

3.2.2.2. Occupazione nel settore audiovisivo e cinematografico italiano

In base alle stime effettuate, in linea con la metodologia sopra descritta, l'Occupazione in unità di lavoro a tempo pieno, per le 6.501 imprese Core, riferita all'annualità 2017 risulta pari a 18.885,76 unità⁷.

Grafico 3.3: Scomposizione dell'Occupazione per nodi della Filiera – 2017. Fonte: nostra rielaborazione stime dati Registro imprese e ISTAT.



VALUTAZIONE DI IMPATTO DELLA LEGGE
CINEMA E AUDIOVISIVO
IL SETTORE



In linea con l'impostazione metodologica adottata dal presente lavoro di analisi e ricerca, è stato possibile disaggregare il dato relativo all'Occupazione rispetto a ciascun nodo della filiera cinematografica utilizzando il driver dei codici Ateco. Ne deriva che, nel 2017, il 48,85% del totale degli Occupati in termini di ULA del settore sono impiegati nel nodo della Produzione, il 19,63% è nelle imprese operanti nel segmento della Distribuzione, mentre il 31,51% nel nodo dell'Esercizio.

Tali dati risultano coerenti con quanto riportato in relazione alla spesa destinata a coprire i costi del personale, di cui al paragrafo precedente.

3.2.3. Valore Aggiunto Lordo

3.2.3.1. Nota metodologica e fonti

Il macro-indicatore Valore Aggiunto Lordo (VAL) misura il valore di beni e servizi prodotti in un determinato settore o comparto dell'economia ed è la "risultante della differenza tra il valore della produzione di beni e servizi conseguita dalle singole branche produttive ed il valore dei beni e servizi intermedi dalle stesse consumati⁸".

⁷ Il dato è stato elaborato combinando le informazioni circa la composizione del settore Core, così come definita ai fini del presente studio, con i dati restituiti dalla fonte ISTAT (ASIA-Competitività e Asia Occupazione). Nello specifico i dati restituiti da fonte ISTAT, relativi al 2016, sono stati riportati al 2017 utilizzando il tasso di crescita del numero delle imprese. Successivamente, il dato ottenuto è stato riproporzionato in base alla numerosità delle imprese per ciascun ATECO così come presentate nel Capitolo 3, Paragrafo 3.1.1. Il segmento Core. Secondo la fonte ASIA 2016, il numero di dipendenti convertiti in unità equivalenti a tempo pieno (ULA), dei soggetti appartenenti alle classi ATECO 59110, 59120, 59130, 59140, 60200, sono circa 22 mila. Questa significativa differenza può essere imputata principalmente a due fattori: a) la fonte ASIA 2016 include un numero maggiore di imprese rispetto a quelle risultanti dalla fonte Registro delle imprese; b) una diversa distribuzione delle imprese per classe ATECO che ne determina un diverso peso ponderale.

⁸ La matrice dei conti nazionali. Glossario, ISTAT, Anno 2012.

In linea con il modello classificatorio proposto, il Valore Aggiunto dell'industria audiovisiva e cinematografica italiana, relativo all'anno 2017, è stato calcolato a partire dai dati relativi alle imprese appartenenti al segmento Core.

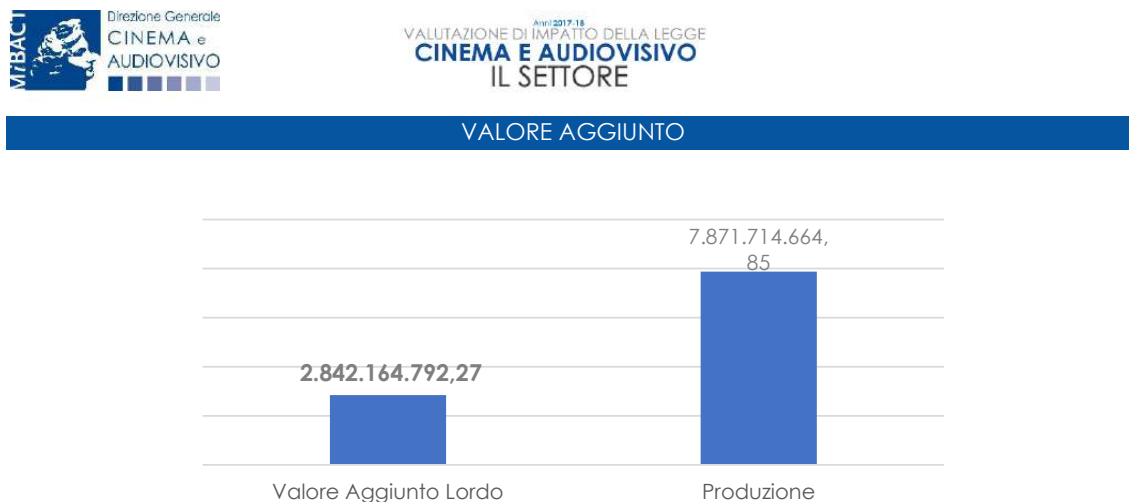
In questo modo, il dato restituito consente di misurare, in termini di valore aggiunto, quanto le imprese, il cui *core business* è di esclusiva pertinenza del settore oggetto di osservazione, contribuiscono all'economia del Paese.

Nello specifico, la stima è stata effettuata partendo dalle informazioni circa il perimetro di analisi Core rappresentato nelle precedenti sezioni e combinandolo con i dati e le informazioni disponibili sulle diverse fonti statistiche ISTAT: *Stockview*, *ASIA-Occupazione*, *Contabilità Nazionale* e *ASIA-Competitività*.

3.2.3.2. Il valore aggiunto del settore audiovisivo e cinema italiano

In base alle stime effettuate, in linea con la metodologia sopra descritta, il Valore Aggiunto Lordo, prodotto dalle 6.501 imprese Core, per l'annualità 2017 risulta pari a circa superiore ai 2,8 miliardi di euro mentre il valore della Produzione, ovvero il fatturato, risulta superiore ai 7,8 miliardi di euro.

Grafico 3.9: Valore Aggiunto Lordo e Produzione del settore audiovisivo e cinematografico italiano – 2017. Fonte: Stima su dati Registro Imprese e ISTAT.



Confrontando il dato settoriale con il valore aggiunto prodotto a livello nazionale nella stessa annualità pari a 1.548.449,5 milioni di euro⁹, si osserva che nel 2017, le imprese operanti all'interno del comparto Core audiovisivo e cinematografico hanno contribuito, in termini di valore aggiunto, per lo 0,18% all'economia nazionale. Infine, in linea con l'impostazione metodologica adottata del presente lavoro di analisi e ricerca, è stato possibile calcolare il contributo, in termini di valore aggiunto, di ciascun nodo della filiera cinematografica utilizzando il driver dei codici Ateco.

⁹ Istat, Contabilità nazionale, Aprile 2019.

Ne deriva che, nel 2017, il 54,70% del valore aggiunto è stato realizzato all'interno del nodo della Produzione, il 32,07% è stato invece prodotto dalle imprese operanti nel segmento della Distribuzione, mentre il 13,22% nel nodo dell'Esercizio.

Grafico 3.4: Scomposizione del Valore Aggiunto Lordo settoriale per nodi della Filiera – 2017. Fonte: nostra rielaborazione stime dati Registro imprese e ISTAT.



3.2.4. Esportazione

3.2.4.1. Nota metodologica e fonti

Il macro-indicatore *Proventi da esportazione*, misura il valore di beni e servizi audiovisivi e cinematografici esportati dalle imprese italiane operanti nel settore. In altri termini, permette di rilevare gli utilizzi di manodopera, beni e servizi nazionali da parte di soggetti stranieri.

La fonte utilizzata per la valutazione di questo indicatore è la banca dati intersettoriale dedicata alla Statistiche Culturali costruita a livello europeo da Eurostat tramite cui, in due sezioni distinte, sono accessibili al pubblico le statistiche relative al commercio internazionale di prodotti e servizi culturali.

3.2.4.1.1. COMMERCIO INTERNAZIONALE DI PRODOTTI CULTURALI

La prima sezione, si riferisce al *Commercio Internazionale di Prodotti Culturali*¹⁰. Per il suo sviluppo, Eurostat ha utilizzato come riferimento i concetti elaborati dal gruppo di lavoro ESSnet-Culture che, pur non trattando esplicitamente il tema del commercio, aveva indicato la diffusione come una delle sei funzioni sequenziate del ciclo culturale, necessarie per la trasmissione di beni, valori e idee culturali.

¹⁰ "Le Statistiche del commercio internazionale di beni forniscono dati esclusivamente sugli scambi di beni materiali. Non vengono rilevate al loro interno statistiche relative il commercio di servizi, licenze, diritti di proprietà intellettuale o contenuti digitali come musica, film e videogiochi disponibili tramite piattaforme di streaming." (Guide to Eurostat Cultural Statistics, Eurostat, 2018). Come precisato da Eurostat, la sfida per i prossimi anni sarà quella di trovare un modo per monitorare e misurare i flussi di questi contenuti sempre più accessibili tramite la rete. Ad oggi, sono disponibili dati sul consumo o acquisto online di contenuti culturali realizzati tramite sondaggi sulle ICT - Information and Communication Technology.

Grafico 3.5: Il commercio come funzione culturale. Fonte: Guide to Eurostat Cultural Statistics (2018).



In particolare, la selezione dei *cultural goods* è stata effettuata basandosi su due criteri elaborati da ESSnet che sono stati poi applicati all'elenco dei prodotti codificati secondo la *Nomenclatura Combinata (NC)* – la classificazione europea utilizzata per la raccolta di dati sul commercio internazionale di merci¹¹. Il primo parametro è quello della "creazione artistica" nel processo di produzione di tali beni. Il secondo invece è lo scopo dei prodotti nel trasmettere valori ed espressioni simboliche, estetiche e spirituali.¹²

In questo modo è stato possibile individuare tra i domini individuati da ESSnet, un elenco di merci codificati secondo la Nomenclatura Combinata, poi aggregati in dodici gruppi culturali significativi. I dati sul commercio estero di prodotti culturali sono stati infine tratti dalla banca dati Comext di Eurostat, che contiene le statistiche commerciali degli Stati membri dell'UE, dei paesi EFTA e dei paesi candidati.

Nella seguente tabella sono elencati i codici disponibili, suddivisi secondo i rispettivi gruppi culturali di appartenenza¹³.

¹¹ La Nomenclatura Combinata è composta da circa 9.400 codici a otto cifre che corrispondono a beni materiali classificati in base alle loro caratteristiche fisiche e materiali e non sulla loro utilità finale o funzione.

¹² Il gruppo di lavoro sulle statistiche culturali di Eurostat ha approvato lo scopo dei "prodotti culturali" all'interno delle statistiche internazionali sul commercio nel 2016.

¹³ Il commercio di merci per i domini archivi, biblioteche e pubblicità non è risultato rilevante all'interno della classificazione proposta da Eurostat in quanto può essere più adeguatamente espresso in termini di commercio di servizi.

Tabella 3.8: Classificazione dei prodotti culturali a livello aggregato e per dominio culturale. Fonte: Guide to Eurostat Cultural Statistics (2018).



Avv. 2017-18
VALUTAZIONE DI IMPATTO DELLA LEGGE
CINEMA E AUDIOVISIVO

IL SETTORE

DOMINIO CULTURALE	CODICE	DESCRIZIONE
HERITAGE	ANTQ	Oggetti d'antiquariato; francobolli postali o di entrata; collezioni e pezzi da collezione
VISUAL ART	PHOT	Lastre e pellicole fotografiche, esposte e sviluppate
	ART	Opere d'arte (dipinti, incisioni, sculture, disegni, ecc.)
ART CRAFT	CRAFT	Artigianato (tessuti fatti a mano e articoli ornamentali)
	JEW LR	Articoli di gioielleria (di metalli e pietre preziose e semipreziose)
BOOKS AND PRESS	BOOK	Libri
	NW PR	Quotidiani, giornali e periodici
	MAP	Mappe e carte idrografiche o simili
ARCHITECTURE	PLAN	Piani e disegni per scopi architettonici o simili
AUDIOVISUAL AND MULTIMEDIA	RECMED_FILMVG_XVC	Musica in manoscritti, dischi grammofonici, nastri magnetici registrati e supporti ottici (CD); media audiovisivi e interattivi (film, video e videogames escluse le console)
	VG	Videogiochi utilizzati con ricevitore televisivo
	VC	Console per Videogiochi (ad esclusione di quelle gestite con qualsiasi mezzo di pagamento)
	FILMVG	Supporti audiovisivi e interattivi (film, video, videogiochi e console per videogiochi)
	FILMVG_XVC	Supporti audiovisivi e interattivi (film, video, videogiochi escluse console per videogiochi)
PERFORMING ARTS	RECMED	Musica in manoscritti, dischi grammofonici, nastri magnetici registrati e supporti ottici (CD)
	MUSI	Strumenti musicali, loro parti e accessori.

Ai fini della presente analisi, il calcolo del valore delle esportazioni italiane in termini di prodotti audiovisivi e cinematografici viene effettuato selezionando il codice *FILMVG_XVC* - *Supporti audiovisivi e interattivi (film, video, videogiochi escluse console per videogiochi)*.

Il dominio culturale dell'Audiovisivo e Multimedia è stato di recente oggetto di revisione; nello specifico è stata introdotta una distinzione tra i codici che identificano i supporti per il suono (RECMED) e quelli per il suono e la visione (FILMVG). Contestualmente, le modifiche introdotte hanno permesso di scorporare i dati relativi al commercio di console per videogiochi (VC).

Quest'ultima revisione, in particolare, ci consente di restituire il valore delle esportazioni italiane di prodotti audiovisivi e cinematografici, coerentemente con il perimetro del settore individuato dalla Legge 220/2016, escludendo dunque sia la componente sonora che il commercio di console per videogiochi.

3.2.4.1.2. COMMERCIO INTERNAZIONALE DI SERVIZI CULTURALI

Come anticipato, la seconda sezione resa disponibile da Eurostat è, quella dedicata al *Commercio Internazionale di Servizi Culturali*, al cui interno sono raccolti i dati relativi alla vendita e alla consegna di servizi culturali immateriali tra produttori e consumatori che hanno sede legale in diversi paesi o economie.

Per lo sviluppo di questa classificazione il gruppo di lavoro di Eurostat "Culture Statistics" nel 2016 ha elaborato una proposta di codici per identificare i servizi culturali, basandosi su tre distinte fonti:

- Il *Manuale sulle statistiche del commercio internazionale di servizi - MSITS 2010*;
- Il *Rapporto UNESCO FCS (2009)*;
- Il *Rapporto UNESCO-UIS - La globalizzazione del commercio culturale: uno spostamento dei consumi. Flussi internazionali di beni e servizi culturali 2004-2013 (2016)*.

Nello specifico, all'interno della banca dati relativa al *Commercio internazionale di servizi culturali*, in questione, i dati dalle statistiche sugli *Scambi Internazionali di Servizi (ITS)* raccolta in base alla metodologia BPM6¹⁴, la cui classificazione è proposta di seguito.

Tabella 3.9: Classificazione dei servizi culturali secondo Eurostat. Fonte: Guide to Eurostat Cultural Statistics (2018).



VALUTAZIONE DI IMPATTO DELLA LEGGE
CINEMA E AUDIOVISIVO

IL SETTORE

CODICE BPM6	DESCRIZIONE
SI3	Servizi di informazione
SJ33	Servizi di architettura, che comprende le transazioni relative alla progettazione di edifici
SK1	Servizi audiovisivi e servizi correlati, che coprono i servizi associati alle attività audiovisive (film, musica, radio e televisione) e i servizi relativi allo spettacolo e le arti
SH4	Licenze per riprodurre e / o distribuire prodotti audiovisivi e relativi
SK23	Servizi storici e ricreativi, che includono servizi associati ai musei e altre attività culturali, sportive, di gioco e ricreative.

Ai fini della presente analisi, il calcolo del valore delle esportazioni italiane in termini di servizi audiovisivi e cinematografici viene effettuato selezionando il codice SK1 - *Servizi audiovisivi e servizi correlati*, che raccoglie dati relativi a:

- la produzione di film (su pellicola o videocassetta), di programmi radiotelevisivi (in diretta o registrati) e di registrazioni musicali;
- il noleggio di prodotti audiovisivi e connessi e l'accesso ai canali televisivi criptati (quali i servizi via cavo o via satellite);
- i prodotti audiovisivi su larga scala acquistati o venduti per l'uso permanente forniti elettronicamente;

¹⁴ Balance of Payments, 6th Edition.

- i compensi percepiti da artisti, autori, compositori, ecc.;

Sono esclusi i compensi o le licenze per riprodurre e/o distribuire prodotti audiovisivi (inclusi nei compensi per l'uso della proprietà intellettuale n.i.a.).¹⁵

3.2.4.2. Esportazioni del settore cinematografico audiovisivo italiano

Nel 2017, il valore totale delle esportazioni del settore è pari a 145.852.000€.

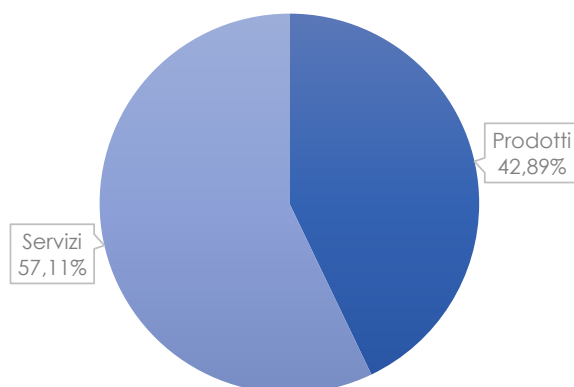
Come si osserva nel grafico sottostante, il 57,11% dell'export è realizzato in termini di servizi audiovisivi e cinematografici, mentre il restante 42,89% riguarda il commercio estero di prodotti audiovisivi.

Grafico 3.10: Incidenza delle esportazioni di beni e servizi audiovisivi e cinematografici sul totale delle esportazioni del settore – 2017. Fonte: nostra rielaborazione dati Eurostat.



VALUTAZIONE DI IMPATTO DELLA LEGGE
CINEMA E AUDIOVISIVO
IL SETTORE

INCIDENZA ESPORTAZIONI DI BENI E SERVIZI AUDIOVISIVI SUL TOTALE DELLE ESPORTAZIONI



Di seguito si propone una disamina che illustra le dinamiche riferite ai due differenti ambiti commerciali.

¹⁵ Non vi è disponibilità dei dati per la voce "licenze per riprodurre e / o distribuire prodotti audiovisivi e relativi". Questa variabile non è infatti richiesta dal regolamento (CE) n. 184/2005, modificato dal regolamento (UE) n. 555/2012 e dal regolamento (UE) n. 2016/1013. Il dato è raccolto solo su base volontaria nel questionario ITS.

3.2.4.2.1. *ESPORTAZIONI DI PRODOTTI AUDIOVISIVI E CINEMATOGRAFICI*

Nel 2017, il valore totale delle esportazioni di prodotti audiovisivi e cinematografici in Italia ammonta a 62.552.000€.

Come si evince dal grafico sottostante, che mostra l'andamento delle esportazioni italiane di prodotti audiovisivi nel periodo post crisi economica globale, tra il 2011 e il 2014 le esportazioni sono calate del -55,65%, per poi avviarsi verso un lento e altalenante percorso di ripresa.

Grafico 3.11: Esportazioni italiane di prodotti audiovisivi e cinematografici 2011-2017. Fonte: Eurostat – Cultural Statistics.



VALUTAZIONE DI IMPATTO DELLA LEGGE
CINEMA E AUDIOVISIVO
IL SETTORE

ESPORTAZIONI DI PRODOTTI AUDIOVISIVI E CINEMATOGRAFICI 2011-2017



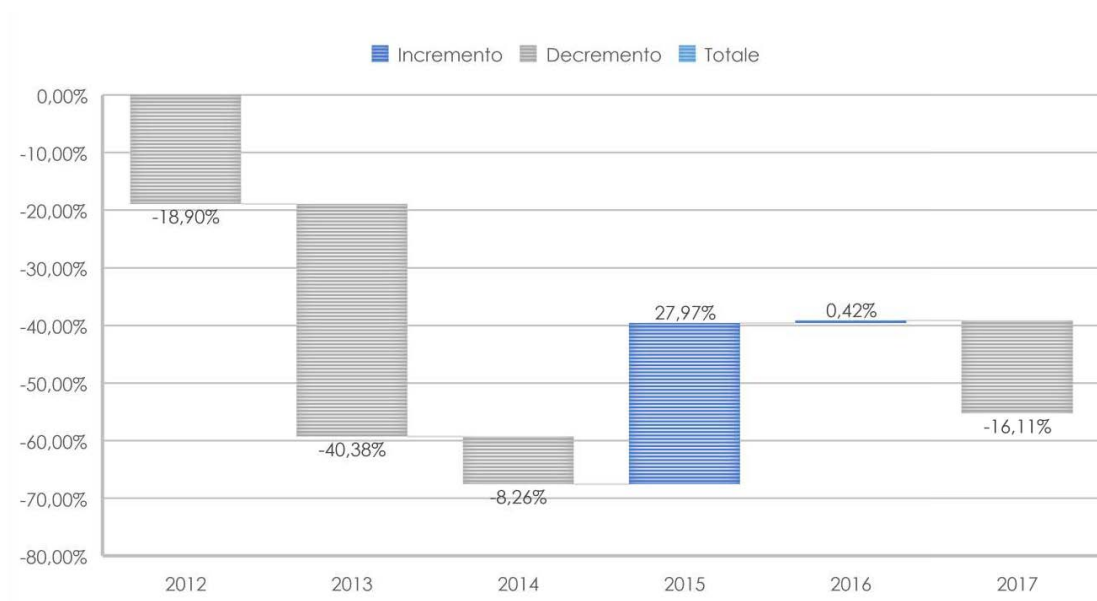
Complessivamente infatti, a partire dal 2014, l'export di prodotti audiovisivi è aumentato del +7,8%, al netto del calo registrato nel 2017 (-16,11%) rispetto all'anno precedente.

Grafico 3.12: Variazione delle esportazioni italiane di prodotti audiovisivi e cinematografici 2011-2017. Fonte: Eurostat – Cultural Statistics.



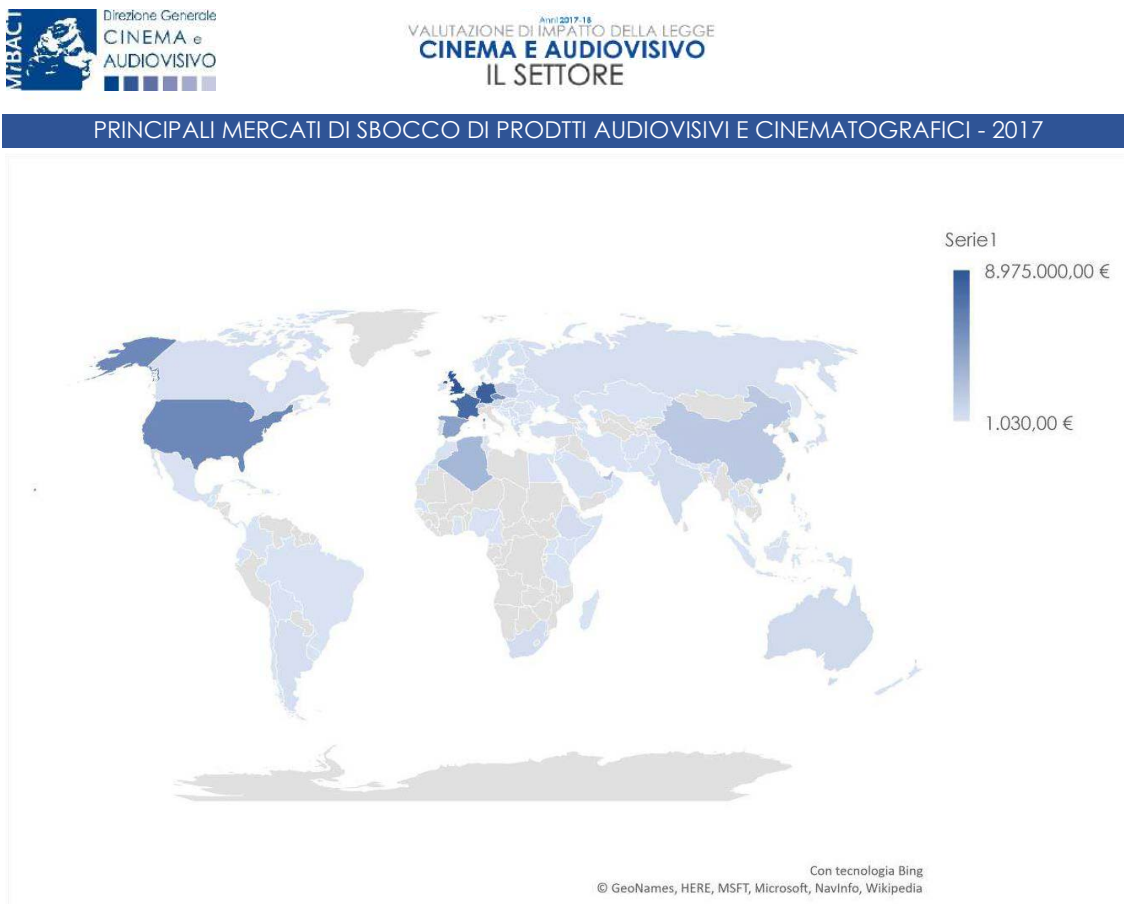
Avvisi 2017/18
VALUTAZIONE DI IMPATTO DELLA LEGGE
CINEMA E AUDIOVISIVO
IL SETTORE

VARIAZIONE DELLE ESPORTAZIONI DI PRODOTTI AUDIOVISIVI E CINEMATOGRAFICI 2011-2017



Il mercato europeo, nel 2017, si conferma in termini monetari il principale sbocco per la produzione di prodotti audiovisivi e cinematografici italiani. Il suo valore è pari al 64,35% del totale delle esportazioni registrate nel settore, per un totale di 40.255.000€. Le esportazioni extra-europee invece costituiscono il 35,65%, per un valore commerciale totale pari a 22.297.000€.

Grafico 3.13: Principali mercati di sbocco di prodotti audiovisivi e cinematografici italiani – 2017 Fonte: nostra rielaborazione dati Eurostat – Cultural Statistics.



Guardando invece al contesto mondiale nel suo complesso, tra i principali paesi importatori di prodotti audiovisivi italiani nel 2017, troviamo al primo posto il Regno Unito, seguito dalla Germania, la Francia, gli Stati Uniti, la Repubblica Ceca e la Spagna. Insieme questi paesi assorbono il 63,9% del totale delle esportazioni di prodotti audiovisivi e cinematografici italiani.

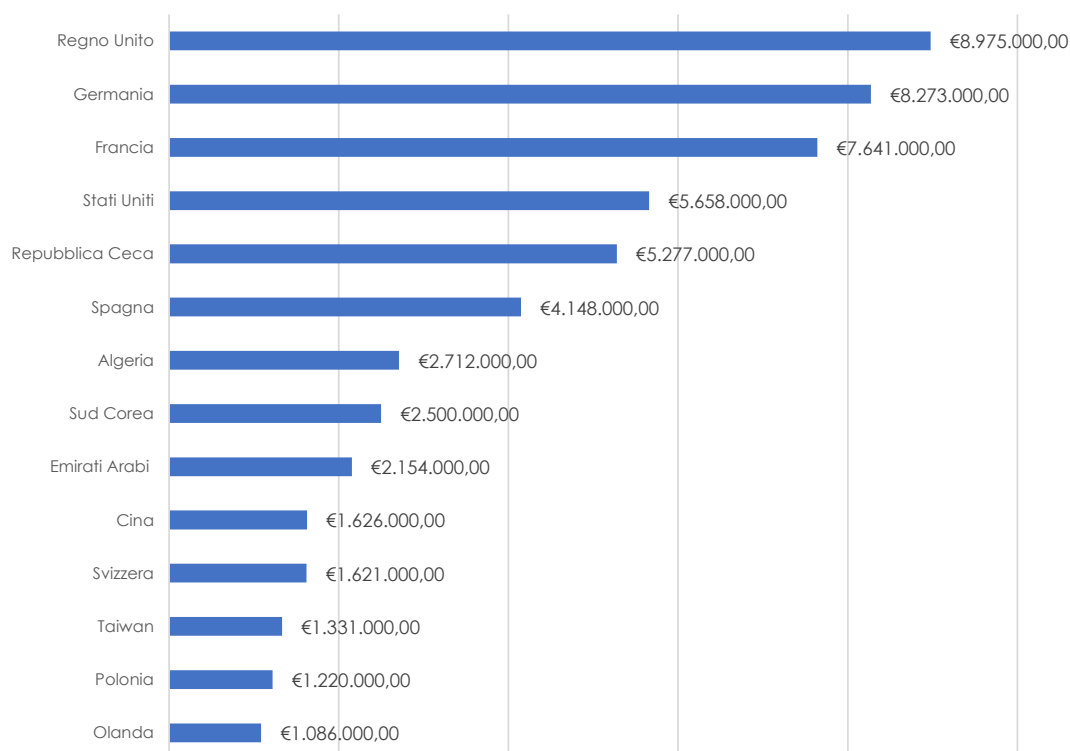
Quote significative vengono poi registrate verso l'Algeria, il Sud Corea e gli Emirati Arabi, la Cina, la Svizzera, Taiwan, la Polonia e l'Olanda.

Grafico 3.14: Principali mercati di sbocco di prodotti audiovisivi e cinematografici italiani – 2017 Fonte: nostra rielaborazione dati Eurostat – Cultural Statistics.



AVI/2017/18
VALUTAZIONE DI IMPATTO DELLA LEGGE
CINEMA E AUDIOVISIVO
IL SETTORE

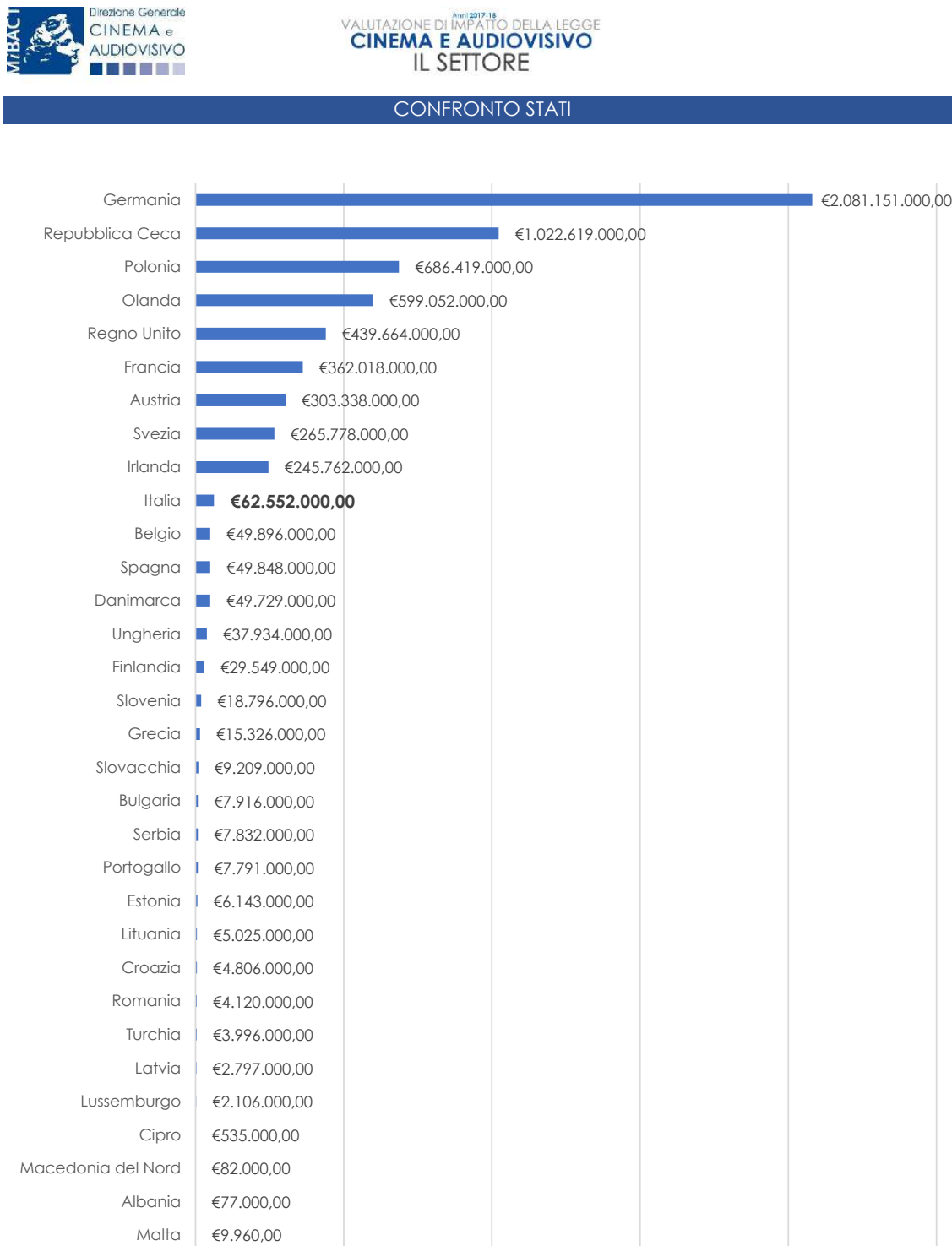
PRINCIPALI MERCATI DI SBOCCO DI PRODOTTI AUDIOVISIVI E CINEMATOGRAFICI - 2017



Infine, confrontando il valore dell'export del settore nei paesi appartenenti allo spazio Schengen, la Germania si conferma nuovamente nel 2017 il principale paese europeo esportatore di prodotti audiovisivi e cinematografici per un valore superiore ai 2miliardi di euro.

L'Italia, come si osserva si attesta al 10° posto, con un netto scarto in termini di valore commerciale di export rispetto ai Paesi che ricoprono le precedenti posizioni. Se da un lato vi è una maggiore difficoltà di ripresa del nostro mercato dalla crisi economica, dall'altro vi è probabilmente anche la scelta da parte dei produttori nazionali di investire in opere cinematografiche che, pur registrando un buon successo in Italia, difficilmente riescono ad essere esportate all'estero.

Grafico 3.15: Esportazioni i prodotti audiovisivi e cinematografici – Confronto tra Stati Schengen – 2017. Fonte: nostra rielaborazione dati Eurostat – Cultural Statistics.



3.2.4.2.2. *ESPORTAZIONI DI SERVIZI AUDIOVISIVI E CINEMATOGRAFICI*

Nel 2017, il valore totale delle esportazioni di servizi audiovisivi e cinematografici in Italia ammonta a 83.300.000€.

Come si evince dal grafico sottostante, nonostante il calo che tra il 2011 e il 2014 ha segnato un -53,48%, il mercato delle esportazioni di servizi audiovisivi italiani è nettamente in ripresa. Come si osserva nel grafico sottostante infatti, tra il 2016 e il 2017 si rileva un incremento pari a +99,28% che sembrerebbe stia portando l'export del settore a rialzarsi verso i valori pre - crisi.

Grafico 3.16: Esportazioni italiane di servizi audiovisivi e cinematografici 2011-2017. Fonte: Eurostat – Cultural Statistics.

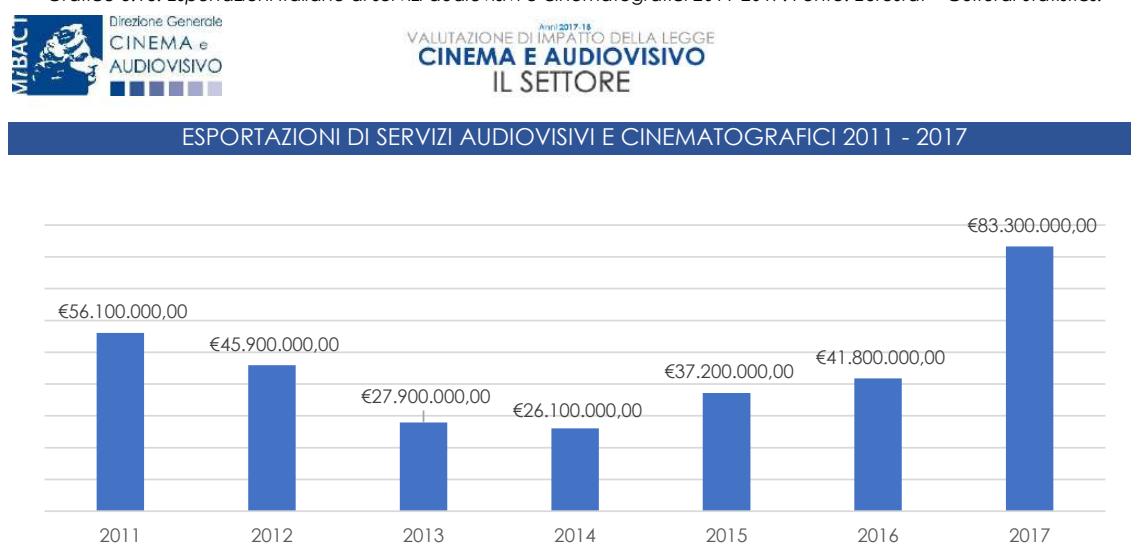
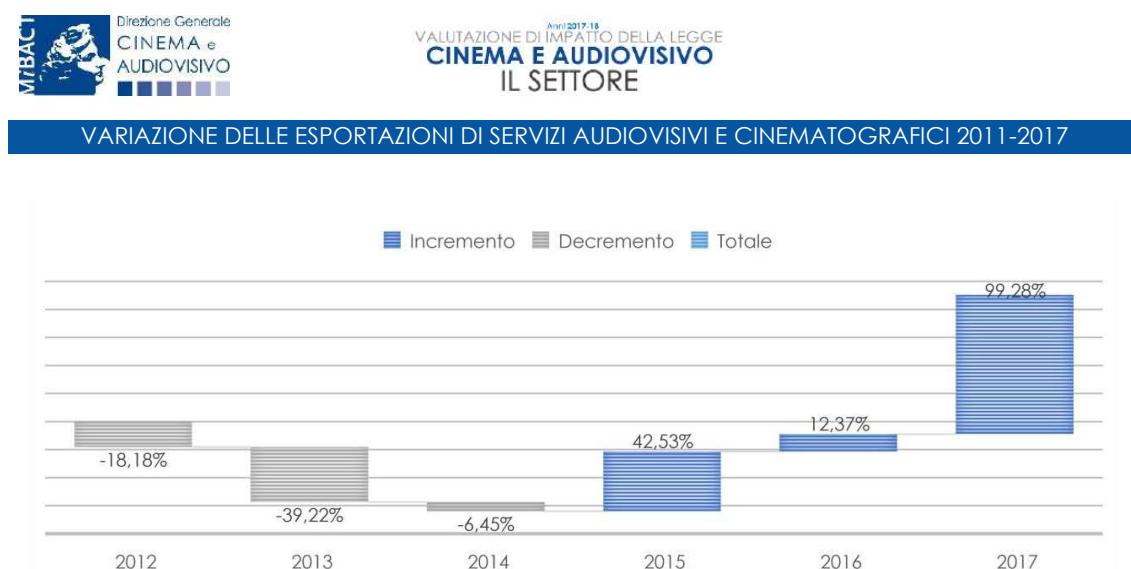
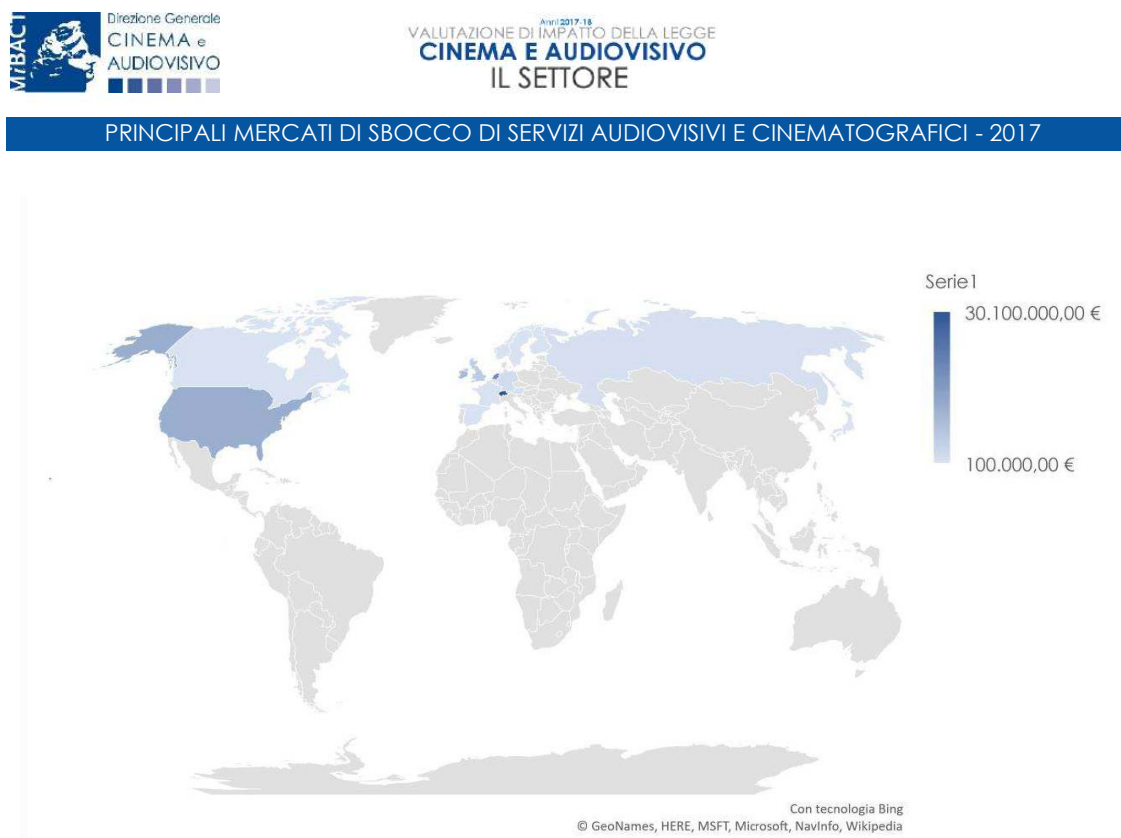


Grafico 3.17: Variazione delle esportazioni di servizi audiovisivi e cinematografici 2011-2017. Fonte: Eurostat – Cultural Statistics.



A differenza del commercio di prodotti audiovisivi, non si osserva una così netta distinzione tra mercato europeo e extra-europeo in termini di utilizzo di servizi audiovisivi e cinematografici italiani da parte delle imprese straniere. Nel 2017, infatti il valore commerciale dell'export interno all'Europa è stato pari a 37.300.000€ (il 44,78% del totale), mentre le esportazioni extra-europee sono state pari a 46.000.000€ (55,22%).

Grafico 3.18: Principali mercati di sbocco di servizi audiovisivi e cinematografici italiani – 2017. Fonte: nostra rielaborazione dati Eurostat – Cultural Statistics.



Guardando anche in questo caso al contesto mondiale nel suo complesso, tra i principali paesi utilizzatori di servizi audiovisivi italiani, nel 2017, troviamo al primo posto la Svizzera che da sola assorbe il 36,13% delle esportazioni italiane totali del settore e il 65,43% di quelle extra-europee. Seguono l'Olanda, gli Stati Uniti, l'Irlanda, il Regno Unito, la Germania, l'Austria, il Lussemburgo, la Russia e la Francia.

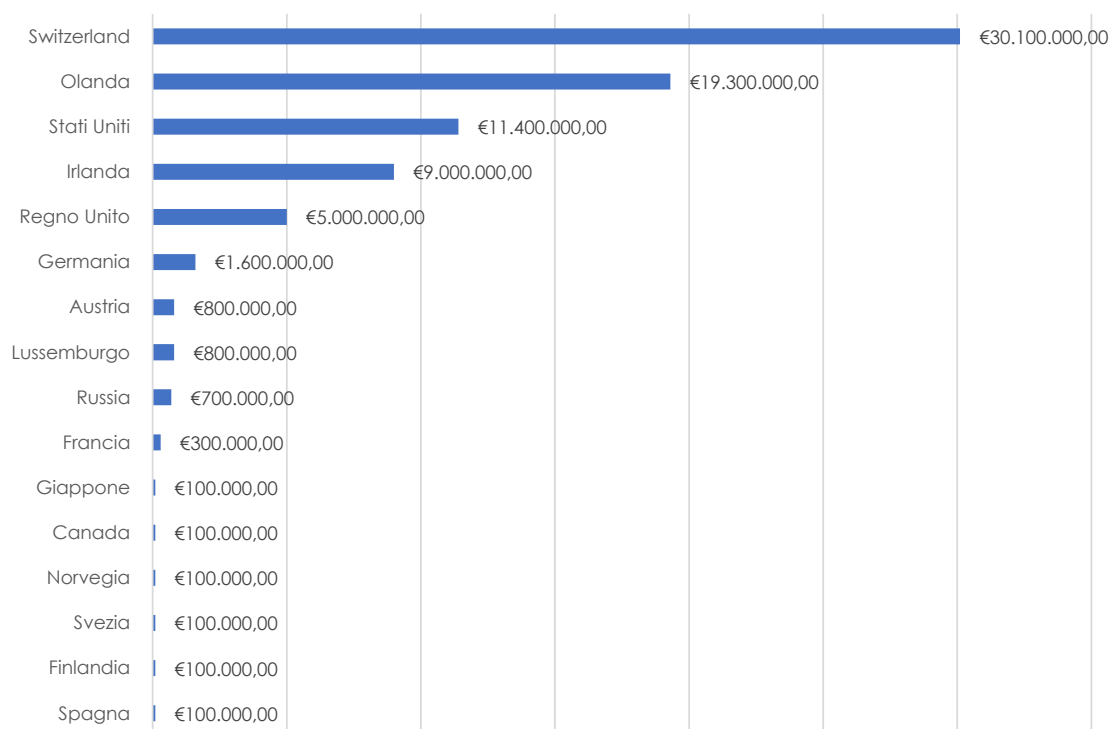
Quote meno significative, ma comunque interessanti nel rilevare quali sono altri potenziali mercati ed economie di sbocco, sono assorbite dal Giappone, il Canada, la Norvegia, la Svezia, la Finlandia e la Spagna.

Grafico 3.19: Principali mercati di sbocco di servizi audiovisivi e cinematografici italiani – 2017 Fonte: nostra rielaborazione dati Eurostat – Cultural Statistics.



VALUTAZIONE DI IMPATTO DELLA LEGGE
CINEMA E AUDIOVISIVO
IL SETTORE

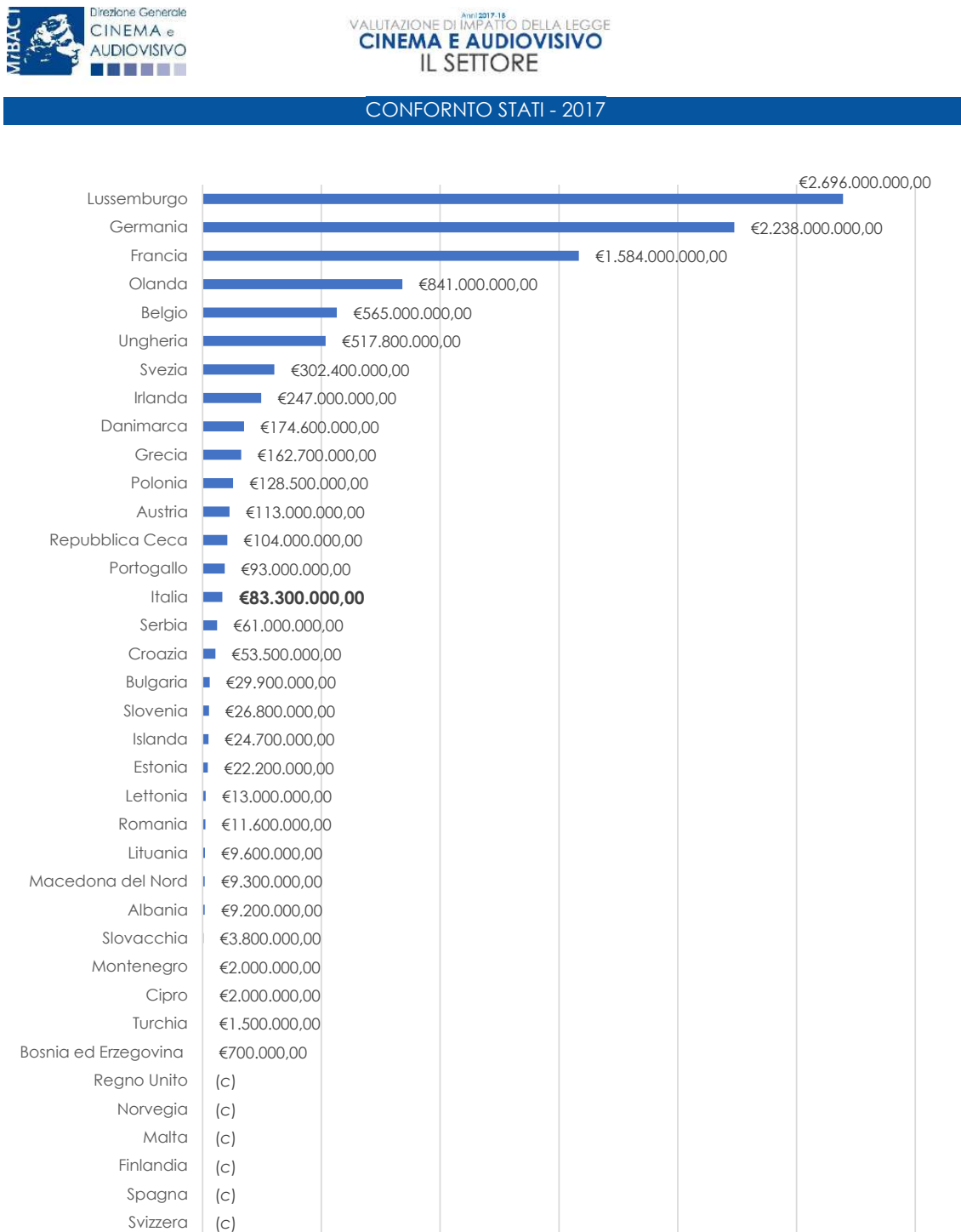
PRINCIPALI MERCATI DI SBOCCO DI SERVIZI AUDIOVISIVI E CINEMATOGRAFICI - 2017



Infine, confrontando il valore dell'export di servizi audiovisivi dei paesi appartenenti all'area di Schengen, al primo posto troviamo il Lussemburgo che nel 2017 si riconferma il principale paese europeo esportatore di servizi audiovisivi e cinematografici per un valore commerciale superiore ai 2,5miliardi di euro al quale segue la Germania con un valore dell'export parti a 2.238.000.000€.

L'Italia, come si osserva nel grafico sottostante si attesta invece al 15° posto. A differenza di quanto riscontrato nel Grafico (3.15), non si rileva un netto scarto in termini di valore commerciale di export tra il dato italiano e quello dei Paesi che ricoprono le precedenti posizioni.

Grafico 3.20: Esportazioni i servizi audiovisivi e cinematografici – Confronto tra Stati Schengen – 2017.¹⁶ Fonte: nostra rielaborazione dati Eurostat – Cultural Statistics.



¹⁶ I dati relativi al Regno Unito, Norvegia, Malta, Finlandia, Spagna e Svizzera sono classificati come *Confidenziali*.