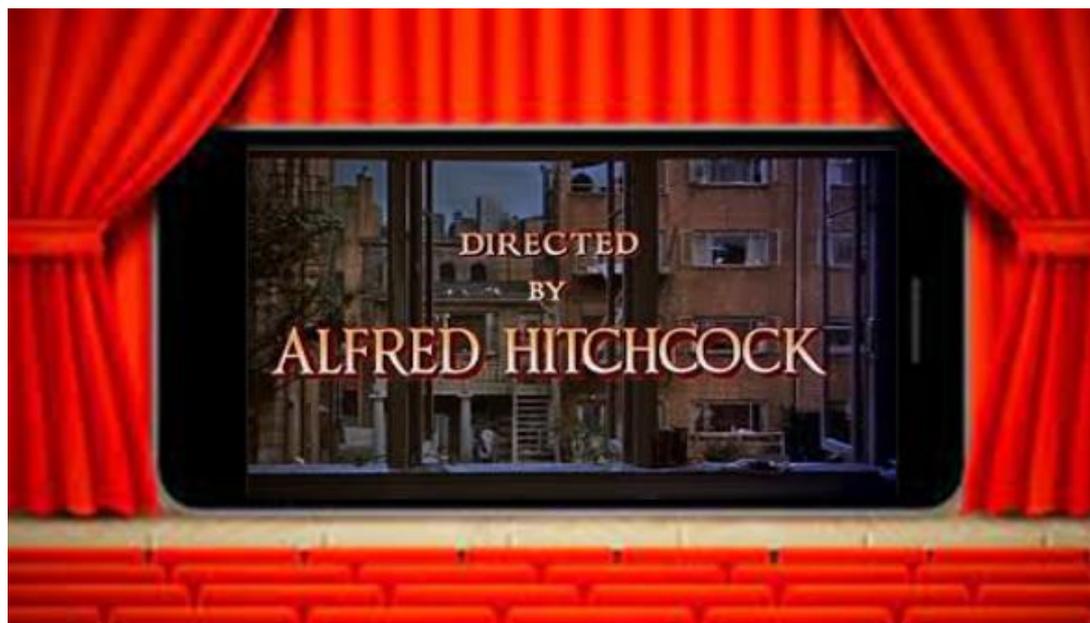


Le finestre di distribuzione del film nell'industria audiovisiva post-Covid

Il caso Italia in una prospettiva internazionale



Rapporto ITMedia Consulting

Roma, 6 giugno 2022

Nota metodologia

Le finestre di distribuzione del film nell'industria audiovisiva post-Covid: il caso Italia in una prospettiva internazionale è uno studio realizzato da ITMedia Consulting in occasione dell'uscita del Rapporto Multiclient *VOD in Europe 2022-25: The Big Gamble* e ne approfondisce un particolare aspetto legato alle prospettive dell'industria del film in Europa e in Italia.

I dati e le informazioni presenti nel rapporto provengono da fonti pubbliche, studi, rapporti di ricerca e da fonti interne. Le stesse, citate nel testo e nelle figure, sono poi riportate estensivamente in bibliografia.

Il presente rapporto è stato completato il 31 maggio 2022 e redatto da Augusto Preta. Si ringraziano per il prezioso contributo di ricerca e di editing Edoardo Comito e Federica Loffredo di ITMedia Consulting.

I contenuti e le opinioni espressi nel rapporto impegnano esclusivamente ITMedia Consulting.

Copyright © 2022 ITMedia Consulting. Tutti i diritti riservati. Nessuna parte di questa pubblicazione può essere riprodotta in qualsiasi forma senza espressa autorizzazione di ITMedia Consulting s.r.l.. ITMedia Consulting si riserva i diritti di tutela per i danni derivanti da un uso improprio o illegale del Rapporto.

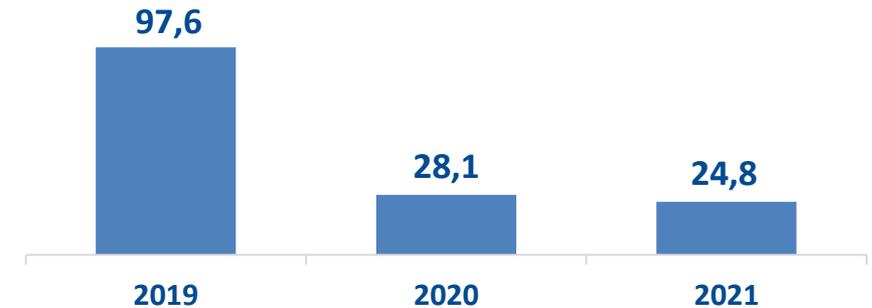
Oggetto del lavoro

- ❑ Il digitale ha avuto negli ultimi anni un impatto dirompente sull'industria cinematografica, con conseguenze rilevanti su tutta la filiera (produzione, distribuzione ed esercizio).
- ❑ La pandemia ha ulteriormente accentuato questo processo, in una fase particolarmente critica per il settore, che ha richiesto misure straordinarie per sostenere l'intero comparto cinematografico, a seguito dello stop alle produzioni e della chiusura delle sale.
- ❑ Con il ritorno alla normalità e la ripresa delle produzioni, il settore che sembra maggiormente soffrire, soprattutto in Italia, è quello dell'esercizio.
- ❑ Per favorire dunque il ritorno in sala, in varie occasioni, è emersa la volontà di un intervento governativo per regolare per legge il fenomeno delle finestre, estendendolo anche ai film non italiani non sostenuti da finanziamenti pubblici.
- ❑ Il presente studio intende analizzare il fenomeno, anche in una prospettiva comparata, così da meglio comprendere la necessità e l'efficacia di queste misure per il raggiungimento degli obiettivi prefissati.

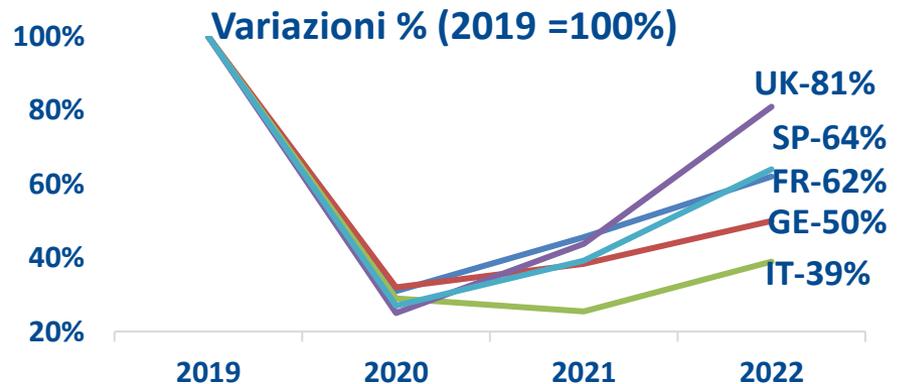
Executive summary (1)

- ❑ La pandemia ha determinato una **crisi profonda** dell'industria del cinema, con lo stop alle produzioni e la chiusura delle sale. Il tutto nel momento in cui l'offerta in **streaming esplodeva**.
- ❑ Con il lento ritorno alla normalità e la ripresa delle produzioni, il settore che **soffre di più**, soprattutto **in Italia**, è **l'esercizio**, che recupera meno che in altri Paesi.
- ❑ Nel timore che lo streaming possa penalizzare l'esercizio, emergono proposte per **normare, allungare ed estendere a tutti** i tempi di esclusiva della finestra cinema, che si richiamano ad altre esperienze europee (Francia).

Presenze al cinema (Mln)



Fonte: Cinetel



Fonte: European Audiovisual Observatory

IMPATTO DELLA NORMATIVA

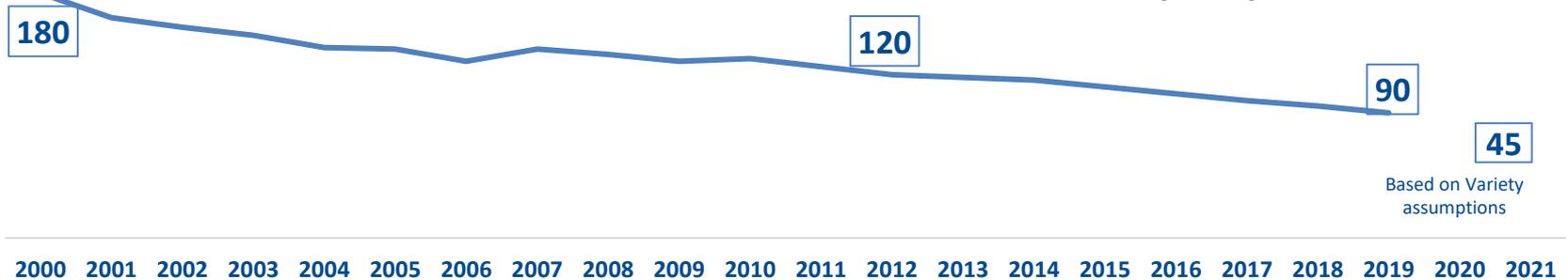
L'analisi comparata sui principali Paesi europei dimostra come **non vi sia alcun rapporto diretto tra normativa sulle finestre e ritorno del pubblico in sala**, come dimostrato dal maggiore recupero del **Regno Unito**, dove non c'è normativa, e dagli analoghi risultati, in situazioni opposte, di **Spagna e Francia**.

Executive summary (2)

- ❑ **Non emergono evidenze che allungare i tempi di uscita in streaming garantisca un significativo vantaggio competitivo alla sala.** Il mancato ritorno del pubblico in sala è dipendente da altri fattori:
 - a) **durata maggiore delle chiusure;**
 - b) **timori legati al contagio (misure più rigide, popolazione più anziana);**
 - c) **minore appeal della produzione locale**

- ❑ La durata ottimale delle finestre è fortemente dibattuta per l'emergere di tre fattori:
 - a) **l'aumentata competizione dei nuovi servizi digitali (VOD)**
 - b) **la concentrazione degli ingressi nelle sale su un numero ristretto di film e per un limitato periodo di tempo**
 - c) **la pirateria**

La durata media della finestra di esclusiva in sala (USA)



Fonte: elaborazione su dati National Association of Theatre Owners

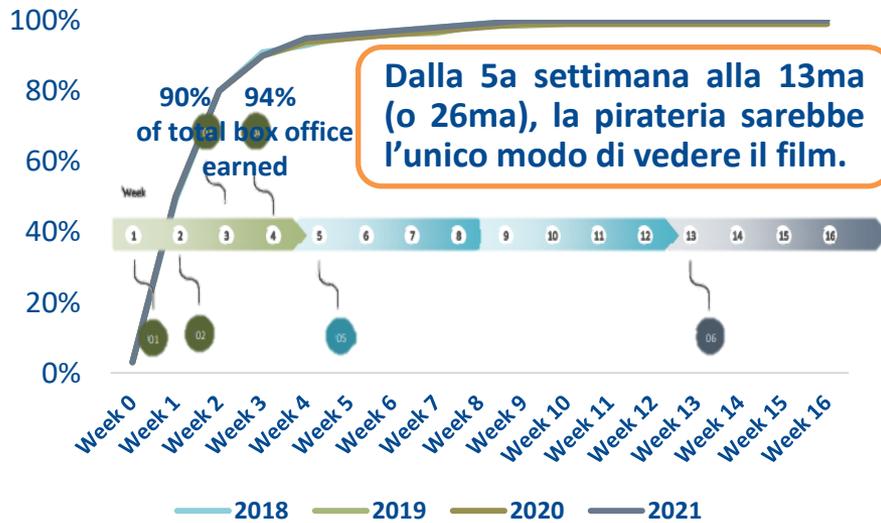
LA DURATA DELLE FINESTRE

Tutto ciò ha portato a una **costante riduzione delle finestre** temporali di esclusiva per la sala tendenza che, accentuata dalla **pandemia** con la chiusura delle sale per lunghi periodi negli ultimi 2 anni, appare destinata a continuare anche in futuro.

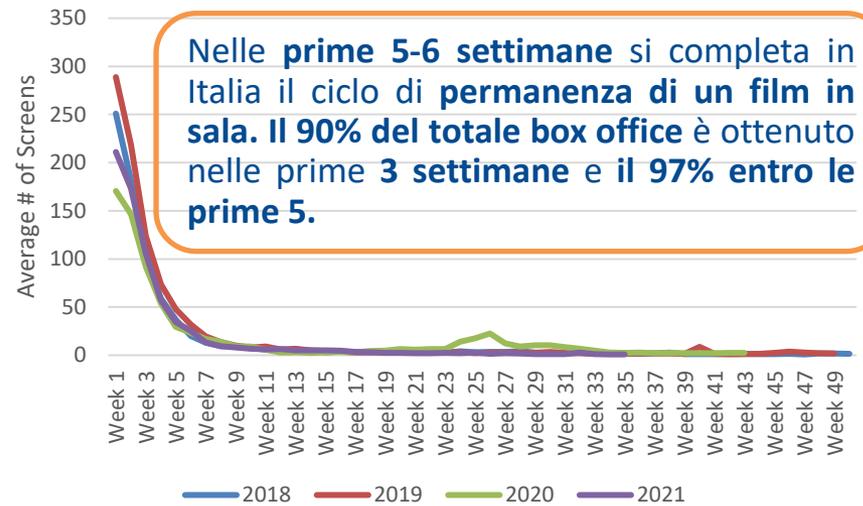
Executive summary (3)

ONE SIZE DOESN'T FIT ALL

Se il cinema resta il luogo privilegiato per vedere un film, non solo per certe tipologie di offerta, le nuove forme di fruizione spingono a una **diversa cronologia, basata sull'autoregolazione**, che consenta di massimizzare il valore del film in tutta la catena distributiva, secondo un modello di **finestre flessibile e da valutare caso per caso**.



Fonte: elaborazioni ITMedia Consulting su MPA



Fonte: elaborazione ITMedia Consulting su MPA analysis di Comscore – International Box Office Essentials. .

INCENTIVO ALLA PIRATERIA

Una regolamentazione più restrittiva a salvaguardia della sala, che imponga finestre per legge, appare **inefficace** nel favorire il ritorno del pubblico in sala. Tale soluzione, **riducendo** al contrario le opportunità di **ricavo totale del film**, non tiene conto del reale andamento del **ciclo distributivo del film** e crea **ulteriori incentivi per utilizzi illegali dell'opera**.

Il sistema delle finestre

Incentivi e disincentivi alla regolamentazione

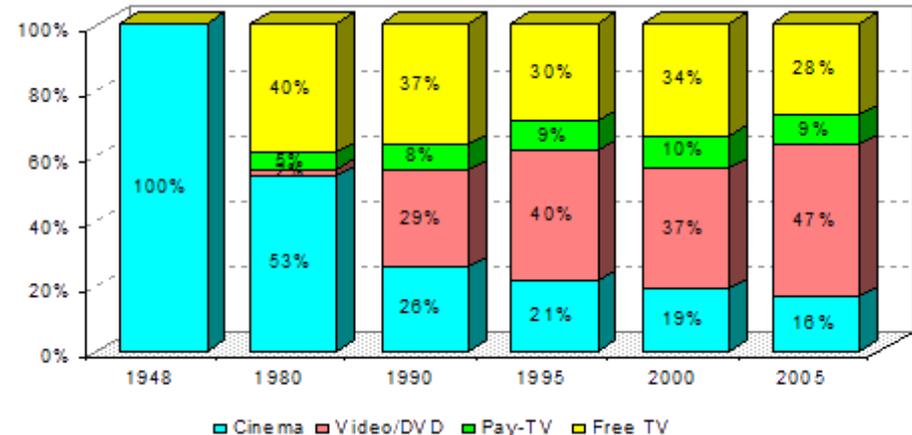
Conclusioni

L'industria del film

Principali caratteristiche

- ❑ **Aleatorietà e alto rischio:** non esiste a priori alcuna domanda per un determinato film, ogni produzione è unica; nessuna procedura standard può garantire il successo di un prodotto prima della sua distribuzione al pubblico.
- ❑ **Industria di prototipi:** alti costi fissi ed elevate competenze, insieme alla difficoltà di trarre vantaggio dalle economie di scala, non consentono una riduzione dei costi dei singoli prodotti.
- ❑ **Industria basata sui talenti:** costi crescenti di produzione per tutto il personale creativo «sopra la linea» (attori, registi, scrittori, ecc.), con la necessità di accrescere continuamente i ricavi per rendere sostenibile il business.

Ricavi Studios 1948-2005



Fonte: A. Preta

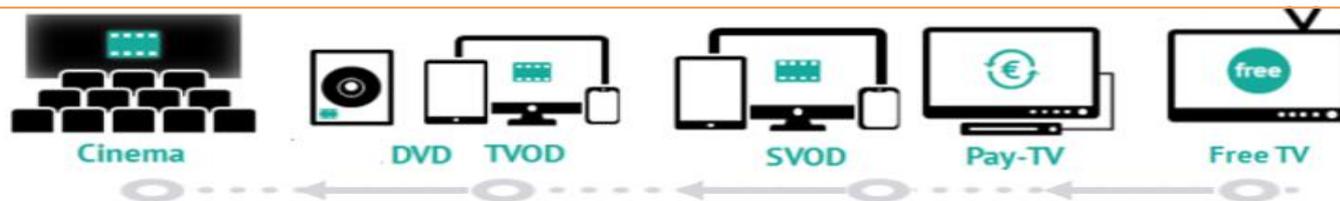
- ❑ In ragione di ciò, la **sala cinematografica** da sola non è stata più in grado di garantire ai titolari dei diritti i ricavi necessari.
- ❑ Per questo motivo sono nati e si sono sviluppati nuovi canali distributivi, che hanno dato vita al **sistema delle "finestre"**: il film viene distribuito **in tempi diversi, su diversi canali**, in rapporto alla supposta disponibilità a pagare dei consumatori.
- ❑ Questo **modello**, pur con le opportune modifiche e adattamenti, è **tuttora in uso**.

Le finestre di distribuzione

- ❑ Ai soggetti coinvolti nello sfruttamento del film in ciascuna finestra viene garantito un **periodo di esclusiva** prima che il film stesso passi alla successiva.
- ❑ In questo modo i titolari dei diritti riescono a **massimizzare i ricavi** provenienti dai diversi canali distributivi, offrendo al contempo ai **consumatori la possibilità di scegliere** i formati e le modalità di visione preferite.



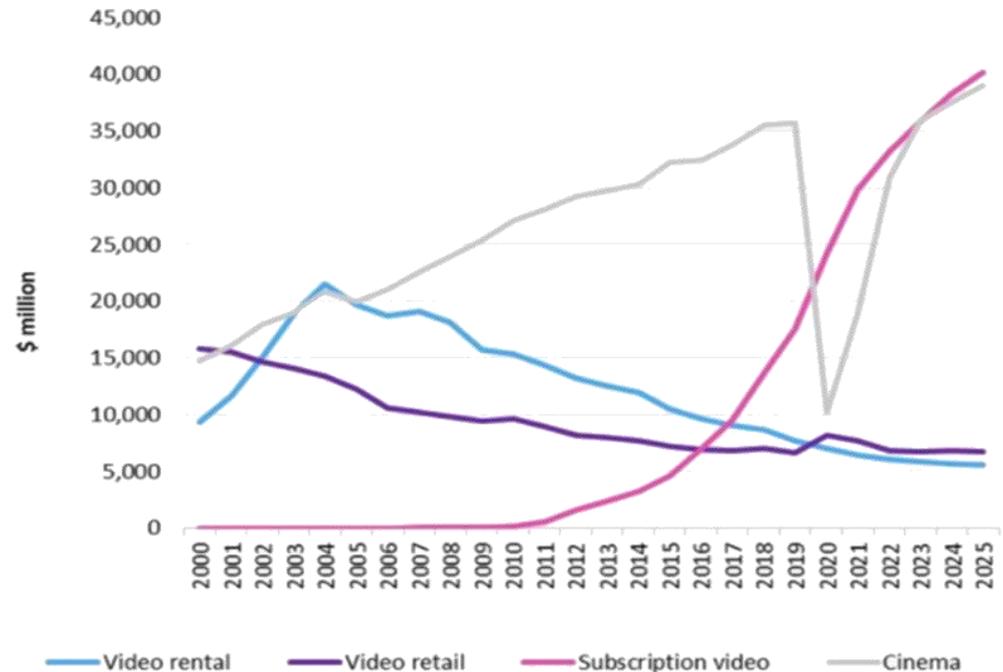
- ❑ Fondamentale è **trovare il giusto equilibrio**, non prolungando più di quanto non sia necessario l'esclusiva sulla prima finestra (sala). Da un lato se la prima finestra è troppo breve, i ricavi complessivi possono subire un impatto negativo. Al contrario, se la prima finestra è troppo lunga, la propensione del pubblico a vedere quel film può ridursi nel tempo, con effetti negativi sui ricavi a valle.
- ❑ Con la riapertura delle sale, i film hanno ripreso lo schema consolidato: **cinema, home entertainment fisico e digitale, SVOD e pay-TV, TV in chiaro**.



La trasformazione digitale e l'impatto della pandemia

- ❑ Questa evoluzione è dovuta al crescente **impatto di internet** nel nuovo millennio. Ciò ha comportato il trasferimento dell'home video dal mondo fisico a quello **digitale**, con la sostanziale dissoluzione del primo.
- ❑ Il subscription video on demand (**SVOD**) ha avuto un ruolo chiave in questo processo, con tassi di crescita ampiamente in doppia cifra a partire dal 2010, con il passaggio di Netflix dalla distribuzione fisica a quella digitale online.

Ricavi totali dei film per piattaforma

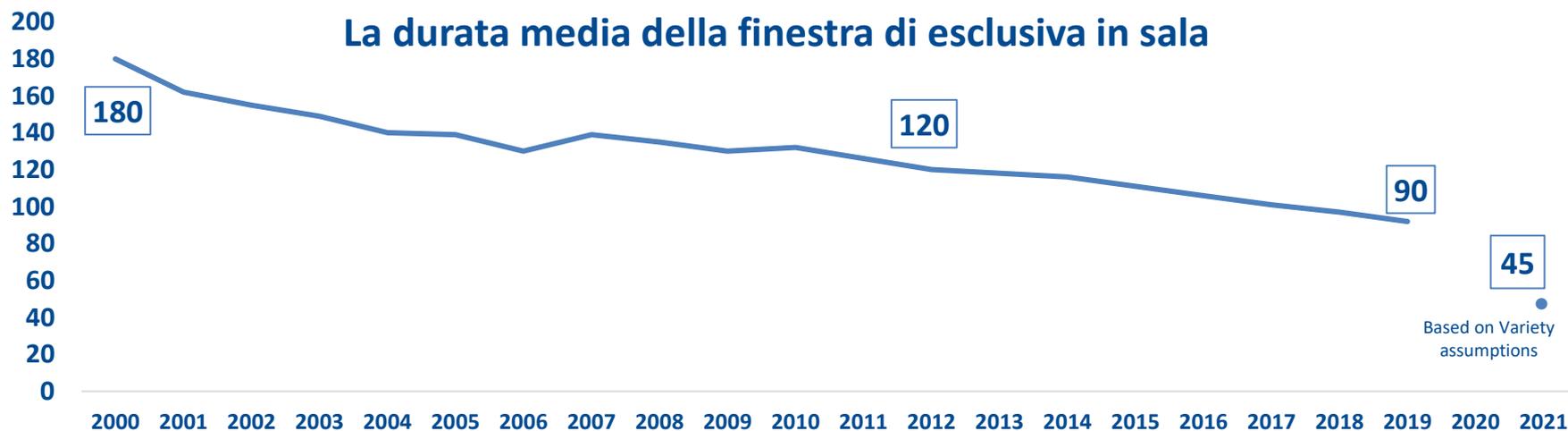


Fonte: Light Reading su dati Omdia

- ❑ La **pandemia ha accelerato ulteriormente questo fenomeno**, con la chiusura delle sale nel 2020, diventando lo SVOD la principale fonte di finanziamento del film. La sostanziale ripresa della sala a partire dal 2021 si prevede continuerà al pari della crescita della **distribuzione online**, in particolare lo **SVOD**, con **tassi d'incremento** che continueranno ad essere elevati anche nei prossimi anni.

La riduzione della durata delle finestre: il caso USA

- ❑ A fronte del profondo cambiamento nel modello di business, si è parallelamente **ridotta la finestra** di esclusività del cinema.
- ❑ Dai quasi **sei mesi** in media del 2000, si è passati ai **4 mesi** del 2012, fino ai **90 giorni** del 2019. In questo periodo inoltre, con l'esplosione delle offerte digitali, **la sala si è trasformata**, sviluppando modelli **complementari** e non più solo esclusivi di distribuzione del film, legati anche **alla programmazione di eventi e di film anche in contemporanea** tra online streaming e sala.
- ❑ La pandemia e la conseguente chiusura delle sale ha dato un'ulteriore scossa al mercato, accelerando i precedenti trend. Con la riapertura generalizzata delle sale, la **finestra esclusiva di 45 giorni** ha rappresentato la nuova normalità nel 2021, dimezzando la finestra temporale di 90 giorni del periodo precedente la pandemia.



Fonte: elaborazione su dati National Association of Theatre Owners

Evoluzione del mercato: *one size doesn't fit all*

- Già nel 2022 questo sistema **continuerà ad evolvere**, dopo che WarnerMedia ha distribuito la sua serie completa di film in contemporanea su HBO Max (SVOD) e nei cinema, e altri studios hanno iniziato a sperimentare modelli di premium VoD (PVoD), che hanno ancor più accorciato il tempo tra il debutto in sala e la finestra di uscita in VOD.

Finestre di distribuzione esclusiva in sala - 2022



Fonte: based on Variety Intelligence Platform assumptions

- Ne discende che mentre attualmente ogni studio sta sperimentando l'accorciamento delle finestre, **non esiste più una formula unica valida per tutti**. Ciascuno studio sceglie la soluzione che ritiene più conveniente, anche all'interno della propria offerta. Disney ad esempio ha deciso per *Encanto* una finestra esclusiva di 30 giorni prima dell'uscita su Disney plus.

Le finestre in Europa

- ❑ Prima della pandemia, le major hanno generalmente seguito lo stesso trend in Europa, dove peraltro una consistente parte delle produzioni sono locali: alla fine del 2019 si notava una **diversa durata media delle finestre al di qua e al di là dell'Atlantico**.
- ❑ La maggior parte dei film di maggior successo veniva distribuita in TVOD tra i **4 e i 5 mesi** dopo l'uscita nelle sale.
- ❑ L'Italia era sostanzialmente allineata con il resto d'Europa, con una riduzione delle finestre di esclusività nel corso del tempo, passate da **180 giorni a 135**.
- ❑ Anche in Europa, con le riaperture post Covid, **le finestre si sono ulteriormente ridotte e rese più flessibili**, seguendo il trend generale.

Finestra media di esclusiva in sala - 2019



Tutto ciò è frutto evidentemente di **accordi commerciali**, anche se in alcuni casi le finestre sono **regolate per legge**.

Fonte: EAO, National Association of Theatre Owners

La regolamentazione delle finestre in Europa

Il diritto europeo in materia di finestre ha subito una evoluzione, passando dall'indicazione per via normativa di finestre temporali minime al pieno riconoscimento dell'autonomia negoziale in materia.

Direttive europee	Disposizioni
Direttiva 89/552/CEE ("Televisioni senza frontiere")	Divieto per le emittenti televisive di distribuire le opere cinematografiche prima di due anni dall'inizio della prima proiezione in sala (termine ridotto a un anno nel caso di opere coprodotte dall'emittente televisiva). Fatta salva la possibilità di deroga tramite accordi tra i titolari dei diritti e le emittenti televisive.
Direttiva 97/36/CE Direttiva 2007/65/CE Direttiva UE 2010/13 Direttiva UE 2018/1808	Gli Stati membri fanno sì che le emittenti televisive/fornitori di servizi di media audiovisivi soggette/i alla loro giurisdizione non trasmettano opere cinematografiche al di fuori dei periodi concordati con i titolari dei diritti.

Fonte: EAO

Il fatto che l'UE esprima un principio di **preferenza per l'autoregolamentazione** non preclude agli Stati Membri la facoltà di richiedere ai fornitori di servizi di media audiovisivi soggetti alla loro giurisdizione di rispettare **norme più rigorose** nei settori coordinati a livello europeo, purché conformi al diritto dell'Unione.

Il sistema delle finestre in Europa

Ne discende che all'interno degli Stati Membri (+ Regno Unito), si possono identificare **tre modelli distinti**:

EUROPA		
Regolamentazione parziale per legge	No regolamentazione per legge, salvo eccezioni	No regolamentazione per legge - Accordi commerciali
Sistema delle finestre normato solo per la prima finestra, le successive via accordi commerciali	Finestre regolate, limitate a film con accesso a finanziamenti pubblici	Nessun vincolo normativo in materia. Accordi tra le parti interessate.
Francia e Bulgaria	Austria, Germania, Irlanda, Paesi Bassi, Svezia	È la regola nella maggior parte dei Paesi europei
ITALIA		
	Dal 29/11/2018 (Decreto Bonisoli) al 4/05/2020 (Decreto Franceschini). Dal 3 maggio 2021 (Decreto Franceschini)	Fino al 29 novembre 2018

Fonte: EAO

La regolamentazione delle finestre in Italia

Normativa	Film italiani	Film «evento»*	Film «di scarso successo»**	Film non Italiani
Ambito di applicazione	Finanziamenti pubblici. ¼ film 90% boxoffice film italiani	§ ¾ film italiani		Non regolamentati
Decreto Bonisoli n. 531/2018-29/11/18	105 giorni	10 giorni	60 giorni	Non regolamentati
DM Franceschini 04/05/20 D.M. Franceschini n. 483/2020-28/10/20	Dal 23/02/2020 al 15/07/2020 e dal 26/10/2020 al 2/05/2021, la diffusione al pubblico di opere cinematografiche è disposta tramite fornitore di servizi di media audiovisivi, sia lineari sia non lineari, ovvero attraverso editori home entertainment			
Decreto Franceschini n. 172/2021-30/04/21	30 giorni	10 giorni	Soppresso	Non regolamentati
	Dal 3 maggio 2021, attualmente in vigore			
Decreto Franceschini n. 120/2022-29/03/22	90 giorni	10 giorni	60 giorni	Non regolamentati

* Opera programmata in sala in giorni diversi da venerdì, sabato, domenica e festivi, pari o inferiori a 3

** Opera programmata in sala in - 80 schermi e dopo i primi 21 giorni con un numero di spettatori - 50.000

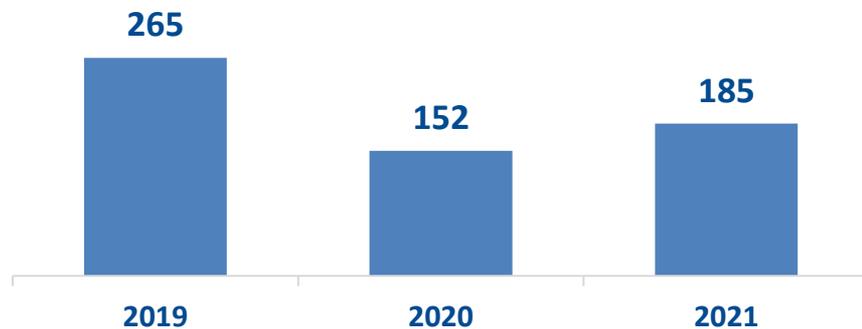
Il sistema delle finestre

Incentivi e disincentivi alla regolamentazione

Conclusioni

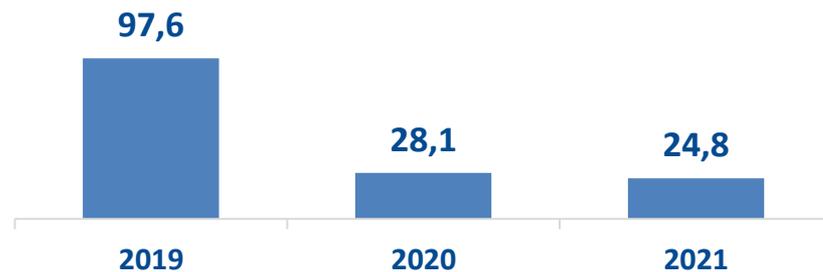
La crisi dell'esercizio

Produzione Italia



Fonte: UNIC

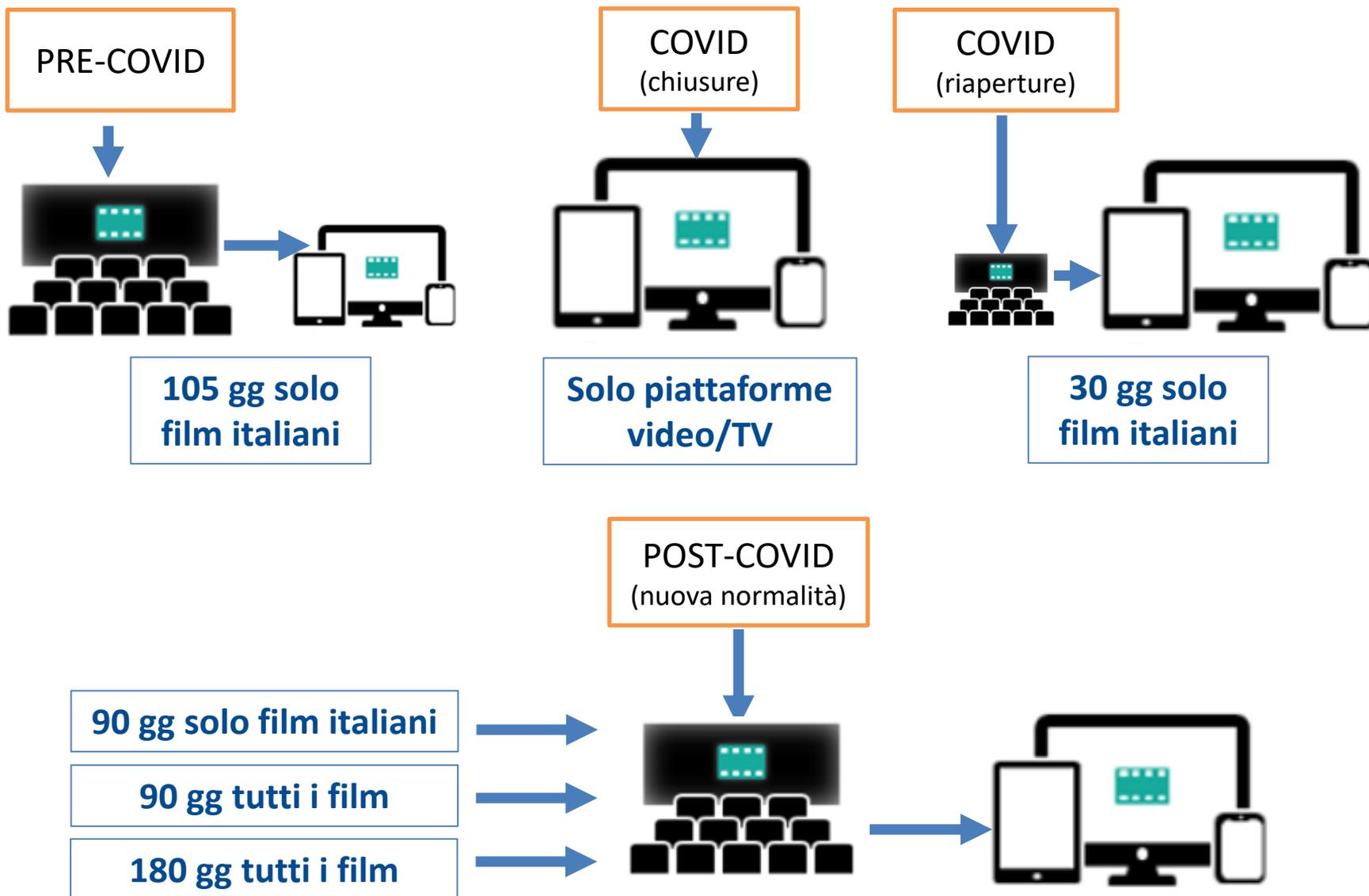
Presenze al cinema (Mln)



Fonte: Cinetel

- ❑ Superata la fase più critica della pandemia, che ha richiesto misure straordinarie di sostegno all'intero settore, e con la parziale ripresa delle produzioni, la parte che sembra **soffrire maggiormente, soprattutto in Italia, è quella dell'esercizio.**
- ❑ A fronte di un crollo delle presenze e del timore di non riuscire a tornare alla situazione precedente alla pandemia, il Governo, tramite il Ministro Franceschini, ha annunciato nuove misure, con l'obiettivo di favorire il ritorno del pubblico in sala. A partire **dall'estensione anche ai film non italiani del decreto che prevede la permanenza per 90 giorni** nelle sale di film italiani che abbiano ottenuto il finanziamento pubblico.
- ❑ Questo intervento ha dato vita a un dibattito acceso, con una serie di reazioni e proposte da parte delle categorie interessate, sintetizzate **nello schema che segue.**

Regolamentazione attuale e possibili sviluppi normativi



Argomenti in favore della regolamentazione per legge

Estensione della durata delle finestre (180 gg) per tutti i film favorisce il ritorno in sala

Ritorno alla centralità della sala

«I ricavi generati dalla distribuzione dei film nelle sale hanno sempre fornito un importante flusso di risorse necessarie al recupero degli investimenti. Inoltre, il successo o meno di un film in sala, poi, ha tradizionalmente rappresentato un parametro indispensabile per la valutazione (anche economica) dell'opera e un fondamentale strumento di lavoro per gli operatori del settore (broadcasters inclusi)».

Riduzione dell'attrattività dell'offerta OTT

L'allungamento dei tempi di esclusiva per la sala favorisce un più ampio sfruttamento dell'opera e rende «meno conveniente» attendere l'uscita sulle piattaforme digitali. La comodità del divano e della visione in casa hanno spinto al grande successo di questi player durante le chiusure, e stanno continuando a svolgere un ruolo di deterrenza in questa fase nel ritorno del pubblico in sala.

Ruolo essenziale della normativa

«In Francia, grazie alla loro virtuosa normativa, il mercato è tornato ai livelli pre-pandemici, mentre in Italia il mercato non dà segni di ripresa perdendo ancora oltre il 70% di affluenza.».

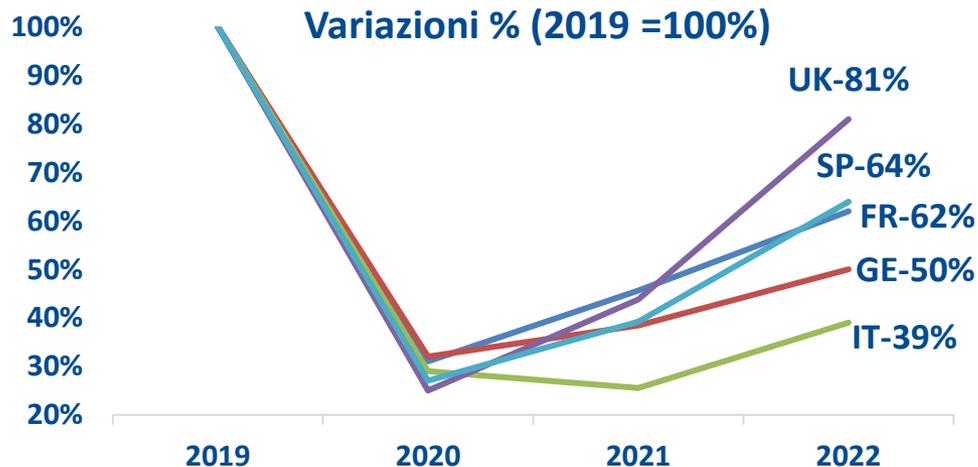
N.B.: le frasi virgolettate sono citazioni di interviste e articoli pubblicati di recente e riportati in bibliografia

L'impatto del Covid nei principali Paesi europei

Variazioni %

Paesi	2020/ 17-19	2021/ 20	2021/ 17-19	2022/ 17-19*
Francia	-69%	+47%	-55%	-38%
Germania	-68%	+20%	-64%	-50%
Italia	-71%	-12%	-75%	-61%
R. Unito	-75%	+68%	-58%	-19%
Spagna	-73%	+45%	-60%	-36%

*Gen-Apr



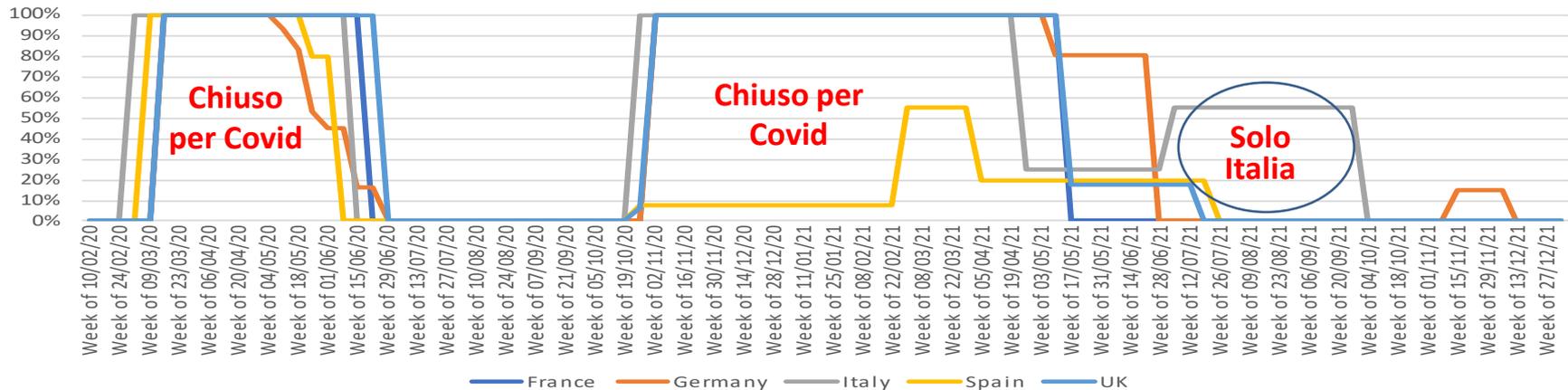
Fonte: European Audiovisual Observatory

- Il 2020 presenta una situazione comune a tutti i Paesi analizzati, senza differenze significative. La gran parte dei ricavi è dovuta alle produzioni nazionali, storicamente minoritarie in termini di box office.
- Il 2021 rappresenta per molti Paesi il primo segnale di graduale recupero, con il ritorno delle grandi produzioni internazionali e con la ripresa di quelle nazionali.
- L'Italia è l'eccezione. Le ragioni del mancato recupero sul 2020, vengono di seguito analizzate.

DA NOTARE: non è vi alcun rapporto diretto tra normativa sulle finestre e ritorno del pubblico in sala, come dimostrato dal maggiore recupero del Regno Unito, dove non c'è normativa e dagli analoghi risultati, in situazioni opposte, di Spagna e Francia.

Chiuso per Covid: l'Italia riapre per ultima

% schermi chiusi per Paese: chiusure settimanali 2020/21

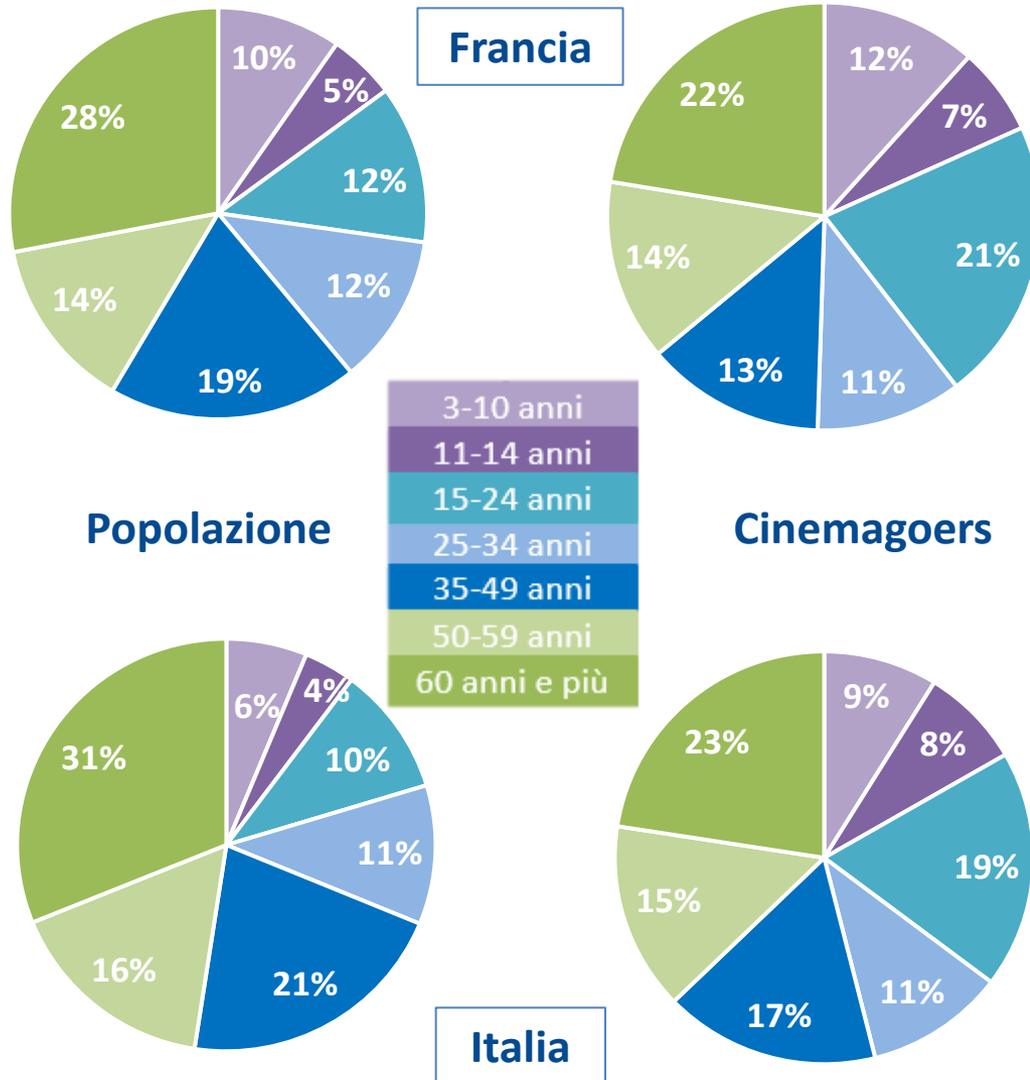


Fonte: Omdia

Il principale motivo del ritardo dell'Italia rispetto agli altri Paesi è legato ai seguenti fattori:

- ❑ **maggior durata delle chiusure**, in particolar modo **nel 2021** (vedi grafico sopra);
- ❑ **misure di contenimento più severe**, con **l'obbligo della mascherina** tuttora in vigore, diversamente dagli altri Paesi: il **pubblico più anziano** mostra maggiore resistenza a tornare al cinema per timore del contagio, in un Paese, **l'Italia**, in cui **l'età media** è la **più alta** tra tutti i Paesi europei (vedi figura che segue).
- ❑ **debolezza della produzione nazionale**. Nel momento in cui, con il ritorno dei blockbuster americani (*Spider Man*, *The Batman*, *Venom-La furia di Carnage*, *Doctor Strange*), **le presenze** in sala grazie a questi film destinati a un pubblico più giovane sono analoghe **in Italia** e negli **altri Paesi europei**, **quello che è mancato è il prodotto nazionale**, in grado di attrarre anche un pubblico più ampio e maturo.

Il pubblico anziano torna più lentamente in sala



L'Italia, rispetto al resto d'Europa, sconta una più ampia presenza di **anziani (over 60)**, che pur andando al cinema meno dei giovani rappresentano pur sempre 1/4 dell'intera popolazione cinematografica.

Questa componente, che apprezza maggiormente le **produzioni nazionali**, anche d'autore, è quella che fa più fatica a tornare in sala per le ragioni analizzate in precedenza.

Con la **conclusione delle misure restrittive**, a cominciare **dall'obbligo di mascherina**, non emergono particolari ragioni per cui non si possa **recuperare il gap** rispetto agli altri Paesi.

Fonte: elaborazioni su INSEE, CNC, ISTAT

Il ritorno alla normalità e il ruolo della sala

- E' quanto emerge anche da un sondaggio*, secondo cui **l'81% degli intervistati** è disposto a tornare in sala, contro il **19% che manifesta tuttora dei timori** di possibile contagio (come il mancato rispetto delle misure di contenimento, legato all'uso della mascherina).
- Ciò che più manca al **60%** di coloro che tornerebbe in sala è **l'esperienza immersiva** che consente, oggi più che mai, la **voglia di fuga e magia (42%)**, il **senso dell'evento (41%)**, mentre per i **più giovani** è la **condivisione con gli altri**.



- La stragrande maggioranza degli intervistati - **93%** - ribadisce il **ruolo centrale della sala**. La scelta dello streaming è dettata soprattutto dalla **comodità** di poter vedere i film **quando si ha tempo (56%)**, il **35%** lo sceglie perché consente una **visione senza muoversi di casa**. Piacciono inoltre la **varietà della scelta** e la possibilità della **lingua originale**, opzione scelta dal **28%** degli intervistati.

* Hearst Italia *Movie Confidence – Del cinema ti puoi fidare*, sondaggio basato su 5.560 interviste totali, 80% donne e 20% uomini, analizzato da Lexis Ricerche nel marzo 2021

Le finestre tra regolamentazione e mercato

IL RUOLO DELLA SALA

- ❑ L'emergenza sanitaria e l'esplosione dello streaming hanno posto al centro della scena il tema della **convivenza** tra **sala** e servizi di **video on demand**.
- ❑ L'approccio **one size fits all** non sembra più **in grado di cogliere** le trasformazioni radicali che degli ultimi anni hanno trasformato l'industria del film su tutti i livelli della catena e che continueranno a produrre i loro effetti anche in futuro.



Se il cinema resta il luogo privilegiato per vedere un film, non solo per certe tipologie di offerta (grandi produzioni), le nuove forme di fruizione spingono a una **diversa cronologia**, che consenta di massimizzare il valore del film in tutta la catena distributiva, secondo un modello di finestre flessibile e da valutare caso per caso.

CRONOLOGIA DELLE FINESTRE

- ❑ Perché ciò avvenga è necessario che tutti i **soggetti interessati** siano **coinvolti**. La **convivenza** con le piattaforme va perfezionata in modo virtuoso, con la promozione delle opere in sala e la creazione di eventi in contemporanea.
- ❑ E' fondamentale che chi opera in una dimensione globale possa trovare in Italia **terreno fertile e non ostile**, così da orientare maggiormente i suoi investimenti nel nostro Paese.



Una regolamentazione più restrittiva a salvaguardia della sala, che imponga finestre per legge, appare inefficace nel **favorire il ritorno del pubblico in sala**. Tale soluzione, **riducendo** al contrario le opportunità di **ricavo totale del film**, non tiene conto del reale andamento del **ciclo distributivo del film** e crea **ulteriori incentivi per utilizzi illegali dell'opera**.

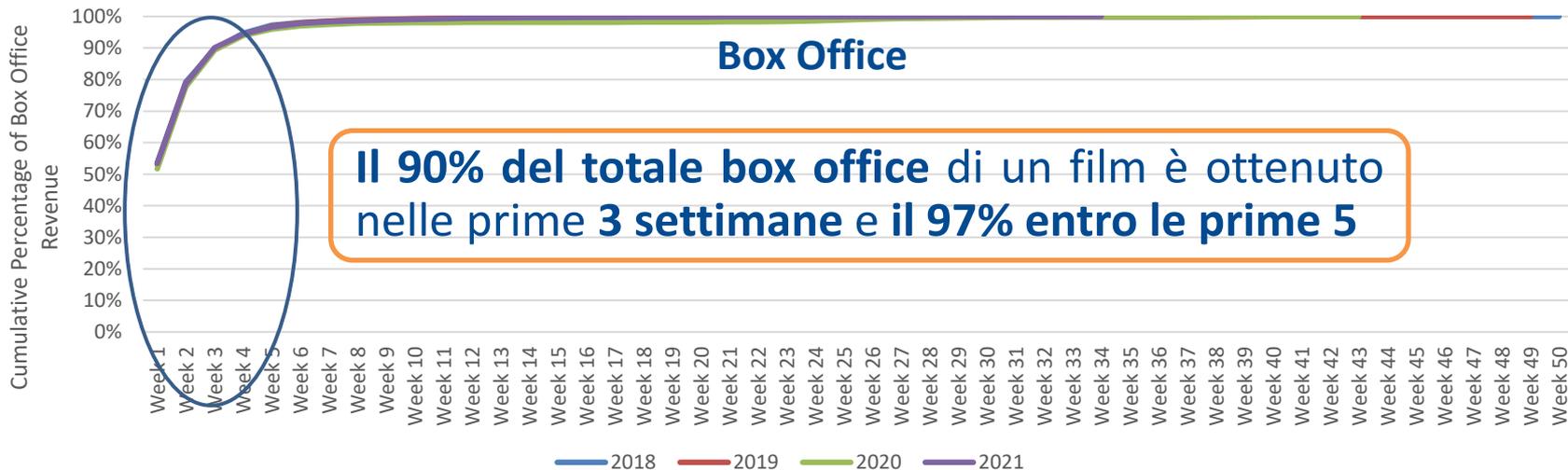
Il ciclo di sfruttamento del film in sala

Permanenza in sala



Fonte: elaborazione ITMedia Consulting su MPA analysis di Comscore – International Box Office Essentials.
 Si noti come il picco del 2020 alla settimana 26 sia dovuto a un ritardo correlato al COVID-19.

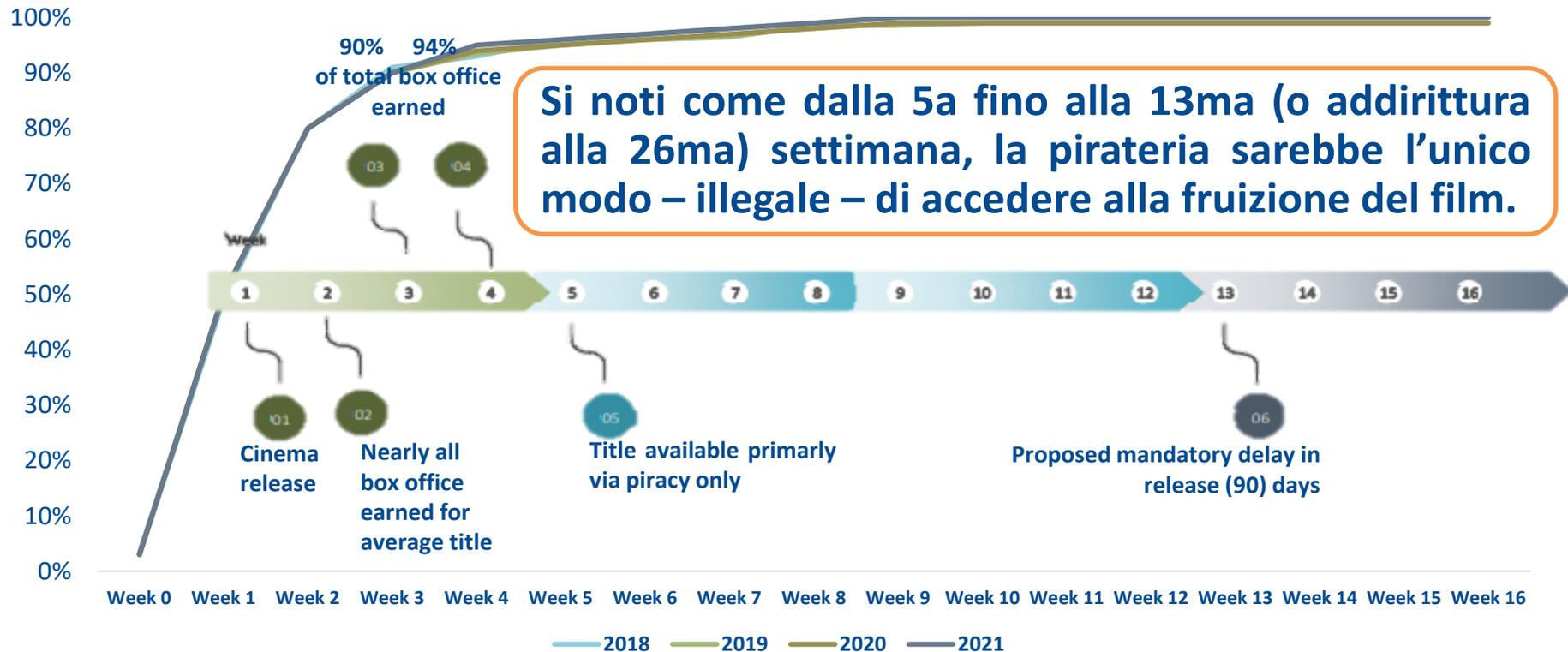
Box Office



Fonte: elaborazione ITMedia Consulting su MPA analysis di Comscore – International Box Office Essentials

La maggiore durata della finestra favorisce la pirateria

- Con il diminuire della visione (box office) e della disponibilità sugli schermi, la pirateria diventa il metodo principale di consumo del film. Aumentare la finestra di esclusiva in sala, invece di espandere le opportunità per vedere il film, crea di fatto a **“piracy exclusive window”**, dal momento che non ci sono modalità legali disponibili per il consumatore tra la fine della programmazione in sala e la finestra VOD successiva. **Tanto più si allunga la prima, tanto più la finestra esclusiva per la pirateria aumenta.**



Fonte: elaborazioni ITMedia Consulting su MPA

Il sistema delle finestre

Incentivi e disincentivi alla regolamentazione

Conclusioni

Principali evidenze

- ❑ Lo schema delle finestre è tipicamente **determinato dal mercato**, ossia attraverso una negoziazione tra il titolare dei diritti del film e gli esercenti cinematografici, gli editori di home entertainment, i servizi VOD e i canali televisivi. **Solo in rari casi le finestre sono regolamentate.**
- ❑ La durata ottimale delle finestre è fortemente dibattuta a causa dell'emergere di tre fattori:
 - **l'aumentata competizione dei nuovi servizi digitali (VOD)**
 - **la concentrazione degli ingressi nelle sale su un numero ristretto di film e per un limitato periodo di tempo**
 - **la pirateria**
- ❑ Tutto ciò ha portato a una **costante riduzione delle finestre** temporali di esclusiva per la sala cinematografica, tendenza che, accentuata dalla **pandemia** con la chiusura delle sale per lunghi periodi negli ultimi 2 anni, appare destinata a continuare anche in futuro, con **il ritorno alla (nuova) normalità.**



Considerazioni finali

- ❑ Favorire il ritorno in sala attraverso **un intervento normativo non appare** dunque a nostro avviso **la soluzione ottimale**.
- ❑ **La normativa**, come abbiamo visto, **rincorre il mercato e le sue dinamiche**, e anche dove è presente **finisce per adeguarsi ai suoi tempi e alle sue regole** (la prima finestra in Francia non è diversa da quella degli accordi tra operatori negli altri Paesi, come pure la durata di un film nelle sale che ad esempio è inferiore a quella in Italia).
- ❑ **Non vi sono evidenze che allungare i tempi di uscita in streaming garantisca un significativo vantaggio competitivo alla sala**, laddove gli accordi commerciali sono orientati al bilanciamento degli interessi e favoriscono la migliore valorizzazione dell'opera. In tal senso il mancato ritorno del pubblico in sala in alcuni Paesi più di altri è dipendente maggiormente da altri fattori rispetto all'allungamento della finestra:
 - a) durata maggiore delle chiusure;
 - b) timori legati al contagio (misure di contenimento più rigide, popolazione più anziana);
 - c) minore appeal della produzione locale nel periodo.

Una volta venuti meno questi ostacoli, è ragionevole pensare a un ritorno del pubblico in sala.

- ❑ Peraltro la durata ridotta di un film in sala finisce piuttosto per creare **una finestra «esclusiva» per la pirateria**, che prima dell'uscita legale in streaming rimane **l'unica modalità di accesso all'opera**, incentivandone l'uso.
- ❑ **Se la convivenza theatrical / streaming appare fondamentale** in un contesto competitivo completamente cambiato, **misure di incentivo e di salvaguardia della centralità della sala saranno più efficaci se orientate verso altre strategie e soluzioni.**

Bibliografia 1/2

- ❑ AEDON Rivista arti e diritto online, *Finestre cinematografiche in Italia e Francia al tempo di Netflix*, no.3, 2019;
- ❑ ANICA, CINETEL, *I dati del Cinema in sala nel 2021* (2021); *Il cinema in sala nel 2019: i dati del box office* (2020); *Il cinema in sala nel 2020: i dati del box office* (2021); *I dati del Mercato Cinematografico 2021* (2022);
- ❑ CIFCAE Cinémas Art & Essai, *Les films et les séries sur les plateformes de streaming*, 2022;
- ❑ CNC, *96 millions d'entrées dans les salles de cinéma en 2021 : une dynamique de reprise, accentuée en fin d'année* (2021); *Cinexpert – baromètre du public des salles de cinéma* (2022); *Fréquentation cinématographique : estimations du mois d'avril 2022* (2022);
- ❑ Decreto Ministeriale 14 luglio 2017 rep. 303, Individuazione dei casi di esclusione delle opere audiovisive dai benefici previsti dalla legge 14 novembre 2016 n. 220 nonchè dai parametri e requisiti per definire la destinazione cinematografica delle opera audiovisive;
- ❑ Decreto Ministeriale 29 novembre 2018 rep. 531, Modifiche al decreto del Ministro dei beni e delle attività culturali e del turismo 14 luglio 2017, recante “Individuazione dei casi di esclusione delle opere audiovisive dai benefici previsti dalla legge 14 novembre 2016 n. 220 nonchè dai parametri e requisiti per definire la destinazione cinematografica delle opera audiovisive”;
- ❑ Decreto Ministeriale 30 aprile 2021 rep. 172, Ulteriori disposizioni in materia di obbligo di diffusione al pubblico in sala cinematografica per l’ammissione ai benefici della legge 14 novembre 2016, n. 220;
- ❑ Decreto Ministeriale 29 marzo 2022 rep. 120, Modifiche al decreto ministeriale 14 luglio 2017, recante “Individuazione dei casi di esclusione delle opere audiovisive dai benefici previsti dalla legge 14 novembre 2016, n. 220, nonché dei parametri e requisiti per definire la destinazione cinematografica delle opere audiovisive”;
- ❑ Direzione Generale del cinema e dell’audiovisivo, *La riforma delle finestre in Italia*, Ministero dei beni e delle attività culturali, 2019;
- ❑ European Audiovisual Observatory, *Circulation of European films on VOD and in cinemas* (2021); *Focus 2019: World Film Market Trends* (2019); *Focus 2020: World Film Market Trends* (2020); *Focus 2021: World Film Market Trends* (2021); *Focus 2022: World Film Market Trends* (2022); *From cinemas to VOD: A case study of films released in Europe since 1996* (2020); *The theatrical – TVOD window: A sample analysis* (2019); *Year-book 2021-2022 Key Trends* (2022); *IRIS Plus Release windows in Europe: a matter of time* (2019); *Press releases, Limited recovery of theatrical markets in the EU and the UK in 2021* (2022);

Bibliografia 2/2

- ❑ Hearst Italia, *Movie confidence: del cinema ti puoi fidare*, 17 Marzo 2021;
- ❑ Huffpost, *Sul cinema c'è un "caso Italia"; niente pubblico nelle sale, chiusi 500 schermi*, 18 Febbraio 2022;
- ❑ Il Post, *I cinema non si sono ripresi dalla pandemia*, 1° Aprile 2022;
- ❑ Insee, *Estimations de population*, 2022;
- ❑ Insideart eu, *Sulla crisi delle sale cinematografiche*, 6 Maggio 2022
- ❑ ISTAT, *I cittadini e il cinema. Anni 2015-2017 (2018); Popolazione per età, sesso e stato civile 2019 (2019)*, <https://www.tuttitalia.it/statistiche/popolazione-eta-sesso-stato-civile-2019/>
- ❑ La Repubblica, *Cinema italiano: crisi al botteghino, la top ten degli incassi va ai grandi stranieri*, 6 Maggio 2022;
- ❑ La Stampa, *La crisi del cinema: 2021 da dimenticare al box office, incassi -71% rispetto a prima del Covid*, 9 Maggio 2022;
- ❑ Le Figaro, *Box-office : les cinémas français connaissent leur pire mois depuis plus de vingt ans*, 6 Aprile 2022;
- ❑ Le Monde, *Dominique Boutonnat (CNC) : « La complémentarité des écrans n'est pas une menace pour le cinéma »*, 17 Maggio 2022;
- ❑ Les Echos, *Le box-office atteint 74 % de son niveau d'avant-crise*, 16 Maggio 2022;
- ❑ Light Reading, *Omdia: Consumers will spend more on movies in 2022*, 2021;
- ❑ MPA, *Theme Report 2021 (2021); Analysis of Comscore – International Box Office Essentials (2022)*;
- ❑ National Association of Theatre Owners (NATO), *Major studios release windows*, August 2019, <https://www.natoonline.org/data/windows/> ;
- ❑ Omdia, *2022 Trends to Watch: Movies in the New Windows Chronology*, 2022;
- ❑ Panorama, *Il 2022 sarà l'anno della fine dei cinema*, 12 Febbraio 2022;
- ❑ A. Preta, *L'economia dei contenuti*, Vita e Pensiero, 2007;
- ❑ Sky Tg 24, *Cinema, giù gli incassi. Nelle sale manca il pubblico più adulto*, 30 Aprile 2022, intervista a Mario Lorini (UECI) citato a pag. 18; *L'Italia è il Paese più severo in Europa sulla mascherina*, 15 Aprile 2022;
- ❑ UNIC, *Annual Report 2019 (2019); Annual Report 2020 (2020); Annual Report 2021 (2021); Cinema going in Europe in 2021 (2022); The impact of the Coronavirus outbreak on the European cinema industry (2021)*;
- ❑ Variety Intelligence Platform, *The Future of Content*, 2022;

ITMedia Consulting

Chi siamo:

ITMedia Consulting è una società di ricerca e consulenza operante nel campo dell'economia digitale. Fondata nel 2006 da Augusto Preta, la società concentra la sua attività sui temi della trasformazione digitale, con particolare riferimento al settore dei media, dei contenuti, dell'online streaming e della convergenza tra Internet, telecomunicazioni e media.

ITMedia Consulting ha un'esperienza pluriennale nel settore dell'accesso ai contenuti e dei relativi diritti - cinematografici e sportivi - legati anche al tema della concorrenza. ITMedia Consulting ha acquisito la sua esperienza e le sue competenze lavorando con primari operatori, sia incumbent che nuovi entranti, sui mercati internazionali.

Principali clienti:

3 Italia, AC Nielsen, Alcatel, Almagora, Amazon, Apa, Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, Banca Nazionale del Lavoro, Cairo Communication, Canal Plus, CaratTV, Confindustria Servizi Innovativi, Chili, Council of Europe, Dahlia TV, De Agostini, Discovery, Enel, European Audiovisual Observatory, European Commission, Facebook/Meta, Fastweb, Fox International Channels, France Télécom, Google, Infront, Mediaset, Mediolanum, Mediametrie, Metroweb, Mix, Netflix, Nielsen, Paribas, Presidenza del Consiglio dei Ministri, Programme MEDIA, Publikompass, Publitalia, Radio France, Rai, RaiSat, RaiWay, RCS, Sat2000, Seat, SIAE, Sipra, Sirti, Sky Italia, Sony, Telecinco, Telecom Italia, Telecom Italia Media, Telepiù, TF1, The Walt Disney Company, Time Warner, Tiscali, Viacom, Vivendi, Vodafone, Wind.



Via Giovanni Salviucci, 11-13
00187 Roma

phone: +39 3386557273

mail: info@itmedia-consulting.com

website: www.itmedia-consulting.com

social: Facebook, LinkedIn, Twitter