

“Ricognizione sullo scenario europeo in merito alle procedure di gestione delle azioni di sostegno all’industria cinematografica ed audiovisiva in funzione della individuazione di un format procedurale funzionale alla razionalizzazione del sistema”

Studio di settore elaborato per conto dell’Osservatorio dello Spettacolo presso il Segretariato Generale Ministero per i Beni e le Attività Culturali

a cura di Bruno Zambardino

dicembre 2002

Indice

1.	Introduzione	Pag.3
2.	Il nuovo scenario 2.1. Un periodo di mutamenti 2.2. Il cinema sul piccolo schermo 2.3. La cinematografia nell'era digitale e lo sviluppo dei multiplex 2.4 La Comunicazione della Commissione "Principi e orientamenti per la politica audiovisiva della Comunità nell'era digitale".	Pag. 6
3.	L'industria cinematografica in Europa 3.1. Panoramica sulle maggiori industrie nazionali 3.2. I meccanismi di finanziamento europei	Pag. 24
4.	La legislazione "europea" 4.1 Il Quadro Regolamentare 4.2. La Comunicazione della Commissione al Consiglio, al Parlamento Europeo, al Comitato Economico e Sociale e al Comitato delle Regioni su taluni aspetti giuridici riguardanti le opere cinematografiche e le altre opere audiovisive del 26/09/2001. 4.3. Finanziamenti comunitari e coproduzioni	Pag. 54
5.	Bibliografia	Pag. 84

1. Introduzione

L'industria degli audiovisivi non può essere considerata alla stregua delle altre, poiché essa non si limita a produrre beni che saranno venduti sul mercato assieme a tutti gli altri: è questa un'industria culturale per eccellenza che esercita una fortissima influenza sia su cosa i cittadini fanno, credono e sentono, sia sulla trasmissione, lo sviluppo e la costruzione delle identità culturali. Pertanto, la sua rilevanza sociale si colloca al centro di ogni politica riguardante i suoi prodotti, almeno alla pari con gli aspetti prettamente economici e legislativi, nella cui ottica si muove invece l'oggetto di questo volume che, appunto, affida la comprensione degli aspetti sociologici alla già ricchissima bibliografia in materia.

Il presente studio mira, in generale, ad aprire un dibattito a livello sopranazionale che, illustrando la varietà delle legislazioni nazionali sul settore audiovisivo, suggerisca alcuni spunti di riflessione sulla necessità di dar corpo ad uno spazio giuridico continentale dell'audiovisivo, in cui la Vecchia Europa possa ritrovare un duraturo giovamento sia da un punto di vista culturale che in una prospettiva di tipo industriale.

L'intento specifico è quello di condurre una ricognizione sullo scenario europeo in merito alle procedure di gestione delle azioni di sostegno all'industria cinematografica ed audiovisiva in funzione della individuazione di un format procedurale alla razionalizzazione del sistema anche nel nostro Paese.

Il punto focale della questione è rilevabile nella necessità di armonizzare le singole legislazioni nazionali, le cui divergenze in fatto di regolamentazione in merito, costituiscono una prima causa della disomogeneità del mercato audiovisivo e cinematografico in Europa e della sua incapacità a fronteggiare la sfida competitiva proveniente dagli Stati Uniti.

Considerando che il Nuovo Continente domina quasi interamente il mercato audiovisivo mondiale, appare evidente come le motivazioni di questa netta supremazia nordamericana risiedano nelle debolezze stesse del sistema europeo: dalla frammentazione del mercato interno al basso tasso di distribuzione e circolazione dei prodotti audiovisivi, fino a giungere alla cronica incapacità di attrarre i finanziamenti.

Oggi occorre sostenere il quadro generale dell'industria audiovisiva europea con riflessioni e interventi di più ampio respiro rispetto al passato: interventi orientati verso una cooperazione più produttiva tra le singole realtà nazionali. Ci si riferisce alla creazione di una salda rete di scambi e partenariati che consenta di massimizzare il potenziale di crescita del settore, che in gran parte deriva dallo sviluppo di servizi innovativi basati sulle tecnologie digitali.

La progressiva diffusione del linguaggio digitale, infatti, favorirà un'integrazione e una contaminazione tra i diversi segmenti dell'*entertainment* e darà origine a sostanziali

trasformazioni del sistema di produzione e di sfruttamento dei prodotti audiovisivi. Per cui, cinema, televisione e web dovranno necessariamente allineare i linguaggi e l'operatività, mentre il processo di produzione, prima ancora che dai consumatori, sarà guidato dalle grandi organizzazioni con funzioni di guida e di monitoraggio dell'evoluzione tecnologica (si pensi agli standard).

La svolta epocale che stiamo vivendo però non riguarderà soltanto le modalità di fruizione del prodotto cinematografico, ma coinvolgerà anche gli aspetti pratici e artistici del momento creativo. Per darne un'idea, alcuni operatori del settore, tra cui registi affermati ed esperti di effetti speciali, hanno dichiarato che il futuro del cinema non si ritrova nel passato, perché il suo passato non può aiutarci a reinventarlo.

Diversamente da come si potrebbe credere, infatti, secondo questi professionisti, la rivoluzione digitale non sarebbe uno stadio evolutivo della cinematografia, non essendo rintracciabile in una linea di continuità; esso consisterebbe invece in un nuovo processo di ricostruzione del cinema che prenderebbe origine dalla sua base, per rinascere a nuova vita.

Il film sarebbe in procinto di essere rimpiazzato, a cominciare dal materiale con cui è fatto, la celluloide, fino ad arrivare al sistema industriale che lo produce e lo distribuisce. E solo le più attente riflessioni su questi argomenti, forse, potranno consentire agli interessati di guidare il settore nella giusta via di rinnovamento.

Il digitale, in effetti, porterà con sé la richiesta pressante di nuove professionalità, sia per gli effetti speciali che per la post-produzione e il montaggio. Gli stessi sceneggiatori e organizzatori di produzione dovranno possedere una maggiore sensibilità verso i processi digitali e acquisire competenze tecniche che invece risultano ancora poco diffuse tra i professionisti europei. Sotto questo profilo il divario con gli Stati Uniti è ancora molto ampio se le previsioni stimano che entro il 2005 il 90% dei film sarà concepito e realizzato attraverso le tecniche della digitalizzazione, grazie ad un lavoro di ricerca e di sperimentazione avviato da tempo e che in Europa avverrà con anni di ritardo.

Con queste premesse appare evidente come un'analisi del sistema legislativo inerente alla cinematografia non possa prescindere dall'analisi degli sviluppi tecnologici offerti all'intero settore audiovisivo.

Si è scelto quindi di introdurre la materia in esame con un capitolo dedicato al settore della comunicazione nell'era digitale: lo scopo è quello di illustrare le nuove prospettive aperte dalla rivoluzione digitale, con cui il cinema dovrà necessariamente confrontarsi negli anni a venire per mantenere una propria identità culturale e per sviluppare un nuovo mercato di riferimento in grado di concorrere con quello nordamericano.

Segue un capitolo dedicato allo stato di salute dell'industria cinematografica europea e le procedure di assegnazione dei fondi pubblici nelle singole legislazioni nazionali nel

continente europeo. L'ultimo capitolo invece analizza le norme che regolano il funzionamento del sistema di supporto all'industria audiovisiva a livello comunitario.

Ci si propone di andare oltre una mera illustrazione delle differenti realtà nazionali e degli strumenti attualmente in uso, per sostenere, invece, la necessità di approdare a uno schema legislativo di carattere europeo, che tenga conto degli attuali processi di internazionalizzazione e di innovazione tecnologica, ridisegnando in un'ottica moderna il rapporto tra stato e mercato in questo settore.

Al termine del percorso espositivo apparirà ancora più chiara la necessità da parte dell'Unione Europea e dei singoli stati di legiferare con un diverso approccio a sostegno dell'industria cinematografica e audiovisiva, e, in questa prospettiva, si andranno a esaminare gli interventi più significativi varati dagli Stati europei a sostegno della cinematografia nazionale e comunitaria: lo scopo è di fornire una panoramica significativa delle singole misure, evidenziando pregi e limiti di questi interventi rispetto a quelle prerogative sovranazionali, indispensabili per uniformare il mercato del cinema a livello europeo e di renderlo quindi competitivo sul piano continentale.

2. Il nuovo scenario

“La tecnologia digitale sta producendo incisivi mutamenti sociali, culturali ed educativi, e cambiamenti ancora più profondi interverranno in futuro. La digitalizzazione non soltanto significa un balzo in avanti nella quantità di materiale audiovisivo e di informazioni resi accessibili ai cittadini, ma consente a un gran numero di soggetti nuovi di partecipare alla produzione e distribuzione di informazioni e materiali audiovisivi in tutto il mondo”.¹

Così la Commissione Europea nella Comunicazione del 1999 al Parlamento Europeo, al Comitato Economico e Sociale e al Comitato delle Regioni che intende individuare i Principi e gli Orientamenti per la politica audiovisiva della Comunità nell'era della digitalizzazione.

Lo sviluppo delle nuove tecnologie rappresenta l'elemento di maggiore trasformazione sociale, oltre che economico, in atto.

Tali variazioni di costume incideranno fortemente sulle direttrici del business dell'audiovisivo: interverranno sulla produzione, la trasmissione e il consumo di qualsiasi prodotto audio-video, generando un contesto operativo marcatamente diverso da quello odierno.

A tale proposito la Comunicazione della Commissione Europea rileva come questi cambiamenti rivoluzionari fanno sorgere la necessità di *“adattare il quadro normativo e i diversi meccanismi di sostegno previsti a livello nazionale e comunitario”* così da fare in modo che *“gli operatori del settore si trovino in un contesto strategico chiaro e prevedibile, nel quale possano progettare investimenti ed elaborare opportune strategie per le proprie imprese.”*

Prendendo, dunque, spunto dalla Comunicazione della Commissione, prima di concentrare le nostre osservazioni specificamente sul cinema ci si soffermerà sui fenomeni che nella fase attuale caratterizzano il momento degli audiovisivi in genere e che potrebbero essere usati per delineare il nostro tempo tanto da poterlo indicare con l'espressione chiarificatrice *“era digitale”*.

Al termine di questa sintetica panoramica generale, non tralasciando i rischi e le opportunità che la rivoluzione digitale comporta, si analizzerà il testo della Comunicazione, nei suoi contenuti propositivi.

2.1 Un periodo di mutamenti

La Convergenza tra televisione e Internet

¹ “Principi e orientamenti comunitari per la politica audiovisiva della Comunità nell'era digitale”, COM (1999) 657 Bruxelles, 14.12.1999

Parlando di 'era digitale' dovremo iniziare la nostra analisi cominciando dal mezzo di trasmissione di materiale video e sonoro più largamente diffuso e comune: la televisione.

Proprio a causa della sua alta diffusione, infatti, la TV è anche lo strumento grazie al quale la gente accede più facilmente alle informazioni, alla pubblicità, ai prodotti dell'industria musicale, e ovviamente a quelli cinematografici. Essa, inoltre, rappresenta un forte elemento condizionante, nel bene e nel male, per le grandi opportunità di sviluppo della totalità del mercato audiovisivo essendo persino una delle più importanti fonti di finanziamento per le altre industrie del settore, le quali non potrebbero prescindere dal suo intervento.

Tab. 1.1 L'intrattenimento in Europa. Previsioni in milioni di dollari.

	2001	2002	2003	2004	2005
Film	14,8	15,8	16,8	17,7	18,5
Contenuti TV	33,9	36,8	39,9	43,4	47
Distribuzione TV	57,8	61,9	66,5	71,2	76,5
Musica	13,4	14	14,5	15,2	15,9
Accesso e pubblicità on-line	17	20,2	23,3	27	30,4
Periodici	36,9	39,3	41,9	44,3	46,8
Quotidiani	54,1	56,4	58,8	61,5	64,5
Libri	31,1	31,8	32,7	33,7	35
Radio	12,3	13,2	14,3	15,4	16,7
Parchi a tema	2,8	3,1	3,4	3,6	3,9
Sport	13,7	15,1	16,3	17,6	18,9
Totale	288,2	308,1	328,7	351,1	374,6

Fonte: Pricewaterhouse Coopers, Wilkofsky Gruen Associates, 2002

La generazione attuale ha conosciuto l'avvento del digitale nel settore televisivo, grazie alle televisioni a pagamento di cui la *Pay per view* e il *Near Video on Demand* sono le forme maggiormente apprezzate dal pubblico.

La *Pay per View* adotta la formula secondo cui il consumatore paga il singolo evento televisivo, principalmente programmi in diretta; con il *Near Video on Demand* invece lo stesso programma viene trasmesso su canali diversi e orari diversi.

Esiste ancora in fase embrionale, ma con buone possibilità di sviluppo, il *Video on Demand* grazie al quale lo spettatore con migliaia di programmi o film: il sistema ha le stesse potenzialità di un videoregistratore.²

Il fenomeno della digitalizzazione sarà presupposto chiave anche nel processo di convergenza tra gli ambiti dell'audiovisivo e delle comunicazioni.

² G.Profita *L'industria audiovisiva italiana ed europea*, Franco Angeli, 2001

Sarà possibile connettersi velocemente a Internet tramite TV grazie ai *decoder* e, e comporre palinsesti personalizzati, indipendentemente dagli orari di trasmissione. La nuova tecnologia permetterà l'accesso ad un numero di canali praticamente illimitato; grazie all' utilizzo di satelliti, il settore televisivo conoscerà uno sviluppo che travalicherà i confini nazionali, internazionalizzandosi.

Su un'unica rete, poi, vi sarà la possibilità di diffondere un'ampia gamma di servizi, sia tradizionali, sia fortemente innovativi (telebanca o teleacquisti da casa tramite Internet, comunicazioni vocali, servizi *on-line* e televisivi, posta elettronica e giochi interattivi). Sono evidenti la portata rivoluzionaria nelle modalità di fruizione della TV da parte dell'utente e le incalcolabili conseguenze dell'integrazione tra televisione internet sulla vita di tutti i giorni.

Convergenza tra televisione, computer e telefono.

Portata rivoluzionaria potrebbe avere il *t-commerce*, ossia il commercio elettronico realizzato attraverso il set-top-box utilizzando la televisione. Le sorprese della nuova tecnologia e il processo di integrazione potranno non limitarsi ai soli ambiti del t-commerce e dell'*e-business*, coinvolgendo piuttosto anche il cosiddetto *m-business* dei cellulari che si rivelerà nei prossimi anni uno degli ambiti più ricettivi alle innovazioni tecnologiche e sociali.

Tab. 1.2. Le piattaforme del t-commerce. Le tecnologie usate.

	Porzioni di utilizzo
Terrestre	9%
ADSL	9%
Fibra ottica	5%
Satellite	47%
Cavo	30%

Fonte: I-lab, 2002.

Diamo un rapido sguardo d'insieme al ruolo che la telefonia occupa nel contesto fin qui descritto, ci accorgiamo che: a) Internet si basa completamente sulla rete telefonica; b) le comunicazioni vocali tipiche del telefono sono già possibili anche attraverso i mezzi disponibili nel WEB; c) i servizi SMS sono messi a disposizione anche degli utenti con telefono fisso, tramite e senza Internet. E potremmo giungere a conclusioni sicuramente affascinanti: l'esistenza di strumenti come le *web-cam* (piccole telecamere digitali collegabili al computer), unita a tutte le osservazioni fatte, sembrano infatti delineare con sufficiente precisione un futuro avveniristico – ma non troppo – caratterizzato dalla completa fusione tra TV, computer e telefono.

Sono evidenti le potenzialità di un sistema del genere capace di mutare sensibilmente la vita di tutti noi modificando i concetti di spazio e di tempo ai quali siamo abituati.

La TV digitale di tipo satellitare e terrestre

Già da molti anni esistono tre modalità differenti di trasmettere e ricevere il segnale televisivo: via cavo, via etere (tramite i ripetitori e le antenne); e attraverso satelliti e parabole.

Tab. 1.3. I sistemi che veicolano la TV interattiva in Europa, in milioni di case.

	2001	2002	2003
Cavo digitale	1,7	4,6	7,8
Satellite digitale	10,1	14,5	18
Terrestre digitale	1,1	1,8	3,1
DSL	0,1	0,2	0,3

Fonte: IDC, 2002.

Tra questi mezzi il satellite risulta essere il più interessante: non occorrono cavi non è necessaria alcuna rete di ripetitori. I satelliti, infatti, permettono la ricezione di un numero illimitato di canali TV, consentendo anche allo spettatore di costruirsi il personale palinsesto e di scegliere in alcuni casi persino la lingua nella quale vedere il programma.

Questo sistema non ha però dato i frutti sperati: al momento attuale non esiste nazione del globo dove questo tipo di business possa offrire l'opportunità a più di un operatore di esistere; difatti, sia in Europa che negli USA le pay-tv via satellite che erano in concorrenza sui singoli mercati hanno finito per fondersi o sono in trattativa per farlo.³

Tab. 1.4. La TV digitale in Italia per numero di fruitori nel 2001.

	Fruitori
Telepiù	1.500.000
Stream	800.000
Pirati	1.350.000

Fonte: Elaborazione.com, 2002.

³ È il caso, ad esempio, di Echostar e DirecTv negli Usa, di Stream e Telepiù in Italia; mentre in Germania l'offerta è già unificata e anche in Gran Bretagna c'è un solo operatore satellitare, la BSkyB del magnate Rupert Murdoch.

Sarà la nuova TV digitale via etere a conquistare, molto probabilmente, un ruolo di forza nell'economia televisiva mondiale facendole prendere il posto dell'obsoleta TV via cavo assiale e di quella analogica terrestre di cui è figlia.

Il digitale terrestre rappresenterà una complessa 'partita' industriale, economica e politica che potrà realizzarsi materialmente persino senza bisogno di parabola. Occorreranno però un *decoder* specifico tramite cui accedere a Internet e memorizzare i programmi; e nel 20-30% dei casi,⁴ le famiglie italiane dovranno sostituire le antenne dei loro apparecchi con altre compatibili.

In Italia, quindi, grazie alla TV digitale terrestre ci sarà posto – forse a partire dal 2006 – per 55-60 televisioni nazionali contro le 11 di oggi, a condizione tuttavia che vengano rispettati alcuni parametri stabiliti dall'Autorità.

Il primo articolo del Regolamento sulla TV digitale terrestre, che il Garante delle Comunicazioni ha approvato alla fine del 2001 stabilisce che maggior parte degli editori TV, vecchi e nuovi, dovranno adottare le tecniche più moderne per trasmettere il loro segnale entro e non oltre il termine previsto. Inoltre, per la stessa data, tutti gli italiani dovrebbero munirsi dell'occorrente per ricevere; mentre le reti di trasmissione, al fine di essere giudicate idonee al servizio, dovrebbero presentarsi all'appuntamento capaci di fornire la copertura dell'80% del territorio nazionale col nuovo segnale digitale.

Il Regolamento afferma al comma E che ogni blocco di frequenze per quella data potrà ospitare almeno 3 canali TV e 5 radiofonici, e che i suddetti blocchi saranno circa 20. Ciò nonostante, la cifra dei canali potrà essere espressa con esattezza solo dopo l'emanazione del Piano delle frequenze programmato per il dicembre 2002; e, soprattutto, viste le numerose difficoltà pratiche già rilevate, è ragionevole concludere che la tempistica prevista dal Regolamento dell'Autorità non sarà rispettata.

Indipendentemente dal quando, perciò, il sistema televisivo italiano subirà sostanziali cambiamenti nella sua struttura di fondo; e questi mutamenti saranno dovuti anche all'introduzione di tre nuove figure previste dallo stesso Regolamento, che saranno: l'operatore di rete, il fornitore di contenuti e il fornitore di servizi.

Queste, in definitiva, andranno a sostituire il cosiddetto '*broadcaster*' televisivo, proprietario degli impianti, nonché editore dei programmi; e contribuiranno con la loro introduzione a mutare le regole interne che fino ad oggi hanno delineato la realtà economica del settore e le scelte di programmazione.

La TV interattiva in Europa

Il destino della televisione digitale, però, non è ancora stato scritto. Potrebbe perciò verificarsi una situazione diversa da quella prospettata: la TV digitale terrestre, ad esempio, potrebbe non prendere il sopravvento su quella satellitare e addirittura la TV

⁴ Fonte: Authority Comunicazioni, 2002.

via cavo potrebbe non scomparire determinando una coesistenza delle tre piattaforme su uno stesso territorio.

Per questo motivo è interessante esaminare almeno l'assetto che le piattaforme digitali esistenti hanno assunto in alcune tra le nazioni europee più importanti, al fine soprattutto di acquisire maggiori elementi per tentare delle previsioni.

In Francia l'operatore TPS (*Télévision Par Satellite*) ha avviato la commercializzazione del proprio *bouquet* digitale nel 1996 e oggi raggiunge oltre 1.000.000 di abbonati⁵. Fin dagli esordi la TPS ha introdotto servizi di televisione interattiva (ITV) e attualmente eroga 131 canali TV, 45 canali radio e 35 canali interattivi. Questi comprendono servizi di posta elettronica, giochi, t-commerce, tv-banking e servizi di informazione tematica (meteo e news finanziarie).

Sempre in Francia, anche la pay-tv denominata *Canal Plus* da tempo distribuisce molteplici servizi di ITV come i giochi, i *magazine* interattivi e il t-commerce.

In Gran Bretagna *BSkyB*, la pay-tv satellitare che conta oltre 5.500.000 abbonati,⁶ ha cominciato diversi anni fa a investire nel segmento dei servizi interattivi per la TV costituendo un consorzio, *Open* (oggi chiamato *BSkyB Interactive*), che è in grado di offrire più di 100 canali di ITV. Con tali premesse si è quindi attivata nel segmento della posta elettronica, diventando nel giro di qualche anno uno tra i primi cinque fornitori di questo servizio nel Regno Unito con circa 1.000.000 di fruitori.⁷

Di seguito, anche il rivale di *BSkyB*, cioè *Itv Digital* (l'operatore di televisione a pagamento digitale terrestre), si è ritagliato uno spazio nell'ambito dell'ITV, proponendo ai suoi abbonati un servizio di accesso base a Internet attraverso il decoder digitale⁸.

In Spagna, analogamente, tutti gli operatori di pay-tv digitale hanno attivato servizi interattivi. *Canal Satellite Digital* e *Via Digital* offrono entrambi i classici prodotti di home banking, t-commerce ed e-mail, oltre ai giochi e ai servizi di informazione interattiva (meteo, news finanziarie, golf).

Nel nostro paese, infine, *Stream* ha lanciato dal 1998 canali ITV proponendo *magazine* dedicati ai viaggi e al settore *educational* e, dopo l'attivazione del segnale di ritorno, introducendo l'e-mail e i servizi di tv-shopping e tv-banking; mentre *Telepiù* ha puntato sull'offerta *basic* di canali interattivi che includono l'area dei giochi, l'e-mail e il *mosaico* (un canale che informa sulla programmazione corrente della piattaforma e da cui è possibile accedere agli altri canali TV semplicemente navigando sull'immagine).

⁵ Zamparutti E. *In corsa per l'interattività*, in '@lfa' supplemento al 'Sole 24 Ore', 8 marzo 2002, pag. 3.

⁶ Ibidem

⁷ Ibidem.

⁸ La Gran Bretagna si segnala per il trend positivo di accesso alla TV multicanale, passando da una percentuale del 13% segnalata nel 1992 al 44% del 2001; nel 2002 questa percentuale raggiungerà il 50% dell'utenza totale. I consumatori, e anche questo è un fatto degno di nota, sono per la maggior parte tra i 15 e i 34 anni, e la loro scelta si assesta sul cinema, privilegiato anche rispetto agli eventi sportivi. Muscarà P. *Cresce con i giovani lo stile pay per view*, in '@lfa', supplemento de 'Il Sole 24 Ore', 12 luglio 2002.

Dunque – nel mondo della concorrenza dove è necessario dare al cliente un’offerta più ricca del vicino – la convergenza multimediale si è espressa in tutta la sua potenzialità nelle TV europee, soltanto quando si è capito che avrebbe portato loro ciò che mancava alla televisione stessa: l’interattività, il sistema per ampliare la capacità di trasmissione. La digitalizzazione dell’immagine, infatti, non avrebbe giustificato da sola l’introduzione della nuova tecnologia, non comportando di per sé, per l’utente, vantaggi tangibili in termini di qualità della visione.

2.2. Il cinema sul piccolo schermo

Fin qui abbiamo parlato molto di TV e degli sconvolgimenti che il sistema televisivo internazionale subirà nei prossimi anni a causa soprattutto della rivoluzione tecnologica in atto.

In particolar modo, inoltre, abbiamo concentrato la nostra attenzione sulle forze di convergenza che spingono i diversi ambiti dell’entertainment a integrarsi vicendevolmente; e, in proposito, abbiamo evidenziato che il nuovo e più complesso assetto di interazioni tra quest’ultimi rivestirà un importante ruolo per lo sviluppo dell’industria audiovisiva in genere.

Il quadro finora descritto, però, potrebbe semplicemente rendere più evidente nei prossimi anni quel legame che stringe già da lungo tempo il cinema al mercato televisivo, e che determina la quasi totale dipendenza economica del primo rispetto al secondo.

La TV, infatti, è la principale fonte di guadagni e di finanziamenti per l’industria cinematografica poiché le fornisce da sola oltre il 50% degli introiti derivanti dallo sfruttamento dei film, e poiché ne assicura l’indispensabile eco, oltre che la pubblicità; prerogative queste senza le quali gli incassi al botteghino subirebbero drastiche perdite.

Tab. 1.5. I film italiani in TV nelle 7 principali reti nazionali (RAI, Mediaset, LA7)

Anno 2001	Numero	Percentuale
Totale film nelle 24 ore	4890	100%
Film italiani nelle 24 ore	1787	36,5%
Film italiani nel prime time	144	8,1%
Film italiani in seconda serata	137	7,7%
Film italiani nella notte	1041	58,3%
Film italiani al mattino	357	20%
Film italiani nel pomeriggio	108	6%

Fonte: ANICA, Studio Frasi, 2002.

Per questi motivi una crisi che colpisse l'economia della televisione avrebbe ripercussioni anche sull'industria del cinema che – come è già accaduto in Italia – vedrebbe imporsi dalle emittenti nazionali una riduzione dei costi dei diritti per la trasmissione, nonché un ridimensionamento della presenza di film in TV.

Tab. 1.6. I film italiani trasmessi in TV in prima serata.

Anno 2001	Numero	Audience media
Film italiani nel prime time	144	22.398.000
Film in prima serata sulla RAI	40	12.132.000
RAI uno	10	6.151.000
RAI due	7	3.525.000
RAI tre	23	2.456.000
Film in prima serata su Mediaset	71	9.693.000
Canale 5	14	4.951.000
Italia 1	15	2.657.000
Rete 4	42	2.085.000
Film in prima serata su LA7	33	573.000

Fonte: ANICA, Studio Frasi, 2002.

Riferendoci quindi soltanto a quanto accade nel nostro paese, dobbiamo constatare ad esempio che le televisioni italiane dedicano attualmente uno spazio minore del loro palinsesto ai prodotti del grande schermo rispetto a quanto facessero un tempo.

In aggiunta, le preferenze del pubblico sono spesso rivolte ai format più prettamente televisivi; per cui il cinema sul piccolo schermo risulta collocarsi solo alla decima posizione nella speciale classifica di rendimento per tipologia di programmi, dietro ai talk-show, ai quiz, al varietà, allo sport, ai telegiornali, ecc. che normalmente generano ascolti più elevati rispetto alla cifra media di spettatori che guardano un film in TV (ossia inferiore al milione di individui).

Tuttavia, nella stagione 2000/2001 si è verificata una leggera inversione di tendenza che ha investito la percentuale di film trasmessi dalle reti nazionali in relazione al totale della loro programmazione. Sicché, in quel periodo, i film hanno rappresentato il 17,8% di quanto offerto complessivamente in TV contro il 15,66% della stagione 1996/1997, con un incremento del loro peso del 2,14%.⁹ Bisogna pure ammettere, però, che dalla stagione 1997/1998 fino a quella 1999/2000, si era già registrata una progressiva crescita della medesima percentuale, la quale aveva raggiunto il 19,66%, per poi subire inaspettatamente un crollo dell'1,86%.¹⁰

⁹ ANICA, Studio Frasi, 2002

¹⁰ Ibidem.

Ciò nonostante, la questione sulla vendita dei diritti televisivi dei film in Italia – di cui abbiamo appena menzionato alcune tra le conseguenze negative – è la stessa che potrebbe condurre a un miglioramento delle condizioni operative per i produttori.

L'Autorità per le Comunicazioni, tenendo in considerazione l'attuale processo di revisione della Direttiva 'Televisioni senza Frontiere' del 1989, ha infatti avviato negli ultimi mesi del 2001 una consultazione pubblica sul testo di un provvedimento – previsto dalla legge 122 del 1998, art. 2, comma 2 – con lo scopo di approvare quali criteri avrebbero dovuto sancire le nuove regole in merito. I quattro articoli del regolamento stabilivano perciò, nella loro bozza, la cessazione dei diritti vitalizi che non rappresentavano un giusto riconoscimento del lavoro di produzione, preferendo piuttosto avvantaggiare – come accade del resto in tutti i paesi europei più evoluti – non solo i produttori indipendenti (cioè quelli non possessori di società partecipate da emittenti TV) ma lo stesso mercato.

In questo modo, ponendo salde basi giuridiche per un sistema più equo ed elastico, l'Autorità per le Comunicazioni dovrebbe risolvere effettivamente l'annoso problema: sarebbe infatti in tal modo realizzabile l'obiettivo, da parte dei produttori cinematografici e di fiction, di acquisire gli stessi diritti che spettano ad autori, registi e attori, legati non tanto al prodotto in sé quanto al numero di volte in cui questo sia mandato in onda.

Occorre a questo punto fare un inciso: la questione dei diritti d'autore non riguarderà solo l'ambito televisivo cui abbiamo appena accennato, essa coinvolge anche il commercio di materiali audiovisivi su Internet. Occorre al più presto, una normativa internazionale che regoli tale visto che tra pochi anni il WEB sarà definitivamente il mezzo più adatto per scambiare e distribuire immagini e suoni d'ogni tipo.

La problematica è però di difficile soluzione poiché ogni Paese appartenente all'Unione Europea, ma anche al di fuori di questa, ha regolamenti particolari molto diversi l'uno dall'altro; per cui una legge sovranazionale sui diritti d'autore dovrebbe essere dapprima supportata da una riorganizzazione dei singoli sistemi nazionali, volto ad avvicinarli e renderli compatibili.

2.3. La cinematografia nell'era digitale e lo sviluppo dei multiplex

L'utilizzo dell'informatica e delle tecnologie digitali nei campi dell'audiovisivo ha sì determinato nuove opportunità di fruizione dei prodotti audio-video, ma ha anche generato nuove problematiche di gestione giuridica ed economica dell'industria del settore, nonché stravolto l'organizzazione della filiera cinematografica.

Le diverse componenti della filiera siano esse quelle artistiche o quelle che coinvolgono la produzione, la post-produzione e la diffusione sono caratterizzate da una forte interdipendenza tra loro, non strutturandosi più in modo sequenziale.

Si constata nella fase della produzione un aumento della varietà dei processi e delle modalità: è possibile creare direttamente al computer scene che altrimenti risulterebbero irrealizzabili a causa di oggettive difficoltà tecniche o perché troppo costosi; il computer è in grado di manipolare le immagini girate dal vivo e solo conseguentemente digitalizzate; è possibile creare effetti speciali anche nella fase di editing, fasi prima necessariamente sequenziali.

Le possibilità di utilizzo del digitale nella produzione di un film sono molteplici: occorre, di conseguenza, porre l'accento sulla necessità di creare professionisti con caratteristiche multifunzionali. Il nuovo professionista del settore cinematografico dovrà necessariamente essere capace di coniugare le professionalità tipiche del cinema, a titolo d'esempio si potrebbe citare la fotografia piuttosto che la scenografia, con professionalità provenienti da altri settori quali l'informatica o l'ingegneria.

L'adozione delle tecnologie digitali influisce anche sulle modalità di distribuzione: il film viene trasmesso dal distributore all' esercente in *real time* via satellite, senza il limite delle copie fisiche. Questo sistema permette di adeguare rapidamente il numero delle sale alle domande di ciascuna opera cinematografica; l' esercente potrà decidere i tempi di erogazione del film, potrebbe scegliere di proiettare anche più film nella stessa giornata ovvero eventi dal vivo quali concerti o avvenimenti sportivi.

Tutto questo implica un risparmio sui costi di spedizione delle copie, i costi di stoccaggio nei magazzini e i costi che possono riguardare tutto ciò che serve per gestire la rete distributiva.

Analogamente a quanto accade nella fase produttiva, sorge la necessità di riconversione del personale addetto a tutte le operazioni di distribuzione e di esercizio: una multisala potrà essere gestita da un solo operatore, così come ci sarà la possibilità di controllare la qualità del colore, del sonoro e della proiezione stessa da anche da una città all'altra: il rischio di monopolio delle major hollywoodiane è, però, evidente.¹¹

Analizzate tutte le opportunità della rivoluzione digitale ci si potrebbe domandare quale sia il motivo per cui ci si trova ancora in una fase embrionale della stessa: quali sono i limiti del cinema digitale?

Non si può non porre l'accento sui costi di riconversione delle sale cinematografiche: perché la sala possa ricevere il film direttamente dal distributore occorrono una parabola, un decoder per decrittare il segnale trasmesso in modo non direttamente decifrabile per combattere la pirateria, un computer con un hard disk in grado di contenere uno o più film, un proiettore digitale¹². A fronte di queste spese le nuove fonti di ricavo sono ancora tutte da verificare, la qualità del digitale non ha ancora superato quella della pellicola, manca uno standard di macchinari da acquistare, mentre l'investimento

¹¹ Lucia Coluccelli, Italia Oggi del 10/10/2001

¹² Cfr. Luigi Proserpio, Giuseppe Soda in "Il Cinema impresa possibile", a cura di Severino Salvemini, Egea, 2002

sembra comunque avere ritorni economici solo nel lungo periodo e su di esso grava il rischio della pirateria.

Le resistenze alla conversione della filiera cinematografica sorgono anche perché gli studios si occupano sia della produzione che della distribuzione dei film: si tratta, quindi, di ridefinire completamente il proprio business.

Negli ultimi anni, i dibattiti e i confronti sul tema si sono infittiti, convergendo sull'opinione che il cinema digitale si imporrà nonostante le incertezze su cui si è posto l'accento..

E la partita sarà economicamente importante in molti 'luoghi' del cinema stesso: sul set, tra le sale di montaggio e post-produzione, nei canali di distribuzione, ecc. per cui la svolta non potrà essere paragonata neppure all'avvento del suono e del colore, avendo, rispetto a questi, un impatto ben maggiore sul sistema.

Lo sviluppo dei multiplex

In questa sede dobbiamo necessariamente accennare alla diffusione dei multiplex, perché tale fenomeno non ha solo coinvolto l'intero territorio d'Europa ma ha anche modificato l'aspetto del mercato delle sale cinematografiche assorbendo parte dei fondi pubblici e privati destinati allo sviluppo della cinematografia.

I multiplex¹³ sono complessi di nuova costruzione, generalmente edificati in zone extraurbane, facilmente raggiungibili da grandi arterie di comunicazione; in virtù degli ampi spazi a disposizione e di adeguati parcheggi auto, queste 'cittadelle' del cinema possono ospitare un numero considerevolmente elevato di persone, e intrattenerle un tempo assai superiore a quello della durata del film. I multiplex stanno rapidamente trasformando la modalità di utilizzo dell'esercizio cinematografico attraverso attrattive complementari alla fruizione del film: pizzerie, bowling, negozi, fast food in grado di 'occupare' l'intera serata dello spettatore attraverso una più articolata e complessa offerta di beni e servizi, adeguatamente accompagnata e sostenuta da idonee strategie promozionali e di veicolazione dell'immagine, in grado di 'fidelizzare il cliente'.

In un contesto di consumo quale quello che si delinea, non più unicamente legato alla fruizione filmica, ma allargato all'intrattenimento, i multiplex sono in grado di offrire un pacchetto di servizi in cui la fruizione cinematografica rappresenta l'elemento - ancora centrale - di una strategia più vasta e complessa, che per funzionare appieno deve poter contare su una clientela non occasionale.

I Paesi dove per primi sono stati costruiti i multiplex in Europa sono stati la Gran Bretagna, seguita dal Belgio e successivamente dalla Francia e dalla Germania, cioè

quei Paesi di clima rigido, sicuramente più vicini allo *style of life* americano e che, data la conformazione geografica del territorio, avevano a disposizione nuclei abitativi dislocati nel territorio e quindi ‘spazio’ per ospitare queste strutture e per agevolare la fruizione cinematografica.

Tab. 1.7. Numero di multiplex in alcuni Paesi europei

	1992	1998	1999	2000
Belgio	9	16	16	16
Germania	14	70	87	114
Francia	31	73	93	106
Italia	1	8	12	21
Regno Unito	44	113	136	153
Spagna	0	61	104	121
Svezia	12	16	15	15

Fonte: Media Salles, 2001

In questo modo si è ovviato al problema degli spostamenti e a quello legato al traffico cittadino dove, prima dei multiplex, era necessario recarsi per andare al cinema.

Dapprincipio si è creduto che tale diffusione potesse favorire lo sviluppo del settore cinematografico incentivando la gente ad andare al cinema, soprattutto in virtù del rinnovamento tecnologico e architettonico delle sale e degli esercizi. In un primo momento si è effettivamente registrato un consistente aumento del pubblico. In seguito, però, si è constatato che la diffusione dei multiplex provocava una sovrabbondanza di sale cinematografiche su uno stesso territorio, generando fortissimi disagi agli esercenti¹⁴ favorendo i film di provenienza statunitense. Limitandosi al mercato italiano è facile notare come i film di produzione nazionale, a parte qualche caso sporadico, stentino a trovare spazio nei multiplex.

Inoltre, la tendenza ad allargare il mercato dei servizi legati al cinema ha prodotto alcuni fenomeni di assestamento che preoccupano gli esercenti perché ad un rapido aumento del numero di schermi si affianca una progressiva riduzione del numero di sale: un fenomeno questo che è stato chiamato di ‘*raggruppamento*’.

Altro motivo di preoccupazione si aggiunge per gli effetti provocati dal cosiddetto fenomeno della ‘*convergenza*’ ossia la progressiva concentrazione proprietaria delle sale da parte di pochi esercenti che sono in grado di sostenere sia i costi di ammodernamento che le spese di gestione degli esercizi.

Infatti i distributori stanno assumendo un crescente ruolo nel controllo e nella gestione diretta degli esercizi, soprattutto di quelli che costituiscono le più importanti

¹³ Si definiscono ‘multiplex’ le strutture che contengono un minimo di otto sale di proiezione, ‘cityplex’ quando il numero delle sale è inferiore a otto, e ‘multisala’ quando la struttura è ricavata da un cinema già esistente che ha ricavato più di uno spazio di proiezione.

¹⁴ Questo è un problema sentito soprattutto nei territori ad ampia concentrazione abitativa.

basi di lancio dei film; di conseguenza dove alla sala tradizionale si è sostituito il multiplex, i maggiori distributori nazionali, ma soprattutto le major statunitensi che controllavano già la maggior parte della distribuzione europea, tendono a creare condizioni di monopolio nel mercato delle sale.

In Europa continua comunque a crescere il numero di sale collocate nei complessi multiplex, che ha subito un incremento del 45% in due anni: dai 4.924 schermi rilevati da MEDIA Salles al 31 ottobre del 1999 si è passati ai 7.133 alla stessa data del 2001.

Nella tabella 2.11, è delineata la ripartizione degli schermi nelle diverse tipologie di multiplex nell'Unione Europea.

Tabella 1.8 La ripartizione degli schermi nelle diverse tipologie di multiplex nell'Unione Europea

Paese	8-10 schermi	11-14 schermi	15 o più schermi
Austria	57,8%	32,9%	9,3%
Belgio	18,3%	47,5%	34,2%
Germania	72,7%	19,8%	7,5%
Danimarca	50,0%	19,6%	30,4%
Spagna	58,9%	24,1%	17,0%
Francia	33,2%	43,4%	23,4%
Finlandia	67,4%	32,6%	-
Grecia	46,6%	19,0%	34,5%
Italia	57,2%	36,8%	5,9%
Irlanda	38,4%	61,6%	-
Gran Bretagna	43,9%	42,4%	13,7%
Paesi Bassi	61,4%	38,6%	-
Portogallo	64,4%	12,6%	23,0%
Svezia	63,2%	16,0%	20,9%

Fonte: Media Salles 2002

I più recenti dati di MEDIA Salles sembrano confermare, infine, la capacità dei multiplex di reagire meglio, rispetto alle altre tipologie di esercizio cinematografico, alle fluttuazioni della domanda e di concentrare su di sé una parte rilevante dei biglietti venduti ogni anno.

Ad eccezione della Gran Bretagna, il numero degli schermi presenti nei multiplex risulta generalmente inferiore a quello relativo agli schermi collocati in tutte le altre tipologie d'esercizio; inoltre, al crescere della densità degli schermi nei multiplex la concentrazione delle presenze in tali complessi aumenta in modo più che proporzionale, tanto che nei Paesi a più alta densità, come il Belgio e il Lussemburgo, i multiplex

concentrano su di sé rispettivamente ben il 75% e il 79% dei biglietti complessivamente venduti a livello nazionale¹⁵.

In Italia i multiplex sono ancora relativamente pochi se paragonati a quelli delle altre nazioni: secondo i dati curati dall'Osservatorio per lo spettacolo, nel 2000 erano stati aperti 22 complessi, 10 di più del 1999, con un incremento annuale pari al 75%. Al 31 luglio 2002 nei soli multiplex, le sale erano 444, mentre per la fine dell'anno è stata preventivata l'apertura di altri 165 schermi; al Lazio va il primato di multiplex con ben 106 schermi¹⁶. I motivi di questo ritardo sono dovuti alla tarda 'liberalizzazione' delle sale cinematografiche, risalente al 1998, che ha permesso l'apertura di questi complessi.

Tab.1.9. I multiplex sul territorio nazionale

	2001	2000
Numero	35	20
Spettatori	25.500.000	19.200.000
Percentuale incassi ¹⁷	31,50	26,64

Nel nostro Paese sono stati investiti sinora ben 600 milioni di euro nella costruzione di strutture multiplex e gli esercenti sono pronti a investire, per l'anno a venire, altri 500 milioni¹⁸ forti sia dell'aumento del fatturato, che ha sfiorato, sempre per il 2001, il 5%, sia dell'incremento – pari al 6,3% – degli spettatori, che hanno preferito recarsi nelle nuove strutture privilegiandole alle monosale.

Nonostante i massimi investimenti di questi anni, la presenza di multiplex in Italia è ancora inferiore rispetto agli altri Paesi.

Tab.1.10 Schermi multiplex in Europa

(Percentuale sul totale del numero delle sale)

Italia	30%
Spagna	71%
Francia	77%
Regno Unito	89%

Fonte: "Il Sole24Ore" 14 marzo 2001

Il mercato italiano è quindi, ancora appetibile.

Ma mentre in Italia continua la costruzione di nuovi complessi, negli USA, a causa dell'apertura indiscriminata dei multiplex e all'ormai esorbitante numero di schermi

¹⁵ Media Salles Giugno 2002, pag.3

¹⁶ Fonte: Anem, 2002.

¹⁷ Percentuale stabilita sugli incassi dell'intero settore.

¹⁸ Principe A. *Nuovi investimenti per 500 milioni di euro*, in 'Rapporti', supplemento a 'Il Sole 24 Ore', 29 agosto 2002, pag. VII.

presenti sul mercato è iniziata una procedura di riorganizzazione per restituire redditività e credibilità finanziaria ai grandi circuiti, si sta riducendo il numero degli schermi e per alcuni multiplex è stata addirittura richiesta la procedura di fallimento¹⁹.

L'Italia potrebbe dunque, avvantaggiarsi di queste esperienze negative subite dagli altri Paesi, pianificando adeguatamente al territorio, lo sviluppo di questi complessi che, qualificando le aree suburbane, potrebbero svolgere importanti funzioni di aggregazione sociale. Occorre, dunque, rivedere il regolamento per le concessioni delle licenze perché venga adattato alle nuove dinamiche del mercato; in particolare si dovrebbe disincentivare le aperture in zone già coperte e spingere gli operatori verso aree poco fornite di cinema.

2.4 La Comunicazione della Commissione “Principi e orientamenti per la politica audiovisiva della Comunità nell’era digitale”.

Al termine di questa disamina generale sulla portata rivoluzionaria del digitale nel settore audiovisivo occorre riportare il contenuto propositivo della Comunicazione della Commissione Europea al Consiglio, al Parlamento Europeo, al Comitato Economico e Sociale e al Comitato delle Regioni, citata in apertura.

La Commissione afferma l'importanza di garantire che la crescita dell'audiovisivo grazie all'avvento del digitale *“apporti benefici all'industria europea dell'audiovisivo e non significhi semplicemente un maggiore volume d'importazioni(...)”*

Il quadro normativo europeo dovrà consentire che il settore possa sfruttare appieno le proprie potenzialità di crescita, fornendo le occasioni per la creazione di nuovi posti di lavoro e di quelle nuove figure professionali multifunzionali: in tal modo verrà assicurata al mercato europeo quella concorrenzialità necessaria perché diventi protagonista della era digitale e non semplice importatrice di materiale proveniente da mercati tecnologicamente più evoluti.

“Accanto a questo aspetto c'è poi l'incidenza sociale e culturale del settore (...). I mezzi di comunicazione audiovisivi svolgono un ruolo di primo piano nella trasmissione dei valori sociali e culturali (...)”

La Commissione con la Comunicazione presa in analisi, intende dare una linea guida nello sviluppo delle azioni tese a salvaguardare gli interessi collettivi quali la diversità culturale e linguistica, la tutela dei minori e la protezione dei consumatori.

Tra le priorità della Commissione vi è quella di garantire l'attuazione della Direttiva, adottata nel 1989, “Televisione senza frontiere” tesa allo sviluppo di un quadro

¹⁹ “Il Sole 24ore”, 27 marzo2001, pag.6

normativo stabile e sicuro in materia di servizi televisivi all'interno della Comunità e che *“garantisce l'accesso ai materiali audiovisivi rispecchianti la diversità culturale e linguistica europea, la tutela dei minori, e la protezione dei consumatori nella pubblicità”*: all'articolo 26 è prevista la formulazione di una relazione per il 2002 sugli sviluppi tecnologici del settore e sugli studi effettuati aventi per oggetto la tutela dei minori e gli annunci pubblicitari rivolti ai minori, per quanto riguarda invece la tutela dei consumatori, si riserva di effettuare studi relativi alle nuove tecniche pubblicitarie, in particolare porrà la sua attenzione *“sull'interattività e l'immissione di prodotti sul mercato esaminando come garantire una distinzione chiara fra pubblicità e altri tipi di contenuto”*.

Ai fini della tutela dei minori, la Commissione afferma anche la necessità di una maggiore chiarezza che permetta il filtraggio e il bloccaggio dei materiali audiovisivi dannosi, e di un grado di istruzione sulle nuove tecnologie adeguato che riguardi sia gli adulti che i minori.

Per quanto riguarda il pericolo della pirateria attraverso l'uso della tecnologia digitale, la Commissione sottolinea l'importanza di una rapida adozione della proposta di direttiva sui diritti d'autore e diritti connessi.

In ultimo occorre sottolineare che la Commissione si riserva di elaborare una comunicazione sugli aspetti giuridici del settore cinematografico entro il 2000: proponimento che ha trovato attuazione nella Comunicazione del 26 settembre del 2001, che verrà analizzata nel terzo capitolo.

Nell'elaborazione del quadro che regola il settore audiovisivo si dovrà tener conto del principio di proporzionalità, in modo che l'intervento normativo non ecceda quello necessario al conseguimento dell'obiettivo ricercato, della necessità di separare le normative sulla trasmissione dei segnali elettronici e delle infrastrutture necessarie da quelle sul contenuto.

Gli operatori e gli utenti del settore potranno contribuire al conseguimento degli obiettivi di interesse collettivo che sottendono la disciplina della materia, attraverso forme di autoregolamentazione.

La Commissione inoltre riconosce la necessità di finanziamento del servizio pubblico, ma ribadisce che gli Stati membri devono comunque applicare il principio di proporzionalità nel rispetto delle regole di mercato.

I principi di complementarità, il valore aggiunto europeo e l'adattabilità saranno i principi che guideranno l'elaborazione delle modalità di sostegno del settore.

La complementarità tra livello nazionale ed europeo, è strumento necessario per dare il via ad un approccio coerente dei diversi meccanismi di sostegno. Questi, come evidenziato dalla stessa Commissione, a tutt'oggi presentano finalità diverse a seconda che si tratti di normativa nazionale di un singolo Stato membro, in questo caso si focalizza l'attenzione sulla creazione e la produzione, ovvero di normativa a livello europeo, in cui si punta l'attenzione su un migliore sfruttamento dell'industria.

Il valore aggiunto dei meccanismi di sostegno comunitario, quale ad esempio il programma Media, va ricercato nel sostegno alla distribuzione e promozione, nello sviluppo di progetti e di compagnie di produzione, nonché sulla formazione professionale. La Commissione aggiunge che occorre cercare di *“ottenere una maggiore sinergia fra i vari strumenti volti alla promozione (...) e quelli miranti in modo specifico a sostenere piccole e medie imprese.”*

La necessità dell'adattabilità e flessibilità degli strumenti di sostegno sorge dal rapido sviluppo del settore. *“Dovrebbero esistere servizi per l'avvio, ad esempio, di progetti pilota, e gli insegnamenti di tali progetti dovrebbero servire da base per l'adattamento dei meccanismi di sostegno comunitari”.*

La Commissione sollecita l'adozione di una decisione del Consiglio volta alla istituzione di *“un'infrastruttura di informazione statistica comunitaria riguardante l'industria e il mercato dell'audiovisivo e dei settori connessi”*, con la finalità di controllare gli sviluppi non ancora definibili dell'era digitale.

Nel documento si propone la formulazione del programma Media Plus per il quinquennio 2001-2005, i cui settori d'intervento, formazione, sviluppo, distribuzione, promozione non possono prescindere dalla tecnologia digitale.

Sempre in merito ai programmi comunitari di sostegno all'industria europea la Comunicazione lancia il progetto E-Europe che dovrebbe garantire in particolare l'accesso al materiale audiovisivo.

La Commissione inoltre auspica il coordinamento degli strumenti comunitari, anche attraverso la distribuzione tempestiva di informazioni utili ai soggetti interessati e suggerisce la costituzione di un *“gruppo informale di rappresentanti degli Stati membri per lo scambio di informazioni sul funzionamento e la valutazione dei meccanismi nazionali”*.

In ultimo la Commissione analizza le caratteristiche della dimensione esterna della politica Comunitaria nel settore dell'audiovisivo focalizzando l'attenzione sull'allargamento dell'Unione Europea e il nuovo ciclo di trattative commerciali multilaterali.

Per quanto riguarda l'allargamento dell'Unione Europea, pone l'accento sull'attuazione dell'*acquis* comunitario, in particolar modo fa riferimento alla Direttiva “Televisione senza frontiere” (oggetto nel 2002 di un attento processo di revisione) e le direttive che regolano la proprietà intellettuale, sull'apertura del programma Media Plus

alla partecipazione dei Paesi candidati, ed auspica il varo di misure specifiche per il settore nel varo degli strumenti di preadesione.

Nel quadro delle trattative multilaterali, la Comunità e i suoi stati membri hanno mantenuto la propria libertà d'azione all'interno del GATs: impostazione che mira alla salvaguardia della diversità culturale ed è tesa all'osservazione più approfondita dello sviluppo delle nuove tecnologie digitali.

La Commissione, infine, *“rivolgerà un'attenzione particolare alla cooperazione fra L'Unione Europea e il Consiglio d'Europa, in modo da garantire uno sviluppo armonioso e un funzionamento scorrevole dello spazio audiovisivo europeo al di fuori dei confini dell'Unione Europea”*.

3. L'industria cinematografica in Europa

L'industria cinematografica europea costituisce potenzialmente una degna rivale della corrispettiva americana: *“Con gli occhi di una casa cinematografica impegnata nei film d'autore l'Europa rappresenta sempre un terreno fertile, favorevole per trovare o produrre questo tipo di cinema”*.

Questo il lusinghiero giudizio di Michael Barker della Sony Pictures in una recente intervista, teso a incoraggiare la ricerca di una dimensione cinematografica 'europea': *”E' questo il valore dei film europei sul mercato, perché esiste, negli Stati Uniti come altrove, un pubblico che chiede qualcosa di diverso dai tradizionali prodotti dei grandi studi hollywoodiani”*.

Infatti, diversamente da quanto accade nel Nuovo continente, l'Europa si presenta frammentata in molteplici realtà nazionali, tutte fortemente caratterizzate dal punto di vista culturale, etnico e politico. La varietà delle culture nazionali apporta sempre nuovi stimoli per la rappresentazione del reale, e quindi materiali fertili a stimolare 'visioni alternative'; da un altro punto di vista, questa diversità culturale, che è comunque una risorsa, implica un processo di integrazione che risulta essere lento e difficile.

Le forti divergenze nazionali potranno in futuro diventare delle ottime premesse per lo sviluppo del settore – in quanto, indiscutibilmente, il cinema è un'industria che poggia le sue basi sulla creatività umana e sui fattori artistici – anche se, purtroppo, sino ad oggi esse sono state invece l'elemento frenante di maggior peso: queste 'diversità' hanno infatti alimentato elementi di incompatibilità tra imprese del settore di nazionalità diversa, in modo particolare hanno agito sui rapporti di cooperazione e, soprattutto, sulla distribuzione dei prodotti.

Le condizioni di mercato si presentano comunque simili: sia a livello comunitario che dei singoli Paesi si avverte l'esigenza di adeguarsi alla nuova economia mondiale, di intervenire in maniera strutturale per rilanciare il settore e, come si è già analizzato nel capitolo precedente, di regolamentare lo sviluppo delle tecnologie digitali nel settore dell'audiovisivo, il tutto nel tentativo di rispondere positivamente alle sfide della globalizzazione.

L'industria cinematografica europea ha abbandonato le posizioni attinenti al cinema d'autore 'puro', per porsi anche degli obiettivi commerciali rivolti ad un modello di produzione più equilibrato e rispettoso del suo pubblico: è infatti il consumatore stesso che indica quale 'linguaggio' utilizzare, reclamando più possibilità di scelta e film con più contenuti, storie basate sul proprio patrimonio culturale.

A tutt'oggi, comunque, la distribuzione dei film in Europa, risulta quasi esclusivo dominio delle sette potentissime major statunitensi; infatti a causa della frammentazione

dell'industria distributiva in compartimenti stagni, le opere europee sono scarsamente distribuite nei Paesi dell'Unione a dispetto del mercato unico e quindi impossibilitate alla concorrenza con le filiali europee delle major: in Europa un film non esce mai contemporaneamente in tutte le nazioni poiché le società di distribuzione agiscono solamente all'interno dei singoli territori nazionali rendendo impossibile un coordinamento delle uscite e tanto meno una promozione congiunta transnazionale. Ad aggravare la situazione contribuiscono le varie abitudini nazionali che, per tradizione, legano l'uscita del film ad eventi pubblici, ritardando in questo modo ulteriormente la promozione e la distribuzione.

3.1 Panoramica sulle maggiori industrie nazionali

Secondo l'Osservatorio dell'Audiovisivo Europeo i film prodotti in Europa sono aumentati: mentre è la Francia che registra l'aumento più significativo, degni di nota sono anche la Germania e la Spagna; gli altri Paesi che registrano un trend positivo sono Paesi Bassi, Portogallo e Grecia; l'Italia, la Svezia, l'Austria e il Belgio diminuiscono la loro produzione cinematografica mentre La Gran Bretagna rimane stabile.

Tab.2.1 Film prodotti nei Paesi membri dell'Unione Europea

Film prodotti in Europa	2000	2001
	595	625
Francia	145	172
Germania	76	83
Spagna	77	83
Paesi Bassi	23	32
Portogallo	7	11
Grecia	16	18
Italia	96	90
Svezia	25	38
Austria	13	17
Belgio	12	22
Gran Bretagna	51	52
Finlandia	9	12
Irlanda	10	8
Lussemburgo	0	0
Svezia	18	9

Fonte: Osservatorio dell'Audiovisivo Europeo, 2002

Per quanto riguarda l'affluenza del pubblico nelle sale con l'aumento del 9,0% nel 2001 l'UE è tornata a livelli simili a quelli degli anni '80. La crescita si nota molto in Germania, Danimarca, Paesi Bassi e Francia; la Finlandia è invece l'unico Paese che ha registrato una significativa diminuzione di presenze nelle sale.

Tab.2.2 Frequentazione delle sale cinematografiche (in milioni)

Frequentazione delle sale in Europa	2000	2001	Aumento %
	844	920	9,0%
Austria	16,3	17,0	4,3%
Belgio	23,6	23,15	-1,7%
Germania	152,5	177,9	16,7%
Danimarca	10,69	11,92	11,5%
Spagna	135,39	144,26	6,6%
Finlandia	7,1	6,5	-8,5%
Francia	165,54	184,42	11,4%
Gran Bretagna	142,51	155,9	9,4%
Grecia	13,5	-	-
Irlanda	14,88	15,9	6,9%
Italia	103,4	107	3,5%
Lussemburgo	1,36	-	-
Paesi Bassi	21,5	23,9	11,2%
Portogallo	19,0	-	-
Svezia	16,98	18,1	9,0%

Fonte: Osservatorio dell'Audiovisivo Europeo, 2002

Secondo quanto stimato dall'Osservatorio, la porzione di mercato dei film europei è lievitata dal 22,8% del 2000 al 31,1% del 2001. Quest'impennata è dovuta a due fattori: l'uno riguarda il successo dei film nazionali nel mercato interno (+27% rispetto al 2000), l'altro l'entrata nei mercati al di fuori dei confini nazionali (+21%).

Il pubblico europeo continua tuttavia a preferire i film di provenienza statunitense: nel 2001 si registra, infatti, rispetto all'anno precedente, un aumento della quota del prodotto hollywoodiano dal 62% al 64% (se si considera anche *Il Signore degli Anelli*, che figura nelle statistiche ufficiali come neozelandese e che in realtà è prodotto americano).

Le conclusioni portano ad indicare, seppure marcando i timidi segnali di ripresa, gravi 'deficienze' strutturali che caratterizzano l'industria distributiva europea che comportano un ulteriore impatto negativo anche nel settore della produzione poiché, la debole circolazione delle opere europee non-nazionali all'interno del territorio comunitario, fenomeno che si metteva in rilievo nella premessa, comporta l'effetto di

ridurre considerevolmente i profitti che scaturiscono dallo sfruttamento dell'opera audiovisiva. Il mercato di origine del film (il c.d. mercato di produzione) è, infatti, spesso troppo limitato per permettere la totale copertura dei costi di produzione e di distribuzione, o comunque, la realizzazione di un vero e proprio profitto, quindi, più il mercato nazionale è limitato in termini di spettatori (si pensi a Paesi come la Danimarca o l'Austria), più difficile risulta la copertura dei costi di produzione.

Constatato che i film europei viaggiano con grande difficoltà al di là dei confini nazionali, risulta comprensibile come solo i grandi Paesi europei possano permettersi il lusso di vantare una vera e propria industria cinematografica nazionale.

Alla luce delle considerazioni svolte si rivela determinante l'apporto di mediazione e di aiuto della Commissione e dell'Unione Europea, affinché lentamente ma progressivamente si possa giungere a una vera visione unitaria ed europea – soprattutto dal punto di vista normativo - del problema da parte di tutte le imprese e di tutti gli Stati membri della Comunità.

Un veloce sguardo allo stato di salute dell'industria del film, relativamente ad alcuni Paesi europei consentirà una visione più dettagliata del mercato cinematografico europeo: l'analisi partirà dalla Francia, la punta di diamante della nostra cinematografia continentale.

La Francia

La Francia è il più grande mercato cinematografico dell'Europa Occidentale: questo Paese infatti detiene la leadership europea per le dimensioni della domanda e dell'offerta sia in termini assoluti che in termini relativi.

Occorre inoltre metterne in evidenza l'impegno nel processo di integrazione comunitaria: in questo contesto degna di nota è l'attenzione rivolta alle coproduzioni con altri Paesi comunitari, soprattutto con il Belgio, la Spagna e l'Italia.

La Francia è anche il Paese nel quale, grazie ad una tradizione di alto livello sia qualitativo sia quantitativo, il cinema è stato considerato un importante mezzo di sviluppo per tutta l'economia.

Il livello di produzione cinematografica nazionale si è mantenuto su livelli piuttosto alti negli anni novanta. Il 2001 è stato per l'industria cinematografica d'oltralpe un anno di record²⁰: 204 film prodotti (23 in più dell'anno precedente) di cui 172 francesi per investimenti; incassi per 893 milioni di euro (+8,5%) e 185 milioni di spettatori (+4,4%). Anche il 2002 è cominciato con il vento in poppa: 39 milioni di francesi

²⁰ Gentile B. *Privilegiati i film nazionali*, in 'Il Sole 24 Ore', 8 aprile 2002.

(+1,8%) hanno affollato le sale nei primi due mesi dell'anno attirati da film non solo statunitensi, ma anche nazionali.

Proprio la paternità nazionale dei film rappresenta lo straordinario exploit del cinema d'oltralpe: per la prima volta dal 1946, infatti, nel 2001 ben quattro film nazionali di grande successo hanno raggiunto più di 5 milioni di spettatori, portando dal 28% al 42% la quota di mercato, mentre 10 film francesi hanno portato al cinema ben 2 milioni di spettatori.

L'ottima salute del cinema francese, trova una spiegazione nel sistema messo a punto nel 1946 per proteggere la settima arte.

In Francia, infatti, veglia sul cinema – dalla produzione alla distribuzione – il Centre National de la Cinematographie (CNC), l'organismo che dipende dal Ministero della Cultura e che gestisce un bilancio indipendente di quasi mezzo miliardo di euro. Questo è anche il beneficiario della principale forma di finanziamento del cinema francese, cioè la tassa del 10-11% percepita su ogni biglietto d'ingresso, del costo medio di 5 euro. Rilevante è anche il ruolo delle televisioni molto attive nel sostenere la cinematografia francese.

La politica seguita è stata quella di assicurare un'ampia diversità dei generi, da quello culturale al commerciale, e di diversificare la produzione seguendo il sistema del "doppio binario": una buona parte dei film è stato realizzato a basso budget per il mercato interno, mentre sono stati prodotti film con budget medio alti pensando al mercato europeo ed internazionale. Sempre nel 2001, infatti, sono stati finanziati 20 film da oltre 10 milioni di euro e 42 film inferiori a 1 milione²¹. Da questi dati si nota, comunque, come il mercato interno continui comunque a rappresentare il cuore della distribuzione nazionale.

La Germania

Nonostante i vantaggi demografici e politico-culturali derivanti dall'unificazione, la Germania non è riuscita nel corso degli anni novanta a recuperare spazio commerciale e vitalità creativa per l'industria cinematografica nazionale. Perciò, pur essendo la produzione tedesca fra le più aperte in Europa ad apporti e capitali esteri, il mercato è apparso sino ad oggi dominato dal cinema d'importazione americano e compresso dalla produzione televisiva.

Basti pensare, ad esempio, che nel 2000 il numero di film prodotti in Germania è stato pari a 66 titoli, di cui solo 38 finanziati interamente da capitale tedesco; e che la produzione nazionale di questo paese si è attestata intorno ai 60 titoli annui, lungo l'arco di un intero decennio a partire dal 1989.

²¹ *Indagine sul finanziamento pubblico dei film*, Film Council, Agosto 2002.

Attualmente però, si sono evidenziati forti segnali di ripresa, proprio grazie all'improvviso aumento di quella produzione nazionale, finora in difficoltà, che, anche a seguito degli investimenti nelle infrastrutture (che hanno interessato una buona metà delle 4.700 sale del Paese), ha potuto contribuire positivamente ai risultati raggiunti nel 2001.

Il fatturato ha infatti registrato in quell'anno una crescita del 20% che lo ha portato a 987 milioni di euro, e la quota di mercato è anch'essa aumentata passando dal 12,5% del 2000 al 18,4% del 2001²². Sicché, in quello che viene indicato come il secondo mercato mondiale dopo gli Stati Uniti, Hollywood non ha ancora 'ucciso' i film nazionali, poiché il cinema in Germania attraversa una fase di rinascita senza precedenti.

In effetti, la quota di mercato del 2001 è stata la più alta da quando, nel 1986, è iniziato questo tipo di rilevamento. Inoltre, nove film tedeschi hanno raccolto un audience superiore al milione di spettatori; nonché sono stati venduti – sempre nel 2001 – 178 milioni di biglietti rispetto ai 152 milioni dell'anno precedente, ed è stata la prima volta che i tedeschi hanno acquistato in media oltre due biglietti ciascuno²³.

Sebbene siano molti i segnali incoraggianti degli ultimi periodi, per l'industria del cinema in Germania risultano ancora alcune difficoltà da superare, soprattutto rispetto agli insufficienti finanziamenti alla produzione; e se si considera il fatto che oltre 3 miliardi di euro ogni anno, sotto forma di investimenti, sono diretti dalla Germania alle produzioni hollywoodiane, sarebbe auspicabile un intervento diretto a incentivare il prodotto nazionale.

La Gran Bretagna

Il Regno Unito, nel campo della produzione cinematografica, è il mercato più 'internazionalizzato' dell'Unione Europea. Questa caratteristica, però, non si deve solo al fattore linguistico, ma anche a un sistema di incentivi fiscali finalizzato in particolar modo a favorire le coproduzioni con l'estero. L'effetto di ciò, tuttavia, è che il peso commerciale dei film statunitensi sia superiore alla media dell'UE, essendo pari al 71% degli incassi lordi totali; in più, la contiguità con il mercato americano, se da un lato ha rappresentato uno tra i motivi di ripresa produttiva per la Gran Bretagna negli anni novanta, dall'altro ha avuto come conseguenza gli elevati indici di penetrazione del prodotto hollywoodiano nel suo territorio.

La cinematografia inglese, infatti, nonostante l'effervescenza della sua produzione indipendente, vive ancora oggi gli effetti delle politiche liberistiche sperimentate nel

²² Geroni A. *Più sale e più sussidi*, in 'Il Sole 24 Ore', 8 aprile 2002

²³ *Ibidem*.

corso degli anni ottanta nel campo della cultura. Se il liberismo ha infatti consentito all'industria cinematografica nazionale – e soprattutto all'esercizio – di fruire di ingenti capitali di provenienza nordamericana che hanno ampliato e modernizzato le strutture produttive e distributive britanniche, l'assenza di rilevanti politiche di sostegno alla produzione nazionale ha invece ridotto la cinematografia inglese alla sola tipologia del film d'autore indipendente, e ha aperto il mercato alla presenza quasi esclusiva dei prodotti statunitensi.

Sicché, anche nel 2001 ad esempio, schiacciato dalla spietata concorrenza d'oltreoceano, il cinema inglese è sembrato ancora alla ricerca di una sua precisa dimensione; e taluni operatori hanno persino espresso la loro preoccupazione sulle insufficienze strutturali registrate dall'industria cinematografica nazionale poiché sono stati prodotti solamente 74 film, ossia il minimo dal 1995 e per giunta con un'affluenza di pubblico assai ridotta; tra questi film figurava soltanto un'opera che ha raggiunto il pubblico internazionale “*Il diario di Bridget Jones*”.

Per realizzare tali prodotti sono stati spesi 605 milioni di euro; 70 di questi film hanno beneficiato degli incentivi statali per circa 19 milioni di sterline e il loro budget è così salito a 498 milioni di euro²⁴. Bisogna inoltre aggiungere che 29 film sono stati ulteriormente aiutati nella produzione dal Film Council che ha disposto in loro favore una somma di 46 milioni di euro per raggiungere un budget di 216 milioni, mentre le altre tre agenzie hanno contribuito con 13 milioni cui si sono aggiunti i fondi regionali inglesi per 8 milioni di euro²⁵.

Alle spalle di *Warking Titles*, la più grande casa di produzione inglese, sono presenti solamente piccole aziende, invece di concorrenti dello stesso livello; e il notevole impegno profuso dal governo britannico per curare i mali della cinematografia inglese non ha conseguito i risultati sperati, nonostante le istituzioni abbiano agito finora nella duplice direttrice delle agevolazioni fiscali e dell'investimento diretto.

La Spagna

L'industria cinematografica spagnola rappresenta un coacervo di elementi di arretratezza e di modernità di difficile definizione. Dal punto di vista della domanda, ad esempio, è il paese europeo che nel corso degli anni novanta ha registrato la crescita più spettacolare²⁶: la frequenza media annua è in Spagna la più elevata dell'Unione Europea, con 3,43 biglietti venduti per ogni abitante; anche il volume della produzione, sostenuta dalla crescita delle coproduzioni estere, è notevolmente aumentato. D'altro canto, i film spagnoli nel 2000 hanno costituito soltanto il 9,6% degli incassi lordi totali;

²⁴ Fregni F. Un 2001 contraddittorio, in ‘Il Sole 24 Ore’, 8 aprile 2002.

²⁵ *Indagine sul finanziamento pubblico dei film*, Film Council, Agosto 2002.

²⁶ Coricelli M. *E' boom per le opere locali*, in ‘Il Sole 24 Ore’, 8 aprile 2002.

nessun film spagnolo è rientrato nella classifica dei 20 più visti dal pubblico; e il *market share* dei film statunitensi è schizzato all'81,6% del totale, ovvero molto al di sopra della media comunitaria.

La normativa recente, tuttavia, sembra aver introdotto dei correttivi ai problemi, attraverso misure di sostegno alla produzione nazionale che non hanno tardato a generare effetti benefici sulla produzione locale e sulla sua visibilità commerciale.

Il 2001, perciò, è stato l'anno della grande riscossa per il cinema spagnolo che ha, tramite i film di produzione nazionale, aumentato la quota di mercato ottenendone una fetta del 18% pari a quasi il doppio di quanto conseguito al termine dell'anno precedente anche se il cinema nordamericano mantiene il primo posto sugli schermi spagnoli con il 62,4%, quota di molto inferiore al 81,5% raggiunto nel 2000. Interessante, a tale riguardo, notare come gli spagnoli apprezzino il cinema europeo, dato che il 31,7% del totale degli incassi al botteghino ha premiato la nostra produzione continentale.

Tab. 2.3. Incremento annuale della produzione di lungometraggi spagnoli

Anno	2001	2000	1999	1998	1997	1996
N. lungometraggi	106	98	82	65	80	91

Fonte: Film Council 2002

In Spagna, quindi, l'industria cinematografica vive una fase di sviluppo positivo, così rilevante da farla erigere a modello da emulare per tutta l'Europa. Negli ultimi sette anni, infatti, il settore è cresciuto di un ottimo 52%, secondo le indagini dell'Istituto di Cinematografia e di Arti Audiovisive (ICAA); e la creatività e il fermento dei set spagnoli hanno raggiunto molteplici record: nel 2001 sono stati realizzati 106 film, la cifra più alta degli ultimi 19 anni; di questi ben 40 erano coproduzioni con i Paesi esteri, e il volume degli investimenti è sensibilmente aumentato. Anche il numero dei cortometraggi ha subito un'impennata con 60 produzioni nel 2000 e arrivando alla più che rispettabile quota di 168.

Nelle sale, più di 3.700 dislocate nel territorio, invece, sono arrivate 'solamente' 101 opere di produzione nazionale, un numero che, in ogni caso, non veniva raggiunto da 15 anni.

Ma se usiamo un occhio più critico, l'espansione di quest'industria continua a possedere degli aspetti ambigui: in primo luogo il costo medio delle produzioni spagnole è aumentato notevolmente, oscillando tra 1,8 e 3 milioni di euro; secondariamente i film spagnoli che sono arrivati sul grande schermo hanno incassato nel 2001 relativamente poco, guadagnando appena 6 miliardi di euro²⁷.

²⁷ Coricelli M. *E' boom per le opere locali*, Op. Cit.

Tab. 2.4. Numero dei film importati in Spagna

	Stati Uniti	Europa	Altri Paesi	Totale
2000	257	138	30	425
2001	223	151	35	409

Fonte: Film Council 2002

Inoltre, nonostante la prorompente vitalità del cinema nazionale registrata nell'ultimo periodo, la maggior parte della quota di mercato, il 73%, rimane comunque ad appannaggio quasi completo delle produzioni statunitensi; infine, bisogna anche evidenziare che il panorama cinematografico spagnolo, a parte qualche stella che risplende a livello mondiale, è popolato da centinaia di produzioni che non avrebbero vita – come succede spesso anche in Italia – senza gli aiuti nazionali ed europei.

Così, per la maggior parte dei registi e dei produttori iberici, i quali non hanno a disposizione di per sé degli ingenti capitali di investimento, gli aiuti pubblici risultano ancora insufficienti. Nel finanziamento di un film in Spagna, infatti, quest'ultimi rappresentano in media soltanto il 17,6 % del totale dei costi sostenuti, mentre i diritti di antenna apportano già il 27% della provvista finanziaria necessaria alla realizzazione di un progetto cinematografico.

Per questi motivi i numeri di lungometraggi, prodotti dalle 93 aziende spagnole attive nel 2001, sono poco confortanti: solamente 5 aziende hanno prodotto più di 5 film, 20 si mantengono tra 2 e 4, mentre la maggior parte si assesta ad 1²⁸.

L'Italia

Come per il resto dell'Europa anche l'Italia sembra, a partire da quest'anno, aver superato la crisi che ha investito l'intero settore della cinematografia e che nel 1995 portò il numero dei film prodotti nel nostro Paese alla critica cifra di 75 contro i 119 del 1990²⁹, l'anno che segnò l'inizio dell'involuzione del settore.

I dati recenti sembrano infatti confermare anche in Italia una timida ripresa: nel 1998 si produssero 97 film che aumentarono l'anno successivo a 109 per poi assestarsi sui 103, che è il numero di film prodotti in Italia sia nel 2000 che nel 2001.

Se da un lato però la produzione si mantiene stabile, un sensibile aumento si registra nelle coproduzioni che salgono a 35, più che raddoppiate rispetto all'anno 2000. Di queste coproduzioni le maggioritarie, che sono 22, aumentano del 14% rispetto all'anno precedente.

Se si mantiene stabile il numero dei film prodotti, nel 2001 aumentano considerevolmente gli investimenti italiani per la cinematografia, con una percentuale

²⁸ Fonte: ICAA 2002.

²⁹ Fonte: Anica

del 5,25% passando da 336 miliardi di lire a 354; nel 2001 il costo medio di un film finanziato da capitale italiano si è aggirato sui 3,44 miliardi di lire.

Per quanto riguarda il mercato delle sale, il periodo 2000-2001 ha registrato una leggera crescita rispetto agli incassi dell'anno precedente, per circa 1.054,8 miliardi di lire³⁰.

Assai più compromessa è invece la situazione della distribuzione, perché su 304 film importati nel 2001, 181 hanno paternità statunitense, mentre soltanto 89 sono europei, anche se la quota scende rispetto all'anno precedente di 27 film. Si evince dunque che la presenza di prodotti americani nelle sale è ancora preponderante, come nel resto d'Europa d'altronde.

Tav.2.5. Film importati in Italia

	Film importati in Italia	Film UE	Film USA
2000	50,92%	13,38%	32,62%
2001	46,77%	13,69	27,85

Fonte: Anica su dati Cinetel

Tav.2.6. Film programmati in Italia

	Italia+cop.	USA	Francia	Gran Bretagna
2000	27,08%	52,62%	10,31%	10,00%
2001	28,92%	50,15%	10,77%	10,15%

Fonte: Anica su dati Cinetel

Tab.2.7. Comparazione degli incassi al botteghino (in euro).

	2001	2000	Differenza (perc.)
Italia ³¹	84.600.000	72.700.000	+16,41
U.S.A.	260.700.000	289.200.000	-9,84

Fonte: Anica su dati Cinetel

Anche rispetto ai film di maggior successo, e quindi di incasso superiore a 1 milione di euro, soltanto 17 film italiani hanno raggiunto tale primato contro i 60 statunitensi.

Tab. 2.8. Numero annuale di biglietti venduti nelle sale.

1936	260.000.000
1942	469.000.000

³⁰ Fonti: Siae, Cinetel

³¹ Incassi totali del cinema italiano, comprese le coproduzioni.

1948	587.000.000
1955	819.000.000
1970	525.000.000
1980	242.000.000
1990	91.000.000
2001	107.000.000

Fonte: Anica 2002

Osservando il numero dei biglietti venduti si registra una tendenza positiva nell'ultimo decennio, sebbene il primo trimestre del 2002 abbia raffreddato l'ottimismo: si è infatti riscontrata un calo delle presenze in sala stimato intorno al -21,82%.

Sempre secondo questi dati³², ancora provvisori, 6 milioni e mezzo di spettatori avrebbero disertato le sale, probabilmente a causa di un numero limitato di titoli di richiamo.

Tra le cause di questa involuzione sono stati additati i multiplex, che anche nel nostro Paese stanno rapidamente prendendo piede dopo aver radicalmente trasformato il mercato delle sale in tutta Europa privilegiando titoli di grande richiamo internazionale, i soli che possano garantire un'affluenza adeguata alla struttura che li ospita. Infatti se si escludono le grandi città, solo il 70/90% del totale dei titoli prodotti in Italia viene proiettato nelle cittadine di media grandezza, mentre la quota scende ulteriormente al 20/30% per le province più piccole a testimonianza di come il mercato cinematografico italiano non riesca ad assorbire la propria produzione nazionale.

Rispetto alla programmazione nelle sale notiamo inoltre come, sempre nel 2001, i film italiani che più sono stati apprezzati dal pubblico sono commedie, di tipo sentimentale (*"L'ultimo bacio"*, oltre 13.000.000 euro di incasso), comico (*"Chiedimi se sono felice"*, 10.671.186 euro), farsesco (*"Merry Christmas"*, 9.788.939 euro), o d'autore (*"La stanza del figlio"*, 6.170.815 euro), oppure film che godono di un effetto di risonanza e che quindi hanno convinto artisticamente un ristretto pubblico a condurre una personale 'campagna di promozione' (*"Le fate ignoranti"*, 7.687.339 euro)³³.

Quanto al profilo dello spettatore cinematografico italiano, pare utile osservare che, in base ad indagine svolta dalla Sipra il pubblico delle sale risulta equamente ripartito tra uomini e donne, ha un'età compresa tra i 14 e i 44 anni e un'estrazione socioculturale medio-alta ed abita in centri con più di 100.000 abitanti.

3.2 I meccanismi di finanziamento europei

Per costituire un'industria audiovisiva europea che divenga competitiva a livello mondiale sarebbe utile costruire un unico spazio giuridico cui tutte le nazioni possano

³² Fonte: Cinetel 2002.

³³ Fonte: Anica 2002.

riferirsi. Lo stesso principio dovrebbe funzionare rispetto ai singoli meccanismi di finanziamento alla cinematografia nazionale, che dovranno essere uniformati in uno standard comune. Comprendiamo, naturalmente, che il ‘prodotto’ in questione ha, per così dire, un valore aggiunto molto importante e viene a rappresentare un’identità culturale specifica in cui le nazioni tendono a identificarsi e sentono la necessità di proteggere da ‘contaminazioni esterne’ (contaminazioni che spesso interessano l’occupazione e i rientri economici), ma l’Unione Europea è qualcosa di più qualcosa di più di un consiglio d’amministrazione e di conseguenza sarebbe auspicabile che l’essere Stato membro UE si manifesti concretamente con dei ‘prodotti’ d’ingegno europei che non perdano nulla di quella identità nazionale che è la vera ricchezza dell’industria europea.

Con queste premesse affrontiamo uno degli argomenti più discussi di questi tempi in Italia poiché, in occasione del dibattito in merito alla riforma del settore, la revisione dei meccanismi di finanziamento alla cinematografia è stato l’argomento che più ha trovato ostacoli per una adeguata formulazione.

Lo studio e la comparazione dei meccanismi finanziari applicati agli altri Paesi europei costituiscono una necessaria base di partenza per affrontare in modo corretto un efficace riforma degli schemi di sostegno pubblico al settore .

Nei paragrafi seguenti, dunque, si intende illustrare le specificità che riguardano le singole nazioni in materia di finanziamento pubblico e di sgravi fiscali, con lo scopo di evidenziarne differenze e similitudini.

Come si evince dalla tabella che segue, la nazione che più elargisce aiuti finanziari al cinema è il Lussemburgo che stanziava lo 0,08 del Prodotto Interno Lordo, mentre la meno prodiga è la Spagna con lo 0,004%.

Ma la questione di fondo, che diversifica e rende incompatibili, almeno per ora, le varie legislazioni, riguarda il diverso significato che si dà alla espressione “culturale” nei diversi Paesi membri UE, così una produzione cinematografica finanziabile in un particolare Stato, perché avente, appunto, finalità “culturali”, non necessariamente lo è negli altri Stati.

Le difficoltà, per raggiungere una reale integrazione dell’industria in Europa, provengono anche da una concezione differente del servizio pubblico e della cinematografia.

Gli incentivi che riguardano la defiscalizzazione degli investimenti cinematografici sussistono in Paesi quali il Belgio, la Francia, il Lussemburgo, la Germania, la Gran Bretagna e i Paesi Bassi.

Tab.2.9. Gli incentivi alla cinematografia 2001-2002 (in milioni di euro) nei Paesi dell'Unione

	<i>Incentivi statali</i>	<i>Incentivi fiscali</i>	<i>Incentivi vari</i>	<i>totale</i>	<i>Percentuale rispetto al P.i.l. nazionale</i>
Belgio	19,4	*	*	19,4	0,007
Danimarca	49,0	*	*	49,0	0,030
Francia	16,0	28,0	211,0	255,0	0,016
Germania	202,0	*	*	202,0	0,009
Italia	158,7	*	*	158,7	0,010
Lussemburgo	17,9	*	*	17,9	0,081
Paesi Bassi	30,0	75,0	*	105,0	0,022
Portogallo	20,7	*	*	20,7	0,011
Regno Unito	32,5	65,1	88,4	186,0	0,012
Spagna	32,0	*	*	32,0	0,004
Svezia	46,0	*	*	46,0	0,020

Fonte: Film agency contributions, 2002

Negli ultimi anni, a causa della crisi che investe il settore pubblicitario, gli investimenti che derivano dai proventi televisivi hanno subito notevoli riduzioni, con l'eccezione di quelle nazioni che invece si giovano in maniera ridotta di questi prelievi, come Belgio, Danimarca, Germania, Paesi Bassi, Portogallo e Gran Bretagna.

Per affrontare il problema il lavoro della Unione Europea dovrebbe proporsi due obiettivi: da un lato incrementare l'accesso al mercato cinematografico ai Paesi che non fanno parte dell'Unione e dall'altro fare in modo che le imprese dei paesi membri UE possano investire anche in prodotti audiovisivi non nazionali .

Inoltre sarebbe opportuno potenziare l'Osservatorio Europeo affinché questo, in concertazione con le strutture pubbliche che sostengono il settore nei singoli Stati membri, ponga tra i suoi obiettivi proprio lo scambio delle informazioni. Sarebbe questo un primo e importante passo per unificare la politica audiovisiva del nostro continente.

Andando ad esaminare le singole legislature nazionali occorre innanzitutto premettere che la Commissione Europea nella decisione del giugno 1998 sul sistema francese di aiuti automatici alla produzione cinematografica ³⁴, e riportati nella *“Comunicazione della Commissione al Consiglio, al Parlamento Europeo, al Comitato Economico e Sociale delle Regioni, su taluni aspetti giuridici riguardanti le opere cinematografiche e le altre opere audiovisive”* del 2001, ha enunciato i criteri in base ai quali valutare la compatibilità dei regimi di aiuti alla produzione cinematografica e televisiva con il Trattato Ce.³⁵

All'art. 87, par.1 del Trattato CE è stabilito il principio generale di incompatibilità dello stesso in relazione agli aiuti di Stato ma al paragrafo 3, lettera d) dello stesso articolo è prevista l' "eccezione culturale" che permette l'elargizione di aiuti di Stato per la promozione della cultura.

La Commissione ha in merito stabilito che: *“il regime di aiuti rispetti il principio di legalità generale, appurando che esso non contenga elementi in contrasto con disposizioni del Trattato Ce relative a settori diversi da quello degli aiuti di Stato (comprese le disposizioni in materia fiscale)”*.

Analizziamo i criteri specifici di compatibilità previsti dal documento comunitario.

a) Innanzitutto, gli aiuti devono riguardare un prodotto culturale: *“ogni Stato membro deve garantire che il contenuto della produzione sovvenzionata sia di natura culturale in base a criteri nazionali verificabili (in osservanza del criterio di sussidiarietà)”*;

b) la territorializzazione della spesa per la produzione è ammessa fino all'80% del budget: *“il produttore deve essere libero di spendere almeno il 20% del bilancio del film in altri Stati membri senza subire riduzioni della sovvenzione prevista dal regime”*;

c) l'aiuto alla produzione da parte dello Stato membro è comunque limitato per evitare l'alterazione delle dinamiche del mercato: *“in linea di massima, l'intensità degli aiuti deve essere limitata al 50% del bilancio della produzione(...).I film difficili e con risorse finanziarie modeste non sono soggetti a questo limite.(...)In base al principio di sussidiarietà, spetta a ciascuno Stato membro definire il concetto di 'film difficile e con risorse finanziarie modeste' secondo i parametri nazionali.”*;

³⁴ Decisione della Commissione Europea del 3 giugno 1998, N3/98 (?)

³⁵ Anche il Consiglio Europeo si era pronunciato in merito alla opportunità degli aiuti statali nella Risoluzione del 12 febbraio 2001, ribadendo la necessità degli stessi, e affermando l'opportunità di un *“esame degli strumenti atti a rafforzare la sicurezza giuridica per tali dispositivi di preservazione e promozione della diversità culturale”*.

d) nel calcolo del tetto massimo stabilito per gli aiuti di Stato non si deve tener conto dei fondi forniti da programmi comunitari, anche perché questi ultimi, come si analizzerà in dettaglio nel corso del prossimo capitolo, perseguono finalità diverse da quelle perseguite dagli aiuti statali: ogni Paese membro si concentra sulla produzione e distribuzione, mentre i programmi europei promuovono la distribuzione all'estero dei prodotti cinematografici.

Secondo la Commissione “ *i suddetti criteri consentono di raggiungere un equilibrio tra gli obiettivi di creazione culturale, lo sviluppo della produzione audiovisiva comunitaria e il rispetto della normativa comunitaria sugli aiuti di Stato*”.

La Commissione, sottolinea, dunque, l'importanza di giungere ad una convergenza dei vari sistemi, ed assume un ruolo propulsivo nell'intento di rafforzare l'integrazione europea: afferma. Infatti, la necessità di una maggiore certezza giuridica del settore derivante da schemi di aiuto nazionali più omogenei ed efficaci.

La Comunicazione del 2001 contiene inoltre i risultati del riesame dei regimi di Francia, Paesi Bassi, Germania, Irlanda e Svezia, e mette in evidenza la varietà riscontrata sia nelle modalità di erogazione che nella portata dell'aiuto; sono state inoltre riscontrate disposizioni in contrasto con il principio di legalità generale; la maggioranza degli Stati non richiede i requisiti di territorialità ai fini della concessione degli aiuti; generalmente gli Stati membri concedono aiuti di Stato per importi superiori al 50% dei costi del film solo nei casi di produzioni cinematografiche riconducibili alla categoria dei “*film difficili e con risorse finanziarie modeste*”.

Alla luce di queste premesse si possono ora passare in rassegna i regimi nazionali di ciascun Paese membro.

La Francia

Come abbiamo già avuto modo di osservare, il cinema in Francia gode di ottima salute; questo vale sia per quel che concerne la produzione ad alto e basso budget, sia per la varietà dei soggetti coinvolti, quali autori, numero delle opere prime, produzione indipendente, rete d'autore e d'essay, soggetti che contribuiscono a variare i generi cinematografici prodotti. Anche lo sviluppo del mercato registra un trend positivo: per quel che riguarda l'ammodernamento delle sale, la presenza di pubblico e soprattutto le quote del mercato cinematografico francese.

Questo successo si basa in gran parte sui sistemi di finanziamento che comprendono interventi pubblici e privati.

La maggior fonte di erogazione pubblica è rappresentata dal Centre National de la Cinematographie (CNC), organismo che dipende direttamente dal Ministero della Cultura francese, mentre attraverso incentivi fiscali denominati SOFICAs³⁶, viene stimolato l'investimento privato; a questi si aggiunge un forte sistema di regolamentazione imposto ai broadcaster, che tende ad incrementare le quote di investimento e di trasmissione dei prodotti cinematografici a beneficio delle entrate fiscali e della popolarità del cinema (ad es. la stessa Canal+ è obbligata dalla legge ad investire 150mila Euro nella produzione di film francesi).

Abbiamo già accennato al ruolo centrale occupato dal CNC, un ruolo che sostiene all'amministrazione delle industrie cinematografiche e televisive nazionali³⁷.

Il CNC destina ogni anno 227 milioni di euro a sostegno del cinema e del video, e 211 milioni di euro alla televisione per un finanziamento totale pari a 438 milioni di euro. Il Ministero della Cultura francese, inoltre, ha stanziato altri 28 milioni di euro per le politiche culturali, tra cui entra a pieno merito la promozione e la diffusione del patrimonio cinematografico nazionale.

Il fondo CNC si alimenta attraverso un'imposta sui biglietti, una tassa sul turnover televisivo e, infine, una tassa sul video. La percentuale di questi prelievi è rispettivamente dell'11% per la prima entrata, del 5,5% e del 2,5% per le rimanenti. La tassazione di televisioni e video è piuttosto recente, queste, infatti poiché beneficiano del cinema devono contribuire al suo sviluppo; ciò dimostra come il sistema di finanziamento francese abbia forti legami con il mercato inoltre, non essendo legato al budget statale, non è dipendente dal contesto politico.

Nel 2001 il CNC ha raccolto quasi interamente la somma prestata³⁸; naturalmente la maggior parte dei proventi è ritornata dalla televisione (327 milioni di euro) che, d'altra parte, beneficia abbondantemente del prodotto, mentre l'incasso proveniente dalle sale e dal video non ha raggiunto neppure un terzo dei proventi televisivi³⁹.

³⁶ SOFICAs è l'acronimo di Sociétés de Financement de l'Industrie Cinématographique et de l'Audiovisuel.

³⁷ Crf. Parr. 2.2.

³⁸ Circa 436 milioni di euro, inferiore rispetto ai 438 erogati.

³⁹ L'imposta sui biglietti staccati ha fornito 97 milioni di euro, quella sul video 12 milioni.

Indagine sul finanziamento pubblico dei film, Film Council, Agosto 2002.

I finanziamenti sono regolati principalmente da meccanismi di sostegno automatico per la produzione, la distribuzione e l'esercizio; esistono poi sostegni selettivi per circa un terzo della quota assegnata, dedicati a tutti i settori dell'industria.

L'imposta affluisce nelle casse CNC secondo le seguenti modalità: nel caso si tratti di un'opera francese, i proventi sono versati – con un tetto non superiore al 50% del preventivo – sul conto del suo produttore che potrà in seguito reinvestirli in un nuovo progetto cinematografico; nel caso in cui invece il film fosse straniero, gli stessi verranno destinati comunque alla produzione d'oltralpe, secondo criteri di aiuti selettivi e sotto l'attento controllo decisionale di una commissione indipendente presieduta da una personalità del cinema.

Le condizioni per usufruire del sostegno automatico si basano sui risultati al botteghino e sulle potenzialità di sfruttamento dell'opera in televisione e in video.

Il sostegno selettivo fornisce invece un prestito, restituibile senza interessi, che serve ad anticipare le spese di produzione con un anticipo sugli incassi. Esso prevede l'assistenza per la sceneggiatura e lo sviluppo ed è assegnabile in presenza di cortometraggi e accordi minimali di coproduzione⁴⁰ nonché per l'assistenza a film in lingua straniera e per il *Fonds Sud* che ha ottenuto 1,2 milioni di euro nel 2001.

Le SOFICAs rappresentano invece la principale forma di sostegno privato alla cinematografia francese. Si tratta di un ristretto drappello di Società per azioni a numero chiuso (al momento soltanto sette di queste sono operanti), attivate nel 1985 allo scopo di raccogliere fondi privati da investire esclusivamente per il finanziamento di opere cinematografiche ed audiovisive.

Lo statuto delle SOFICAs impone la durata massima di dieci anni e la gestione finanziaria affidata a professionisti del settore audiovisivo. Anche gli investimenti privati hanno un tetto massimo fissato dal Ministero per 45 milioni di euro. Si contano più di 600 milioni di euro raccolti nelle SOFICAs dalla loro istituzione⁴¹, e questo poiché gli investitori, a condizione di bloccare l'investimento per cinque anni, possono dedurre circa il 25% del loro reddito imponibile. Una cifra considerevole se consideriamo che negli ultimi anni alcune SOFICAs hanno garantito agli investitori un valore di riacquisto delle quote al termine dell'ottavo anno, pari all'85% del valore

⁴⁰ Nel 2001 sono stati siglati accordi col Canada (0,3 milioni di euro), con la Germania (1,1 milioni di euro).

⁴¹ Committeri G. M. *Deduzioni fino al 25% per chi investe nelle Sofica*, in 'Rapporti', supplemento a 'Il Sole 24 Ore', 29 agosto 2002, pag 3.

nominale; il che garantisce un rendimento, complessivo di beneficio fiscale, pari al 7% e può quindi diventare una delle migliori fonti d'investimento anche per i piccoli risparmiatori.

Il Regno Unito

Si è accennato precedentemente alla crisi del cinema inglese e alle implicazioni causate dallo strapotere dell'industria statunitense sul pubblico nazionale che, con l'eccezione di pochi titoli indipendenti, preferisce fruire di prodotti linguisticamente compatibili, provenienti d'oltreoceano⁴².

La Gran Bretagna sconta perciò, nel settore audiovisivo, le politiche liberiste inaugurate negli anni '80 e a poco sono valsi i rimedi sinora attuati: nel 1997, ad esempio, vennero create tre case di produzione a finanziamento pubblico, la *Northern Ireland Film Commission*, la *Scottish Screen* e la *Sgrìn*, dotate di quasi 100 milioni di sterline per produrre 90 film in sei anni; ma tra il 1997 e il 2000, metà del loro periodo di vita, le tre case hanno prodotto solamente 18 pellicole contro le 45 che ne avrebbe dovuto sfornare, decretando un ennesimo fallimento gestionale del settore.

Nel 1999 Downing Street ha creato il *Film Council*, un organismo al quale sono stati affidati poteri esclusivi per quanto riguarda le politiche di sviluppo del settore e un budget di 55 milioni di sterline all'anno da investire in produzione, sviluppo, stampa, pubblicità, cortometraggi, sceneggiature originali, formazione professionale ed educazione a tutti i livelli (dalle scuole elementari all'università).

Le principali fonti di finanziamento pubblico della Gran Bretagna sono la National Lottery e gli incentivi fiscali. A questi si aggiungono i budget messi a disposizione dal governo alle quattro agenzie nazionali.

Nel 2001, grazie alla lotteria inglese sono stati raccolti stanziamenti per 67 milioni di euro; sul fronte degli incentivi è stata raggiunta la stessa cifra. Il governo ha inoltre stanziato per i suoi organismi 42 milioni di euro. Se escludiamo le agevolazioni fiscali, nel 2001 sono stati messi a disposizione quasi 83 milioni di euro a sostegno del cinema inglese.

⁴² Cf. Parr. 2.2. *Gran Bretagna*

Questo denaro è per la maggior parte impiegato nella produzione⁴³, ma anche lo sviluppo assorbe parte del budget⁴⁴; la strategia d'azione governativa, che si esplica soprattutto attraverso il Film Council, appare dunque focalizzata a sostenere la produzione di film nazionali e a concertare nuovi piani commerciali per risanare l'industria britannica che, a differenza di quella di molte nazioni europee, non può avvalersi dei sostegni apportati da tasse 'televisive', poiché le emittenti, pubbliche e private, tendono ad acquistare diritti d'oltreoceano, assecondando le richieste del pubblico.

Altro obiettivo strategico è quello di attrarre finanziamenti dall'estero da riversare nella produzione nazionale⁴⁵: questo avveniva soprattutto attraverso gli incentivi fiscali che, introdotti nel 1997 hanno attratto investimenti nella forma di film americani su larga scala; questo apporto si è rivelato fondamentale per sostenere la cinematografia nazionale anche se il ricorso ai meccanismi delle vendite e di *lease-back* hanno comportato una spesa insostenibile da parte del Ministero, con la conseguenza che questa strategia è stata rivolta solamente verso i finanziamenti britannici.

Lo strumento del *tax deal* è un'agevolazione temporanea che il governo ha prorogato sino al 2006, essa interessa i soli film di nazionalità inglese e permette degli ammortamenti accelerati in grado di recare un beneficio fiscale variabile tra il 10 e il 12% dei costi complessivi di produzione⁴⁶ nel caso in cui sia coinvolto un solo esercizio commerciale.

Il *tax deal* differenzia i tempi di ammortamento a seconda del numero degli esercizi coinvolti e del costo complessivo di produzione. Nel caso si tratti di un unico soggetto e i costi non superino i 15 milioni di sterline, l'agevolazione è annuale; nel caso l'investimento sia superiore, i tempi si triplicano. Questo comporta che la produzione anglosassone tenda comunque verso film a basso budget.

Per ottenere queste agevolazioni i produttori inglesi devono avvalersi, qualora non possiedano cospicui redditi in Gran Bretagna, delle cosiddette *sale and lease back*, ossia

⁴³ Sempre nel 2001 sono stati spesi 61 milioni di sterline nella produzione cinematografica, questo denaro comprende anche 30 milioni di euro proveniente dai tax breaks. "In definitiva i 61 milioni di sterline investite per la produzione rappresenta circa il 20% dell'investimento totale in qualifying film". *Indagine sul finanziamento pubblico dei film*, Film Council, Agosto 2002.

⁴⁴ Il Film Council ha sostenuto lo sviluppo con circa 8 milioni di euro.

Ibidem

⁴⁵ Nel 2001 l'investimento estero ha raggiunto i 210 milioni di euro.

Ibidem

⁴⁶ Committeri G. M. e Gallavotti M. *Ammortamenti accelerati ma solo se il film è inglese*, in 'Rapporti', supplemento a 'Il Sole 24 Ore', 29 agosto 2002, pag 3.

transazioni commerciali verso quei soggetti che possiedono redditi tassabili nel Regno Unito⁴⁷.

Nella proroga del provvedimento il Governo inglese ha introdotto una norma che elimina le fiction televisive dalla fruizione del tax deal allo scopo di incrementare gli investimenti rivolti alla produzione cinematografica.

La politica nel settore cinematografico del Regno Unito è focalizzata sul rapporto tra l'industria britannica e la statunitense; ciò non esclude, comunque, che ci sia un'attenzione anche verso il mercato europeo: il FilmCouncil è, infatti, in procinto di creare legami più stretti con i partner europei, fino ad ora limitati a Francia e Germania, e desidera che si giunga all'istituzione di specifiche iniziative di finanziamento europee, possibilmente focalizzate sulla distribuzione.

E' soprattutto, infatti, la distribuzione il "tallone di Achille" della politica cinematografica britannica concentrata, invece, sulla produzione: il FilmCouncil sta studiando nuove strategie per assicurare che i film realizzati possano anche trovare spazio sul mercato e quindi, essere visti; inoltre, la nuova Legge sulle Comunicazioni, che entrerà in vigore nel 2003, potrebbe coinvolgere le emittenti televisive nel mercato cinematografico.

La Spagna

La Spagna può a ragione definirsi 'il caso' dell'industria cinematografica europea. E' la nazione che a livello governativo investe di meno per la cinematografia ed è sempre il Paese che vede aumentare quasi esponenzialmente il numero delle produzioni, sia per quanto riguarda i lungometraggi che i 'corti', sul cui mercato si aprono prospettive di collaborazioni internazionali. Anche il volume delle coproduzioni raggiunge cifre apprezzabili e si registra un aumento delle presenze in sala; di conseguenza la fruizione delle opere appare in progressivo aumento. Eppure nessun film spagnolo risulta nel 2001 nel novero dei film più visti, allo stesso modo le produzioni nordamericane imperano sul cinema nazionale.

Le norme che regolano la cinematografia spagnola⁴⁸ sono state emanate recentemente a consolidare il sistema di sostegno al cinema iberico: si tratta di finanziamenti quasi

⁴⁷ Queste transazioni avvengono per la maggior parte attraverso banche inglesi o partnership. *Indagine sul finanziamento pubblico dei film*, Film Council, Agosto 2002.

⁴⁸ La nuova legge 'per l'incremento e la Promozione della Cinematografia e del Settore Audiovisivo' risale al 10 luglio 2001, ed è stata aggiornata il 14 giugno dell'anno successivo con Decreto reale 526/2002.

totalmente automatici basati sui recenti incassi al botteghino e sul volume del budget da impiegare per la realizzazione; ulteriori aiuti sono previsti per l'ammodernamento del mercato delle sale.

Ampio spazio viene concesso alla produzione indipendente e alle opere 'prime' o sperimentali: questa può usufruire sia di aiuti a livello di progettazione che di norme che agevolano i finanziamenti poiché i produttori associati con i canali televisivi hanno l'obbligo di coproduzione con i produttori indipendenti per una percentuale assai cospicua del budget di produzione della fiction⁴⁹.

Quanto a quei produttori che si impegnano in lungometraggi di nuovi registi emergenti oppure in 'corti' o sperimentazioni, essi possono ricevere un aiuto per la distribuzione e vedere garantiti sia un significativo numero di copie che un'adeguata promozione pubblicitaria al prodotto.

Infine le reti televisive spagnole sono obbligate ad investire il 5% dei loro guadagni, detratto di un 5% di eventuali perdite, nei diritti di trasmissione oppure in anticipi per i lungometraggi, di cui sono divenuti grandi finanziatori.

Tutto questo permette alla ICAA, l'Istituto di Cinematografia e di Arti Audiovisive, di assegnare attraverso un sostegno automatico, piccoli crediti alla produzione; somme che vengono ammortizzate attraverso la vendita dei prodotti ai canali televisivi e all'estero. Recentemente un accordo con la ICO, l'Istituzione di Credito Pubblico, ha autorizzato qualsiasi istituto finanziario a concedere questa tipologia di prestiti; il che ha movimentato l'intero sistema finanziario, coinvolgendo istituti di credito sinora avulsi da questo business che si apprestano ad avvicinarsi al settore per trovare nuove soluzioni finanziarie e minori costi di sovvenzionamento per la produzione ma anche per le necessarie infrastrutture tecniche.

Gli incentivi offerti dall'ICAA mirano allo sviluppo, alla distribuzione e al mercato delle sale. Naturalmente la produzione di lungometraggi ha assorbito nel 2001 la quota più significativa, 24 milioni di euro, concessi con sostegno automatico per l'ammortamento dei costi.

Indagine sul finanziamento pubblico dei film, Film Council, Agosto 2002.

⁴⁹ I produttori che lavorano per la televisione devono infatti investire il 75% dei loro costi di produzione verso i produttori indipendenti.

Ibidem

Le sovvenzioni stanziare per i nuovi registi e per le opere a carattere sperimentale, sempre nel 2001, hanno usufruito di un sostegno pari a 2,5 milioni di euro, mentre i cortometraggi hanno ottenuto 850.000 euro.

Per quanto riguarda i crediti finanziari, questi hanno contribuito sia alla produzione che al rinnovamento delle infrastrutture per 2 milioni di euro, mentre per la conservazione dei film, le sceneggiature originali e la produzione e distribuzione di film comunitari sono stati elargiti rispettivamente 300.000 euro, 850.000 euro e 1,5 milioni di euro.

I finanziamenti pubblici gestiti dall'ICAA hanno quindi raggiunto i 32 milioni di euro permettendo la concessione di 106 misure per i lungometraggi e 4 per le infrastrutture.

La Germania

L'industria cinematografica tedesca ha potuto soltanto recentemente sollevarsi dalle implicazioni socio-economiche sopraggiunte nel 1992 quando, con l'unificazione, sono venute a convergere due realtà completamente disomogenee. La conseguenza diretta apportata da queste dinamiche aveva infatti prodotto un mercato interno quasi interamente dominato da prodotti di origine nordamericana che utilizzavano, ed utilizzano tuttora, l'apertura dei finanziamenti del settore audiovisivo tedesco ai capitali provenienti dall'estero. Così il cinema d'importazione e le esigenze della produzione televisiva hanno mantenuto la cinematografia tedesca ai margini del mercato europeo.

La situazione è andata gradatamente migliorando alla fine degli anni '90⁵⁰ con l'introduzione di normative atte a sviluppare la cinematografia nazionale.

Nel 1999 è stato costituito il Comitato Cinematografico Federale Tedesco (FFA), cui si è affiancato il Comitato Federale per gli Affari Culturali e i Media (BKM); tali organismi gestiscono il finanziamento pubblico all'industria cinematografica. Questi fondi si implementano attraverso i proventi derivati dai film e dai contributi delle televisioni pubbliche e private. Queste ultime hanno garantito per il 2001 entrate pari a 11 milioni di euro.

La FFA gestisce 62,5 milioni di euro che, aggiunti ai 16,4 del BKM, interamente finanziati dalle entrate fiscali, portano questo contributo a 79,9 milioni di euro. La somma complessiva del finanziamento pubblico si estende anche agli stanziamenti che

⁵⁰ Crf. Parr. 2.2. *Germania*

provengono dagli Organismi regionali⁵¹, che ammontano a 124 milioni di euro, erogati attraverso entrate fiscali e contributi televisivi.

Nel 2001 quindi, il totale del finanziamento pubblico alla cinematografia tedesca si è attestato sui 202 milioni di euro.

I meccanismi di elargizione funzionano per l'80% con aiuti selettivi, per il restante 20% con sostegni programmati di tipo automatico. Le 70 opere di produzione o cooperazione tedesca hanno assorbito circa 107 milioni di aiuti pubblici per un budget di oltre 300 milioni di euro, mentre altri 13 film si sono giovati di soli finanziamenti privati.

Per quanto riguarda gli incentivi fiscali bisogna ammettere che solamente 3 o 4 film ne hanno effettivamente goduto, mentre gli investimenti in film americani hanno fatto 'la parte del leone'.

Il Belgio

La nazione belga è rappresentata essenzialmente dalla Comunità francese, dalla Comunità Vallone e dalla zona di Bruxelles; in una nazione così diversificata culturalmente il settore audiovisivo viene a rappresentare un insostituibile strumento d'integrazione, e come tale, forse proprio per le difficoltà costituite dagli standard di comunicazione linguistici, esso è stato finora affidato dal Parlamento alle 'cure' dei vari organismi regionali. Solo nel luglio 2002 si sono discussi ed approvati emendamenti atti a favorire una politica audiovisiva nazionale ed europea che privilegiasse in prima istanza la produzione di opere audiovisive, obiettivo da raggiungere attraverso la detassazione degli investimenti sostenuti dal settore.

Di conseguenza al momento attuale il settore beneficia di un cospicuo finanziamento da parte delle Comunità locali e in particolare della Comunità francese che soltanto nel 2001 è stata affiancata da una misura sostenuta dalla Comunità Vallone; esaminiamo ora distintamente i fondi stanziati dalle due Comunità.

Il fondo istituito dalla Comunità francese è gestito dal 1995 dal *Centre du Cinéma*, ed alle sue competenze confluiscono, oltre il settore cinematografico, anche le associazioni

⁵¹ Gli Organismi regionali tedeschi sono: FFF Baviera, Filmstiftung NRW, Filmboard Berlin – Brandenburg, FF Hamburg, MFG – Baden Wurttemberg, MDM Sachsen, Sachsen – Anhalt, Thuringer. *Indagine sul finanziamento pubblico dei film*, Film Council, Agosto 2002.

di promozione e diffusione degli audiovisivi (RTBF) nonché i canali comunitari di dislocazione locale. Si tratta dunque di un fondo dedicato all'intero settore audiovisivo, e per questo è finanziato da varie attività tra cui le donazioni della Comunità francese, i prelievi agli abbonati della TV digitale e le 'multe' riscosse dai canali televisivi.

I sussidi, che ammontano a 6.465.000 euro, sono ripartiti da una Commissione ministeriale⁵² in tre aree: la produzione, la distribuzione e la promozione.

Usufruiscono degli aiuti alla produzione sia prodotti destinati alla televisione che al cinema: fiction, documentari, film d'animazione, corto e lungometraggi, telefilm.

La Commissione ammette al finanziamento tutte quelle opere di lingua francese che vengano ambientate in Belgio e che possano dimostrare di avere integralmente speso il sussidio in Belgio: il finanziamento deve infatti avvantaggiare soggetti fisici o giuridici con sede legale in loco⁵³.

Di queste opere viene supportata rispettivamente: la sceneggiatura, con aiuti sia allo sceneggiatore che al produttore; la vera e propria produzione, con un anticipo dei finanziamenti; il montaggio, sempre con un anticipo sui costi al produttore. I produttori hanno inoltre l'obbligo di alternare film di alto spessore ad opere di peso ridotto.

Gli aiuti alla distribuzione e i *bonus* di qualità, nonché i reinvestimenti nella produzione, sono invece di tipo automatico per quei prodotti, cortometraggi e film cinematografici d'autore, che 'garantiscono' un ritorno d'immagine per la cultura francofona del Belgio. Sovvenzioni a carattere selettivo sono assegnate ai lungometraggi e ai documentari che mirano alla commerciabilità del prodotto. Nel 2001 sono stati stanziati rispettivamente 1.143.000 euro per il sostegno automatico e 162.000 euro per il selettivo, per un totale di circa 1,3 milioni di euro.

Questi sussidi sono concessi dalla *Commission du Film* ai distributori in base agli incassi lordi al botteghino e vengono concessi sotto forma di diritti d'autore e come tali debbono essere reinvestiti nella produzione o nella distribuzione di un nuovo film. Sempre la *Commission du Film* provvederà ad assegnare un ulteriore *bonus* di qualità a quei cortometraggi che manifestino caratteristiche culturali e tecniche d'eccezione; questo bonus andrà infatti diviso tra produttore, sceneggiatore e regista.

⁵² La Commissione, di nomina governativa, è costituita da personalità d'eccellenza del mondo culturale e cinematografico. La selezione dei progetti avviene sulla base di criteri che valutano il soggetto cinematografico, gli obiettivi finanziari e culturali del film e di elementi che definiscono la produzione. La Commissione ha l'obbligo di trasmettere al Ministero le motivazioni della scelta.

⁵³ Per essere dichiarato 'belga' un film deve necessariamente avere regista e cast belga e la società di produzione, oltre che essere indipendente, deve avere sede nella Comunità francese del Belgio e lavorare con professionisti nazionali o comunitari.

La promozione prevede invece diverse tipologie d'intervento; la principale riguarda i film che partecipano ad eventi e festival, per i quali si sono stanziati, sempre nel 2001, 188.000 euro. Gli altri sussidi a favore dei vari organismi che operano nel settore cinematografico, riguardano i premi e l'organizzazione di festival, le strutture che sostengono il film d'autore, i distributori di alto livello artistico, la formazione e l'aggiornamento del know how professionale.

I canali televisivi sono i maggiori finanziatori del cinema belgo-francese. Infatti la concessione delle licenze di trasmissione ha comportato per le associazioni audiovisive RTBF la richiesta di particolari accordi con canali televisivi quali Tvi, Canal Plus e AB3. Questi sono tenuti a finanziare la produzione di opere cinematografiche indipendenti e ad attuarne coproduzioni. AB3, ad esempio, dal 2002 destina alle coproduzioni indipendenti una somma di 550.000 euro, che andrà adeguandosi proporzionalmente al fatturato; Tvi e Canal Plus, parimenti hanno stretto accordi commerciali con la Comunità francese e il sindacato dei produttori indipendenti per destinare l'1% del fatturato al Centre du Cinéma.

Per quanto riguarda i criteri di assegnazione dei finanziamenti che attengono alla Comunità Vallone del Belgio, dobbiamo sottolineare nuovamente come questa si appoggi ad una struttura diversa, la *Wallimage* che è l'omologa del Centre du Cinéma.

Il Fondo d'investimenti Wallimage risponde a due esigenze primarie: sviluppare e promuovere il settore audiovisivo nella Regione Vallone attraverso il finanziamento diretto alla produzione di opere di vari formati e varia destinazione, e attraverso il sostegno ad imprese o società di servizi di produzione. Tre sono i criteri di scelta operati dalla Commissione: il primo punto verifica il contributo dell'opera nella costituzione di un'industria audiovisiva regionale; il secondo valuta l'effettiva validità culturale e finanziaria dell'opera nell'ottica di un rientro degli investimenti, mentre il terzo riguarda l'affidabilità del produttore e dei professionisti nella realizzazione.

I Paesi Bassi

Le principali fonti di finanziamento pubblico in Olanda sono costituite dal *Netherlands' Film Fund* (FF), dagli incentivi fiscali, dai finanziamenti regionali e dai proventi destinati dalla televisione privata. Differentemente da molte altre realtà europee le emittenti televisive commerciali dei Paesi Bassi non contribuiscono in alcun

modo alla filmografia nazionale, nonostante le quote di mercato private superino abbondantemente quelle pubbliche.

Il *CoBo fund* e lo *Stimuleringsfund* sono due società che amministrano i proventi pubblicitari che derivano dalle Tv via cavo in Belgio e Germania; nel 2001 queste istituzioni hanno gestito rispettivamente 9 e 1 milione di euro

A queste iniziative si aggiungono ulteriori misure governative, tra le quali si annovera la *BV*, una società che agisce sia attraverso servizi di intermediazione tra produttori e banche, sia attraverso un capitale di rischio per i progetti cinematografici; per quanto riguarda invece i film di grande attrattiva popolare, è stata istituita la *Publieksfilm*, che finanzia per il 2002-2003, con un budget di 6,8 milioni di euro, esclusivamente opere a carattere commerciale.

La *Netherlands' Film Fund* ha contribuito direttamente con investimenti che nell'ultimo anno hanno raggiunto la quota di 12 milioni di euro; nel 2001 ben 16 film hanno usufruito di 5,5 milioni di euro, un milione di meno rispetto all'anno 2000⁵⁴. I dati relativi agli incentivi fiscali degli ultimi anni sono invece abbastanza incerti poiché recentemente sono state introdotte nuove misure in materia di sgravi fiscali; in ogni caso nel 1999 queste agevolazioni ammontavano a 35 milioni di euro, importo che è salito a 93 milioni di euro nel 2000.

In aggiunta ai contributi diretti la *Netherlands' Film Fund* finanzia anche ulteriori attività di ambito cinematografico quali sviluppo, marketing e distribuzione per 6,5 milioni di euro nel 2002.

La Svezia

L'Istituto Cinematografico Svedese (*SFI*) è un'emanazione del Ministero della Cultura per stimolare ed accrescere le prospettive dell'industria cinematografica nazionale. Al suo interno confluiscono tutte le componenti e le rappresentanze di quest'industria culturale, dalle tre emittenti televisive terrestri alle associazioni di categoria, i distributori, i produttori etc. Nel 1963 fu stipulato un accordo che sanciva il contributo di tutte queste categorie ad un fondo comune. Da allora l'accordo è stato riveduto e corretto più volte incontrando peraltro il disappunto di alcune parti

⁵⁴ *Indagine sul finanziamento pubblico dei film*, Film Council, Agosto 2002.

(l'associazione per le vendite dei video, ad esempio, che nel 2000 si è ritirata dalle trattative).

Lo SFI tende a discutere collegialmente lo stanziamento che l'Istituto riceve annualmente grazie ad un'imposta del 10% sul costo dei biglietti del cinema (12,4 milioni di euro nel 2001), ai contributi forniti dalle emittenti televisive (5 milioni di euro), al bilancio statale (21,5 milioni di euro) e ad altre fonti (1,7 milioni di euro).

Non sono previsti sgravi fiscali, nessun finanziamento è restituibile e il tetto massimo non può superare i 3 milioni di euro.

Le attività di sostegno alla cinematografia dello SFI riguardano la produzione, la distribuzione, i festival e le attività di stimolo e approfondimento legate della fruizione cinematografica, quali l'implementazione degli archivi, le biblioteche tematiche, le mostre etc.

Nel 2001 il contributo per la produzione ha toccato quota 5,5 milioni di euro⁵⁵ per il finanziamento automatico calcolato sulle previsioni d'incasso e sui costi di produzione; 10 milioni sono stati assegnati selettivamente come anticipo alla produzione; 2,2 milioni destinati ai cortometraggi; 1,6 milioni allo sviluppo e 1,5 milioni in film per ragazzi.

Tutto questo ha permesso di produrre 20 film sovvenzionati in base alle previsioni d'incasso, opere che hanno usufruito anche di un anticipo sulla produzione, mentre altri 5 film sono invece stati promossi attraverso un finanziamento automatico.

Il Lussemburgo

Il Lussemburgo utilizza due organismi governativi per assistere e incentivare la produzione audiovisiva.

Il primo opera su di un programma che incoraggia e premia le iniziative che attraggono capitali stranieri e nazionali, ed è stato introdotto al fine di sviluppare un mercato nazionale degli audiovisivi: si tratta del *CIAV*, Certificato di Investimento Audiovisivo, il quale premia il compimento della produzione con una quota pari ad un quarto del budget effettivamente speso. E' possibile utilizzare questi finanziamenti per opere di fiction, documentari, animazioni e produzioni multimediali; sono invece escluse dai bandi le opere di scarso rilievo sociale, le pubblicità e tutti quei prodotti legati a notiziari, avvenimenti finanziari o sport.

⁵⁵ Finanziamento che comprende anche interventi da parte privata.

Nel 2001 sono stati certificati investimenti per un valore totale di circa 50 milioni di euro di cui 15,5 a fondo perduto; tali certificati hanno permesso la realizzazione di 31 progetti.

Al CIAV è stato affiancato l'AFS, il Sostegno Nazionale alla Produzione Audiovisiva, un programma che garantisce prestiti ai produttori per finanziare varie attività tra cui scrittura testi, produzione, sviluppo e distribuzione. Nello scorso anno 14 progetti hanno assorbito circa 2,3 milioni di euro, spesi in gran parte per finanziare la produzione.

Il tetto di spesa finanziabile, inoltre, non può superare il 30% dei costi totali e il rimborso avviene in date successive alla consegna del prodotto.

La Danimarca

L'obiettivo del Ministero della Cultura danese rispetto alle politiche audiovisive e, nello specifico, al mercato cinematografico, mira al sostegno della cinematografia nazionale e al mantenimento di una stabilità nel mercato interno, elementi indispensabili per accrescere le esportazioni all'estero. L'assunto presuppone che le due direttrici, individuate nella 'qualità' del film e nella 'quantità' di film, debbano rimanere complementari. La produzione nazionale si attesta sui 25 film annuali, tre quarti dei quali in lingua danese o in coproduzioni maggioritarie, il restante quarto può essere coprodotto da società di produzione danesi con quote minoritarie.

A tale scopo il Ministero si avvale dell'Istituto Cinematografico Danese che opera con concessione quadriennale finanziando film che rispettino gli obiettivi imposti. L'ampia durata del mandato ha un effetto molto positivo sulla produzione poiché è possibile stabilire piani strategici distribuiti a lungo termine. Infatti pochi sono i film che non utilizzano sussidi pubblici in Danimarca, anche perché l'Istituto Cinematografico provvede direttamente alla promozione dei prodotti finanziati e alla loro distribuzione servendosi principalmente del servizio televisivo pubblico. In questo Paese vige ancora una programmazione televisiva che prevede il rispetto di un periodo di 24 mesi dall'uscita del film nelle sale.

Le due emittenti televisive pubbliche contribuiscono allo stanziamento del fondo alla cinematografia attraverso l'obbligo alla produzione e all'acquisizione dei diritti, attualmente circa il 10-11% della somma destinata al finanziamento pubblico. Naturalmente i nuovi accordi governativi intercorsi coi media nel 2002 hanno stabilito

un aumento del 100% rispetto alla quota iniziale e questo comporterà un beneficio molto rilevante per il settore della produzione.

Al finanziamento pubblico si deve aggiungere un'ulteriore modalità di raccolta fondi che proviene essenzialmente dalle coproduzioni con i Paesi stranieri, i quali garantiscono un apporto pari al 25% dei costi di produzione. Tra questi citiamo ad esempio Eurimages, Nordic Film e Television Fund.

Nel 2002 l'Istituto Cinematografico Danese ha assegnato 27,7 milioni di euro alla produzione e allo sviluppo cinematografico e 6,2 milioni per la distribuzione, promozione e il marketing. Per finanziare la produzione sono stati recentemente introdotte due misure che consentono la selezione di prodotti diversi per qualità artistica. La *Film Consultant* è infatti quella struttura che premia opere di qualità, mentre i prodotti commerciali sono appannaggio della cosiddetta '60/40'.

La Film Consultant è costituita da sei consulenti cinematografici, la metà dei quali garantisce una professionalità nel campo dei lungometraggi, mentre i rimanenti si occupano di corti e documentari; la commissione, che dipende dall'Istituto Cinematografico, ha capacità decisionale ed è sostenuta nelle scelte dalla consulenza di esperti di marketing e distribuzione che appartengono allo stesso Istituto.

La misura '60/40' deve il suo nome all'interpretazione della normativa sul finanziamento che, per l'appunto, non può superare il 60% dei costi di produzione ma che, per ragioni economiche, si attesta mediamente sul 40%.

Lo scopo di questa misura è produrre film a grande successo di pubblico, e la valutazione dell'ente decisionale, il *Dipartimento per la Produzione e lo Sviluppo*, si basa sulle qualità sceniche dei copioni e sulle aspettative del pubblico, nonché sui pacchetti finanziari e la distribuzione. Essa è stata ideata nel 1989 e una decina di anni dopo è stata aggiornata ampliandone i fondi a disposizione per migliorare lo sviluppo dei prodotti e, conseguentemente, lo standard qualitativo della resa cinematografica, che veniva giudicata negativamente.

La misura '60/40' infatti occupa quella quota di mercato 'abbandonata' dalle misure sostenute dal Film Consultant, che appunto prevedono alti standard di qualità come condizione *sine qua non* per accedere al finanziamento.

Il Portogallo

I film d'animazione e i documentari portoghesi godono del prestigio e del riconoscimento dell'intera Comunità Europea: nella scorsa edizione del Festival di Venezia ben 9 film sono stati proiettati al Lido suscitando l'ammirazione del pubblico. Nonostante ciò i problemi endemici della cinematografia europea gravano pesantemente sul fragile mercato interno che si ritrova in balia di una distribuzione limitata.

L'organismo preposto alla gestione dei finanziamenti pubblici per lo sviluppo della cinematografia portoghese è l'*ICAM*.

L'*ICAM* promuove la produzione, lo sviluppo, la formazione professionale del settore, i grandi eventi cinematografici e i festival, la promozione e le produzioni multimediali con un budget che nel 2001 ha sfiorato i 21 milioni di euro, la maggior parte dei quali sono stati investiti in sceneggiature e produzioni cinematografiche⁵⁶. Naturalmente i fondi assegnati per la produzione e lo sviluppo riguardano il solo ambito cinematografico e quindi lungometraggi, opere prime, cortometraggi, documentari e animazione.

Le risorse assegnate all'*ICAM* provengono essenzialmente dal bilancio statale (6,2 milioni di euro nel 2001) e da tassazioni televisive e teatrali (14,5 milioni di euro).

Nel giugno 2001 il servizio televisivo pubblico del Portogallo, la *RTP* ha siglato un accordo con l'*ICAM*, per la coproduzione di opere cinematografiche che fissa in una percentuale variabile tra il 20 e il 30% l'impegno del servizio pubblico rispetto al finanziamento concesso all'opera da parte della stessa *ICAM*.

Nel 2001 la *ICAM* ha finanziato 21 film e 23 documentari, rinunciando all'animazione che nel 2000 aveva conquistato ben 9 film. Gli obiettivi del 2002 si ripropongono di mantenere questo trend sia nel numero che nelle categorie dei progetti.

⁵⁶ Nel 2001 circa 14,5 milioni di euro hanno finanziato la produzione cinematografica e lo sviluppo. *Indagine sul finanziamento pubblico dei film*, Film Council, Agosto 2002.

4. La legislazione “europea” e i Trattati Internazionali.

Il Trattato dell’Unione Europea firmato a Maastricht il 7 febbraio 1992 e modificato con il Trattato di Amsterdam del 2 ottobre 1997, fa specifico riferimento al settore audiovisivo: sottolinea la necessità di una cooperazione degli Stati membri e una focalizzazione dell’attenzione su settori quali la creazione artistica e letteraria, compreso, quindi, il settore audiovisivo; inoltre le modalità di applicazione delle norme del Trattato nel settore dell’audiovisivo sono specificate nel Protocollo sul sistema di radiodiffusione pubblica, allegato al Trattato di Amsterdam.

Da quando esiste l’Europa comunitaria si è discusso a lungo sulla questione di una industria audiovisiva europea, eppure, un simile progetto si è dimostrato di non facile realizzazione; questo nonostante i trattati di Roma (1957) e Maastricht (1992) abbiano realizzato l’apertura dei mercati nazionali alla libera concorrenza: sono stati prodotti da parte della Commissione delle Comunità europee nei primi anni ’90 importanti documenti di riferimento, quali il ‘Libro Bianco’⁵⁷ o il ‘Libro Verde’⁵⁸, per dirigere un’azione di armonizzazione delle politiche nazionali e garantire l’effettiva convergenza dei sistemi audiovisivi adottati dai singoli Stati membri. Nei fatti però queste indicazioni non sono state recepite adeguatamente: si è manifestato, in più di una circostanza, un istintivo protezionismo da parte dei singoli Stati, dove le politiche liberali e comunitarie non sono riuscite ad incidere positivamente.

La Comunità Europea è intervenuta sul settore audiovisivo adottando una serie di azioni in tre settori principali: la creazione di un quadro regolamentare che consenta l’attuazione di un efficace mercato unico della radiodiffusione, inteso inoltre a proteggere i minori dall’accesso a contenuti audiovisivi nocivi; l’adozione di meccanismi di sostegno sul piano europeo per integrare gli attuali sistemi nazionali; provvedimenti esterni, e in particolare la difesa degli interessi culturali europei nell’ambito dell’Organizzazione Mondiale del Commercio.

4.1 Il Quadro Regolamentare

⁵⁷ European Commission, *Growth, competitiveness, employment: the challenges and ways forward into 21st century*, Brussels, 1993.

⁵⁸ European Commission, *Strategy, options to strengthen the European programme Industry in the context of the Audiovisual policy of the European Union*, Brussels, 1994.

All'interno del quadro regolamentare degne di nota sono la Direttiva "*Televisione senza frontiere*", e le due Comunicazioni della Commissione del 1999 e del 2001 concernenti l'una "*I principi e orientamenti per la politica audiovisiva nell'era digitale*", e l'altra "*Taluni aspetti giuridici riguardanti le opere cinematografiche e le altre opere audiovisive*".

Nel corso di questo paragrafo verranno analizzate sia la Direttiva che la Comunicazione del 2001, avendo già trattato la Comunicazione del 1999 all'interno del capitolo I.

La Direttiva sulla Televisione senza frontiere

L'adozione della direttiva del 1989 sulla "*Televisione senza frontiere*"⁵⁹ ha avuto una difficile gestazione: il testo è stato infatti discusso, emendato e limato per oltre tre anni, e poi recepito con fatica dagli Stati membri⁶⁰ a causa delle diversità nella gestione dei sistemi di trasmissione televisiva nazionale e, soprattutto, delle incompatibili peculiarità dei mercati. Essa è tesa ad assicurare la libera circolazione delle trasmissioni televisive e "*mediante l'adozione di regole comuni*" sviluppare un sistema di integrazione tra cinema e televisione, un sistema che permetta il finanziamento da parte di società televisive verso imprese di produzione indipendenti. Si intende in questo modo favorire lo sviluppo di professionalità specifiche nel settore della produzione e della ideazione, ma altresì evitare posizioni di monopolio da parte delle emittenti televisive creando le condizioni necessarie per la libera circolazione delle trasmissioni televisive all'interno dell'Unione Europea. Per questo "*Televisione senza frontiere*" stabilisce come obbligo per i broadcaster il rispetto di una quota di programmazione (o del proprio budget), fissata al 10% da impiegare a favore di "*opere europee*" realizzate da produttori indipendenti. Nel rispetto del diritto generale di libertà di movimento di persone, beni, capitali, e servizi all'interno della Comunità Europea, sancito del Trattato dell'Unione ogni Stato membro si impegna a garantire la libertà di ricezione ed a non ostacolare la ritrasmissione sul proprio territorio di trasmissioni provenienti da altri Paesi membri: le trasmissioni televisive hanno il diritto di raggiungere quante più persone possibile indipendentemente dalla loro nazionalità nel rispetto, comunque, delle leggi sulle trasmissioni al pubblico dello Stato giuridicamente competente. Tale diritto di libertà è rafforzato dalla sanzione di ingiustificate posizioni di dominanza a discapito del

⁵⁹ Direttiva CEE 89/552

⁶⁰ Nel 1993 fu notificato un parere di non conformità a ben 6 Paesi su 12 che costituivano l'Unione Europea.

pluralismo dell'informazione televisiva e dell'informazione in generale. Inoltre essa resta aperta ad eventuali aggiornamenti per effetto dell'introduzione delle nuove tecnologie.

La direttiva disciplina anche la promozione televisiva stabilendo dei limiti all'affollamento pubblicitario e accorda speciale tutela alla posizione dei minori nei confronti del media televisivo; questo sia in relazione alla pubblicità rivolta ad essi che in relazione al contenuto dei programmi; in merito è interessante l'art.22 che stabilisce che la protezione dei minori costituisce l'unica eccezione legittima che uno Stato può opporre alla libera circolazione delle trasmissioni televisive in area comunitaria.

Un altro aspetto molto importante sollevato dalla Direttiva è la protezione dei diritti d'autore nel caso di trasmissioni televisive via satellite e ritrasmissioni televisive via cavo di un programma trasmesso via satellite. Al fine di eliminare le incertezze esistenti è stata emanata la Direttiva 83/1993 del 27/9/1993 in base alla quale viene riconosciuto in capo all'autore il diritto esclusivo di autorizzazione alla diffusione della o delle proprie opere tramite lo strumento satellitare o alla ritrasmissione via cavo.

Nel 1997, poi, è stata votata una nuova direttiva, secondo una procedura di rinnovo prevista dalla precedente, che tra l'altro garantisce ai telespettatori l'accesso in diretta agli avvenimenti più rilevanti – anche sportivi – sui canali televisivi non codificati, anche se i relativi diritti di trasmissione fossero stati, al tempo, già venduti in esclusiva a una pay-tv.

Ciò nonostante, non è stato difficile in questi anni passare attraverso alcune maglie delle prescrizioni comunitarie, e, soprattutto, in quelle che avevano come oggetto le quote di produzione e i limiti all'affollamento pubblicitario; al momento, si sta procedendo all'ennesima revisione della direttiva "Televisione senza frontiere" che dovrà entrare in vigore entro la fine del 2002 e che dovrà tener conto delle problematiche messe in risalto dalla Commissione europea nella Comunicazione del 2001 per le definizioni di "*opera europea*" e di "*produttore indipendente*". Per quanto riguarda il concetto di "*opera europea*", si discute, infatti, circa l'opportunità o meno di una definizione univoca a livello europeo e del grado di precisione che la stessa dovrebbe avere: una definizione unica ovvero il riconoscimento reciproco delle definizioni adottate nei diversi Stati membri favorirebbe la circolazione stessa delle opere europee e la creazione di coproduzioni. Per quanto riguarda il concetto di "*produzione indipendente*" ovvero di "*produttore indipendente*" esistono varie definizioni: in genere definire un produttore "*indipendente*" ha lo scopo di delimitare i

beneficiari degli aiuti statali. Per la definizione di “*indipendenza*” si dovrà tenere comunque conto degli obiettivi programmatici della direttiva TVSF ossia la promozione del pluralismo europeo in merito al quale il contributo dei produttori indipendenti è rilevante, e la creazione di PMI che competano con produttori già affermati: a tal fine la protezione offerta dovrebbe essere concentrata sulle PMI. L’evoluzione tecnologica del settore rende inoltre necessaria una ridefinizione del concetto di “*indipendenza da un’emittente*”.

4.2. La Comunicazione della Commissione al Consiglio, al Parlamento Europeo, al Comitato Economico e Sociale e al Comitato delle Regioni su taluni aspetti giuridici riguardanti le opere cinematografiche e le altre opere audiovisive del 26/09/ 2001.

La Comunicazione del 2001, sebbene sia già stata oggetto di studio in alcune sue parti, necessita di un ulteriore sguardo sugli aspetti maggiormente rilevanti.

La Commissione intende sottolineare la necessità della rimozione di quegli ostacoli che impediscono ai nostri creatori ed imprenditori di approfittare pienamente della dimensione comunitaria, ma pur individuando le principali problematiche sul tappeto (dalla sicurezza giuridica, alle potenzialità del cinema elettronico, dalle agevolazioni fiscali da introdurre nel settore), non ha ancora portato ad una soluzione concreta dei nodi che pregiudicano la circolazione dei film e di altre opere audiovisive nel mercato europeo ed internazionale.

Nello specifico, la Comunicazione del 2001 ribadisce i principi illustrati dalla Comunicazione del 1999; rimangono di primaria importanza gli obiettivi di salvaguardia del pluralismo, della varietà culturale e linguistica e la tutela dei minori, nel rispetto del principio di sussidiarietà.

La Comunicazione è il risultato sia di un’audizione che ha visto la partecipazione di 250 operatori del settore audiovisivo che di una serie di commenti pervenuti alla Commissione redatti da soggetti interessati in rappresentanza del settore audiovisivo europeo: essa illustra “*gli indirizzi programmatici e le proposte elaborate sulla base di tale consultazione, (...) i principi da seguire nell’applicazione delle norme sugli aiuti di Stato al settore cinematografico e individua i prossimi provvedimenti da adottare e i settori in cui è necessario esaminare in maniera più approfondita le modalità per creare un clima propizio alla produzione e alla distribuzione delle opere audiovisive*”.

Dopo aver chiarito la sua posizione nell'applicazione del principio dell' "eccezione culturale"⁶¹, la Commissione entra nel merito delle problematiche da affrontare.

Per quanto riguarda la tutela del patrimonio audiovisivo, fa riferimento al progetto di Convenzione europea sulla tutela del patrimonio audiovisivo, in cui è avanzata l'ipotesi di un deposito legale obbligatorio di *"materiale costituito da immagini in movimento facente parte del suo patrimonio audiovisivo, prodotto o coprodotto sul territorio dello Stato firmatario interessato"*. Le problematiche che dovranno essere affrontate in merito sono innanzitutto l'estensione della Convenzione a tutti i Paesi Comunitari ovvero la necessità di un intervento comunitario; in secondo luogo ci si chiede se il deposito obbligatorio sia opportuno anche per le produzioni televisive o se limitarlo alle sole opere cinematografiche.

Prima di avanzare proposte, quindi, la Commissione *"intende fare il punto della situazione degli Stati membri"*.

La Commissione afferma la necessità della creazione di un registro pubblico dei film negli Stati membri finalizzato al miglioramento della circolazione degli stessi, necessità peraltro sentita anche dagli operatori del settore consultati.

Vista la difficoltà di alcune emittenti televisive di sfruttare i loro archivi a causa dell'impossibilità di rintracciare gli autori di un programma, la Commissione suggerisce la creazione di un inventario delle opere per le quali potrebbero esservi problemi inerenti alla identificazione dei titolari dei diritti.

In merito alla diffusione del cinema digitale, di cui si era occupata nella Comunicazione del 1999, la Commissione specifica che saranno il programma MEDIA Plus ed il *"programma quadro pluriennale 2002-2006 di azione comunitarie per la ricerca, sviluppo tecnologico e dimostrazione per la realizzazione dello spazio europeo della ricerca"* a delineare l'azione comunitaria in merito. Inoltre sarà istituito un Forum europeo del cinema digitale che dovrà definire le *"esigenze degli utenti europei in relazione a tutti gli anelli della catena elettronico/digitale, nonché nell'agevolare la tempestiva elaborazione di norme mondiali per il cinema elettronico"*.

La Comunicazione della Commissione non trascura gli aspetti fiscali che possono essere determinanti per lo sviluppo del settore. Sottolinea come sia emersa la necessità di promuovere la costituzione di banche e di fondi con finanziamenti privati e di fare in modo che tutti gli Stati membri abbiano un sistema fiscale teso a promuovere gli investimenti nel settore dell'audiovisivo; una disposizione utile in tal senso potrebbe

essere la riduzione delle imposte indirette sugli ingressi al cinema ovvero l'applicazione di un'aliquota IVA ridotta o nulla.

Infine la Commissione, insieme alla BEI (Banca Europea degli Investimenti) e al FEI (Fondo Europeo per gli Investimenti) “ *ha lanciato l’iniziativa “i2i Audiovisivo”, che integra il programma MEDIA Plus per il periodo 2001-2005 e si concentra sugli obiettivi industriali di competitività, sia sulla promozione del pluralismo culturale, strettamente connessa con la promozione dello sviluppo dei contenuti audiovisivi europei*”.⁶²

Con la Risoluzione del 21 gennaio 2002 sullo sviluppo del settore audiovisivo, il Consiglio dell’Unione Europea “*sottolinea la necessità di mantenere e promuovere misure di sostegno, tenendo presente la necessità di incoraggiare la complementarietà e la sinergia tra le misure nazionali e comunitarie nonché di salvaguardare la diversità culturale*”: ribadisce, dunque, quanto affermato dalla Commissione nelle due Comunicazioni analizzate.

4.3 Finanziamenti comunitari e coproduzioni

Mentre l’industria audiovisiva e cinematografica italiana all’inizio degli anni ’90 viveva il periodo più difficile della sua storia, e perdeva – come più volte indicato – i tradizionali punti di riferimento per il finanziamento alle produzioni di opere filmiche, la Comunità Europea e il Consiglio d’Europa, oltre a tentare di regolamentare il settore

⁶² Il Parlamento Europeo il 2/07/2002 si è pronunciato con una risoluzione sulla Comunicazione del settembre 2001 in cui si ribadisce la necessità di una visione integrata del settore dell’audiovisivo, comprensivo, quindi, anche del settore cinematografico; sottolinea l’opportunità che siano le imprese a svolgere un ruolo centrale nello sviluppo del settore senza però escludere incentivi e finanziamenti pubblici al settore privato, così come gli sgravi fiscali per i produttori televisivi e cinematografici, o l’applicazione di un’aliquota ridotta agli ingressi al cinema; per quanto riguarda la concorrenza auspica invece un’applicazione più flessibile delle norme sugli aiuti ed una reale considerazione dei bisogni delle industrie del settore.

tramite la loro funzione di mediazione, si impegnavano invece a potenziare i programmi di incentivazione all'industria europea dei programmi.

L'Unione Europea è intervenuta con una intensa politica di finanziamento a sostegno della diffusione delle opere di creazione cinematografica e audiovisiva, con l'intervento del Consiglio delle Comunità Europee attraverso il programma *Media*, cui sono seguiti, *Media II* e *Media Plus*, di ausilio allo sviluppo, alla distribuzione e alla formazione professionale.

Il Piano MEDIA I

Il 21 dicembre del 1990, il Consiglio delle Comunità Europee inaugurava, con la Decisione 90/685, il primo ambizioso Piano Media⁶³, un articolato sistema di iniziative rivolto a stimolare lo sviluppo di un mercato audiovisivo europeo finanziando lo sviluppo, la promozione e la distribuzione indipendente, con lo scopo finale di svincolarle dall'opprimente dipendenza dalle reti televisive.

L'obiettivo del programma fu dunque da subito quello di incentivare la produzione europea tramite il suo apporto, al fine di incoraggiare uno sviluppo di network fra le imprese e di conseguenza di progetti che potessero oltrepassare i confini nazionali e ed essere distribuiti a livello cinematografico e/o televisivo paneuropeo. La presenza nel settore di imprese medie e piccole ne garantiva la dinamicità, ma al fine di competere con i grandi gruppi era (ed è) necessario incentivare la creazione di reti di imprese che, strutturandosi in una sorta di mini-gruppi, potessero differenziare la produzione al fine di : ridurre considerevolmente un rischio di impresa assai elevato nel settore e meglio competere sul mercato internazionale. Il Piano Media I, di durata quinquennale (1991-1995), fu il primo programma – comunitario – di sostegno all'audiovisivo finalizzato a promuovere in Europa anche la formazione professionale degli operatori di tale industria, e di migliorarne le competenze. L'intervento nei diversi stadi della catena audiovisiva si concretizzava attraverso la messa in atto di sei categorie di progetto (Formazione, Produzione, Distribuzione, Promozione e mercati, "Mercati secondari", Investimenti) suddivisi in 18 strutture o centri di spesa localizzati nei diversi Paesi dell'Unione.

Durante il suo primo quinquennio il programma, attraverso appunto, i centri di spesa, concesse finanziamenti sotto forma di anticipi rimborsabili o fondi di garanzia, con un tetto massimo del 50% sulla spesa totale dei progetti volti alla realizzazione di opere

63 Mésures pour Encourager le Development de l'Industrie Audiovisuelle.

audio-video. Gli incentivi erano strutturati in modo da coprire il maggior numero possibile delle fasi del processo produttivo. Inoltre, si cercò – come già accennato tra gli obiettivi – di intervenire sul settore con aiuti specifici alla distribuzione – e soprattutto a quella indipendente – assicurandosi ad esempio che ogni film prodotto con un finanziamento del Piano Media potesse poi uscire nella maggior parte dei Paesi europei.

Già la Direttiva del Consiglio ‘Televisione senza frontiere’ (89/552/CEE), infatti, aveva auspicato un potenziamento della produzione e della distribuzione indipendente, riservando ai produttori non legati ai network una porzione del tempo globale di trasmissione televisiva; in più, alcune delle iniziative del Piano Media, quali ad esempio GRECO, richiesero tale indipendenza quale condizione essenziale per accedere ai relativi fondi di incentivazione.

Attualmente il piano Media è alla sua terza versione, avendo riscosso un così significativo successo in termini di partecipazione e risultati da essere stato riproposto e approvato dal Parlamento e dal Consiglio Europeo, per ben due volte.

La formula fu quindi riproposta alla scadenza dei primi cinque anni, e nel 1996, con Decisione del Consiglio 95/563/CEE e 95/564/CEE, fu rilanciata la seconda fase del programma che prese il nome di Piano Media II suddiviso in MEDIA sviluppo e distribuzione e MEDIA formazione. Il piano MEDIA Plus avrà invece durata dal 2000 al 2005 ed è stato adottato con le Decisioni del Consiglio del 20 dicembre 2000 n.821/2000/CE per distribuzione, sviluppo e promozione, e del 19 gennaio 2001 2001/163/CE per la formazione.

MEDIA II e MEDIA Plus

Il passaggio dal MEDIA I al II fu contraddistinto da notevoli modifiche, soprattutto organizzative, ai meccanismi di funzionamento mentre con il successivo e attuale MEDIA Plus attivo dalla fine del 2000, salvo opportuni aggiornamenti messi in atto attraverso Media Plus, si continua ad operare come per il MEDIA II: per questo motivo si preferisce una trattazione contigua dei due piani, salvo evidenziarne le differenze.

Con il Piano MEDIA II vengono individuate tre linee d'intervento: la “formazione professionale” (*MEDIA Formazione* approvato con la 95/564/CE), la “distribuzione

transnazionale” e lo “sviluppo di opere potenzialmente attraenti” (*MEDIA II Sviluppo e Distribuzione* approvato con 95/563/CE). L’obiettivo dichiarato del programma MEDIAII è lo sviluppo di progetti di produzione, la distribuzione di opere creative e la formazione di professionisti del settore audiovisivo europeo. Beneficiari sono tutti i professionisti e tutte le imprese europee del settore audiovisivo operanti nei 15 Paesi membri dell’Unione, oltre che le piccole imprese operanti nella produzione e nella distribuzione indipendente; è considerata indipendente l’impresa di produzione che non appartenga per più del 25% ad una sola emittente televisiva, oppure se l’impresa di produzione realizza, su di un periodo di tre anni, più del 90% del suo fatturato con una stessa emittente televisiva. Sono guardate con speciale attenzione anche le potenzialità di sviluppo di aree o regioni con una ridotta capacità di produzione audiovisiva, o geograficamente e linguisticamente limitate (che rappresentano la maggioranza degli Stati membri dell’UE). L’organizzazione risulta completamente stravolta rispetto a MEDIA I. La direzione ed il controllo delle tre linee di intervento vengono infatti trasferite a Bruxelles, per evitare alcuni favoritismi alle imprese locali che si registravano nei 18 centri di spesa.

La selezione dei beneficiari del Piano avviene secondo la procedura di invito alla presentazione di proposte, pubblicata più volte all’anno sulla Gazzetta Ufficiale delle Comunità Europee e promossa dall’attività dei *Media-desk* e delle *Antenne Media*, cioè le strutture che hanno il compito di assistere e informare le imprese e i professionisti del settore in ambito nazionale, nonché di assicurare un contatto permanente tra gli organismi di sostegno degli Stati membri, ai fini della complementarità dei programmi del Piano Media II con le misure nazionali di finanziamento e supporto.

La Commissione controlla quindi dal punto di vista *formale* i progetti inviati: se questi rispondono ai requisiti formali richiesti dal bando vengono girati dalla Commissione alle organizzazioni intermedie che fanno una preselezione dei progetti sulla base delle linee guida del programma. Una short-list sarà dunque rinviata alla Commissione presso la quale un gruppo di specialisti attua un primo controllo finanziario in funzione della disponibilità del budget. La selezione torna all’organizzazione intermedia che integra la short list con eventuali progetti in lista d’attesa. Il gruppo selezionato è dunque presentato alla Commissione che alla presenza dei rappresentanti dei Paesi membri ratifica i finanziamenti.

MEDIA distribuzione

Tra i tre settori di intervento il campo della distribuzione è senz'altro il più delicato, poiché va ad incidere su di un mercato già in parte controllato da importanti società multinazionali, che influenzano pesantemente la scelta e la distribuzione dei titoli pubblicati anche perché le stesse detengono spesso un rilevante numero di sale di proiezione. Per stimolare l'esercizio ad una programmazione che offra sbocchi ai film europei è stato creato un sostegno finalizzato alla realizzazione di circuiti cinematografici per la programmazione di film europei. Il finanziamento sotto forma di sovvenzione è concesso ad un organismo rappresentativo del circuito, che coordina le attività comuni proposte. Due sono i circuiti che hanno ottenuto il finanziamento durante MEDIAII: Europa Cinemas ed Euro Kids Network (Media Salles). Solo ad Europa Cinemas è stato rinnovato il sostegno con MEDIA Plus.

Il sostegno alla distribuzione di film nelle sale è aumentato rispetto a MEDIA I e, per quanto riguarda gli obiettivi, MEDIA II e MEDIA Plus intendono:

- rafforzare il settore della distribuzione nelle sale e video;
- rafforzare sia la distribuzione transnazionale (attraverso la cooperazione e la formazione di reti tra distributori cinematografici europei) sia la produzione di film europei (attraverso la creazione di incentivi a favore dell'investimento);
- promuovere la circolazione di programmi televisivi europei e sostenere il multilinguismo delle opere cinematografiche ed audiovisive.

Per quanto riguarda i beneficiari del sostegno occorre sottolineare che con MEDIA II è stato eliminato il vincolo al sostegno di film a budget produttivo medio-basso;

MEDIA II e MEDIA Plus presentano rilevanti differenze in merito ai criteri di selezione dei soggetti beneficiari. MEDIA Plus introduce un sistema a punti per la formazione della graduatoria dei progetti, riducendo la soggettività delle decisioni delle organizzazioni intermedie: maggior punteggio è dato a quei progetti che contengano film che abbiano un costo di produzione inferiore ai 5milioni di Euro o che vengano realizzati in Paesi a debole capacità produttiva o ancora nel caso in cui il coordinatore del raggruppamento sia un agente di vendita o il produttore del film; nel caso in cui un raggruppamento di distributori sia stato già sostenuto dal programma MEDIA Plus si procederà con a selezione automatica, che verrà analizzata più avanti. MEDIA II utilizzava criteri meno oggettivi quali ad esempio il piano e il budget di distribuzione e

promozione lasciando spazio ad una decisione discrezionale in merito alla probabilità di successo o meno del piano stesso.

Il finanziamento è attribuito in forma di prestito rimborsabile senza interessi.

Il 50% dell'importo destinato alle spese di doppiaggio e di sottotitolaggio non va rimborsato. L'importo massimo del sostegno è di 150.000Euro (125.000 con MEDIAII) per distributore e per film, e comunque inferiore al 50% del budget di distribuzione proposto e non necessariamente in misura uguale a quanto richiesto. Ulteriore condizione è che dal 15 al 30% concesso da un singolo distributore per ogni film dovrebbe (in passato doveva) essere investito in iniziative di promozione, organizzate assieme agli altri partner.

Accanto al sostegno selettivo per le campagne di distribuzione dal 1997 è stato inaugurato un nuovo tipo d'intervento: il sostegno automatico a fondo perduto, che premia i distributori che hanno realizzato un maggior numero di spettatori al di fuori del mercato di origine con i film europei distribuiti. Obiettivo dichiarato è quello di incoraggiare e sostenere una più ampia diffusione transnazionale dei film europei non nazionali; attraverso i vincoli nell'investimento dei finanziamenti ottenuti si vuole inoltre incoraggiare lo sviluppo di legami tra i settori della distribuzione e della produzione al fine di creare le condizioni per una maggiore competitività dei film europei non nazionali sul mercato.

All'interno di MEDIA II era prevista anche una forma di assistenza e supporto alla edizione e diffusione video con l'obiettivo di incoraggiare l'edizione e la distribuzione di cataloghi di film e di programmi audiovisivi europei, su tutti i tipi di supporti video destinati al consumo domestico (video cassette, cd-rom, dvd e altri).

Soggetti finanziabili erano gli editori e i distributori proponenti l'edizione e la distribuzione di uno o più cataloghi di almeno tre opere europee, gli stessi potevano anche aver già usufruito di altri sostegni. Il sostegno era in forma di prestito rimborsabile, con importo massimo di 100.000 Euro per cataloghi di almeno tre opere e comunque inferiore al 50% del budget proposto. Veniva erogato in due tranches, la prima alla firma del contratto, la seconda dopo la valutazione dell'immissione del catalogo sul mercato, che doveva avvenire entro sei mesi successivi l'approvazione del progetto.

E' prevista una forma di sostegno alla trasmissione e distribuzione TV ed alla commercializzazione televisiva dei diritti di sfruttamento di opere audiovisive europee.

MEDIA Sviluppo

Lo fase dello sviluppo ovvero l'insieme delle operazioni che precedono la produzione o il primo giorno di riprese (la scrittura della sceneggiatura, la ricerca di partner, la preparazione del piano finanziario, l'elaborazione di un piano marketing e di distribuzione) soffrono in Europa di una carenza cruciale di investimenti. L'intervento comunitario, iniziato con MEDIA I, rafforzato con il II e rinnovato nel Plus, non si concentra sulla produzione, già sostenuta dai fondi nazionali dei diversi paesi dell'Unione, ma proprio sullo sviluppo di ogni tipo di produzioni audiovisive.

MEDIA II ha promosso sia lo sviluppo di progetti creativi che quello dell'interscambio tra imprese di produzione indipendenti che ambissero ad operare su un livello più elevato in Europa e sul mercato internazionale. I finanziamenti venivano distribuiti sotto forma di prestiti rimborsabili per lo sviluppo di opere di fiction e drammatiche (per il cinema e la TV), film d'animazione, documentari creativi (ossia basati su un avvenimento reale ma rielaborato mediante un lavoro di scrittura), programmi multimediali con uso di nuove tecnologie visive e produzioni che arricchissero il patrimonio audiovisivo europeo, tutte della durata minima di 25 minuti. Esisteva un altro tipo di sostegno a favore dello sviluppo di affari commerciali con lo scopo di fornire adeguato supporto alla direzione ed alla struttura organizzativa dei piani di sviluppo della produzione europea, attraverso il finanziamento alle società di produzione, il finanziamento alla formazione di professionalità specifiche quali esperti di marketing o di account, operanti in tali società, il finanziamento all'acquisto di nuove tecnologie per l'ammodernamento della produzione. Anche questi finanziamenti erano assegnati sotto forma di prestiti.

MEDIA Plus sviluppo, al momento, offre due forme di finanziamento: sostegno di sviluppo al singolo progetto e lo Slate Funding 1 e 2 destinato ad imprese di produzione audiovisiva che presentino una richiesta di finanziamento per lo sviluppo di cataloghi contenenti almeno tre (per lo Slate Funding 1) o cinque progetti (per lo Slate Funding 2). Se un'impresa viene selezionata per lo Slate Funding, non potrà più presentare una proposta per un progetto individuale durante tutta la data del contratto per lo Slate Funding. La tipologia dei progetti finanziabili riguarda sia le opere audiovisive come la fiction, i documentari "di creazione", sia le opere multimediali, quali i progetti di serie d'animazione interattiva o i programmi interattivi utilizzabili esclusivamente sul personal computer e sviluppati per accompagnare un'opera audiovisiva. L'importo del

sostegno accordato dalla Commissione a ciascun beneficiario e per ciascuna operazione non supera il 50% del costo totale dell'azione proposta.

Il programma per aiutare le piccole e medie imprese di produzione, che non possono accedere da sole ai mercati, prevede un intervento di carattere distributivo teso a migliorare le condizioni di accesso, incoraggiare e favorire la partecipazione di produttori e distributori indipendenti europei a mercati, festival e forum legati all'audiovisivo, al fine di migliorare il potenziale commerciale delle loro opere. Il programma MEDIA è presente alle manifestazioni istituzionali più importanti, tramite uno dei MEDIA desk oppure una organizzazione specializzata, finanziando sotto forma di sovvenzione in massimo del 50% delle spese sostenute.

Media formazione

La creazione di una forte industria audiovisiva europea, che ha il suo maggior stimolo proprio nelle nuove opportunità offerte dal mercato dell'audiovisivo, deve poter operare avvalendosi di operatori particolarmente qualificati. Per questo motivo sono stati potenziati gli interventi volti a favorire la creazione di una rete europea di centri di formazione specializzati.

MEDIA Formazione fornisce diverse opportunità a coloro che intendono operare nel mercato degli audiovisivi e non: esse sono rivolte sia a chi si approccia per la prima volta a tale mercato che a coloro i quali debbano aggiornare la loro competenza professionale. I settori interessati sono la direzione economica e commerciale di imprese audiovisive, ivi inclusi gli aspetti legali; l'uso e lo sviluppo delle nuove tecnologie per la produzione di programmi audiovisivi; le tecniche di sceneggiatura.

Il programma incoraggia inoltre la cooperazione e lo scambio di conoscenze tecnico-operative attraverso il collegamento tra tutti i soggetti interessati alla formazione e sviluppando la formazione di docenti in materia.

Il finanziamento è indirizzato alle imprese ed alle organizzazioni europee le cui attività di formazione contribuiscano a rispondere agli obiettivi del programma. Il cofinanziamento verrà accordato sulla base del finanziamento congiunto tra partner pubblici o privati, di norma nel limite del 50% del costo dell'operazione ovvero del 60% nel caso in cui le attività si svolgano nei Paesi a bassa capacità produttiva e/o ad area linguistica e geografica ristretta.

Le attività di formazione potranno svilupparsi sotto forma di Master specializzati, che comprenda uno stage in un'impresa audiovisiva, formazione intensiva, di breve durata e

generalmente focalizzata su una determinata area, formazione di lunga durata che consiste in uno o più workshop seguiti da un periodo di consulenza e formazione a distanza.

“Cultura 2000” e “i2iaudiovisual”

Gli ultimi due tasselli della politica di finanziamento europeo all'industria cinematografica sono il programma “i 2 i audiovisual”, varato dalla BEI (Banca Europea degli Investimenti), e “Cultura2000”.

Quest'ultimo, varato con Decisione del Parlamento Europeo e del Consiglio del 14 febbraio 2000 n.508/2000/CE, contribuisce a finanziare la cooperazione comunitaria in tutti i settori artistici quali le arti figurative e plastiche, arti teatrali, industria audiovisiva, letteratura, musica, storia e patrimonio culturale, prodotti e servizi digitali. In attuazione dell'art.151 dell'Unione Europea, cultura 2000 istituisce uno strumento di programmazione e di finanziamento, con una dotazione pari a 167milioni di Euro per il quinquennio 2000-20004, destinato a valorizzare la diversità culturale dell'Unione, la creatività, lo scambio fra gli operatori culturali europei, rendendo la cultura più accessibile al grande pubblico.

I programmi sono gestiti da servizi e direzioni generali della Commissione Europea. Beneficiari del programma sono le organizzazioni culturali pubbliche e private con sede in uno degli Stati membri UE, o in uno dei Paesi della SEE ovvero in uno dei Paesi candidati ad entrare nell'Unione che partecipino al programma. Il finanziamento avviene sotto forma di sovvenzione ed ammonta al 60% del bilancio totale dell'azione.

Il programma “i2iaudiovisual” (“Iniziativa Audiovisiva Innovazione 2000”) è parte del più ampio programma “i2i” (“Iniziativa Innovazione 2000”) varato dal Gruppo BEI.

Il gruppo BEI dispone di due strumenti finanziari:

- la BEI (Banca Europea degli Investimenti) facilita il finanziamento di progetti a medio e lungo termine, attraverso la concessione di prestiti rimborsabili
- il FEI (Fondo Europeo d'Investimento), partecipato dalla BEI per il 60%, che, attraverso intermediari finanziari sostiene investimenti di progetti che riguardino l'ammodernamento delle infrastrutture e le PMI.

Il gruppo ha identificato quattro linee d'azione volte al sostegno dell'industria audiovisiva e cinematografica europea: formazione, sviluppo, distribuzione e finanziamento. Il programma "i2i" si inserisce in quest'ultima linea d'azione divisa a sua volta in tre rami:

- il primo concerne finanziamenti a medio e lungo termine concessi dalla BEI attraverso l'intermediazione di Banche o di grandi gruppi privati o pubblici operanti nel settore televisivo, o cinematografico per la realizzazione o ristrutturazione delle infrastrutture, quali i teatri di posa, o la creazione o distribuzione delle opere cinematografiche;
- il secondo ramo realizza la creazione di linee di credito privilegiato in Istituti finanziari intermediari della BEI, per il finanziamento delle piccole imprese del settore audiovisivo;
- per quanto riguarda infine il terzo ramo è stato creato un Fondo di capitali di rischio all'interno del FEI .

Il programma "i2i audiovisual" è rivolto alla *"promozione degli investimenti a sostegno della società dell'informazione, della ricerca e dello sviluppo, dell'innovazione e della competitività, così come delle risorse umane"*.

"i2i audiovisual" è rivolto ad incrementare i fondi disponibili e a facilitare le condizioni d'accesso per le imprese cinematografiche ed audiovisive europee ai finanziamenti esterni che gli istituti bancari e finanziari possono concedere; gli obiettivi perseguiti mirano a rafforzare la competitività dell'industria audiovisiva in Europa ed assisterla nell'adattarsi alle nuove tecnologie e alla digitalizzazione dell'intera filiera cinematografica.

La BEI sovvenziona parzialmente i costi delle garanzie richieste dagli Istituti bancari e finanziari partner e/o parte dei costi di prestito per il finanziamento alla produzione, esportazione importazione di opere audiovisive; per la realizzazione o ristrutturazione di sale cinematografiche, di sale teatrali storiche, dei teatri di posa, di stabilimenti che coinvolgono la realizzazione tecnica dell'opera audiovisiva quali quelli per lo sviluppo stampa o la post-produzione, e per la realizzazione di programmi audiovisivi TV. Per l'Italia, la BEI ha scelto la BNL come partner affidandole i fondi sotto forma di "prestito globale": sarà la BNL a valutare le richieste ad accordare e gestire il finanziamento.

Beneficiarie del finanziamento sono tutte le imprese europee di produzione indipendente che abbiano presentato un progetto che coinvolga imprese con sede in

almeno uno degli Stati membri dell'Unione e realizzato con la partecipazione significativa (in base ad un sistema "a punti" specificato sul bando) di professionisti residenti negli Stati partecipanti al Programma Media Plus. Il finanziamento è accordato sotto forma di sovvenzione ed ammonta a 50.000 Euro per opera e in genere non potrà essere superiore al 50% del totale del finanziamento richiesto. Riguarda la produzione, l'esportazione, l'importazione di film europei; I contributi vanno calcolati opera per opera anche nel caso di presentazione di più progetti. L'importo massimo del contributo accordato a ciascuna impresa audiovisiva sarà di 150.000Euro. Il finanziamento verrà elargito in due *tranches*, una, dell'ammontare del 70% del contributo, alla firma del contratto, l'altra, il restante 30%, dopo l'approvazione di un rapporto finanziario comprovante il corretto adempimento del progetto.

Le coproduzioni.

La ridotta disponibilità di risorse finanziarie sul mercato interno, accompagnata anche dalla tendenza delle televisioni nazionali a ridurre i prezzi di acquisto dei diritti di trasmissione, ha recentemente portato a un incremento dei progetti cinematografici realizzati in regime di cosiddetta coproduzione. I produttori italiani, come quelli degli altri Paesi europei si sono difatti progressivamente rivolti a un mercato audiovisivo più ampio, quello internazionale, per reperire i mezzi necessari a finanziare i loro film . La coproduzione si è rivelato uno strumento essenziale per l'industria cinematografica europea: innanzitutto perché, sebbene non esista ancora una legislazione europea in materia, gli accordi sono stati incentivati dalle Istituzioni Europee attraverso la Convenzione Europea sulla Coproduzione Cinematografica del 1992 ed il Programma Eurimages; in secondo luogo perché le coproduzioni sono sia un mezzo per sfruttare le economie di scala che si vengono a creare e sia un mezzo che permette all'opera cinematografica di avere un mercato di distribuzione internazionale e non limitato ai confini nazionali.

Una soluzione alle problematiche nazionali.

Alla base di questa tendenza, volta a svincolare dal solo mercato nazionale la ricerca di capitali, vi è anzitutto la inevitabile riconsiderazione dei modelli di finanziamento consolidatisi nell'industria cinematografica europea. Facendo riferimento specifico al caso italiano di particolare interesse era il meccanismo delle prevendite dei diritti di trasmissione, con le quali i network nazionali concedevano alle imprese cinematografiche i mezzi per finanziare anche sino al 60-80% del costo di produzione dei loro progetti. Le principali altre fonti di finanziamento alla produzione cinematografica in Italia erano costituite, oltre al credito agevolato, dalle sovvenzioni previste dalla legge 1213/65 e dai cosiddetti "minimi garantiti" dalla cessione dei diritti di distribuzione cinematografica.

A fronte di un mercato caratterizzato da strategie di finanziamento relativamente omogenee e invariabili, la crisi dell'industria audiovisiva all'inizio degli anni '90 ha praticamente azzerato le già limitate risorse: per cui, concentrati sulla propria riorganizzazione e sul loro stesso risanamento economico, i network hanno praticamente sospeso le acquisizioni di nuovi film, mentre l'intero ambito dei finanziamenti statali ha subito una sostanziale ridefinizione con il decreto legge n. 26, approvato dal governo italiano il 14 gennaio 1994 e intitolato "*Interventi urgenti a favore del cinema*".

Quest'ultimo è convertito in legge 1 marzo 1994 n. 153, detta anche "Nuova legge cinema" da considerare – come vedremo più diffusamente nel quinto capitolo - l'intervento normativo più rilevante nell'ambito della cinematografia dal lontano 1965. In più, l'attesa di una nuova legge o decreto che portasse delle innovazioni alla regolamentazione del settore era molto cresciuta in quegli anni, soprattutto a seguito del pessimo andamento che aveva caratterizzato l'industria italiana del cinema nel 1994.

I dati relativi a quello stesso anno, infatti, rilevavano una flessione di circa il 16,5% del volume della produzione cinematografica nazionale rispetto all'anno precedente; così come una sensibile diminuzione veniva riscontrata anche nel volume complessivo degli investimenti.

Ad esempio, ben un terzo dell'intera produzione nazionale era frutto dei tanto discussi 'articoli 28', mentre 20 lungometraggi su 106 erano stati coprodotti con imprese estere, per far fronte alla necessità (da parte delle imprese italiane del settore) di circa 109 miliardi di lire, difficilmente recuperabili in altro modo. Nonostante i segnali

incoraggianti sull'afflusso di pubblico nelle sale, raccolti all'inizio del medesimo anno, la crisi non aveva risparmiato neppure il settore della distribuzione cinematografica indipendente, costretta a diminuire il numero di titoli nei listini e, comunque, salvo rare eccezioni, a prendere in distribuzione i nuovi film italiani anticipandone soltanto i costi per le copie e il lancio, escluso ogni "minimo garantito", e sempre a condizione di recuperare le anticipazioni dai primi proventi derivanti dallo sfruttamento dei film.

La coproduzione cominciò dunque a rappresentare l'unica alternativa valida, a fronte delle tradizionali modalità di ricerca delle provviste finanziarie necessarie alla realizzazione dei progetti cinematografici. Il solo dato positivo relativo al cinema italiano del 1993 fu proprio quello che si riferiva all'aumento delle coproduzioni con le imprese straniere: la coproduzione diventava il migliore strumento per contrastare la già citata dipendenza dai network da parte delle imprese del settore e la scarsità di fondi pubblici (aggravatasi anche durante il lungo *iter* di approvazione del nuovo decreto legge sul cinema).

Occorre precisare che nel testo si fa riferimento esclusivamente alle coproduzioni cinematografiche, che coinvolgono, dunque, le "opere filmiche" definite sia dal decreto Legge 24/94 come "*...lo spettacolo realizzato su supporti di qualsiasi natura, con contenuto narrativo o documentaristico, purché opera dell'ingegno, ai sensi della disciplina del diritto d'autore, destinato al pubblico, prioritariamente nella sala cinematografica, dal titolare dei diritti di utilizzazione*⁶⁴" sia dalla Convenzione Europea sulle Coproduzioni come "*work of any length or medium, in particular cinematographic works of fiction, cartoons and documentaries which complies with the provisions governing the film industry in force in each of the parties concerned and is intended to be shown in cinemas*" (articolo 3).

In termini generali la coproduzione può quindi essere definita come quel contratto attraverso il quale due o più produttori si accordano per realizzare congiuntamente un film, contribuendo, in specifiche proporzioni, al suo costo di produzione. La coproduzione internazionale, brevemente contemplata dalla legge 1213 all'art. 19 in relazione al riconoscimento della nazionalità italiana, è poi sostanzialmente un contratto particolare tramite il quale più produttori originari di Paesi diversi, mettono in comune le loro risorse finanziarie e organizzative per la realizzazione di uno specifico progetto produttivo. Tale contratto non dà luogo a una società, né a un'associazione in

⁶⁴ Cfr. art. 2, d.l. 26/94.

partecipazione tra le parti, ma soltanto a un temporaneo rapporto di cooperazione imprenditoriale.

Quanto alle altre caratteristiche implicite in questo tipo di contratto, è da notare in particolare che nel rapporto di coproduzione internazionale, oltre a combinare le loro risorse finanziarie, le parti devono anche assicurare una reciproca simmetria di apporti sotto il profilo artistico, introducendo nel relativo *cast* un numero di componenti tale da riflettere l'identità culturale ed espressiva di ciascuno dei partecipanti. Invece, laddove il rapporto di collaborazione nella produzione avesse carattere esclusivamente finanziario, si ricadrebbe nella fattispecie della 'compartecipazione', prevista all'art. 19 della legge 1213⁶⁵.

I trattati bilaterali

Sia in Italia che all'estero, sotto il profilo normativo, la cooperazione internazionale tra società produttrici nella realizzazione di opere cinematografiche è soggetta alla disciplina prevista da specifici accordi bilaterali che regolano le modalità alle quali il rapporto di coproduzione deve uniformarsi affinché il film possa conseguire la qualifica di 'coproduzione' ed essere ammesso, al pari di un qualsiasi lungometraggio nazionale, ai benefici previsti dalle disposizioni in vigore in ciascuno dei Paesi d'origine delle imprese coprodottrici.

L'accordo bilaterale di coproduzione è un vero e proprio accordo internazionale adottato con il procedimento normale, ossia solenne, disciplinato dalla Convenzione di Vienna del 1969 che regola la formazione dei trattati internazionali. Questo procedimento è diviso in più fasi: la prima è la fase di negoziazione nella quale si stabilisce il contenuto dell'accordo e che si conclude con l'adozione dello stesso; i negoziati si concludono con la firma (o con l'apposizione delle sole iniziali da parte dei Plenipotenziari) che non comporta alcun vincolo per gli Stati, avendo fini di autenticazione del testo che si è predisposto in forma definitiva e che potrà, quindi, subire modifiche solo all'apertura di nuovi negoziati. La manifestazione di volontà con cui lo Stato si impegna si sostanzia invece con la fase della ratifica; la competenza a ratificare è disciplinata da ogni singolo Stato con proprie norme costituzionali: la Costituzione italiana stabilisce, all'art.87, comma 8 che sia il Presidente della Repubblica competente alla ratifica, previa l'autorizzazione delle Camere quando si

65 Come modificato dall'art. 6 del DL 26/94.

ricada in una delle materie indicate dall'art.80. La complessità e le lungaggini del procedimento sono evidenti: si tende quindi ad evitare la riformulazione degli accordi nel caso di modifiche della legislazione all'interno degli Stati parte dell'Accordo di coproduzione.

Gli Stati membri UE con i quali l'Italia ha concluso accordi di coproduzione cinematografica sono: la Francia, il Belgio, la Spagna, la Germania, la Gran Bretagna e l'Irlanda del Nord, l'Austria e il Portogallo. Guardando le singole date di ratifica degli Accordi si può notare come alcuni risalgano alla fine degli anni '60, solo l'accordo con la Francia è stato di recente completamente riformulato. Gli accordi infatti contengono la clausola di rinnovo tacito del contratto e hanno previsto l'istituzione di una Commissione mista che ha il ruolo di seguire e facilitare l'applicazione dell'accordo suggerendo all'occorrenza degli opportuni aggiornamenti. La Commissione si riunisce (solitamente ogni anno e comunque quando richiesto) anche in caso di modifiche della legislazione che disciplina il settore cinematografico vigente nel singolo Stato. Questa procedura è stata ritenuta la più efficiente perché evita la riunione dei plenipotenziari al mutare della legislazione vigente all'interno del singolo Stato contraente.

Nonostante l'evidente utilità di tale strumento contrattuale e il largo uso dello stesso tra le imprese di produzione cinematografica italiane ed europee non esiste nel nostro Paese una norma che incentivi in modo specifico la coproduzione.

L'attuale legislazione in materia cinematografica si occupa dell'argomento con riferimento alle condizioni per la sola attribuzione della nazionalità italiana ai lungometraggi cinematografici. Il già citato art. 19 della legge 1213 stabilisce che *“possono essere riconosciuti nazionali, ai fini della presente legge, i lungometraggi e i cortometraggi realizzati in coproduzione con imprese estere, in base a speciali accordi internazionali di reciprocità”*. Ciò in deroga, quindi, alle disposizioni contenute nell'art. 4, che stabiliscono le condizioni per la dichiarazione di nazionalità, per cui un lungometraggio cinematografico realizzato in regime di coproduzione con imprese estere può essere dichiarato nazionale se sussiste tra l'Italia e il Paese coproduttore un apposito accordo di reciprocità.

Inoltre, in base all'art. 19 (così come modificato dal DL 26/94) la quota minima di partecipazione richiesta al produttore italiano per ottenere la nazionalità è pari al 20% del costo del film (anzitutto all'entrata in vigore del DL 26/94, tale quota era fissata al 30%).

In generale, perciò, i trattati o accordi bilaterali elencano i requisiti che la coproduzione deve soddisfare per poter essere riconosciuta tale dalle autorità nazionali dei coproduttori, con particolare attenzione all'apporto del coproduttore minoritario. Stabiliscono che gli autori del film, i collaboratori di creazione, gli interpreti e i tecnici debbono essere cittadini dei Paesi che stipulano l'accordo; anche le riprese sia in esterno che nei teatri devono essere necessariamente fatte sul territorio di uno degli Stati che partecipano all'accordo, eccezionalmente può essere prevista sia la partecipazione di attori di un Paese terzo, qualora goda di fama internazionale, sia la possibilità di effettuare le riprese sul territorio di un Paese terzo qualora le esigenze tecniche lo richiedano. Gli accordi prevedono la possibilità di realizzare film in coproduzione anche con Paesi terzi⁶⁶; viene anche stabilito l'impegno delle parti a partecipare pro quota alla ripartizione dei proventi e dei mercati. E' inoltre sempre prevista una soglia minima del costo totale dell'opera cinematografica, che in linea di massima si aggira sui 75mila Euro.

I trattati solitamente distinguono tre ipotesi tipiche di coproduzione:

-quella 'normale', nella quale la partecipazione minoritaria equivale ad almeno il 30% del costo del film, oltre a comprendere le componenti artistiche e tecniche previste dall'accordo in oggetto;

-quella 'eccezionale', in cui tale quota scende a un minimo del 20% su deroga concessa dalle rispettive autorità nazionali per film di particolare valore artistico e culturale o per film, il cui costo sia notevolmente superiore alla provvista finanziaria media di produzione nel Paese del coproduttore maggioritario;

-e infine, la coproduzione 'tripartita'(prevista per esempio nell'accordo Italia - Spagna) dove la quota minoritaria è sempre fissata a un minimo del 20%, con l'obbligo di apportare un determinato numero di elementi artistici e tecnici. L'accordo con la Francia prevede, invece, la possibilità di una partecipazione minoritaria del 10% che può scendere addirittura al 5% nel caso in cui il costo totale del film superi i 50.000.000Franchi. La partecipazione in caso di accordo con la Spagna può anche essere solo finanziaria: in questo caso la quota non può essere inferiore al 20%. Spetterà alla Commissione mista vigilare sull'equilibrio degli apporti dei coproduttori dei singoli Paesi, verificando che siano proporzionali alle rispettive quote di ciascun Paese e in caso contrario, fare in modo di ripristinare la situazione di equilibrio.

⁶⁶ Per quanto riguarda l'accordo firmato dall'Italia con la Spagna, questa possibilità è subordinata al fatto che in entrambi gli Stati sia in vigore un accordo di coproduzione con il Paese terzo considerato

Soddisfatte le condizioni del trattato e approvato come coproduzione dalle rispettive autorità, il lungometraggio viene dunque parificato, in ciascuno dei Paesi coproduttori, al film nazionale beneficiando, quindi, delle agevolazioni previste da ogni singolo Stato: di queste agevolazioni usufruisce solo il produttore del Paese che le accorda. Tuttavia, non tutti i Paesi sono legati da un accordo di coproduzione; nel caso dell'Italia ad esempio, in assenza del trattato, l'art. 6 del DL 26/94 dichiara che *“per singole iniziative di carattere culturale e imprenditoriale, può essere autorizzata con decreto dell'Autorità competente per lo spettacolo, sentita la sottocommissione di cui all'art. 3, la compartecipazione tra imprese italiane e straniere”*. Laddove, pertanto, manchi l'accordo internazionale, la coproduzione non è possibile: si parla in tal caso di *compartecipazione*, poiché il rapporto di cooperazione tra le imprese di produzione ha natura sostanzialmente finanziaria e non è richiesto il rispetto dei contributi minimi, artistici e tecnici stabiliti dalla disciplina convenzionale.

Sicché, salvo l'applicazione della Convenzione Europea sulle Coproduzioni Cinematografiche – di cui si dirà più avanti – ratificata nel novembre 1996 dall'Italia, e che si sostituisce automaticamente all'accordo internazionale mancante nei rapporti fra i coproduttori aderenti, non è configurabile un vero e proprio rapporto di coproduzione tra i Paesi che non siano legati da accordi di reciprocità. Ne consegue che la dichiarazione di nazionalità nell'ipotesi della compartecipazione finanziaria sarà soggetta in Italia al decreto di autorizzazione, e ammessa soltanto per singole iniziative, valutato il solo carattere culturale e imprenditoriale.

La norma di cui all'art. 19 della legge 1213 costituisce inoltre una espressa deroga al dettato degli articoli 4 e 10 della stessa legge, che disciplinano appunto il 'riconoscimento', ovvero quel complesso di condizioni che il film deve soddisfare per poter essere dichiarato nazionale e quindi accedere alle provvidenze e ai benefici di legge. Nello specifico l'art. 4 richiede che il lungometraggio in oggetto, oltre a *“essere prodotto in versione originale italiana e girato prevalentemente in Italia da imprese appartenenti a cittadini italiani o da società che abbiano sede legale in Italia, amministratori italiani e svolgano in Italia la maggior parte della loro attività”*, presenti una quantità minima di componenti nazionali nel cast artistico e tecnico.

L'art. 2 del decreto legge 26/94 ha poi sostituito l'art. 4 della legge 1213, coordinando l'insieme delle componenti tecniche e artistiche cui fare riferimento per l'ottenimento della nazionalità italiana, con le due categorie di film nelle quali ciascun

lungometraggio prodotto in Italia può rientrare: il 'film lungometraggio di produzione nazionale' e il 'film lungometraggio di interesse culturale nazionale'.

In quanto realizzato secondo le previsioni dei trattati bilaterali, il film prodotto in regime di coproduzione potrà dunque essere dichiarato nazionale se, anziché i requisiti di cui all'art. 2 del decreto 26/94, derogati ai sensi dell'ottavo comma dello stesso articolo, saranno soddisfatte le componenti previste dall'accordo internazionale applicabile. Qualora però il rapporto di coproduzione dovesse decadere prima della dichiarazione di nazionalità, il coproduttore maggioritario potrà comunque ottenere il riconoscimento, se il film presentasse comunque i requisiti previsti dall'art. 2. Sarà nel miglior interesse del coproduttore maggioritario proteggersi da una simile eventualità, mantenendosi il più possibile vicino agli equilibri richiesti per il riconoscimento del film nazionale, ancorché più specifici di quelli stabiliti nei trattati bilaterali.

La Convenzione Europea sulle Coproduzioni

Destinata a sostituire gli accordi internazionali di reciprocità nei rapporti multilaterali di coproduzione, la Convenzione Europea sulle Coproduzioni Cinematografiche è stata elaborata a Strasburgo il 2 ottobre 1992 dal Comitato di Esperti Governativi sul Cinema del Consiglio d'Europa. E' stata ratificata dall'Italia nel novembre del 1996 ed è ufficialmente entrata in vigore il 1 aprile 1994. L'articolo 17 della stessa Convenzione prevedeva infatti che la *entry into force* della normativa fosse subordinata all'adesione di almeno cinque Stati membri del Consiglio d'Europa, verificatasi nel dicembre 1993 con la ratifica di Danimarca, Svizzera, Svezia, Lettonia e Regno Unito. Attualmente, inoltre, hanno ratificato la Convenzione anche Austria, Finlandia, Germania, Ungheria, Lussemburgo, Paesi Bassi, Russia, Slovacchia, Spagna e Italia.

La Convenzione si applica a quelle coproduzioni cinematografiche cosiddette 'multilaterali' che, nello specifico, coinvolgono un minimo di tre produttori residenti in tre diversi Paesi aderenti. Essa, poi, ammette anche la partecipazione di coproduttori originari di Paesi non aderenti o non facenti parte del Consiglio d'Europa, purché in tale configurazione i suddetti tre coproduttori apportino almeno il 70% del costo di produzione del film.

Indipendentemente dall'esistenza di accordi bilaterali tra le parti, quindi nel caso di coproduzioni multilaterali, le norme della Convenzione si sostituiscono automaticamente nei rapporti tra i produttori di Paesi aderenti a quelle dei trattati che

restano in vigore soltanto nei limiti della loro compatibilità con la nuova normativa convenzionale. I trattati stessi resteranno applicabili pertanto ai soli rapporti di coproduzione di natura bilaterale, mentre nel caso non esista il trattato bilaterale tra alcuni dei Paesi aderenti la Convenzione potrà sostituirsi all'accordo mancante.

La Convenzione risulta perciò strutturata per assolvere ad una duplice funzione: essa può alternativamente utilizzarsi sia come 'trattato multilaterale' applicabile a tutte le coproduzioni tra Paesi aderenti che coinvolgano almeno tre produttori, sia come trattato bilaterale applicabile a tutti i rapporti di coproduzione bilaterale tra Paesi aderenti che non siano già legati da un accordo di reciprocità. Il singolo apporto coproduttivo, nella configurazione multilaterale, non può eccedere il 70% del costo di produzione dei film né scendere al di sotto dei 10%, mentre nel rapporto di coproduzione bilaterale le percentuali massima e minima sono fissate rispettivamente all'80% e al 20% del budget, con facoltà da parte dei Paesi aderenti di incrementare questa percentuale tramite la propria normativa nazionale. Le coproduzioni multilaterali strutturate secondo la Convenzione e qualificabili come 'opere cinematografiche europee', applicando i parametri che si vedranno di seguito, sono parificate ai fini della ammissione ai benefici e alle provvidenze di legge ai film nazionali in ciascuno dei Paesi aderenti.

Pertanto, l'applicazione della Convenzione rende possibile l'accesso ai fondi nazionali esattamente nello stesso modo in cui ciò avviene applicando i trattati ai rapporti bilaterali. La Convenzione prevede espressamente che la partecipazione del coproduttore minoritario, compresa tra un minimo del 10% e un massimo del 25% del costo di produzione del film, possa essere di esclusiva natura finanziaria senza che sia necessario controbilanciarla con contributi artistici e tecnici.

Mentre nella legislazione italiana è previsto che *"in mancanza di accordi internazionali, per singole iniziative di carattere culturale e imprenditoriale, può essere autorizzata con decreto dell'autorità competente per lo spettacolo, sentita la commissione di cui all'articolo 3, la compartecipazione tra imprese italiane e straniere⁶⁷"* secondo la Convenzione, invece, la compartecipazione finanziaria nella misura sopra specificata (da un minimo del 10% ad un massimo del 25% del costo di produzione) è sempre possibile, a condizione che nel rapporto multilaterale sia presente un coproduttore maggioritario che soddisfi comunque le condizioni necessarie affinché il film possa essere dichiarato nazionale nel proprio Paese d'origine.

67 Cfr. art. 6, d.l. n. 26/94.

Ne deriva che, soddisfatta tale condizione, il ‘compartecipe finanziario’ – almeno in teoria – potrebbe ottenere il riconoscimento della nazionalità nel Paese d’origine anche con un apporto del solo 10% sempre che, ai sensi dell’art. 6.1 della Convenzione, il Paese di provenienza non si avvalga del diritto di precludere l’accesso ai benefici e alle provvidenze di legge in presenza di una partecipazione inferiore al 20%. La Convenzione, inoltre, afferma che entro un ‘ragionevole’ periodo di tempo debba comunque essere mantenuto un equilibrio nei rapporti cinematografici fra i Paesi aderenti, con riferimento sia al totale degli investimenti che alle effettive partecipazioni artistiche e tecniche.

Le norme in materia di compartecipazione finanziaria, infatti, riflettono una delle principali motivazioni alla base della Convenzione: quella di assicurare la possibilità, nei rapporti multilaterali di coproduzione, di poter contare su partecipazioni svincolate dal rigoroso equilibrio, tra rapporti finanziari e contributi tecnico-artistici, richiesto normalmente dai trattati bilaterali (ad esclusione, si è visto, per quanto riguarda l’Italia, degli accordi con la Francia e la Spagna). Tanto più che, con il consolidarsi del fondo *Eurimages* quale punto di riferimento essenziale nel reperimento di finanziamenti alla coproduzione, e con il diffondersi della coproduzione multilaterale per far fronte ai crescenti costi di realizzazione dei film, il sistema dei trattati ha evidentemente perso l’originaria funzionalità.

La Convenzione, invece, è al contrario un efficace strumento normativo capace di regolare simultaneamente, tanto il rapporto coproduttivo vero e proprio che quello più strettamente finanziario, evitando inoltre che le parti si trovino costrette a quella forzata commistione di elementi artistici – richiesta applicando i trattati – che ha spesso generato degli ibridi, privi di una propria e profonda caratterizzazione individuale.

Perciò, nel diminuire le restrizioni alla cooperazione inter-europea tra imprese cinematografiche, la Convenzione si propone, al contrario, di salvaguardare l’identità culturale del film cinematografico indirizzandolo verso un modello artisticamente e tecnicamente equilibrato, denominato ‘opera cinematografica europea’. Infatti, perché una coproduzione multilaterale possa essere assimilata al film nazionale, ai sensi dell’art. 4 della Convenzione, essa deve presentare determinate caratteristiche nella composizione del cast artistico e tecnico, espresse attraverso un preciso ma elastico sistema a punti che attribuisce un valore numerico a ciascuna delle relative componenti.

Al regista, ad esempio, è assegnato il valore 3, al compositore delle musiche il valore 1, all’attore coprotagonista il valore 2. Per poter essere qualificato ‘Europeo’ il film

deve quindi totalizzare almeno 15 dei 19 punti possibili in base alla graduatoria. È evidente, tuttavia, che sia possibile, nel suddetto rapporto di coproduzione multilaterale, entro certi limiti includere nel cast anche personale artistico e tecnico proveniente da Paesi non aderenti, quali gli Stati Uniti, senza a ogni modo ledere il carattere Europeo del prodotto finale.

In qualunque caso l'Appendice 1 della Convenzione Europea sulle Coproduzioni prevede anche un temperamento al sistema della graduatoria per punti, stabilendo che possa comunque qualificarsi "Europeo", appunto, anche il film che abbia totalizzato meno dei 15 punti richiesti se ciò risultasse giustificato da particolari esigenze di sceneggiatura o purché, dopo essersi consultate in merito, le Autorità interessate giudichino il prodotto, pervaso di una identità "Europea".

Quanto invece alla partecipazione al rapporto di coproduzione multilaterale da parte di imprese produttrici di Paesi non aderenti alla Convenzione o addirittura estranei al Consiglio d'Europa (ad esempio, gli Stati Uniti), la Convenzione ne ammette la partecipazione – similmente a Eurimages – ma in termini puramente finanziari, sino ad un massimo del 30% del costo di produzione, ferma restando – come già detto – la copertura del rimanente 70% da parte di almeno tre coproduttori di Paesi aderenti.

La Convenzione disciplina anche alcuni elementi essenziali del contratto di coproduzione, che riguardano la proprietà indivisibile del negativo originale da parte di tutti i coproduttori e la possibilità di accedervi liberamente per trarne gli inter-negativi. All'art. 8, con maggiore flessibilità rispetto a quanto sinora previsto dai trattati bilaterali, la Convenzione richiede che all'investimento di ciascun coproduttore corrisponda in proporzione una effettiva partecipazione in termini artistici e tecnici, e che i componenti del cast siano formati da cittadini degli Stati partecipanti alla coproduzione, in uno dei quali deve normalmente svolgersi anche la fase di post-produzione.

La Convenzione Europea sulle Coproduzioni Cinematografiche, quindi, offre la possibilità di strutturare progetti che, pur preservando il loro carattere 'Europeo', consentono una cooperazione più ampia tra i Paesi dell'Unione e facilitano le partnership finanziarie con produttori esterni all'Unione, favorendo tra l'altro l'importante scambio culturale e di know-how produttivo. In tal modo, gli europei potranno ambire a costruire le coproduzioni con una combinazione più realistica tra le risorse finanziarie e quelle artistiche, meno vincolati da una debole amalgama creativa imposta dalla maggior parte dei trattati.

Il fondo Eurimages

A chiusura del discorso sulle coproduzioni è necessario analizzare il Fondo Eurimages: si tratta di uno specifico programma di finanziamento, reso operativo e perfezionato dal Consiglio d'Europa il 26 ottobre 1988 attraverso un accordo parziale tra dodici dei suoi Stati membri, quindi già anteriormente all'attivazione primo del Piano Media. E' destinato a contribuire ai progetti realizzati in regime di coproduzione tra almeno tre (due in casi particolari) produttori residenti in altrettanti Paesi membri del Consiglio d'Europa.

Dall'inizio della sua attività (1 gennaio 1989) ad oggi i suoi firmatari sono saliti a 24 (sui 32 Paesi che fanno attualmente parte del Consiglio d'Europa) e i suoi meccanismi di funzionamento si sono affinati e consolidati, trasformando Eurimages nel più importante fondo di incentivazione per la produzione cinematografica europea.

Di più recente istituzione è un'importante iniziativa con la quale Eurimages eroga contributi a favore sia della distribuzione che degli esercenti delle sale cinematografiche nei Paesi europei che non possono accedere ad analoghi programmi del Piano Media (ovvero Bulgaria, Cipro, Repubblica Ceca, Polonia, Svizzera e Turchia), fino a un massimo di 200.000 franchi all'anno.

Composto da un Consiglio che comprende un rappresentante per ciascuno degli Stati aderenti al fondo, Eurimages si riunisce nella sua sede di Strasburgo, dalle quattro alle sei volte all'anno, per esaminare numerose richieste di finanziamento provenienti da tutta Europa. È il Consiglio a stabilire e modificare il regolamento per accedere al fondo; ed è sempre il Consiglio a vagliare e decidere sulle domande – anche se un ruolo fondamentale di coordinamento viene svolto dai rappresentanti nazionali dei coproduttori che, infatti, devono essere contattati al momento della presentazione della domanda.

Il finanziamento che copre non più del 15% dei costi di produzione, è accordato sotto forma di prestito senza interesse nella forma comunemente nota come 'anticipazione sui proventi' o '*avance sur recettes*' ripartito tra ciascun produttore proporzionalmente alla sua partecipazione finanziaria; per facilitare la partecipazione di coproduttori provenienti da Stati membri con minore capacità produttiva, è prevista la possibilità di una ripartizione non proporzionale: in questo caso il contributo non supererà il 50% del costo totale. Il finanziamento viene recuperato dai proventi netti della quota del

produttore con una partecipazione percentuale allo sfruttamento, pari a quella con cui Eurimages ha contribuito al costo di produzione.

Destinatari del fondo sono i produttori di lungometraggi cinematografici e di documentari a carattere creativo; per poter accedervi, i produttori devono essere qualificati come tali nel rispettivo Paese d'origine ed essere completamente indipendenti dai network televisivi nazionali, pubblici e privati.

Eurimages finanzia:

- progetti ad elevato potenziale commerciale
- progetti di valore artistico e culturale europeo.

Oltre alle condizioni già analizzate, per entrambe le tipologie di progetto richiede che il lungometraggio abbia una durata superiore ai 70 minuti e che le coproduzioni siano conformi alla legislazione dei Paesi interessati ed ai rispettivi accordi internazionali. La partecipazione maggioritaria non può superare l'80% del costo totale, mentre quella minoritaria non può essere inferiore al 10%. E' ammessa la possibilità di partecipazione di Paesi non membri del Fondo: in questo caso il loro apporto non potrà superare il 30% del totale, in caso di accordi multilaterali, il 20% in caso di accordi bilaterali. Sono ammissibili sia le coproduzioni tecniche artistiche che solo di natura finanziaria. Il progetto deve essere finanziato per la maggior parte da fonti interne agli Stati membri di Eurimages.

Per quanto riguarda in modo specifico i progetti ad elevato potenziale commerciale, è richiesto che i finanziamenti debbano essere certificati da accordi informali o di fatto, nella misura del 75% per il Paese maggioritario, e del 50% per gli altri; il progetto deve contenere le previsioni di vendita e contratti che dimostrino che la distribuzione avverrà in almeno tre Paesi; verrà valutata anche l'esperienza dei produttori e del regista.

Ai progetti che abbiano valore artistico e culturale è richiesta la certificazione dei finanziamenti richiesti per almeno il 50% con impegni informali; i progetti devono inoltre, beneficiare del sostegno nazionale o di una prevendita televisiva oppure di un accordo finanziario; in questo schema verrà valutata anche l'esperienza artistica del regista e del cast artistico e tecnico.

Nella procedura di selezione dei progetti, il Consiglio si attiene ad alcuni criteri di riferimento: in primo luogo è richiesto che la lingua nella quale il film viene girato sia quella di uno dei Paesi coproduttori; secondariamente che il regista, gli attori principali, gli sceneggiatori, il compositore e i membri principali del cast tecnico siano europei, preferibilmente cittadini di uno degli Stati membri.

Eurimages riconosce una posizione preferenziale a quelle configurazioni coproduttive “che meglio riflettono la cooperazione tra le risorse artistiche e tecniche dei partecipanti.” Ciò significa che al di là degli equilibri richiesti in base ai trattati, Eurimages incoraggia soprattutto quel coordinamento mirato tra apporti tecnico-artistici che consente di evitare commistioni culturali impossibili (l’*Europudding*⁶⁸), per generare invece un prodotto cinematografico dotato di una specifica identità artistica, e pertanto anche di un effettivo potenziale commerciale internazionale.

Il finanziamento di Eurimages viene normalmente versato al produttore delegato – o proporzionalmente a ciascuno dei coproduttori – a stati di avanzamento, e di solito in quattro rate. Eurimages si riserva il diritto di ridurre proporzionalmente il contributo, se nel corso della lavorazione i rendiconti finanziari evidenzino una diminuzione del costo di produzione rispetto al budget dichiarato sul piano finanziario. Inoltre, il pagamento da parte di Eurimages dell’ultima rata di finanziamento è comunque subordinato alla presentazione di un rendiconto finale, certificato da un commercialista, che evidenzia l’eventuale differenza tra il preventivo di produzione originariamente dichiarato e il costo effettivamente sostenuto. Nell’eventualità che lo scarto tra il piano finanziario approvato dal Consiglio e il rendiconto finale sia di oltre il 10%, Eurimages ha facoltà di ridurre il proprio contributo e non corrispondere l’ultima rata prevista dal contratto.

Eurimages recupera il proprio finanziamento con una partecipazione percentuale ai proventi netti della quota del produttore, pari alla sua partecipazione percentuale al costo di produzione. Le somme recuperate andranno ad incrementare le risorse del fondo costituite anche dai contributi degli Stati membri.

Eurimages funziona secondo un meccanismo semplice ed efficace, largamente incentrato sull’iniziativa degli interessati: ciascun coproduttore deve trasmettere il dossier, oltre che a Eurimages, anche al proprio rappresentante nazionale preoccupandosi soprattutto di fornire tutta la documentazione d’appoggio necessaria a verificare congruità e attendibilità del piano finanziario. Da questo momento, la certezza che il progetto giunga a buon fine è sostanzialmente rimessa alla capacità di coordinamento dei partecipanti e alla loro tempestività nel fornire a Eurimages ogni precisazione e chiarimento per assicurarsi che durante la riunione del Consiglio, e fatta salva la valutazione di merito, non vi sia alcun motivo per rinviare il progetto alla sessione successiva. Assegnato il finanziamento, Eurimages, eventualmente su ricezione di ulteriori documenti integrativi, predispone il contratto che dovrà essere firmato con il

68 I cosiddetti Europuddings sono film privi di una specifica identità culturale.

produttore delegato entro nove mesi dalla data di assegnazione del contributo, salva la possibilità di ottenere un'estensione di massimo tre mesi in presenza di validi motivi.

Osservando i dati segnalati dall'Anica si può notare come si stia assistendo ad una decisiva crescita delle opere cinematografiche italiane realizzate in coproduzione. Una siffatta impennata è dovuta senz'altro all'attenzione rivolta alla coproduzione da parte degli operatori del settore e alle politiche realizzate in sede istituzionale sia a livello europeo che nazionale e che si è appena finito di analizzare.

Tab.3.1 Il mercato cinematografico in Italia

Produzioni e importazioni	2001	2000	Diff.2001/2000
Film prodotti ITA+COP	103	103	0
Coproduzioni Maggioritarie	22	8	+14%
Coproduzioni minoritarie	13	9	+4%
Investimenti italiani complessivi (Miliardi di lire)	354	336	+5,25%
Investimento medio capitali italiani (miliardi di lire costanti 1995)	3,44	3,26	+5,25%

Fonte: Anica 2001

Lo strapotere americano è comunque, come più volte sottolineato, ancora evidente ed uno dei motivi di tale forza è senz'altro la multiculturalità del prodotto cinematografico⁶⁹: le major americane sanno fare un buon uso della coproduzione mentre in Europa questa è ancora in fase iniziale. La crescita messa in evidenza dai dati analizzati testimonia un'attenzione crescente del mercato cinematografico verso la coproduzione strumento idoneo non solo ad fornire un contributo ai produttori indipendenti ma anche a realizzare un buon prodotto cinematografico, sprovvincializzato e quindi che abbia la possibilità di affacciarsi sul mercato internazionale.

⁶⁹ Celata G.D, Intervista a MEDIA&SHOW.com del 17/5/2002

Bibliografia

AA.VV. *Electronic Commerce and the Role of the WTO*, Ginevra, World Trade Organization, 1998.

AA.VV. *Intellectual Property and International Trade: A Guide to the Uruguay Round TRIPS Agreement*, Paris, ICC Pub., 1996.

AA.VV. *Guide to the GATS: An Overview of Issues for Further Liberalization of Trade in Services*. Boston, Mass. Kluwer Law International, forthcoming.

AA.VV. *Intellectual Property Rights, the WTO and Developing Countries: the TRIPS Agreement and Policy Options*. London-New York, Zen Books Ltd., 2000.

AA.VV. *Opening Markets in Financial Services and the Role of the GATS*. Special Studies. Geneva, WTO Publications, 1997.

AA.VV. *Libertà di espressione, rapporti tra cinema e Stato*, Centro Studi Cinema Europeo, Roma, 1978.

AA.VV. *Quella parte di cinema chiamata televisione*, Milano, 1981.

AA.VV. *Impresa, cinema e finanza: investire nell'audiovisivo*, Atti del Convegno organizzato da ANEC e UNIDIM, Ostia, 5 giugno 2002.

AA.VV. *Le stanze del cinema italiano*, in 'Segnocinema', n.109, 2000.

AA.VV. *Dossier censura*, in 'Cinematolibero', n. 0, 1999.

AA.VV. *L'era digitale*, in 'Cineforum', n. 385, 1999.

AGIS, *Lo Spettacolo. Comuni-Province-Città Metropolitane-Regioni-Stato*, edita dall'AGIS in collaborazione con l'ETI., 2002

Amodio, Flint, Pintersmann *La produzione cinematografica*, Editrice Cinetecnica, Faenza 2001

Andersen A. *The European Film Production Guide*, Media School-Routledge, London, 1996.

Argano L. *La gestione dei progetti di spettacolo*, Franco Angeli, Milano, 1997.

Arienzo A. *Cinematografia*, in 'Nss. D.I.', III, Torino, 1959.

Arup C. *The New World Trade Organization Agreements: Globalizing Law Through Services and Intellectual Property*, Cambridge Studies in Law and Society. New York, Cambridge University Press, 2000.

Ascheri M. *L'incentivazione della produzione cinematografica nella legislazione vigente*, in 'Studi sen.', 1967.

- Barile P. *I censori fra la Costituzione ed i giudici*, in 'Il Ponte', 1961.
- Bianchi D'Espinosa L. *Sulla censura cinematografica*, in 'Giust. e Cos.' 1970.
- Biondi C. *Come si produce un film*, Dino Audino Editore, Roma, 1996.
- Bizzarri L. and Solaroli L. *L'industria cinematografica italiana*, Vallecchi, Firenze, 1958.
- Blumenthan H.J. and Goodenough O.R. *This business of television*, Billboard, N.Y., 1998.
- Bocconi (Università), *Il cinema impresa possibile*, indagine presentata in occasione dei convegni BNL, Milano, ottobre 2001.
- Brunella E. *Andamento del cinema in Europa nel 2001*, in 'Cinema d'oggi' n.10, 2002.
- Brunetta G.P. *Identikit del cinema italiano oggi*, Marsilio, Venezia, 2000.
- Cahn S. and Schimmel D. *The Cultural Exception: Does It Exist in GATT and GATS Frameworks? How Does it Affect or Is It Affected by the Agreement on TRIPS?*, Cardozo Arts & Entertainment, vol. 15, 1997.
- Calabria A. *Note minime sulla legittimità costituzionale della censura*, in 'Cons. Si.', 1977.
- Calderale M. *Piccola guida allo speciale*, in 'Segnocinema' n.111, 2001.
- Camilli C. *La normazione regionale in materia di istituzioni culturali*, in 'Riv. trim. dir. pubbl.', n. 1, 1981.
- Cannistraro P.V. *Il cinema italiano sotto il Fascismo*, in 'Storia contemporanea', III, 1972.
- Castellina L. *Multilinguismo come pluralismo*, in 'Cinema d'oggi', n.5, 2001.
- Celata G. *I media e la new economy: la sfida digitale*, Guerini e Associati, Milano 2000
- Cherchi A. *Il ministero ha una malattia*, in 'Il Sole 24 Ore', 4 marzo 2002.
- Chion M. *L'audiovisione. Suono e immagine nel cinema*, Lindau, Torino, 1998.
- Cinema D'Oggi, *Le proposte dell'industria al parlamento e al Governo*, Cinema D'Oggi, n.10 del 30 maggio 2002
- Colbert F. *Marketing the Culture and the Arts*, Morin, Montreal, 1994.
- Commissione Europea, *Comunicazione della Comunicazione al Consiglio, al Parlamento Europeo, al Comitato Economico e Sociale e al Comitato delle Regioni: "Su*

taluni aspetti giuridici riguardanti le opere cinematografiche e le altre opere audiovisive", Bruxelles, 2001

Commissione Europea, *Audiovisual policy of the European Union*, Bruxelles, 2000.

Commissione Europea, Comunicazione della Comunicazione al Consiglio, al Parlamento Europeo, al Comitato Economico e Sociale e al Comitato delle Regioni: *"Principi e orientamenti per la politica audiovisiva della Comunità nell'era digitale"*, Bruxelles, 1999

Commissione Europea, *The Digital Age of the European Audiovisual Policy*, Bruxelles, 1998.

Commissione Europea, *Verbale della Conferenza Europea sull'Audiovisivo*, Bruxelles, 1998.

Commissione Europea, *Libro Verde Scelte strategiche per potenziare l'industria europea dei programmi nell'ambito della politica audiovisiva dell'Unione Europea*, Bruxelles, 1994.

Commissione Europea, *Growth, competitiveness, employment: the challenges and ways forward into 21st century*, Bruxelles, 1993.

Committeri G. M. and Gallavotti M. *Deduzioni fino al 25% per chi investe nelle Sofica*, in 'Rapporti', supplemento a' Il Sole 24 Ore', 29 agosto 2002.

Committeri G. M. and Gallavotti M. *Ammortamenti accelerati ma solo se il film è inglese*, in 'Rapporti', supplemento a' Il Sole 24 Ore', 29 agosto 2002.

Consiglio dell'Unione Europea, *Risoluzione sullo sviluppo del settore audiovisivo* Bruxelles, 21 gennaio 2002

Consiglio dell'Unione Europea, *Risoluzione sugli aiuti nazionali ai settori del cinema e degli audiovisivi* Bruxelles, 12 febbraio 2001

Consiglio dell'Unione Europea, *Decisione del Consiglio e del Parlamento Europeo relativa all'attuazione di un programma di formazione per gli operatori dell'industria europea dei programmi audiovisivi, Media Plus Formazione 2001-2005* Bruxelles, 19 gennaio 2001

Consiglio dell'Unione Europea, *Decisione del Consiglio Europeo relativa all'attuazione di un programma di incentivazione dello sviluppo, della distribuzione e promozione delle opere audiovisive europee, Media Plus - Sviluppo, distribuzione e promozione 2001-2005*, Bruxelles, 20 dicembre 2000

Cones J.W. *Film Finance and Distribution: a dictionary of terms*, Silman-James Press, Los Angeles, 1992.

Cones J.W. *The Feature Film Distribution Deal*, Southern Illinois University Press, Carbondale, 1997.

- Coricelli M. *E' boom per le opere locali*, in 'Il Sole 24 Ore', 8 aprile 2002.
- Correa C.M. and Abdulqawi A.Y. *Intellectual Property and International Trade: the TRIPS Agreement*, Boston, Kluwer Law International, 1998.
- Cristini F. *Pellicola addio*, in 'Cineforum', n. 402, 2002.
- Da Silva F.H. *Les Six Points de Mons et Leur Suite*, in *L'Europe et les Enjeux du GATT dans le Domaine de L'Audiovisuel*, 1994.
- Dale M. *The movie game: The Film Business in Britain, Europe and America*, Cassel, London, 1997.
- De Luca F. *Prospettive di riforma della legislazione cinematografica*, in 'Trib. amm. reg.', 11, 263, 1979.
- Della Fornace L. *Il film in Italia dalla ideazione alla proiezione*, Bulzoni, Roma, 1980.
- Downey M. *The Film Finance handbook*, Media Business School, Madrid, 1999.
- Esty D.C. *Greening the GATT: Trade, Environment and the Future*, Washington D.C., Institute for International Economics, 1994.
- E.T.I. *Lo spettacolo: raccolta di norme legislative*, Gea, Roma, 2000.
- Eurispes, *Fabbisogni formativi per il management del settore audiovisivo*, Eurispes, Roma, 2001.
- Evans G.E. *The Legislative Process: Case Study 1: The Making of the TRIPS Agreement*, in *Lawmaking under the Trade Constitution: A Study in Legislating by the World Trade Organization*, Studies in Transnational Economic Law, vol. 14. The Hague; Boston, Kluwer Law International, 2000.
- FAPAV, *La pirateria audiovisiva*, FAPAV edizioni, Milano, 1997.
- Fazzalari E. and Sandulli A. *Sequestro di film e diritti costituzionali*, in 'Rass. dir. cinem.', 1975.
- Ferrara R. *L'amministrazione dello spettacolo: appunti e riflessioni*, in 'Foro amm.', I, 1980.
- Fittante A. *Gli inediti dell'anno in Home Video e in Tv*, in 'Segnocinema', n. 99, 2000.
- Filippi L. *Tra poco cambia tutto* Il Giornale dello Spettacolo n.34, 22 novembre 2002
- Film Council, *Indagine sul finanziamento pubblico dei film*, Agosto 2002.
- Finney A. *The State of European Cinema: A new dose of reality*, Cassel, London, 1996.
- Finney A. *Developing Feature Films in Europe: a practical guide*, Routledge, London, 1996.

- Fortuna E. *L'osceno e l'arte nel cinema, nelle prospettive di riforma*, in 'Giur. mer.', IV, 1978.
- Fragola A. *La cinematografia nella giurisprudenza*, Marsilio, Padova, 1966.
- Fragola A. *La legislazione italiana sulla cinematografia*, Milano, 1982.
- Fragola A. *Cinematografia*, in 'Nss. D.L', Appendice, I, Torino, 1980.
- Fragola A. *Funzioni ai Comuni in tema di spettacolo secondo il d.P.R. 24.7.1977*, n. 616, in 'Riv. amm.', 1978, n. 6.
- Fragola A. *Sequestro di film e garanzie costituzionali*, in 'Rass. dir. cinem.', 1975.
- Fragola A. *Riassetto del cinema di Stato: qualche idea*, in 'Rass. dir. cinem.', 85, 1975.
- Franciosi M.L. *Pochi spettatori, biglietti cari*, in 'Il Sole 24 Ore', 8 aprile 2002.
- Fregni F. *Un 2001 contraddittorio*, in 'Il Sole 24 Ore', 8 aprile 2002.
- Freddi L. *Il cinema*, Il Mulino, Roma, 1949.
- Gallagher P. *Guide to the WTO and Developing Countries*. WTO Guide Series, vol. 2. The Hague, Boston, Kluwer Law International, 2000.
- Gallina E. *Brevi note sull'ordinamento del Centro Sperimentale di Cinematografia*, in 'Foro amm.', I, 1971.
- Gambaro, Silva *Economia della Televisione*, Torino, Il Mulino, 1992
- Gentile B. *Privilegiati i film nazionali*, in 'Il Sole 24 Ore', 8 aprile 2002.
- Geraci L. *Profili pubblicistici della legislazione cinematografica*, in 'Nuova rass.', 1968.
- Gervais D. *The TRIPS Agreement: Drafting History and Analysis*, London, Sweet & Maxwell, 1998.
- Geroni A. *Più sale e più sussidi*, in 'Il Sole 24 Ore', 8 aprile 2002.
- Ghezzi E. *Paura e desiderio*, Bompiani, Milano, 2000.
- Giannelli E. *Ipotesi di politica cinematografica comunitaria*, in 'Rass. dir. cinem.', 1976.
- Goldberg F. *Motion Picture Marketing and Distribution*, Focal Press, Boston, 1991.
- Golino E. *La libertà di espressione nelle incidenze penalistiche*, in 'Dir. atti.', 1979.

Grassi E. and Morfno A. *Rassegna di dottrina sul concetto di buon costume nell'art. 21 Cost.*, in *Camera dei Deputati*, Quaderni di studi e legislazione, Orientamenti in tema di buon costume, Roma, 1972.

Grieco A. *The Media and Entertainment Industries*, Allyn & Bacon, Boston, 2000.

Hancocok D. *Film Production in Europe: a comparative study of film production costs in five European Countries*, European Audiovisual Observatory, Strasburgo, 1999

Kennedy, K. *Competition Law and the WTO: Limits of Multilateralism*, London, Sweet & Maxwell, 2001.

Lange A. Reneaud J.L., *The Future of the European Audiovisual Industry*, European Institute for the Media, Manchester, 1989

Levison L. *Filmmakers & Financing: Business Plans for Independent*, Focal Press, Boston, 2001.

Litman B.R. *The Motion Picture Mega-Industry*, Allyn & Bacon, Boston, 1998.

Litwak M. *Contracts for the film & television Industry*, Silman-James Press, Los Angeles, 1998.

London Economics *The competitive position of the European and U.S. Film Industries*, Media Business School, Madrid, 1992.

Maggioni D. *Professione film maker*, Mondadori, Milano, 1997.

Media Business School *The Audiovisual Management Handbook*, a cura di Peter Dally, Angel Durandez, Luis Jimenez, Alberto Pasquale, Christophe Vidal, Edito da Alejandro Pardo, Madrid 2002

Media Salles, *European Cinema Yearbook: tenth edition (1989-2000)*, Media Salles, Milano, 2001.

Mele M. *Una Banca per l'audiovisivo*

Mele M. *Bnl: cinema efficiente per avere più credito*, Sole 24 Ore' 9 ottobre 2001.

Mele M. *Fate che i produttori tornino a noi*, in 'Cinemazine' n. 4, 2001.

Mele M. *Film d'autore, il mercato c'è* in 'Rapporti', supplemento a ' Il Sole 24 Ore', 29 agosto 2002.

Miccio M. Mele M. *Le televisioni del futuro* Sperling & Kupfer Editori, 1997

Monetti D. (a cura di), *La grande metamorfosi nel cinema degli anni '80*, in 'Segnocinema', n. 104, 2000.

Montanari M. and Ricciotti G. *Disciplina giuridica della cinematografia*, Sansoni, Firenze, 1953.

- Moore S.M. *The biz: The basic business, legal and financial aspects of the film industry*, Silman-James Press, Los Angeles, 2000.
- Muscarà P. *Cresce con i giovani lo stile pay per view*, in '@lfa', supplemento a 'Il Sole 24 Ore', 12 luglio 2002.
- Nordstrom H. *Trade and Environment in Special Studies No.4*, Geneva, WTO, 1999.
- Oddini M. *Diritto comunitario e legislazione nazionale sulla cinematografia*, Centro Studi Cinema Europeo, Roma, 1976.
- Orsi Battaglini A. *L'intervento economico statale a favore della cinematografia*, in AA.VV. *Intervento pubblico e libertà di espressione nel cinema, nel teatro e nelle attività musicali*, Milano, 1974.
- Osservatorio Europeo dell'Audiovisivo, *Focus 2002 World Market Trends*, Strasburgo, 2002
- Osservatorio dello Spettacolo presso il Ministero per i Beni e le Attività Culturali *Relazione sulla utilizzazione del Fondo Unico dello Spettacolo* Roma, anno 2001
- Osservatorio BNL sui mezzi di comunicazione *Cinema: secondo secolo terzo millennio*, BNL Edizioni Guerini e Associati, 1998
- Paci G. *Urbani: così rifonderò il cinema italiano*, in 'CorriereEconomia' supplemento a 'Il Corriere della Sera', 25 febbraio 2002.
- Parlamento Europeo, Direttiva *Television without frontiers*, Bruxelles, 1989.
- Pasquale A. *Cinema e finanza: matrimonio difficile*, in 'Cinema e Video', Giugno-Luglio 2002.
- Pavesi M. *Cinema, istruzioni per l'uso*, Il Castoro, Milano, 1996.
- Pinto P.V. *Le attività collaterali della RAI: l'intervento nel settore cinematografico in Italia*, in *Radiotelevisione pubblica e privata*, a cura di P. Barile, E. Cheli, R. Zaccaria, Bologna, 1980.
- Principe A. *Nuovi investimenti per 500 milioni di euro*, in 'Rapporti', supplemento a 'Il Sole 24 Ore', 29 agosto 2002.
- Profita G. *L'industria audiovisiva italiana ed europea alle soglie della rivoluzione digitale*, Franco Angeli, Roma, 2001.
- Quaglietti L. *Storia economico-politica del cinema italiano*, Editori Riuniti, Roma, 1993.
- Rao P.K. *The World Trade Organization and the Environment*, New York, St. Martin's Press, 2000.

- Raworth P. *International Regulation of Trade in Services*, N.Y., Oceana, 1996.
- Ricciardi C. (a cura di), *Il sistema comunicazione - Industrie e mercati*, Franco Angeli, Milano, 1996.
- Rondolino G. and Tomasi D. *Manuale del film*, UTET, Torino, 1999.
- Roggero F. *Fondo Chiuso per cinema e TV*, Il Sole 24 ore 6 settembre 2002
- Rotcop K. *The perfect pitch*, Michael Wiese Productions, Studio City, California, 2001.
- Salvemini S. (a cura di) *Il cinema impresa possibile*, Egea, Milano, 2002.
- Salvemini S. Soda G. *Artwork & Network* Egea, 2001
- Salvemini S. (a cura di) *Il cinema italiano imprenditorialità, efficienza, innovazione*, SDA-Bocconi, Milano, 1992.
- Sarzana C. *La cinematografia nei paesi della CEE*, Disciplina giuridica e problemi economici, Roma, 1978.
- Sauvee P. and Stern R.M. *GATS 2000: New Directions in Services Trade Liberalization*, Center for Business and Government, Harvard University, Washington D.C., Brookings Institution Press, 2000.
- Screen Digest and the International Video Federation, *The European Video Yearbook 2000/2001*, Screen Digest, London, 2000.
- Smith C.N. *International Trade in Television Programming and GATT*, in *An Analysis of Why the European Community's Local Program Requirement Violates the General Agreement on Tariffs and Trade*, Tax & Bus, 1993.
- Spinazzola V. *Cinema e pubblico - Lo spettacolo filmico in Italia 1945-1965*, Bompiani, Milano, 1974.
- Stern R.M. and Mich A.A. *The Multilateral Trading System: Analysis and Options for Change*, University of Michigan Press, 1993.
- Stewart S.M. *International Copyright and Neighbouring Rights*, Butterworths, London, 1989.
- Trebilcock M.J. and Howse R. *The Regulation of International Trade*, New York, Routledge, 1999.
- Valsania M. *Anche gli USA a caccia dei film d'autore europei*, in 'Rapporti', supplemento a 'Il Sole 24 Ore', 29 agosto 2002.
- Vogel H.L. *Entertainment Industry Economics: A guide for financial analysis*, Cambridge University Press, N.Y., 2001.

Watal J. *Intellectual Property Rights in the WTO and Developing Countries*, Boston, Kluwer Academic Publishers, 2001.

Wenders W. *L'atto di vedere*, Ubulibri, Milano, 1998.

Wiese M. *Film and Video marketing*, Michael Wiese Film production Ed., USA, 1989.

Wiese M. *The independent film and videomakers guide*, Michael Wiese Film production Ed., USA, 1986.

World Intellectual Property Organisation, *WIPO's glossary of terms of the law of copyright and neighbouring rights*, Geneva, 1980.

WTO Secretariat *Trade, Development, and the Environment*, The Hague, Boston, Kluwer Law International, 2000.

WTO Secretariat, *The Results of the Uruguay Round for Services part III*, in *Guide to the Uruguay Round Agreements*, The Hague, Boston, Kluwer Law International, 1999.

Zaccaria R. *Le strutture pubbliche della cinematografia in Italia*, in AA.VV. *Intervento pubblico e libertà di espressione nel cinema, nel teatro e nelle attività musicali*, Milano, 1974.

Zagarrio V. *Cinema italiano anni novanta*, Marsilio, Venezia 2001.

Zagarrio V. (a cura di) *Studi americani. Modi di produzione a Hollywood dalle origini all'era televisiva*, Marsilio, Venezia, 1994.

Zamparutti E. *In corsa per l'interattività*, in '@lfa' supplemento a 'Il Sole 24 Ore', 8 marzo 2002.