



ANEC Associazione Nazionale Esercenti Cinema

IL MERCATO CINEMA IN ITALIA OGGI

Il Consiglio generale dell'ANEC, riunito il 9 e 10 maggio a Pratolino (FI), con la partecipazione di esponenti dell'ANEM, della FICE e dell'ACEC, ha effettuato una approfondita analisi della situazione del cinema in Italia con particolare riguardo al “sistema sala” rilevando

a) Dal punto di vista economico – industriale

- La sala cinematografica è uno snodo fondamentale di congiunzione tra la fase produttiva / ideativa del “prodotto culturale film” (in Italia come in altri Paesi ritenuto meritevole di sostegno e promozione da parte dei pubblici poteri) e i successivi segmenti di diffusione e utilizzazione, home video, pay tv, ecc.)

Per generale consenso, è dalla uscita in sala, dal primo contatto con il pubblico che nascono fortune o sfortune, successo o insuccesso dell'opera cinematografica e la sua valutazione economica per i passaggi successivi della rete di diffusione.

La tutela e lo sviluppo del sistema sala sono quindi elementi essenziali alla vitalità dell'intero mondo dell'audiovisivo e dell'industria dell'immagine e perfino del più recente mezzo di diffusione “legale” che è internet.

- Sono peculiari le caratteristiche dell'impresa dell'esercizio che vede da una parte una sostanziale rigidità dei “costi di produzione” della propria attività e anzi una loro costante crescita (locazioni, personale, riscaldamento, percentuali di noleggio dei film, imposte nazionali e locali, disallineamento dell'Iva tra entrata e uscita, ecc.) e dall'altra parte una sostanziale impossibilità di usare la leva del prezzo anche solo per un adeguamento al tasso inflattivo (dal 2000 al 2011 il prezzo è aumentato del 16,92% contro un tasso di inflazione del +26%).
- Queste considerazioni sono valide in linea generale sempre ma sono accentuate dalla situazione di crisi generale del Paese che nel corso degli anni ha drasticamente ridotto la redditività dell'impresa sala e, per l'intervenuto aumento dei costi di accesso al credito, reso problematiche se non impossibili, oggi, le possibilità di investimento nel settore e la realizzazione di nuove strutture.
- Occorre anche non dimenticare una sostanziale staticità della domanda di cinema che, oltretutto, soffre in maniera particolare dell'effetto dirompente della pirateria tramite internet (che ha comportato l'iscrizione del nostro Paese nella black list degli organismi internazionali più soggetti a questa forma di violazione del diritto d'autore a danno non solo del sistema sala ma di tutta la filiera cinema).

- **E', quindi, come parte iniziale e in un certo senso "portante" dell'economia della filiera audiovisiva che la sala merita una valutazione della sua vitalità nell'ambito degli interessi generali da tutelare.**

b) Dal punto di vista socio – culturale:

- Lo sviluppo intervenuto negli ultimi dieci – quindici anni con l'espansione della formula multiplex (da 66 complessi superiori a 9 schermi nel 2003 a 122 complessi nel 2011) non si è tramutata in una crescita complessiva del mercato attestato ad un livello medio intorno ai 110 milioni di biglietti venduti;
- L'aumento dei complessi multiplex e la loro capacità di attrazione soprattutto verso il pubblico dei giovani ha prodotto un drastico impoverimento del parco delle strutture più piccole, soprattutto monosale (812 schermi chiusi dal 2001, 77 schermi nei primi 4 mesi del 2012) con conseguente impoverimento dei centri storici e dei quartieri delle grandi città;
- Sul piano culturale queste strutture costituiscono lo sbocco naturale dei film di qualità e gli stessi produttori paventano il rischio che ulteriori chiusure minaccino ancora più fortemente la diffusione di questo tipo di film;
- Sul piano sociale la chiusura delle sale di città o di vicinato contribuisce all'impoverimento dei centri cittadini, crea zone di desertificazione urbana, elimina occasioni importanti di incontro, di aggregazione, di vitalità anche sul piano del semplice intrattenimento, con fasce di pubblico che, non disponibili a frequentare le strutture multiplex decentrate, finiscono per abbandonare completamente la frequentazione delle sale (direttamente i cittadini, sempre più spesso, intraprendono iniziative – sottoscrizioni, riunioni, petizioni – per evitare la chiusura di sale cinematografiche che restano punto importante del panorama dei centri cittadini.
- Anche questa constatazione deve indurre i pubblici poteri, e in modo particolare gli enti di diretta gestione del territorio, ad intervenire a sostegno non tanto e non solo della pura e semplice sopravvivenza delle sale cinematografiche (anche attraverso l'alleggerimento dell'imposizione fiscale) quanto piuttosto per dar vita ad un processo di consolidamento e rilancio, di riproposizione di questo luogo di incontro e di riferimento sociale che conserva intatte le sue caratteristiche di centro di diffusione della cultura e di relazione interpersonale.

Quale emblematica sintesi di quanto considerato, si può citare il seguente passo di una recente analisi di un docente di economia della Università Bocconi di Milano:

“La cultura è da molti considerata come la più interessante risorsa del terzo millennio nei paesi post industriali: generatore di occupazione e di redditi, catalizzatore di finanziamenti per la realizzazione di grandi eventi e investimenti, fonte di attrattività di territori e interi paesi, oggetto di consumi che manifestano andamenti anticongiunturali (dunque capaci di esorcizzare la crisi offrendo divertimento ed evasione). Si tratta di un

nuovo modello economico, un sistema che ritiene che le opportunità di crescita e competitività globali derivino dalle conoscenze e dalla creatività.

(Anna M. Alessandra Merlo, docente di economia aziendale e delle istituzioni culturali alla Bocconi, supervisore scientifico Master in management per lo spettacolo SDA Bocconi).

Ed è allora su questo piano che è insieme economico e di tutela della funzione sociale e culturale del cinema che vanno inquadrare le già esistenti agevolazioni – da confermare – e nuovi investimenti (per l'introduzione del digitale, per la realizzazione di sale più moderne e confortevoli) da deliberare. Ruolo determinante dovrà avere il dialogo con le Regioni e con l'ANCI, cioè agli organismi pubblici a più diretto contatto con le esigenze e le aspettative dei cittadini.

Occorre peraltro che energie, capacità di reazione alle difficoltà e spinta verso modelli adeguati ai tempi si mobilitino anche all'interno delle categorie e che si rafforzino tendenze che già stanno emergendo in due direzioni: quella della crescita professionale delle categorie, quella del dialogo tra le categorie più vicine al settore sala per la individuazione degli obiettivi comuni utili alla creazione di un futuro assetto più stabile dell'intero settore.

Mentre per la crescita professionale ci si propone di attuare ogni possibile e utile strumento disponibile (seminari, workshop, corsi di qualificazione, ricerca e diffusione di nuove tecnologie, promozione di forme consortili) per il dialogo con le altre componenti della filiera, si può considerare:

- Obiettivo evidentemente comune è la lotta alla pirateria (e quindi la sollecitazione forte ai pubblici poteri di normative e strumenti di intervento adeguati sulla scia di quanto molti altri Paesi hanno già realizzato)
- Comune deve essere anche la prospettazione verso le istituzioni delle esigenze del settore nel suo insieme e delle esigenze specifiche di ogni singolo segmento ed è quindi auspicabile l'adozione di strumenti di coordinamento intercategoriale
- Nel rispetto della naturale contrapposizione di interessi, in particolare tra esercizio e distribuzione è assolutamente necessario che si rimuova la conflittualità fine a se stessa e si cerchino soluzioni condivisibili alle più comuni e frequenti occasioni di contrasto nell'interesse generale: applicazione del vpf, studio di possibili agevolazioni alle aziende in difficoltà, multiprogrammazione come elemento di una più moderna offerta al pubblico, sinergie nella promozione dei film, adozione di strumenti di conciliazione e arbitrato delle controversie, promozione di grandi eventi per risvegliare l'attenzione del pubblico (Festa del cinema, offerte promozionali nazionali, ecc.).