

TEMA

NUOVE TENDENZE NEL MERCATO INTERNAZIONALE DEI FILM: AFRICA, AMERICA, ASIA, EUROPA

di GIUSEPPE RICHERI *

Secondo l'imperversante nuovismo di molti osservatori ispirati dallo sviluppo tecnologico sembra che nel mondo dei media tutto sia già cambiato e che il secolo scorso sia ormai lontano. È vero che oggi si può accedere a ogni forma di contenuti scritti, sonori e audiovisivi da qualsiasi luogo e in qualsiasi momento, andando a cercarli ben oltre i confini nazionali. Ma è anche vero che una parte molto vasta del pubblico va al cinema e guarda la televisione con le stesse modalità di allora.

Le risorse economiche generate da queste pratiche di consumo sono sempre all'origine della «catena del valore» economico dei film e cinema e televisione continuano ad essere centrali nell'industria dei media, mantenendo sostanzialmente i loro elementi distintivi tradizionali. Da un lato, il cinema continua a produrre i contenuti più prestigiosi dell'intrattenimento audiovisivo su scala internazionale. La sala cinematografica continua ad essere il punto focale nel mercato dei film, genera tuttora introiti consistenti oltre a determinare il valore commerciale di ogni prodotto destinato a essere distribuito in altre forme (home video, tv, ecc.). Dall'altro la televisione mantiene una posizione dominante nel mercato dei media. La televisione in chiaro, come quella delle origini, seppur ridimensionata, raccoglie ancora larga parte delle risorse destinate ai media e il suo funzionamento è ancora molto simile a quello del secolo scorso (origine delle risorse, generi e struttura dell'offerta, monodirezionalità).

Questo dossier è dedicato all'industria del cinema che nel campo dei media è la più globalizzata ed ha sviluppato forti ramificazioni nazionali. Nel 2016 il mercato cinematografico mondiale era fotografato dai dati dell'Osservatorio Europeo dell'Audiovisivo che si possono qui considerare (arrotondati)

Negli ultimi anni in questo campo si sono manifestate alcune tendenze che mettono in luce la crescita di nuovi poli industriali molto diversi tra loro, per origine e modi di sviluppo, ma ognuno con forti capacità produttive e con potenzialità commerciali su scala internazionale.

* Professore emerito di Economia dei media, Università della Svizzera Italiana, via Buffi 13, 6900 Lugano, e-mail: giuseppe.richeri@usi.ch

Numero di schermi cinematografici	164.000
Incassi	39 miliardi di dollari
Numero di biglietti venduti	8 miliardi
Numero di film prodotti	7.000
Gli incassi erano così ripartiti:	
Stati Uniti/Canada	30%
Unione Europea	18%
Cina	17%
Resto del mondo	35%

I maggiori, per volume di produzione e mercati, sono la Cina, l'India, la Nigeria e il Messico, presi in considerazione in questo fascicolo di Economia della Cultura. Con la loro crescita ha incominciato a prender forma una diversa struttura del mercato cinematografico internazionale con cui gli Stati Uniti d'America e l'Europa, leader tradizionali del mercato, si stanno già confrontando, con vari problemi che qui sono anche considerati.

Negli ultimi cinque anni negli Stati Uniti e nei paesi europei gli incassi e il numero di biglietti venduti sono stagnanti e in alcuni casi sono in calo. Uno dei problemi degli Stati Uniti è che da tempo il mercato interno non è più in grado di remunerare i costi di produzione (in costante crescita) e per le grandi imprese hollywoodiane è imperativo mantenere una forte posizione nel mercato mondiale e conquistare nuovi spazi. Mentre il problema dell'Europa è che i film statunitensi dominano il mercato in tutti i paesi membri con percentuali quasi ovunque superiori al 60%. Inoltre la larga maggioranza dei film europei non sono distribuiti nel resto d'Europa e meno che meno fuori dall'Europa: nei due mercati cinematografici extra-europei più importanti, Stati Uniti e Cina, i film europei rappresentano pochi punti percentuali dei mercati nazionali. Nel panorama internazionale la situazione che sta suscitando maggior interesse è quella della Cina dove negli ultimi dieci anni il numero di sale cinematografiche, i loro incassi e l'affluenza degli spettatori sono cresciuti a ritmi inaspettati. La Cina oggi è il secondo mercato cinematografico mondiale dopo gli Stati Uniti, è il paese col maggior numero di sale cinematografiche e ha sviluppato una forte politica espansiva su scala internazionale (con risultati finora non conformi alle attese). Nel mercato cinese i film hollywoodiani, nonostante i film stranieri siano contingentati, occupano una posizione forte che talvolta ha superato il 40% degli incassi (nel 2012, il 51%). A sua volta l'India è il maggior produttore mondiale di film, anche se la sua industria è molto frammentata sia dal punto di vista linguistico che culturale ed ha poca forza nel mercato internazionale. Ma in India i film hollywoodiani hanno finora avuto una posizione marginale. Uno dei fatti più inattesi e sorprendenti degli ultimi anni è stata la forte crescita dell'industria cinematografica in Africa, e in particolare in Nigeria, caratterizzata da forme produttive e distributive sue proprie, anche condizionate dalla situazione economica e territoriale del paese. I film nigeriani riescono ad avere il primato nel mercato nazionale tenendo testa nelle sale ai prodotti stranieri più competitivi come quelli hollywoodiani, mentre hanno anche conquistato una

posizione leader in molti altri paesi africani. Mentre nelle Americhe il Messico si è affermato come il maggior produttore cinematografico dell'America Latina, con un'industria molto vivace e in grado di esportare nel mondo i propri film. Tipico del Messico è che larga parte dei film è prodotta con l'aiuto dello Stato, che appare indispensabile in un mercato dove i film statunitensi conquistano mediamente oltre l'80% degli incassi.

I contributi che compongono il dossier non si occupano dei caratteri narrativi, estetici o culturali delle cinematografie analizzate, ma degli aspetti economici delle rispettive industrie e in particolare di tre aspetti fondamentali. La prima dimensione riguarda la struttura dell'industria e del mercato e analizza le dimensioni della produzione, della distribuzione, dei consumi cercando di sottolineare, dove esistono i dati, anche i flussi import-export. La seconda dimensione è quella del ruolo dello Stato negli aiuti economici, nel sostegno alla produzione nazionale e nella definizione delle regole. La terza dimensione riguarda i problemi e le contraddizioni che caratterizzano, in ciascun paese, l'industria cinematografica, date, su un versante, la diversa origine e struttura delle imprese e dei mercati nazionali e, sull'altro, la concorrenza di grandi piattaforme digitali (Netflix, Amazon, You Tube e altre) sul terreno della distribuzione domestica e della produzione audiovisiva.

L'ordine in cui i saggi sono presentati parte dalle regioni del mondo in cui è nata l'industria del cinema oltre cento anni fa, gli Stati Uniti e l'Europa dove, come si è detto, il mercato è tendenzialmente stagnante. Janet Wasko analizza l'attuale situazione dell'industria cinematografica hollywoodiana che da tempo occupa una posizione leader su scala mondiale, ma che si trova in una situazione di crisi e di cambiamento. L'articolo è focalizzato soprattutto sulla produzione dei film a grande budget (blockbuster), sui cambiamenti nelle forme di distribuzione, sui nuovi concorrenti rappresentati dalle grandi imprese nate intorno a Internet. La Wasko offre anche alcune considerazioni interessanti sul ruolo svolto dal Governo e dalla Motion Picture Association of America, la potente associazione dei maggiori produttori di Hollywood, nel sostenere l'espansione e la posizione di forza dei prodotti nazionali nel mercato cinematografico mondiale.

La situazione del cinema europeo è analizzata nell'articolo di Marco Cucco che mette in evidenza innanzi tutto i suoi punti di debolezza in relazione a due aspetti. Il primo si evidenzia nei confronti della concorrenza dei film americani che da tempo controllano oltre il 60% delle entrate delle sale cinematografiche europee; il secondo riguarda la debolezza rispetto al mercato cinematografico mondiale dove i film europei hanno spazi di mercato quasi ovunque marginali. L'articolo di Cucco offre anche un'analisi critica delle politiche europee che in questo campo fino a oggi non hanno prodotto i risultati attesi.

L'industria cinematografica indiana, la più grande produttrice di film al mondo, è affrontata nell'articolo di Tejaswini Ganti che inizia descrivendo il contesto in cui essa è nata ed opera, la sua articolazione nelle diverse aree linguistiche del paese e il ruolo svolto dallo Stato nel suo sviluppo. Un secondo aspetto analizzato è la struttura del mercato cinematografica Indi

(appunto: indiano) e le sue trasformazioni negli anni 2000. Ganti mette poi in evidenza i problemi del settore (in particolare, la mancanza di trasparenza nei flussi finanziari) e gli sviluppi, soprattutto nel mercato internazionale, con gli intrecci finanziari e produttivi sviluppati negli ultimi anni fra Bollywood e Hollywood.

Una delle industrie cinematografiche emergenti è quella della Nigeria che oggi è importante non solo per le dimensioni produttive, ma anche per la capacità di penetrazione in altri paesi africani. Alessandro Jedlowski descrive gli aspetti finanziari e tecnologici della sua crescita ed evidenzia i fattori di successo del cinema in un paese «in via di sviluppo» che riguardano sia la produzione che la distribuzione in ambito nazionale e in tutta la regione sub-sahariana. Il contributo di Bruno Zambardino riguarda l'industria del Cinema in Messico, la più importante dell'America Latina e una delle più creative. Nonostante il mercato interno sia controllato per l'80% da film degli Stati Uniti il cinema messicano, in lingua spagnola, riesce a produrre un buon numero di film che esporta in molti altri paesi latinoamericani. Zambardino offre un'analisi della struttura dell'industria cinematografica e del mercato, mettendo in evidenza quali sono i problemi principali e qual è il ruolo giocato dallo Stato.

Al cinema cinese, che ha avuto dall'inizio degli anni 2000 una crescita senza precedenti diventando il secondo mercato mondiale, è dedicato il contributo di Giuseppe Richeri che ne individua le cause, in particolare, nelle iniziative prese dallo Stato a sostegno delle industrie creative e del soft power, negli accordi seguiti all'ingresso della Cina nell'Organizzazione Mondiale del Commercio, nella forte crescita del reddito delle famiglie, insieme alla moltiplicazione delle sale cinematografiche soprattutto nelle città di grandi e medie dimensioni. L'articolo analizza poi la struttura del mercato cinematografico cinese e il confronto tra i prodotti nazionali e quelli di importazione. In particolare, il rapporto tra l'industria cinematografica cinese e quella hollywoodiana, caratterizzato da un reciproco interesse a collaborare, ma nello stesso tempo da reciproci condizionamenti.