta qui è quella che abbiamo definito "**economia del prestigio**".

Questi modelli di circolazione transnazionale possono assumere forme differenti. Il paradigma più classico è quello "alla francese", perché la Francia è il paese che più valorizza, anche in termini di successo al botteghino, questo specifico tipo di percorso: film riconducibili ad autori, riconoscibili e affermati nel corso degli anni (il nome più esemplificativo è senz'altro quello di Nanni Moretti), caratterizzati da un buon sostegno in termini di distribuzione (sono pellicole che circolano a livello theatrical in molti mercati e sono presenti nei cataloghi VOD), presentati ai più importanti festival internazionali (e in particolare Cannes, Venezia, Berlino e Toronto)

2. **PRODUZIONI DALL'APPEAL PREVALENTEMENTE NAZIONALE**: seconda strada che definisce un profilo identitario e di circolazione alquanto diverso, molto rilevante, film campioni di incasso nel mercato domestico e capaci di ottenere buona visibilità in contesti di vicinanza culturale (i paesi dell'area mediterranea per esempio) o linguistico-culturale (regione svizzera italiana)
3. **PRODUZIONI E CO-PRODUZIONI INTERNAZIONALI** è la terza strada che fanno della dimensione nazionale e locale (per quanto ci riguarda l'Italia) l'oggetto o lo sfondo di una rappresentazione, più o meno stereotipata.
A livello europeo la strada della coproduzione è importante se si pensa soprattutto al trans-atlantic franchise (come Harry Potter o 007) che però coinvolgono solo il Regno Unito con l'industria di Hollywood.

Ben più rari sono i progetti di film italiani con ambizioni globali e una partnership nord americana (Call me by your name è un caso eccezionale). Le co produzioni che nascono in Italia sono una variante del modello più tradizionale del cinema d'autore sviluppato con partner europei e che potremmo definire *eurpean arthouse* (Youth di Sorrentino)

4. **TRANSATIONAL REMAKE** (o film format) come il campione di incassi francese giù al nord oppure Perfetti Sconosciuti di Paolo Genovese.

In questo quadro generale, che traccia i principali percorsi di circolazione del cinema italiano contemporaneo all'estero vanno segnalati due elementi rilevanti:

- 1- Fra i modelli rilevati da Higson in relazione alla circolazione e al successo dei film europei in Europa, l'Italia è sostanzialmente assente nella categoria che potremmo definire dei *middlebrow european*

blockbusters, film nazionali dal budget intermedio (insomma, non piccole produzioni), "di qualità" ma non ascrivibili tout court alla categoria dei film d'autore o arthouse, destinati cioè a un pubblico piuttosto ampio, e capaci tal volta di generare ottimi incassi in sala tanto a livello nazionale quanto a livello sovranazionale. Del tutto esemplare è il caso di *Intouchables* (Quasi amici), un film francese il cui costo stimato è di quasi dieci milioni di dollari, che ha sfondato la barriera dei cento milioni di incassi complessivi, ed è stabilmente presente nei cataloghi dei servizi VOD.

- 2- Il secondo elemento è dato da quei casi di eccentricità nella circolazione internazionale del cinema italiano che fanno però intravedere percorsi interessanti, allo stato recente. Es un prodotto come *Suburra*, che nasce già nell'ottica di poter sfruttare una vasta distribuzione post-theatrical grazie a Netflix e di diventare parte di un franchise mediale più ampio.

I.2 Dalla distribuzione alla circolazione: studiare il cinema "Made in Italy"

Lo studio della circolazione del cinema italiano contemporaneo rappresenta un modo per mettere a fuoco le sue identità, i suoi punti di forza e anche le sue debolezze. Terreno di ricerca rilevante per diverse ragioni:

1. Il tema della circolazione interna rappresenta la cartina tornasole delle criticità di sistema del cinema nazionale nel suo complesso: *rimando al capitolo 7*
2. Le trasformazioni cruciali che stanno investendo le modalità di distribuzione dei contenuti audiovisivi, è l'organizzazione della filiera e delle finestre di sfruttamento dei film. → con la progressiva affermazione delle piattaforme streaming la distribuzione cinematografica si sta modificando in modo sensibile

Anche nel contemporaneo contesto di media digitali, convergenti e abbondanti (per contenuti), la distribuzione del film resta sostanzialmente un "processo pianificato e centralizzato" teso a creare valore economico attraverso il sistema di "windowing" pur trasformato dalla "moltiplicazione delle finestre" e dal superamento di percorsi standardizzati e validi per tutti i casi (one-size-fits-all mentality), con l'efficace etichetta di distribution revolution. Insomma, sul piano della distribuzione resta in gran parte intatta la centralità della sala come finestra primaria di sfruttamento, cui segue una varietà di finestre secondarie, mentre si attestano anche casi di sperimentazioni e inversioni nel percorso lineare dei film attraverso le finestre o particolari "esperimenti" "produttivo-distributivi fra televisione e cinema (come quelli descritti in Barra, Scaglioni, 2016). La distribuzione in sala, insomma, rimane, soprattutto per il cinema italiano, un buon viatico per una buona circolazione internazionale.

Il concetto di circolazione è da intendersi come "movimento del contenuto nello spazio e nel tempo", che tenga in considerazione tanto la rete formale della distribuzione industriale e delle sue menzionate "finestre", quanto una serie di altre reti e attori formali o informali.

3. La terza ragione è prettamente culturale: il cinema è stato più volte ambasciatore italiano nel mondo sia in senso più generale (in relazione alla possibilità che il mezzo ha di diventare motore di diffusione della cultura italiana nel mondo, sia in un senso più ristretto (come agente di diplomazia → entrambi indagabili sotto il profilo storico che sotto il profilo sincronico.

3 L'ARCHITETTURA DI POLITICHE A SOSTEGNO DELL'EXPORT CINEMATOGRAFICO

3.1 Perché le politiche pubbliche a sostegno dell'export di film?

Il sostegno dei paesi UE all'export cinematografico attraverso politiche e strumenti persegue due tipologie di obiettivi:

- Obiettivi di natura simbolico-culturale: consente di mostrare all'estero le opere di ingegno all'interno del proprio paese, nonché le competenze delle maestranze che le hanno realizzate → i film permettono di diffondere la cultura stessa del paese produttore, i suoi valori e le sue visioni in merito a determinati temi

- **Obiettivi economici:** la distribuzione interna di film è anche un'attività commerciale con al centro un bene che è stato finanziato per intero o in parte da capitali nazionali talvolta pubblici + l'esportazione può tradursi in maggiori possibilità di lavoro future

Le politiche a sostegno dell'audiovisivo di entrambi i livelli sono nate in epoche diverse ma con un obiettivo comune: rafforzare la produzione locale per poter così contrastare quella straniera (statunitense) il cui successo in Europa era ed è visto con preoccupazione per ragioni sia di influenza culturale sia di carattere economico.

Fuocoammare di Gianfranco Rosi esempio in grado di illustrare in maniera semplice la sfaccettata rilevanza dell'export per le istituzioni (mostra la capacità del regista e del sistema paese di competere ad alti livelli + spinto da Orso d'Oro viene distribuito in 37 paesi + diritti venduti a piatt digitali. Rilevanza ripocerta anche in termini politico-diplomatici.

3.2 A chi spetta il sostegno pubblico dell'export?

Il sostegno pubblico al cinema proviene da tre diversi livelli amministrativi: quello sovranazionale (UE), quello nazionale (gli Stati) e quello locale (che in Italia vede in campo prevalentemente le regioni).

Trattato di Maastricht 1992: viene assegnato all'UE un mandato culturale rendendo così la cultura (e quindi anche il cinema) materia di competenza concorrente tra UE e stati membri. L'azione dell'UE viene subordinata la principio della sussidiarietà e quindi resa legittima solo quando:

- a- Gli Stati da soli non sono in grado di realizzare da soli un certo obiettivo
- b- L'azione dell'Unione ha un valore aggiuntivo
- c- L'azione avrebbe conseguenze indesiderabili

Dal '93 quindi l'Unione ha una politica culturale con obiettivo principale quello di incrementare la circolazione dei film europei all'interno dei confini comunitari.

Sempre negli anni Novanta si assiste all'interessamento da parte di governi subnazionali nei confronti del cinema per ragioni economiche e non culturali. In Italia si assiste all'interessamento delle regioni portano il cinema a essere materia di competenza concorrente tra Stato e Regione, tuttavia le Regioni non prestano attenzione e non destinano risorse alla distribuzione → la distribuzione internazionale è terreno di intervento delle sole prime due (UE e Stati nazionali) e non amministrazioni locali.

3.3 Le politiche comunitarie

Incrementare la circolazione dei film europei all'interno dell'Unione Europea è un mandato molto complesso se si considera la frammentazione linguistica e culturale che caratterizza il mercato comunitario, ma l'azione sovranazionale garantisce maggiore possibilità di successo rispetto a quella nazionale (per i paesi membri risulta controproducente finanziare soggetti stranieri).

Oggi il sostegno comunitario alla distribuzione internazionale avviene principalmente attraverso il programma MEDIA (altre iniziative sono la direttiva di Servizi media audiovisivi e il Premio Lux)

1. I QUATTRO FONDI DEL PROGRAMMA MEDIA

Introdotta nel 1991 è ancora oggi attiva e ha come obiettivo rendere l'industria cinematografica europea più competitiva salvaguardando al contempo le diversità culturali di cui è espressione. Per il sostegno alla distribuzione internazionale MEDIA mette a disposizione 4 fondi:

a- Un fondo automatico per i distributori

A disposizione dei distributori degli Stati membri che decidono di importare un film europeo.

Il contributo viene assegnato attraverso un meccanismo complesso che assegna un punteggio in base al numero di presenze in sala che il distributore ha totalizzato nell'anno precedente attraverso la distribuzione un film europeo non nazionale + numero delle presenze ponderato in base alla nazionalità dei film stesso (principio di discriminazione positiva verso i paesi non app ai big five).

Ammontare di denaro che MEDIA eroga al distributore affinché quest'ultimo possa:

- o Co-produrre un film europeo non nazionale

- o Acquisire i diritti per distribuire altri film europei non nazionali
- o Sostenere spese promozionali per altri film europei non nazionali

b- Fondo selettivo per i distributori

Fondo concesso a gruppi di 7 distributori di paesi diversi: costituzione di un gruppo necessaria per dimostrare che il film abbia un potenziale di circolazione diffuso

c- Un fondo per i festival

Esso viene concesso a condizione che questi:

- o Riservino almeno il 70% della programmazione a film prodotti in paesi aderenti al programma
- o Riservino almeno il 50% della programmazione a film stranieri
- o Presentino film provenienti da almeno 15 paesi

Si evince come le condizioni poste mirano a garantire un certo livello di internazionalità all'evento sostenuto, favorendo i paesi membri del programma con la conseguenza che il film europeo ha un vantaggio competitivo rispetto a uno americano, asiatico, africano.

I festival continuano a essere rilevanti in quanto principale piattaforma in cui i distributori stranieri valutano l'offerta europea.

d- Fondo per gli agenti di vendita

Comparso recentemente con l'avvento dei servizi on demand i quali preferiscono trattare con interlocutori che rappresentano una molteplicità di produttori che detengono i diritti di un ricco portafoglio di titoli piuttosto che tanti produttori. Dal pdv tecnico sono ammessi agenti che hanno almeno un contratto con un produttore e ogni contratto deve prevedere un mandato per almeno 10 paesi membri del programma.

2. LA DIRETTIVA SERVIZI MEDIA AUDIOVISIVI

Nata nel 1989 per regolamentare il sistema televisivo comunitario e più volte modificato nel tempo nella versione attuale prevede delle quote per gli operatori di servizi lineari e non lineari:

- o Gli operatori lineari (broadcaster) devono riservare almeno il 50% del tempo di trasmissione a contenuti indipendenti di origine europea
- o Gli operatori non lineari (ovvero attivi nel mercato on demand) devono riservare almeno il 30% dei loro cataloghi a prodotti europei dando loro risalto

Confrontando le due misure risulta chiaro come quest'ultima abbia maggiori margini di discrezionalità (nelle quote non si parla di numero di ore o il numero di titoli e per la messa in rilievo si limita a fornire suggerimenti).

Le misure per i broadcaster sono attive dal 1989 mentre per gli on demand dal 2018.

3. IL PREMIO LUX

Premio istituito dall'Unione nel 2007, viene assegnato ogni anno dal Parlamento europeo (i membri del parlamento votano) a un film che affronta temi di carattere politico e sociale e che rispettando e valorizzando le diversità esistenti all'interno dell'Unione contribuisce al contempo a rafforzarne l'identità europea.

Il film vincitore riceve poi inoltre un ulteriore aiuto sul piano promozionale e distributivo, visto come il tallone di Achille dal Parlamento (semicit).

3.4 Le politiche italiane

Anche se la distribuzione non è la principale area di intervento (lo è la produzione) dello stato italiano esistono comunque numerose iniziative.

Un deficit di partenza che caratterizza l'Italia rispetto agli altri stati appartenenti ai big five europei è il fatto di non condividere con altri paesi europei e non europei la lingua, portano a una maggiore difficoltà nell'esportazione.

Il sostegno italiano alla distribuzione internazionale si articola in diverse iniziative che hanno come principale promotore il MiBACT (alcune iniziative sono rivolte espressamente all'export, altre lo favoriscono in maniera indiretta).

- **IL FINANZIAMENTO ALLA PRODUZIONE** (che premia l'internazionalità)
La legge Franceschini del 2016, nuova legge sul cinema, prevede che il finanziamento alla produzione cinematografica sia concesso principalmente attraverso criteri automatici che valutano le precedenti 5 opere realizzate dall'impresa che chiede il sostegno (tra le voci considerate ci sono il valore delle vendite dei diritti all'estero, numero di paesi in cui l'impresa ha avuto distribuzione all'estero, collaborazione con co-produttori stranieri).
→ meccanismo che premia le imprese che hanno avuto un'attività internazionale spingendole a proseguire per quella strada.
- **IL SOSTEGNO ALLE CO-PRODUZIONI INTERNAZIONALI**
L'Italia realizza circa una trentina di co-produzioni all'anno, in larga parte nelle vesti di partner maggioritario, il sostegno alle co-produzioni avviene in 3 modi:
 - o L'Italia tramite il MiBACT ha firmato 40 accordi con altrettanti paesi per realizzare co-produzioni a condizioni favorevoli
 - o Di recente sono comparsi bandi del MiBACT riservati alle co-produzioni in cui l'Italia è partner minoritario (prima le co-produzioni che potevano chiedere il fin pubbl dir erano quelle con quota maggioritaria italiana). Iniziativa che si è diffusa anche nei paesi di dimensioni contenute.
 - o Fondo Eurimages: 20 milioni di euro l'anno che sostengono le co-produzioni internazionali. Dogman (2018), Lazzaro felice (2018) e Pinocchio (2019)
- **IL FINANZIAMENTO DIRETTO E INDIRECTO ALLA DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE**
La nuova legge cinema prevede la concessione di aiuti selettivi per la distribuzione internazionale, ovvero per aiutare i distributori italiani a esportare i loro film in sale, cinema, canali tv e servizi non lineari stranieri. Dal 2018 il MiBACT è passato a una nuova linea di intervento in collaborazione con l'Istituto Luce Cinecittà che prevede 5 fondi per la diffusione all'estero della produzione nazionale e una dotazione complessiva di 4,2 milioni di euro l'anno
- **L'ISTITUTO LUCE CINECITTÀ**
Principale soggetto attivo nel sostegno alla distribuzione internazionale del cinema italiano, società pubblica sostenuta con un contributo annuale del MiBACT (11 mln di euro nel 2019) il quale esercita i diritti del socio unico cioè del ministero dell'Economia e delle Finanze (MEF).
Oltre a collaborare con il MiBACT nella gestione dei fondi illustrati nella sezione precedente, ILC assolve a una molteplicità di compiti che riguardano tutti gli stadi della filiera cinematografica passando per la formazione e la conservazione.
- **AMBASCiate, CONSOLATI, ISTITUTI ITALIANI DI CULTURA E ISTITUTI DI COMMERCIO ESTERO**
Anche il ministero degli Affari esteri e della Cooperazione internazionale è attivo nel sostegno all'export di film italiani tramite l'azione delle ambasciate, dei consolati, degli 83 istituti di cultura italiana all'estero e delle agenzie per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane

3.5 Una valutazione critica delle politiche esistenti

Per quanto riguarda il programma MEDIA questo è sempre stato rinnovato in virtù di una valutazione positiva dei risultati conseguiti → se però si considera la distribuzione internazionale i dati appaiono modesti: tra il 2005 e il 2015 solo il 12% dei ricavi al box-office europeo è stato generato da film europei distribuiti fuori dal paese di origine. Percentuale che rileva barriere importanti all'interno dei confini comunitari soprattutto linguistiche e culturali.

Diversi studi hanno sottolineato e valorizzato comunque la sua capacità difensiva ovvero:

- a- Aver garantito la presenza di film europei nelle sale
- b- Aver evitato che la loro quota di mercato si riducesse

Una seconda considerazione ci porta a parlare del caso svizzero: svizzera esclusa dal programma MEDIA introduce misure compensative che di fatto riproponevano su scala nazionale le azioni del programma, ma non sono riuscite a essere altrettanto efficienti ed efficaci soprattutto riguardo alla distribuzione internazionale.

Per queste ragioni + prese di posizioni di noti registi a sostegno del programma inducono a considerare quest'ultimo uno strumento utile all'industria o comunque senza il quale la situazione sarebbe peggiore di quella attuale. Se si pensa al caso dell'Italia, le produzioni di maggiore successo all'estero sono film d'autore → ciò porta a pensare che sia la qualità del prodotto il fattore determinante per la sua esportabilità, e che dunque un eventuale sforzo aggiuntivo da parte dell'Unione Europea dovrebbe riguardare forme indirette di aiuto all'exoport e non il rafforzamento dei fondi già esistenti per la distribuzione.

Alla luce di queste considerazioni una strada che sembra essere virtuosa è quella delle co-produzioni internazionali che hanno una circolazione più estesa di quella dei film nazionali → se consideriamo le prod sostenute da Eurimages al suo interno troviamo film che più di tutti si sono contraddistinti per un felice percorso festivaliero (programma che è riuscito ad alimentare una produzione con finalità culturali che in virtù del proprio valore si è aperto un mercato).

Le co-produzioni presentano come risolto percepito problematico il fatto di essere poco radicate al territorio e quindi di farsi interpreti del sistema culturale di origine, ma comunque va detto che parlano dell'Italia in termini di maestranze tecniche e artistiche.

Le politiche italiane. Si presta maggiore attenzione al tema dell'esportazione e all'ampio ventaglio di benefici che possono essere raggiunti sfruttando il film.

Questa attenzione si scontra con l'incertezza e la non ottimale gestione di alcune iniziative riconducibili a due fattori: difficile attuazione di nuova legge di sistema + forte instabilità politica successiva all'approvazione della legge.

Il sostegno nazionale all'export di cinema si colloca a metà strada tra un modello centralizzato e uno policentrico:

- Modello centralizzato offre: garanzia in termini di ottimizzazione delle risorse e delle energie profuse, maggiore trasparenza procedurale che tutela le istituzioni pubbliche MA modello che può rivelarsi rigido (mentre la circolazione dell'audiovisivo è difficilmente legata a dinamiche programmabili).
Presenza e dotazione economica dell'ILC
- Modello policentrico: permette un contatto più stretto con specifici territori e può plasmarsi a seconda delle situazioni MA si possono intraprendere solo azioni a raggio limitato
Iniziativa collaterali sostenute dal mibact

L'Italia esporta un numero elevato di film ma la loro performance è debole. Ma i distributori stranieri intervistati hanno spesso espresso un giudizio molto positivo nei confronti delle politiche italiane definendole tra le migliori → questo sign che se la circolazione italiana è poco significativa non è per la mancanza di strumenti di export ma forse per un limite nella produzione stessa che poco si presta a essere esportata.

4 IL CINEMA ITALIANO ALL'ESTERO E LA SUA LEGITTIMAZIONE CULTURALE: I FILM FESTIVAL E LA CRITICA SPECIALIZZATA

4.1 introduzione

Qui di seguito si analizzerà la circolazione del cinema italiano all'estero attraverso lo studio di due dispositivi di legittimazione culturale: i festival internazionali di cinema e la critica cinematografica specializzata.

4.2 i festival cinematografici: tra prestigio culturale e distribuzione in sala

Oltre che sul piano culturale i festival forniscono soprattutto un servizio alle industrie cinematografiche nazionali, definendo network di vendita, coproduzioni e finanziamenti alternativi, strategie promozionali e

distributive nonché un'attività di orientamento per tutte le professioni del cinema. Quello presente ai film festival è per larga parte un cinema autoriale e indipendente che fatica a dialogare con i circuiti canonici e mainstream.

A seconda del loro prestigio e della natura ma soprattutto del target di riferimento i film festival rispondono in modo diverso al problema della distribuzione dei film. Bachmann distingueva quei festival che praticano vendita:

- **All'ingrosso (wholesale):** mercati in cui le agenzie vendono e comprano i film, all'ingrosso, alimentando il business dei circuiti di nicchia e puntando su un prodotto autoriale e "di qualità";
- **Al dettaglio (retail):** operano sostanzialmente da esercenti cinematografici, svolgendo una funzione locale e proiettando film non ancora disponibili per i pubblici del luogo

Paranson ha elaborato e semplificato il modello di B. distinguendo tra

- **Business festival:** festival con un mercato del film, formale o informale (Cannes, Berlino, Venezia, Toronto) + i singoli festival più importanti di ogni paese del mondo
- **World festival:** festival a basso budget che, presentando per lo più film già visti altrove, organizzano un programma internazionale orientato soprattutto alle audience locali

I film programmati che hanno già un distributore nazionale possono utilizzare i festival business/wholesale come trampolino di lancio mediatico; i festival audience/retail possono essere utilizzati per promuovere i film in paesi in cui non si ha ancora una distribuzione.

Altro tema interessante da approfondire è l'effetto dei premi sulla distribuzione dei film.

4.3 il cinema italiano contemporaneo nei festival

Analisi dati 2008-2017

I festival più importanti del mondo: Cannes, Berlino, Venezia, Toronto, Locarno, San Sebastian, Sundance, Londra + i due festival audience/retail più importanti in Italia: Torino e Roma.

- Considerando questi 10 festival la presenza italiana è molto forte: 764 titoli (ogni selezione presenta in media 7 film italiani)
- Dato che scende sensibilmente se si escludono i 3 festival italiani (nemmeno due titoli a festival all'anno)
→ autoreferenzialità del sistema festivaliero italiano
Tuttavia considerano tutti i film festival del campione emerge un netto calo delle presenze italiane dato che corrisponde paradossalmente a un aumento vertiginoso della produzione (155 nel 2011 a 218 nel 2017).
- Dei sempre meno film italiani presenti in concorso nei festi int la quasi totalità ha però trovato una distribuzione estera. Per quanto riguarda i film premiati la percentuale sale in modo consistente.
- I film italiani in concorso sono molto premiati dalle giurie anche se gli autori si ripetono spesso nel corso degli anni.

Il cinema italiano è schiacciato all'interno di una doppia morsa:

- Produzione in serie di commedie leggere dal notevole successo nazionale ma difficilmente esportabili
- Promozione di film d'autore presentati in occasione di festival internazionali e fortemente legittimati dalla critica estera proprio in virtù del loro inevitabile legame sia in termini di stile che di contenuti con l'immaginario del cinema italiano del passato (dal quale la produzione italiana non sembra riuscire a emanciparsi)

4.4 il cinema italiano tra passato e presente

Se si analizza la lista dei film italiani del passato più visti nelle sale francesi nel periodo 2007-2017 si osserva una netta preminenza del cinema degli anni Settanta e, in misura minore, Sessanta (così anche all'estero).

4.5 il cinema italiano del passato nei festival internazionali

L'avvento del digitale ha contribuito a trasformare la parte dedicata al patrimonio delle principali manifestazioni internazionali, sostituendola con la presenza di nuove edizioni "restaurate" spesso contenute in apposite sezioni: il modello di Cannes Classics che è stato poi ripreso dalla Mostra di Venezia a cominciare dalla direzione di Barbero.

La presenza italiana a Cannes Classics, legata ai nuovi restauri, conferma un'idea glamour degli anni Sessanta del cinema italiano. I film di autori italiani nella sezione cannese tra il 2007 e il 2016 sono 23 su 187 di cui 17 appartenenti agli anni Sessanta e Settanta.

Nello stesso periodo la Cinémathèque Française ha dedicato al cinema italiano una parte notevole della programmazione (il secondo paese dopo USA e Francia) con 20 rassegne e due mostre, dando anche risalto al cinema più recente e figure autoriali meno consacrate.

Se prendiamo in considerazione un ideale equivalente oltreoceano della Cinémathèque come il Film Department del MOMA, osserviamo una singolare declino di interesse. Alla metà degli anni 2000 la programmazione della prestigiosa istituzione rivolge un'attenzione massiccia verso l'Italia. Da quel momento la presenza dell'Italia si dirada e per qualche anno la presenza italiana è riservata a un appuntamento quasi fisso. Negli ultimi due anni due iniziative interessanti: retrospettiva dedicata alla produzione di Rai Cinema e una dedicata alle sorelle Rohrwacher → rinascita di interesse per la produzione contemporanea.

4.6 il ruolo delle riviste di critica specializzata

Analisi rivolta alla presenza del cinema italiano all'interno delle riviste francesi più prestigiose del settore: "Cahiers du cinéma" e "Positif".

Nel complesso il cinema italiano contemporaneo che emerge dalle pagine delle riviste è quello presente ai festival e in particolare quello più sperimentale, mentre è sconosciuto totalmente il cinema popolare (Zalone e Ficarra e Picone) e il "cinema medio d'autore" (Gabriele Muccino). Si configura un doppio canone:

- Cinema italiano contempo si caratterizza per essere produzioni d'élite, prestigiose e a basso costo, con autori che in Francia hanno riscosso parecchio successo
- Il momento storico in cui si fa coincidere l'età dell'oro del cinema italiano si sposta in avanti di 20 anni: non più Neorealismo ma periodo fine anni Cinquanta alla fine anni Settanta.

I "Cahiers" rivolgono al cinema italiano un'attenzione costante in occasione dell'uscita dei film nelle sale francesi rivolta a pochissimi autori (uno fra tutti Moretti e Bellocchio). Non si tratta di una visione rigorosamente autoriale ma di percezione del cinema italiano come luogo del passato vario oggi decaduto.

"Positif" legati a un canone più tradizionale e caratterizzati da una posizione solidamente autorialista. Si seguono con interesse anche nuovi autori come Alice Rohrwacher.

Per "Film Comment", mensile, vale in maniera ancora più marcata la polarizzazione tra cinema d'autore molto sperimentale, quello esteticamente più riconoscibile, e uno del passato più spesso identificato come quello popolare. Lo sguardo rivolto al cinema del passato è quasi equivalente a quello sulla produzione contemporanea.

Oltre a Sorrentino e Garrone, altri nomi contemporanei sono Alice R., Pietro Marcello, Roberto Minervini e Sorrentino.

5 IL CINEMA ITALIANO ALL'ESTERO NELLE FINESTRE SECONDARIE. TELEVISIONE, PIATTAFORME DIGITALI E CONVERGENZA

5.2 sulle reti televisive lineari

La mappatura della presenza dei film italiani sulle reti televisive di alcuni paesi (USA, Francia e UK) è stato un compito difficile. Essa, schiacciata soprattutto nel tempo presente, sul momento dell'osservazione ha individuato i contesti principali (reti, bouquet di canali) e ne ha percorso liste e palinsesto + "pedinamento" di singoli titoli nel loro ciclo di vita in alcuni contesti nazionali → indagate due annate televisive USA (ott 2017-promavera 2019) e una UK e Fr (aut 2018 - prim 2019). Tramite questa raccolta di dati, al netto dei

limiti, è stato possibile individuare alcuni criteri e logiche che regolano prima l'acquisizione dei diritti di licenza e poi la programmazione tv del cinema italiano all'estero, sia tratteggiare alcune traiettorie principali.

La presenza di titoli cinematografici all'interno della programmazione tv segue un modello classico di distribuzione che si articola in un certo numero di "finestre", seguendo tempistiche e priorità precise, volte sia a proteggere la prima circolazione theatrical sia a creare un certo numero di mercati (e ricavi) successivi. Le molteplici finestre televisive sono spesso definite secondarie, da due punti di vista:

- Perché arrivano dopo, in un secondo momento rispetto alla distribuzione in sala e ai festival
- Perché spesso è sul primo tratto della vita di un film che si concentrano i maggiori sforzi promozionali

Il sistema quindi in generale prevede diverse "finestre", dal valore strategico, con il successivo passaggio di ricavi legati al singolo film a forma di abbonamento e infine alla gratuità (finanziati dalla pubblicità): dopo il theatrical, tocca a noleggio e vendita digitale (*transactional video on demand TVOD*), poi alla *pay per view*, poi ai canali televisivi *premium* a pagamento, ai diritti ancillari (aerei, crociere, hotel), ai servizi on demand (*subscriptional video on demand SVOD*) e infine alle reti free-to-air (*ad-based video on demand*).

Sistema distributivo basato sulle finestre messo sotto pressione dai fenomeni di digitalizzazione, il susseguirsi delle varie fasi è rimasto pressoché stabile con alcuni aggiustamenti:

- le finestre disponibili si sono modificate rendendo più complesse le articolazioni e le precedenze;
- forte contrazione dei tempi volto a rendere più veloci i salti da una finestra alla successiva.

In linea generale rispetto alla tv lineare si possono distinguere due grandi e stabili categorie:

- messa in onda del film su reti a pagamento che richiedono allo spettatore un abbonamento (per un'intera offerta (basic cable) o per un insieme di canali (premium cable)).
- Programmazione su canali free (free-to-air)

La ricognizione del cinema italiano nei palinsesti tv di altri paesi deve anche prendere in esame le logiche editoriali, commerciali e professionali di composizione del palinsesto sia a livello micro (scelta della migliore collocazione per i singoli contenuti) sia macro (la larga definizione di linee della programmazione identità e brand).

Stati Uniti

- Prima categoria: pellicole italiane in prima visione trasmesse sulla tv a pagamento a una breve distanza dall'uscita in sala le reti statunitensi tendono a ridurre, o ad annullare, la dimensione di italianità → il racconto dei racconti di Garrone inserito nei canali ancillari di Showtime, collocato in palinsesto in orari marginali; etichettato come drama e fantasy; promosso grazie a volti noti come Vincent Cassel
- Seconda categoria: film italiani presenti nei canali tematici dedicati specialmente al cinema in misura trasversale a premium e basic cable. Sul bouquet di startz (terzo grande operatore premium cable con hbo e showtime) messo forte evidenza il genere western e l'autorialità; anche sulle reti basic cable la programmazione di pellicole italiane, per quanto rara, è presente grazie alla proposta di grandi classici o film di genere
→ qui per i classici quindi, la differenza è rivendicata in chiave promozionale, rimandando a un'età dell'oro della nostra cinematografia nazionale
- Terza categoria: costruzione e raccolta e cicli di film, una forma consueta di programmazione tv che consente di tenere insieme più unità discrete, altrimenti disperse, e di dare loro un valore superiore, e di dare loro un valore superiore a quello dei singoli titoli mediante un'opportuna confezione

UK: uno degli spazi televisivi più importanti per il cinema è costituito da BBC (public service broadcasting): nello slot del sabato sera trova spazio la fiction; nella seconda serata di domenica sono spesso collocate pellicole italiane

Fr: un bouchet a pagamento propone un ricco mix di pellicole più recenti e di grandi classici del cinema italiano.

Attraverso i palinsesti delle reti usa, free e pay, basic e premium, commerciali o di servizio pubblico, il cinema italiano finisce per biforcarsi lungo due strade principali:

- Ripetizione del classico, titoli stabili nel tempo articolato attorno all'autorialità e al genere
- Prodotti più recenti, pensati per un mercato internazionale, depotenziati nella loro italianità

→ le pellicole italiane non costituiscono mai o quasi mai un contenuto pregiato ma agiscono soprattutto da riempitivo da completamento di palinsesti ricchi e numeri.

5.3 sulle piattaforme non lineari

La presenza di film italiani sulle piattaforme on demand è relativamente scarsa, in linea con quanto accade nei palinsesti televisivi. Analisi nei cataloghi dei servizi VOD stranieri tra ottobre 2017 e aprile 2017.

→ limitatezza del numero di film italiani: nel catalogo Netflix USA i titoli presenti sono stati poco più di 20 ma mai più di 16 in contemporanea.

- a- Osservando Netflix e le sue scelte, così come le scelte dei vari operatori OTT vengono preferiti:
 - o Produzioni d'autore preferibilmente con cast internazionali, che viaggiano bene su più mercati
 - o Pellicole che si sono distinte in rassegne festivaliere e competizioni cinemat
 → scelte funzionali perché rispondenti a supposti criteri di qualità, facilmente spendibili in chiave promozionale.
- b- Altro trend che accomuna le piattaforme mainstream è l'assoluto schiacciamento dell'offerta sul presente, o su un passato molto prossimo, con poche eccezioni
- c- Non si può però non sottolineare il ruolo delle originals che Netflix e Amazon promuovono come contenuti originali ed esclusivi in virtù del loro forte coinvolgimento nella produzione e nella distribuzione (sulla mia pelle)
- d- Si ricorda poi una grande attenzione dei servizi streaming per il documentario, dallo storico biografico a quello di impegno civile e sociale. Netflix in tal senso ha il catalogo più nutrito...

5.4 conclusioni. Un cinema italiano doppiamente altrove

Cinema italiano confinato in un doppio altrove: il primo inteso come luogo legato al suo arrivo in mercati differenti rispetto a quello per cui è originariamente pensato, stranieri con loro specificità culturali e medial; il secondo inteso come altrove dovuto alla sostanziale residuità degli spazi televisivi e para-televisivi successivi e secondari rispetto alla maggiore attenzione riservata alla sala e ai festival.

Perdurante presenza dei grandi classici canonizzati, nel quadro del cinema d'autore e di quello di genere, fortemente indicativo di una produzione italiana spesso ferma al passato + presenza di una produzione più recente ancora una volta legata agli autori, ma anche caratterizzata da un maggiore afflato internazionale, da produzioni in lingua inglese, da attori italiani noti all'estero + ampio uso dei documentari.

Dall'altra parte è importante collocare la presenza di film italiani, e più in generale del cinema, nei palinsesti televisivi e nelle piattaforme digitali di tutto il mondo seguendo la traccia e le regole di natura commerciale: la disponibilità di un film è solo di rado affidata a una scelta coerente e consapevole di cosiddetto cherry-picking, volta a selezionare la pellicola più adatta alla necessità del servizio, ed è più spesso dovuta alla sua inclusione dentro a grandi accordi-quadro, che sanciscono la licenza di trasmettere, per un periodo limitato, tutti i film di una certa major (nel caso di *output deal*), ampie porzioni delle sue produzioni (*volume deal*) o selezioni più mirate ma comunque vaste di titoli (*package deal*).

Entrano in gioco quindi le scelte dei distributori internazionali e le loro contrattazioni con i buyers e gli interlocutori nazionali, così come le specifiche definite dai contratti di licenza, che limitano le date di inizio e fine dei periodi di licenza, il numero di repliche possibili (*runs*), l'esclusività o meno del contenuto.

→tenendo conto di questi fattori si possono comprendere meglio alcune ragioni della scarsità dei titoli italiani e le ragioni casuali e operative di certe scelte meno cariche di significato editoriale di quanto si potrebbe pensare, ma collegate a riflessioni economiche.

Emergono quindi alcuni punti di attenzione come smettere di considerare secondarie le finestre di distribuzione secondarie: i distributori concentrano troppo/tutta la loro attenzione sulla sala, sui premi e sui festival e finiscono con il trascurare il passaggio in tv e nelle librerie digitali → serve costruire un'identità complessivamente diversa, "di pacchetto", per i film italiani altrove. Inoltre la promozione va rafforzata sia sugli intermediari e sugli altri operatori che hanno un ruolo cruciale nell'importazione, sia sulle adiacenze finali dei paesi di destinazione.

6 la circolazione del cinema italiano all'estero: costruzione del corpus, strumenti di ricerca e metodologie di analisi

6.1 la ricerca e la costruzione del corpus

Esiti principali della ricerca svolta su un corpus delimitato di 20 film italiani di cui sono stati tracciati la distribuzione e la circolazione all'estero nel periodo di riferimento 2007-2016.

La ricerca ha visto concentrare l'attenzione su quattro paesi ritenuti particolarmente rilevanti dal punto di vista qualitativo e quantitativo: USA, Francia, UK e Svizzera → paesi che hanno contribuito a modellare un'idea sia di cinema italiano sia, in senso più ampio, di cultura italiana e "made in italy".

Film selezionati in base a 11 criteri (molto dei film sono presenti in più di una categoria):

- a) i film italiani prodotti prima del 2005 circolati nei paesi di riferimento tra il 2007 e il 2016 (i cosiddetti Longsellers)
- b) i film con un elevato margine di differenza tra successo nazionale e insuccesso internazionale, distribuiti in almeno 2 paesi del campione,
- c) i film con un elevato margine di differenza tra insuccesso nazionale e successo internazionale, distribuiti anche questi in almeno 2 paesi del campione;
- d) i film che hanno avuto particolare successo in ognuno dei paesi specifici del campione;
- e) i film selezionati in concorso e presentati in anteprima nei maggiori festival di cinema internazionali;
- f) i film premiati in occasione di competizioni festivaliere e importanti premi cinematografici nazionali o internazionali;
- g) i film sostenuti con il finanziamento europeo alla produzione Eurimages;
- h) i film sostenuti dal programma MEDIA, dal 2014 sottoprogramma di Creative Europe;
- i) i film di produzione italiana girati in lingua inglese;
- j) i film apparsi con più frequenza nei programmi dei corsi di cinema italiano nelle università internazionali di lingua inglese;
- k) i film frequentemente presentati in occasione di eventi organizzati da Istituti italiani di cultura all'estero.

6.2 metodologia di analisi dei film del corpus

Per l'indagine dei film del corpus si è cercato di adottare uno sguardo sistemico, che combinasse dati quantitativi e analisi qualitative, in una prospettiva economica ma anche culturale.

Per questo ci si è mossi su due fronti:

- i dati quantitativi riguardanti :
 - performance al botteghini quindi quantificazione del successo in termini di guadagni al box office con dati relativi agli incassi del primo weekend, agli incassi totali e ai biglietti staccati (*admission*);
 - a partire da essi sono state delineate delle traiettorie della distribuzione industriale attraverso le window releases di ciascun paese,
 - seguite dalla costruzione dei percorsi di distribuzione post-theatrical soprattutto per quanto riguarda i servizi on demand e theatrical.
 - Festival e premi: costruzione delle strategie di lancio della produzione in eventi nazionali e internazionali, principalmente attraverso i database cross-countries IMDB, IMDBPRO e Filmitalia.org

- dati qualitativi: ci si è serviti di tre tipologie principali di discorsi critici, per rendere conto anche di diverse tipologie di consumo e di lettura/percezione dei film: riviste accademiche per studiosi + recensioni di riviste di settore per un pubblico di appassionati + recensioni su quotidiani per un pubblico generalista

difficoltà:

- difficoltà nel reperire i dati introvabili relativi ai longsellers (soprattutto per quanto riguarda la loro prima uscita e i dati di performance in paesi stranieri)
- per gli altri film del campione i dati completi non sono necessariamente disponibili anche nelle versioni a pagamento delle banche dati → problema dell'affidabilità delle fonti (integrazione con database istituzionalizzati, cioè comunemente utilizzati dagli studiosi come BoxOffice Mojo e IMBDPRO)
- difficoltà nel ricostruire le finestre post-theatrical in particolare quelle precedenti al VOD quindi paytv, tv free, noleggi/vendite dvd: dovuto a ridotto lasso di tempo in tali finestre + mancanza di info sui passaggi tv soprattutto le prime visioni meno recenti
- si sarebbe potuto dare spazio ai discorsi dal basso come le valutazioni degli utenti su Rotten Tomatoes

Io sono l'amore (Guadagnino 2010)

la prima al festival di Venezia nel settembre 2009, nominato ai Golden Globe come miglior film straniero e agli oscar come migliori costumi.

Come gli altri film diretti da Guadagnino gli incassi italiani contribuiscono poco al totale (3%) mentre il 53% degli spettatori ha visto il film in Europa mentre il 44% negli Stati Uniti.

La produzione è solo italiana, se si escludono le co-produzioni Italia USA è il film italiano che ha circolato di più nel mercato nord americano negli anni della ricerca.

Critica pessima in Italia, con continui paragoni indecorosi con Visconti e il richiamo al suo stile; stessa cosa in Svizzera; metà e metà in Francia; ottima in USA.

Habemus Papam (Moretti 2011)

10 anni dopo La stanza del figlio, commedia ironica e leggera.

Non vince premi ma viene presentata a Cannes, ricevendo importante pubblicità → 60% degli incassi totali derivano da biglietti venduti all'estero.

Ha successo in quei paesi in cui nome noto (Serbia e soprattutto Francia)

Ottima critica in Francia (umorismo e tenerezza) pessima in UK.

La grande Bellezza (Sorrentino 2013)

Anche questo è uno dei tre film italiani che corrisponde a 5 dei 10 criteri utilizzati per la stesura del corpus. Oltre ad aver riscosso un notevole successo in ciascuno dei paesi del campione, è stato presentato in anteprima mondiale (in concorso) al Festival di Cannes nel 2013, per poi essere proiettato al Toronto International Film Festival del 2013 e in molti altri festival internazionali, dove ha ricevuto diversi premi. Tra questi, ha vinto il premio come "miglior film straniero" all'86ª edizione dell'Academy Awards, vincendo anche premi ai Golden Globe e ai BAFTA. È stato, inoltre, sostenuto con fondi Eurimages e con il programma MEDIA di Creative Europe. Infine, è uno dei film che appare più frequentemente nei syllabi dei corsi di cinema e cultura italiana presenti nelle università straniere di lingua inglese.

Presentato a Cannes nel 2013.

47% dei biglietti venduti in Europa, 41% in Italia e solo 12% negli USA.

Youth (P. Sorrentino, 2015)

Anch'esso intercetta molti dei criteri del corpus, comparando in particolare nella top 5 dei film italiani che hanno incassato di più in tutti i paesi del campione. Inoltre, si tratta di un caso produttivo piuttosto particolare: nonostante la produzione sia a maggioranza italiana, con la collaborazione di varie società

europee, vi recitano soprattutto attori americani. Si tratta, dunque, di un esempio di film italiano girato prevalentemente in lingua inglese.

A Bigger Splash (L. Guadagnino, 2015)

Questo è il secondo film scritto e diretto da Luca Guadagnino che è stato inserito nel corpus. Considerato dalla critica internazionale il secondo capitolo della cosiddetta "trilogia del desiderio" di Guadagnino, dopo Io sono l'amore (2009) e prima di Call Me by Your Name (2017), è stato presentato in concorso alla 72° Mostra internazionale d'arte cinematografica di Venezia. Come per gli altri film di Guadagnino, anche in questo caso abbiamo riscontrato un elevato margine di differenza tra l'insuccesso nazionale e il successo internazionale, sia in termini di critica che di incassi. Anche in questo caso, il film prevede la partecipazione di attori stranieri, ed è dunque stato girato in inglese.

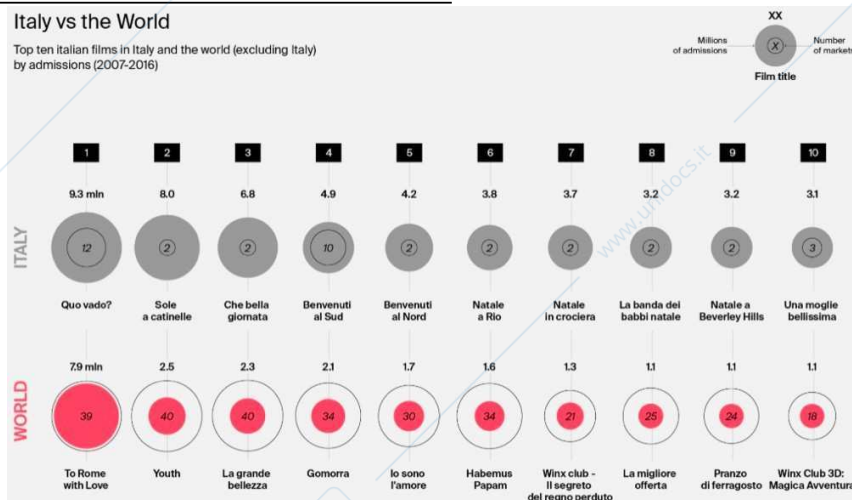
Fuocoammare (G. Rosi, 2016)

Diretto da Gianfranco Rosi, regista italiano trapiantato da alcuni anni negli Stati Uniti, ha vinto l'Orso d'oro al 66° Festival internazionale del cinema di Berlino. È stato nominato all'Oscar come "miglior documentario" e selezionato per rappresentare l'Italia nella sezione "miglior film straniero", pur non riuscendo ad arrivare alla cinquina finale. Inoltre, è stato utilizzato in chiave diplomatica dal governo italiano con l'obiettivo di sensibilizzare le istituzioni europee sul tema delle migrazioni mediterranee. Nonostante abbia ricevuto il plauso unanime della critica internazionale, possiamo notare un sostanziale margine di differenza tra lo scarso successo nazionale e l'elevata circolazione internazionale in termini di incassi theatrical.

7 INFODATA: VISUALIZZARE LA CIRCOLAZIONE INTERNAZIONALE DEL CINEMA ITALIANO

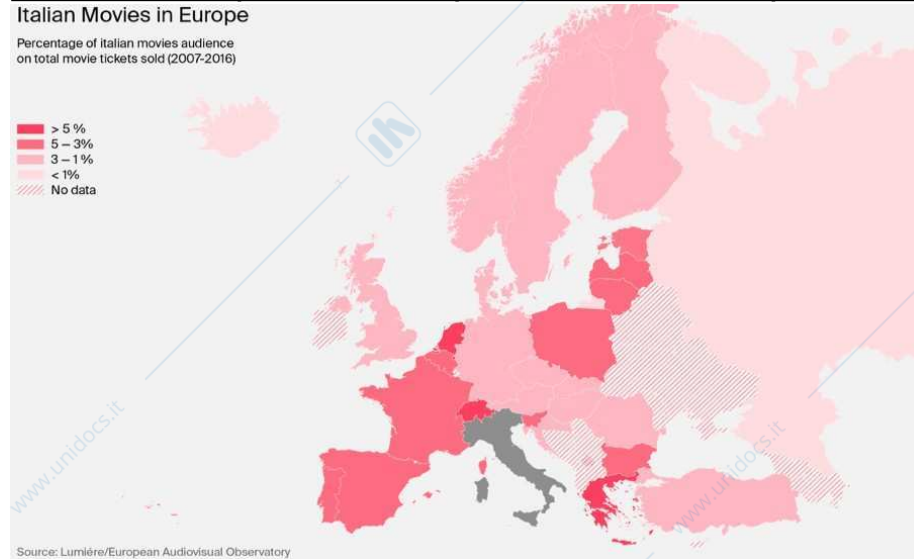
Tutti i dati sono riferiti al periodo di analisi 2007-2016

I 10 migliori film italiani in Italia e nel resto del mondo



È il cinema d'autore a risultare il genere cinematografico ancora più esportabile (Sorrentino, Guadagnino, Garrone, Moretti) a non dimenticare l'animazione (Winx Club); il pubblico italiano invece si dimostra più attento al genere della commedia (Zalone e diversi film di Natale).
→ totale non corrispondenza tra le due classifiche

Film italiani in Europa. Percentuale di pubblico dei film italiani rispetto al totale dei biglietti venduti



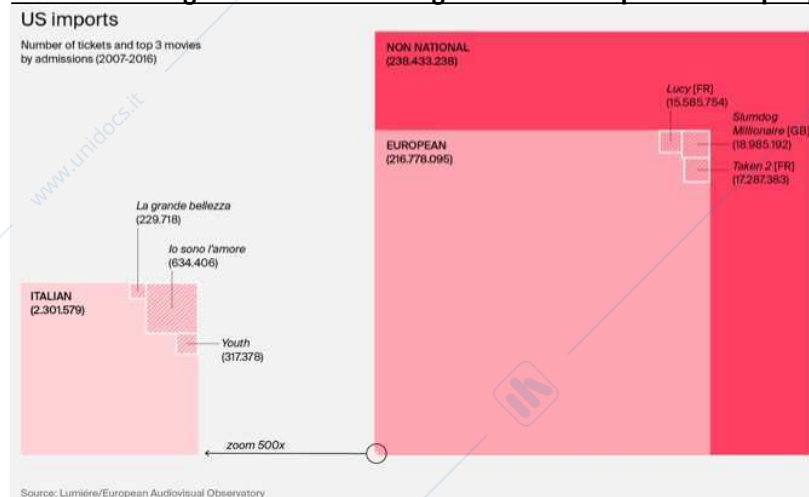
La percentuale è stabilita in base al numero di spettatori per film italiani in rapporto al numero totale di spettatori per i film europei nel singolo paese di riferimento.

Secondo questi dati i paesi con la più alta intensità di ricezione del cinema italiano sono:

- Svizzera, il cui dato è giustificabile da ragioni linguistiche
- Grecia, il cui dato è giustificato dal successo di Quo vado?
- Paesi bassi inseriti in una tendenza europea omogenea che vede in Garrone, Sorrentino e Guadagnino i registi più apprezzati

In generale la grafica testimonia una scarsa ingerenza del cinema italiano contemporaneo nel contesto della distribuzione del cinema europeo, sia in termini di circolazione sia in termini di capacità di penetrazione, o di generare prodotti di successo.

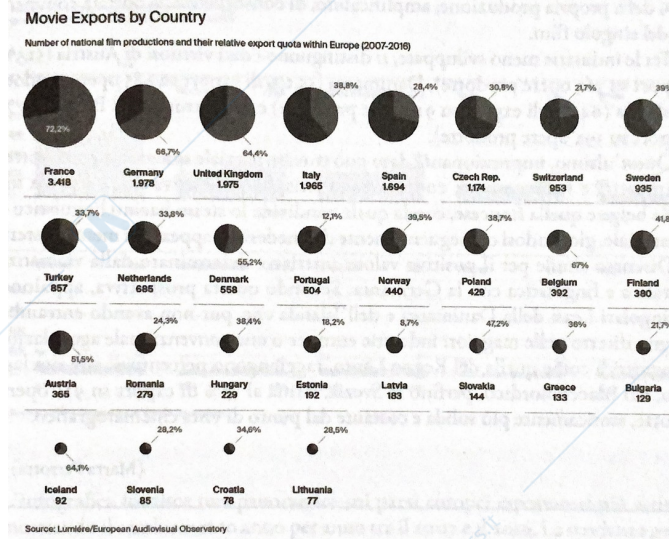
Film italiani negli USA. Numero di biglietti venduti e primi 3 film per presenze.



All'interno dei film importanti dall'estero dagli usa nel decennio considerato, il cinema europeo è indubbiamente quello di maggiore successo.

Il cinema italiano raccoglie solo una piccolissima parte di tutto il pubblico americano interessato ai film europei: 2 milioni e 300 mila spettatori statunitensi. Io sono l'amore raccoglie circa $\frac{1}{4}$ di tutto il pubblico, gli altri due posti della top 10 sono occupati da Youth e La grande bellezza.

Film esportati per paese. Numero di produzioni nazionale e relativa quota di esportazione in Europa.



In nero il totale della produzione nazionale nell’arco temporale preso in esame, è in grigio la percentuale di opere esportate all’interno del mercato europeo.

A livello del numero di produzioni l’Italia si consolida tra le realtà produttive più competitive con dati in linea con Spagna, Regno Unito e Germania, ma i valori mutano in relazione ai dati sulla distribuzione estera → l’export italiano si ferma al 38,8% del totale prodotto, saldamente al di sopra della Spagna (28,4%) ma ben al di sotto del Regno Unito (64,4%) e della Germania (66,7%).

Le produzioni italiane, performanti nel mercato interno, perdono competitività su scala europea: un dato comune alla quasi totalità dei paesi analizzati dove delle 28 nazioni analizzate soltanto 7 riescono a esportare in Europa oltre il 50% della propria produzione:

- Austria 51,5% e Belgio 67% → giustificati da collaborazione con rispettivamente Germania e Francia con cui condividono anche una vicinanza linguistica e culturale
- Danimarca 55,2% e Islanda 64,1%

Film europei in Europa. I primi dieci paesi esportatori in Europa per numero di film distribuiti ogni anno

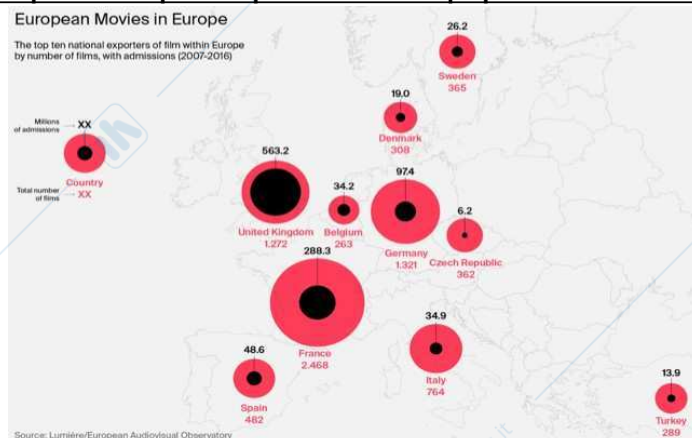


La prevalenza della Francia, Germania e Regno Unito è poco sorprendente in quanto sono paesi con un’industria di media audiovisivi più importanti con un legame più forte con Hollywood e/o i mercati target che parlano la stessa lingua.

La posizione dell’Italia all’interno di questa classifica costituisce un’anomalia curiosa: pur essendo il quarto esportatore europeo di film, non si trova ad avere gli stessi vantaggi delle prime tre nazioni: ad esempio, il

suo unico mercato linguistico è la piccola regione del Cantone Ticino → l'elevato numero di esportazioni si spiega attraverso la solidità dell'industria cinematografica italiana e la forte tradizione autoriale.

Film europei in Europa. I primi dieci paesi esportatori in Europa per numero di film, con presenza



Infografica che mostra i dieci paesi europei che raggiungono il maggior numero di film esportati in tutta Europa, sia per numero di titoli sia per numero di ingressi al cinema. I cerchi neri indicano il numero di ingressi al cinema mentre i cerchi grigi indicano il numero di film prodotti da ciascun paese.

Il principale paese esportatore è la Francia, con numero di titoli venduti all'estero circa il doppio di quelli del Regno Unito. Nonostante ciò il numero di ingressi al cinema per i film francesi è nettamente inferiore a quello realizzato complessivamente dai film inglesi → ciò significa che i film francesi penetrano meglio di altri nei mercati stranieri, ma non sono altrettanto leader in termini di capacità di aggregare spettatori. Quindi film inglesi generano il maggior numero di ingressi al cinema per film esportati: numero film esportati simili a quello della Germania ma presenze in sala 5 volte superiori.

Italia al quarto posto per numero film esportati, ma totale ingressi limitato: pari a quello del Belgio (esporta 3 volte meno) e inferiore a quello della Spagna (esporta la metà).

Film europei in Europa. I primi 10 paesi esportatori in Europa per presenze annuali

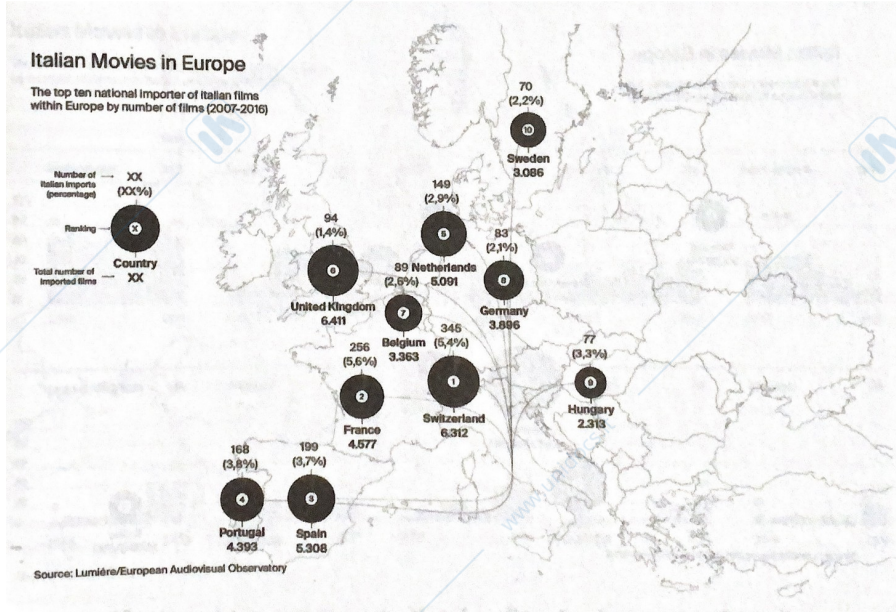


L'infografica mota i 10 paesi i cui film hanno realizzato il maggior numero complessivo di presenze nel mercato europeo attraverso l'esportazione: Italia al quinto posto.

Lo scarso successo del film italiano all'estero può essere solo in parte legato alla lingua italiana non parlata in altri paesi (Sp stesso problema). Altro dato che emerge è che il Belgio ha una capacità produttiva significativamente inferiore ma ha lo stesso numero di spettatori stranieri dell'Italia: dato che può essere ricondotto all'elevato numero di co-produzioni internazionali (sappiamo quanto questo influenzi).

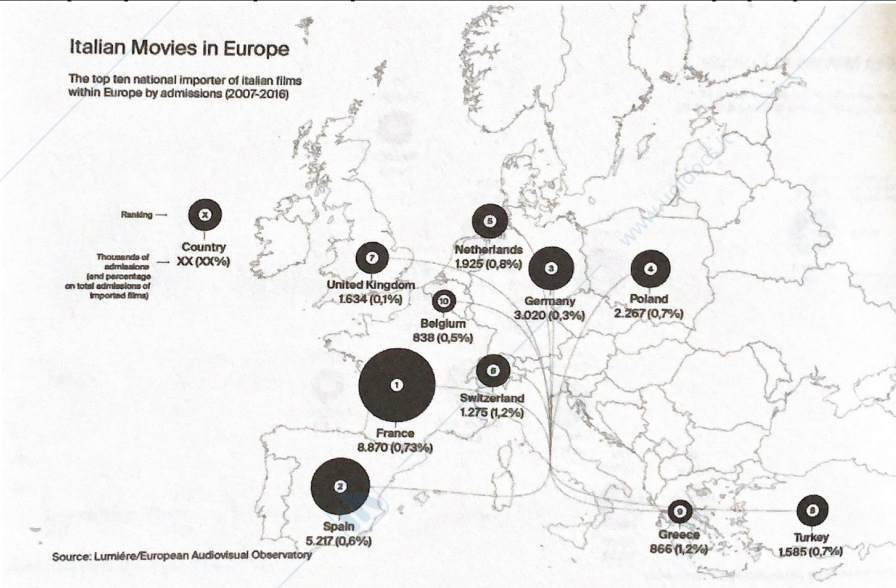
→ buona esportazione ma meno capace di aggregare pubblico; problema che riguarda l'intera produzione italiana.

Film italiani in Europa. I primi 10 paesi importatori di film italiani in Europa per numero di film



La svizzera è il paese che ha importato il maggior numero di film italiani (5,4% dei film complessivi impo). Ma la quota è inferiore rispetto alla Francia (5,6%) che importa meno film ma mostra una significativa apertura al cinema italiano. Terzo paese importatore Spagna (199) e poi Portogallo (168).
→ il film made in Italy ha come principale mercato estero un'area geograficamente e culturalmente prossima

Film italiani in Europa. I primi dieci paesi importatori di film italiani in Europa per presenze

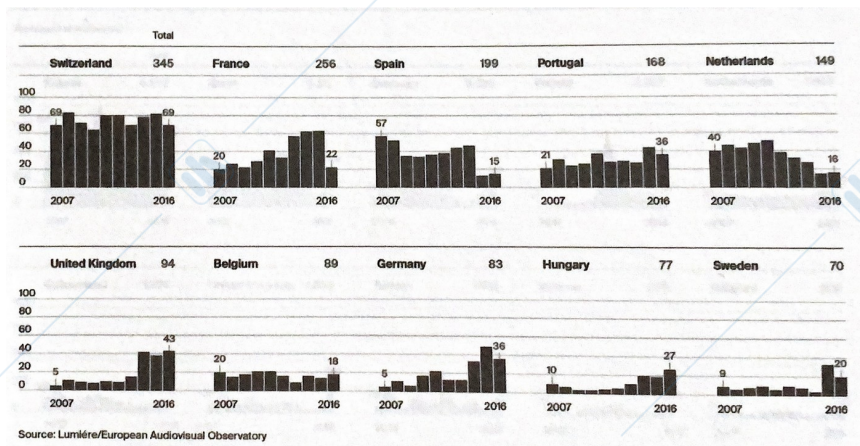


10 paesi europei in cui i film italiani hanno realizzato il maggior numero di presenze nel periodo considerato.

Francia al primo posto con 9 milioni di presenze (0,73%) seguita da Spagna (oltre 5 milioni) e la Germania (circa 3 milioni di presenze).

La Svizzera si ferma al sesto posto: numero contenuto di popolazione. Ma si colloca al primo posto per la percentuale di presenze per i film italiani (1,2%).

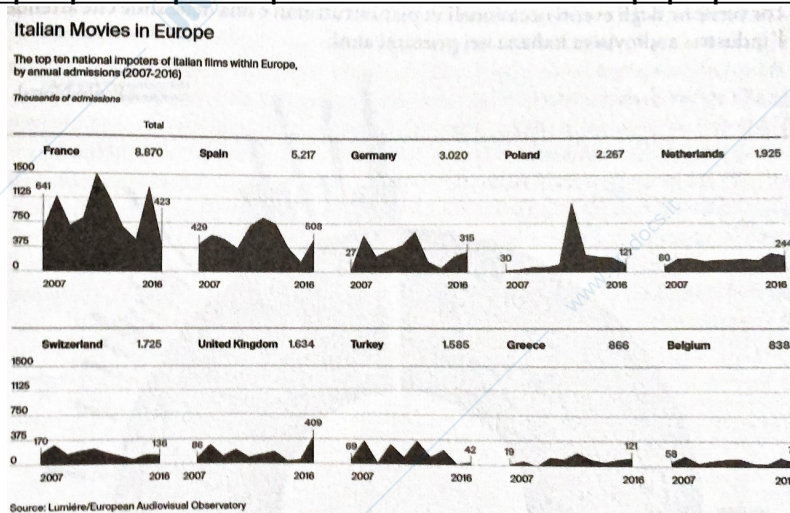
Film italiani in Europa. I primi 10 paesi importatori di film italiani in Europa per numero di film distribuiti annualmente



Due indicazioni di massima:

- I principali importatori di film italiani sono i paesi più vicini per ragioni culturali e linguistiche all'Italia, come la Francia e la Svizzera, ma anche Spagna e Portogallo. La Francia è il mercato straniero che garantisce più spettatori al cinema italiano, ma il numero di film importati è relativamente basso: nonostante gli anni di picco, i titoli distribuiti sono in media 25 all'anno
- Numeri assoluti: la media di film distribuiti per anno non supera la decina (guardando l'infografica inferiore), un numero davvero esiguo che rivela le difficoltà di penetrazione in mercati dinamici e importanti in termini di biglietti venduti come quello tedesco e britannico (suggeriscono un investimento sul prodotto offerto)

Film italiani in Europa. I primi 10 paesi importatori di film italiani in Europa per presenze annuali



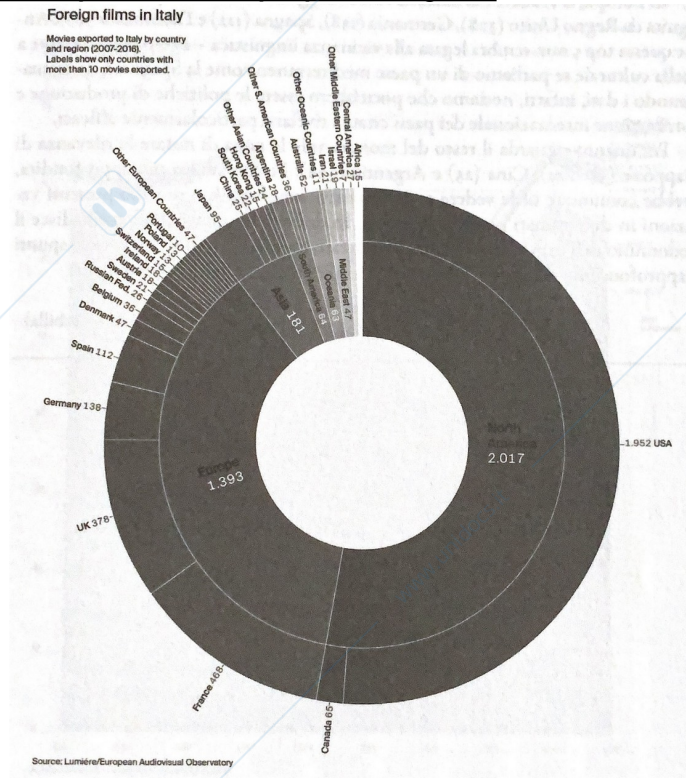
Il riassunto del grafico che rappresenta la circolazione dei film italiani nei primi 10 paesi importatori di cinema nazionale: una serie di linee spezzate che salgono in occasione di film evento e tornano a deprimersi quando l'offerta è ordinaria.

La prima certezza riguarda la Francia che da sola garantisce quasi un terzo degli ingressi che i film nazionali raccolgono nei dieci paesi in questione (successo di saliscendi legato a singoli casi come Habemus Papam di Nanni Moretti, amatissimo in Francia).

A fronte del risultato non eclatante ma soddisfacente di film d'autore come Sorrentino e Garrone si conferma la difficoltà di esportare commedie.

→ la conversione degli eventi occasionali in piani strutturali è una delle sfide che attende l'industria audiovisiva italiana nei prossimi anni.

Film stranieri in Italia. Film esportati in Italia per paese e regione.



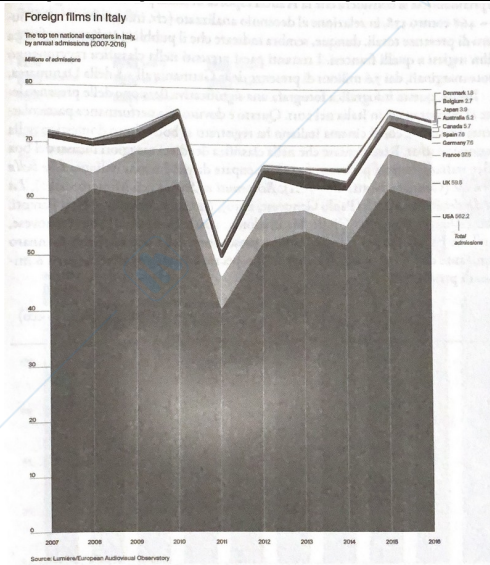
Nord America (2017 film) ed Europa (1393) occupano la maggior parte del mercato, seguiti da Asia (181), Sud America (64), Oceania (63), Medio Oriente, America centrale e Africa.

→posizione dominante degli USA nel mercato cinematografico italiano non solo dal pdv linguistico ma soprattutto in quanto sistema di produzione/distribuzione forte, nonché anche pervasivo e radicato in termini di cultura e immaginario.

→in Europa la Francia è il paese con maggior numero di esportazioni (468) seguita da UK (378) e Germania (138). Contestualizzando i dati potrebbero essere le politiche di produzione e distribuzione internazionale dei paesi citati a rivelarsi efficaci.

Giappone (95), Cina (25) e Argentina (28).

Film stranieri in Italia. I primi dieci paesi esportatori in Italia per presenze annuali.



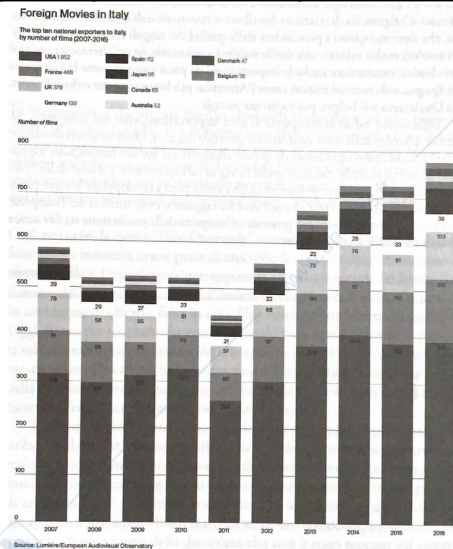
Classifica dei dieci paesi stranieri in cui i film hanno realizzato il maggior numero di presenze sul mercato italiano nel periodo in esame.

Supremazia usa con 50 milioni di presenze annue (a fronte dei 300/400 film distribuiti all'anno saturando oltre la metà dei film stranieri in Italia).

Secondo posto con regno unito (59 milioni di presenze totali) terzo per la Francia (37 milioni) dato sorprendente se si considera che la Francia esporta più del UK in Italia → pubblico italiano preferisce film inglesi a quelli francesi.

2011 anno di flessione delle presenze di film stranieri: nella classifica top 10 incassi box office 6 erano italiani.

Film stranieri in Italia. I primi 10 paesi esportatori in Italia per numero di film



I film provenienti dagli USA, oltre a costituire una larga maggioranza del totale, stupiscono per la loro abbondanza costante, che oscilla con poche eccezioni tra i 300 e i 400 titoli ogni anno. Sia con valori assoluti minori una simile stabilità caratterizza anche le importazioni da paesi come la Germania o la Spagna.

I film stranieri distribuiti in Italia aumentano ogni anno. Di questo allargarsi del bacino beneficiano soprattutto alcuni paesi della cinematografia in via di rafforzamento: Francia (seconda per provenienza) regno unito (nel 2016 ha raggiunto 100 titoli).