

Federica D'Urso

Economia dell'audiovisivo

Politiche pubbliche
e struttura del mercato



Dino Audino
editore

© 2023 Dino Audino
srl unipersonale
via di Monte Brianzo, 91
00186 Roma
www.audinoeditore.it

Editor
Giovanna Guidoni

Cura redazionale
Alice Crocella
Vanessa Ripani

Progetto grafico: Duccio Boscoli
Immagine di copertina: Freepik

È vietata la riproduzione, anche parziale, di questo libro,
effettuata con qualsiasi mezzo compresa la fotocopia,
anche ad uso interno o didattico, non autorizzata dall'editore.

Indice

Introduzione	p. 9
<i>Economia e cultura</i>	10
<i>Cos'è l'audiovisivo</i>	10
<i>Protagonisti e strumenti di lavoro</i>	11
<i>Struttura del libro</i>	11
<i>Nota bibliografica</i>	12
Capitolo primo	
<i>La struttura del mercato audiovisivo</i>	13
1.1 <i>I diritti e la filiera</i>	13
1.1.1 <i>La Legge sul Diritto d'Autore</i>	13
1.1.2 <i>La filiera e la valorizzazione dei beni immateriali</i>	16
1.2 <i>I segmenti del mercato</i>	16
1.2.1 <i>La filiera cinematografica</i>	17
1.2.2 <i>La filiera televisiva</i>	23
1.2.3 <i>I diritti primari e secondari</i>	27
1.3 <i>La centralità del produttore</i>	27
1.3.1 <i>Chi è il produttore</i>	28
1.3.2 <i>Tipologie di produttore</i>	29
1.4 <i>Modelli economici e prassi contrattuali</i>	33
1.4.1 <i>Rapporto fra produttore e utilizzatore</i>	33
1.4.2 <i>Tipologie di contratti</i>	34
1.4.3 <i>Il flusso dei ricavi</i>	37
Capitolo secondo	
<i>La regolamentazione del settore audiovisivo</i>	39
2.1 <i>La politica pubblica per l'audiovisivo</i>	39
2.1.1 <i>Area di intervento</i>	39
2.1.2 <i>Interazione con il contesto di mercato</i>	40
2.2 <i>Le competenze su cinema e audiovisivo</i>	40
2.2.1 <i>I livelli territoriali</i>	40
2.2.2 <i>Livello sovranazionale: Unione Europea</i>	42
BOX – GERARCHIA DEGLI ATTI NORMATIVI EUROPEI	43

2.2.3 Livello nazionale: Stato	44
BOX – GERARCHIA DEGLI ATTI NORMATIVI NAZIONALI	46
2.2.4 Livello subnazionale: Regioni e Province Autonome	47
2.3 Il principio dell'eccezione culturale	49
2.3.1 Il divieto di erogare aiuti di Stato	49
2.3.2 L'eccezione culturale	50
2.4 Limiti all'intensità degli aiuti di Stato	52
2.4.1 Presupposti del concetto di limite all'intensità degli aiuti	52
2.4.2 Definizione dei limiti all'intensità degli aiuti	52
2.5 Tipologie di aiuto	56
2.5.1 Aiuti selettivi vs automatici	57
2.5.2 Aiuti diretti vs indiretti	57

Capitolo terzo

Il finanziamento pubblico nazionale all'audiovisivo	60
3.1 La Legge n. 220/2016	61
3.1.1 Genesi e obiettivi	61
3.1.2 Il perimetro	62
3.1.3 Il Fondo	65
3.2 Le procedure per l'accesso agli aiuti	66
3.2.1 La nazionalità per le opere italiane	66
3.2.2 Le co-produzioni e la nazionalità	67
BOX – IL CONSIGLIO D'EUROPA	68
3.3 I contributi ordinari	69
3.3.1 I Crediti d'Imposta o Tax Credit	71
3.3.2 I Contributi Automatici	74
3.3.3 I Contributi Selettivi	76
3.3.4 I Contributi alla Promozione	78
3.4 I piani straordinari	80
3.4.1 Piano straordinario per il potenziamento del circuito delle sale cinematografiche e polifunzionali	80
3.4.2 Piano straordinario per la digitalizzazione del patrimonio cinematografico e audiovisivo	81
3.5 Le deleghe	81
3.5.1 Dalla censura alla tutela dei minori	81
3.5.2 Aggiornamento delle regole sulla promozione delle opere europee e italiane da parte dei fornitori SMAV	82
3.5.3 Riforma della normativa sui rapporti di lavoro	83
3.6 Riparto delle risorse disponibili	84

Capitolo quarto

Il contributo pubblico sovranazionale e subnazionale all'audiovisivo	86
4.1 Le risorse sovranazionali	87
4.1.1 Il programma Europa Creativa dell'Unione Europea	87

4.1.2	<i>Il programma Eurimages del Consiglio d'Europa</i>	90
4.1.3	<i>Il programma Ibermedia del CACI</i>	92
4.2	<i>I fondi bilaterali di co-sviluppo e co-produzione</i>	95
4.2.1	<i>Il fondo bilaterale Italia-Francia</i>	96
4.2.2	<i>Gli altri fondi bilaterali</i>	97
4.2.3	<i>Sviluppi e prospettive dei fondi bilaterali</i>	98
4.3	<i>Le risorse subnazionali</i>	99
4.3.1	<i>Le Film Commission</i>	100
4.3.2	<i>I fondi regionali</i>	101
4.3.3	<i>La riforma del 2016</i>	103
4.3.4	<i>Il tavolo di coordinamento Stato-Regioni</i>	105
Capitolo quinto		
Le risorse private per l'audiovisivo		106
5.1	<i>Le quote obbligatorie a carico degli operatori SMAV</i>	107
5.1.1	<i>La visione dell'Unione Europea</i>	107
5.1.2	<i>La direttiva Televisione Senza Frontiere: evoluzioni e recepimento</i>	109
5.1.3	<i>L'investimento degli operatori SMAV nell'audiovisivo</i>	112
5.2	<i>Gli investitori esterni alla filiera</i>	114
5.2.1	<i>Nascita e sviluppo del Tax Credit esterno</i>	115
5.2.2	<i>Crisi e declino del Tax Credit esterno</i>	116
5.3	<i>Gli investimenti interni alla filiera</i>	117
5.3.1	<i>Le divestre modalità di investimento degli operatori SMAV</i>	117
5.3.2	<i>L'investimento in produzione dei distributori</i>	120
5.4	<i>Gli apporti in cambio di comunicazione</i>	121
5.4.1	<i>Product placement</i>	121
5.4.2	<i>Branded content</i>	125
Conclusioni		127
	<i>Alcuni dati sulla produzione e sugli investimenti</i>	128
	<i>Nuove istanze</i>	130
	<i>Prospettive</i>	131
Appendice 1		
Guida pratica alla costruzione di un piano finanziario		133
Appendice 2		
Acronimi		136
Bibliografia		137