

IL PUNTO DI MAURO MASI

Il modello di business del cinema e l'accesso al credito

Nella settimana del ritorno in presenza e in grande stile del Festival di Cannes, mi scrive Laura Del Rio da Roma per chiedere di tornare su un tema già trattato da questa rubrica: la situazione dell'industria del cinema nel nostro Paese. La risposta non è semplice perché bisognerà aspettare di avere dati consolidati sull'impatto della pandemia nel settore. Prima del Covid (quindi con riferimento all'anno 2019/2020) in Italia la filiera cinematografica (produttori, distributori, industrie tecniche, esercenti, produttori di apparecchi cinematografici) generava un giro d'affari di circa 4 miliardi di euro con la presenza di oltre 2.000 aziende in prevalenza di piccole dimensioni (il 97% delle imprese è sotto i 10 milioni di fatturato). Queste ultime hanno dimostrato peraltro una buona tenuta con una crescita media dei ricavi tra il 3% e il 6% annuo dal 2013 al 2018 nonché una redditività piuttosto elevata (con un ebitda margin superiore al 10%). In questo contesto, già prima della pandemia, il

settore delle sale cinematografiche veniva indicato come l'anello debole della filiera proprio perché stava subendo in maniera molto incisiva la concorrenza di altri media. Ora la pandemia da Covid ha accelerato e migliorato l'alfabetizzazione digitale ed ha sicuramente accentuato (ma non causato) la crisi del cinema in sala dovuta principalmente ad altre ragioni quali l'inadeguatezza tecnologica della maggior parte delle sale nazionali e un diverso modo di fruizione dello spettacolo cinematografico da parte delle generazioni più giovani. Infatti grandissima parte del pubblico di età inferiore ai quarant'anni non solo non frequenta le sale cinematografiche ma è ormai abituata a fruire il *prodotto cinema* solo sui tablet, sui cellulari, sui computer e vari altri device ma esclusi gli schermi televisivi, con un impatto negativo anche sui classici meccanismi del lancio pubblicitario. Tale nuova situazione – dove sarà

prevedibile una coesistenza dello sfruttamento dei film in sala con le piattaforme streaming salvo a conciliare le varie possibili windows in esclusiva – comporterà, a mio avviso, la necessità di un nuovo modello di business e differenti strumenti finanziari, non essendo più possibile, come per il passato, fare conto sugli incassi da box-office che costituivano una parte importante dei ricavi. I nuovi strumenti finanziari dovranno essere sicuramente non solo flessibili ma adeguati alla mutata catena del valore anche in termini temporali nell'arco di sfruttamento del prodotto cinema sui vari media. In questo contesto, sono dell'avviso che dovranno essere ripensati anche i meccanismi di accesso al credito bancario che ha fatto, in più periodi, la grandezza del cinema italiano. (riproduzione riservata)

**delegato italiano alla Proprietà intellettuale*



BFF

IL RUOLO DELLA BANCA DEPOSITARIA
Evoluzione dell'impatto normativo,
tendenze in Italia e in Europa
Maggio 2022, n. 178

100% Banca del Credito Italiano

100% Credito Italiano