



SENATO DELLA REPUBBLICA

**7° COMMISSIONE ISTRUZIONE PUBBLICA, BENI CULTURALI, RICERCA SCIENTIFICA,
SPETTACOLO E SPORT**

**AUDIZIONI INFORMALI SULLE MISURE DI SOSTEGNO AL SETTORE DELLO SPETTACOLO PER
FRONTEGGIARE LE DIFFICOLTÀ DERIVANTI DALL'EMERGENZA EPIDEMIOLOGICA DA COVID-19**

RISCONTRO DA PARTE DEGLI EDITORI HOME ENTERTAINMENT

UNIVIDEO, l'associazione di categoria che rappresenta gli Editori Audiovisivi su media digitali (DVD, Blu-ray, 4K Ultra HD) e online (piattaforme di distribuzione digitale). Attualmente le imprese che aderiscono sono circa il 95% dell'intero comparto audiovisivo in Italia e comprendono Editori Audiovisivi, replicatori e imprese tecniche e di post-produzione.

I codici ATECO prevalentemente utilizzati dall'impresе associate sono 59.11 (Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi) e 59.13 (Attività di distribuzione cinematografica, di video e di programmi televisivi).

Nel condividere il nostro più sentito apprezzamento per averci coinvolto nel ciclo di audizioni informali sulle misure di sostegno al settore dello spettacolo per fronteggiare le gravi difficoltà derivanti dall'emergenza epidemiologica da Covid-19, desideriamo trasmettere in anteprima il rapporto GfK/UNIVIDEO al fine di poter condividere uno scenario esaustivo dell'intero 2020 relativamente ai consumi di contenuti audiovisivi d'intrattenimento a casa.

I dati, come presumevano, sono molto negativi ed allarmanti per la stessa sostenibilità della filiera in virtù del fatto che **l'anno si chiuderà con un circa -35%**, nonostante il diffuso stereotipo dell'incremento di consumi culturali dell'Home Entertainment in questo anno pandemico.

L'esplosione della pandemia e le misure adottate, benché necessarie, hanno provocato nell'immediato, un crollo del mercato dell'Home Entertainment e **nei periodi del lockdown il calo è stato pari a**

circa il 70%. Nonostante il canale digitale sia cresciuto, questo incremento non è stato sufficiente a compensare le perdite di fatturato del prodotto fisico che ha sofferto anche per la mancanza dei classici canali di vendita come i negozi e le librerie.

Inoltre, con la chiusura delle sale cinematografiche il settore è stato privato dell'uscita di nuovi film comportando la fisiologica conseguenza della non possibile alimentazione dei mercati successivi alla cosiddetta "prima vetrina", cosa che si perpetuerà anche nei prossimi mesi, con grave nocimento per le nostre imprese associate.

I dati evidenziano un netto calo di mercato per questo comparto che poggia le proprie leve di sostenibilità finanziaria nel segmento del prodotto fisico. Per il suo valore storico e culturale, **il nostro settore auspica un ristoro (ex Fondo emergenze) in quanto parte integrante dell'industria audiovisiva del nostro Paese.**

Ad oggi gli Editori Home Entertainment non hanno goduto di un'indennità di settore da parte del Governo e ci auguriamo di poter avere la possibilità di rientrare tra i soggetti che riceveranno gli aiuti.

Al fine di individuare delle opportune misure per affrontare l'attuale stato di emergenza sanitaria del nostro Paese, l'UNIVIDEO desidera proporre per il proprio settore quanto segue:

- 1. CONTRIBUTO A FONDO PERDUTO** - Valutare la possibilità di prevedere un contributo a fondo perduto per le aziende di settore sulla base delle perdite di fatturato dovute all'emergenza sanitaria.
- 2. LEGGE CINEMA ED AUDIOVISIVO - INCREMENTO CONTRIBUTI AUTOMATICI** - Valutare l'incremento dell'attuale fondo di circa un milione di euro al fine di rafforzare un provvedimento che riteniamo utile e virtuoso.
- 3. LEGGE CINEMA ED AUDIOVISIVO - IMPLEMENTAZIONE DEL TAX CREDIT** - Valutare l'introduzione del Tax Credit per le aziende di settore con particolare riferimento ai costi di realizzazione del master del prodotto fisico e del file per la distribuzione digitale.
- 4. APP18** - Valutare la possibilità di rendere strutturale il Bonus Cultura per i diciottenni.
- 5. IVA RIDOTTA PER TUTTI I CONSUMI CULTURALI** - Il tema dell'aliquota IVA è da tempo oggetto di discussione da noi come all'estero. L'Italia, attualmente, applica sui prodotti musicali ed audiovisivi un'aliquota del 22%, una delle più alte in Europa, a fronte del 4% sui prodotti librari e

dell'IVA ridotta al 10% per l'accesso alle sale teatrali e cinematografiche. I digital media (supporti digitali: DVD, Blu-ray, 4K Ultra HD) e la Electronic Distribution (distribuzione on-line nelle modalità streaming e downloading) rendono fruibile, a condizioni convenienti, una infinita varietà di film, fiction, documentari e programmi educativi o divulgativi. Tali prodotti e servizi apportano valore sia al consumatore sia al settore audiovisivo e cinematografico arricchendo la cultura audiovisiva della popolazione e generando, anche attraverso il proprio indotto, entrate fiscali e una quantità rilevante di posti di lavoro. Riteniamo che le opere audiovisive meritino il riconoscimento del loro valore culturale, così come è stato riconosciuto con l'applicazione di un'aliquota IVA agevolata a libri, giornali e opere letterarie. Si propone quindi l'applicazione di un'aliquota ridotta a tutti i prodotti e servizi culturali, diffusi sia off-line sia on-line. Il fine è quello di riconoscere il legittimo valore culturale alle opere dell'ingegno, senza differenziare l'imposizione fiscale tra film, libri, musica, cinema ecc.. Puntare quindi ad un'armonizzazione del regime IVA dei prodotti dell'ingegno, applicando l'aliquota ridotta a tutti i consumi culturali, dando un segnale fortissimo sui beni di cui incentivare l'uso, con esternalità positiva anche per la crescita socio-culturale del Paese.

6. PROGETTO DIGITALIZATION DEL NOSTRO PATRIMONIO AUDIOVISIVO - L'idea è quella di favorire la digitalizzazione del patrimonio audiovisivo italiano che in parte non è accessibile al pubblico né distribuito nel mercato. La proposta è quella di costruire un incentivo ad hoc come un tax credit pari al 100% dell'investimento, per digitalizzare nella sua interezza tutto il patrimonio audiovisivo del nostro paese. Sono centinaia le opere non digitalizzate e quindi non disponibili per la distribuzione sul mercato. Tutelare e recuperare la memoria storica del nostro patrimonio audiovisivo (tv, cinema, audiovisivi, ecc.), vera e proprio fiore all'occhiello delle nostre tradizioni, valori ed eccellenza del Made in Italy. Si ravvede l'esigenza di recuperare, "restaurare" e digitalizzare tutto quel patrimonio di opere tv, serie, film, audiovisivi, documentari ecc. che rappresentano la nostra storia, le nostre origini e i nostri valori. Prodotti che, una volta digitalizzati, potrebbero essere messi, a disposizione del pubblico.

Rimanendo a disposizione, rinnoviamo l'apprezzamento per il lavoro svolto dalla 7^a Commissione Istruzione pubblica, beni culturali, ricerca scientifica, spettacolo e sport del Senato della Repubblica e cogliamo l'occasione per inviare i nostri più cordiali saluti.


Lorenzo Ferrari Ardicini
Presidente UNIVIDEO



L'EVOLUZIONE DEL SETTORE HOME ENTERTAINMENT ITALIANO NEL 2020

ANDAMENTO DEL MERCATO
NELLE SETTIMANE 1-47 DEL 2020
RISPETTO AL 2019



Il presente rapporto GfK è stato elaborato da **GfK Italia S.r.l.** su richiesta di **UNIVIDEO**, utilizzando metodologie e dati di ricerche di mercato di fonte e di proprietà esclusiva del Gruppo GfK.

Il presente rapporto GfK contiene ricerche di mercato di fonte e di proprietà esclusiva del Gruppo GfK, sono protette dal diritto d'autore, dal diritto sulle banche di dati e/o come segreto industriale secondo le leggi applicabili e possono contenere errori statistici.

Le ricerche di mercato contenute nel presente rapporto GfK sono comunicate da UNIVIDEO, con l'autorizzazione di GfK, alla 7° Commissione Istruzione Pubblica Beni Culturali, Ricerca Scientifica, Spettacolo e Sport presso il Senato della Repubblica, ma resta vietato, per chiunque, qualsiasi ulteriore diffusione, riproduzione, divulgazione, elaborazione, utilizzo e/o cessione, a qualsiasi titolo, in tutto o in parte, delle informazioni contenute nel presente rapporto GfK.

Il Gruppo GfK esclude ogni eventuale responsabilità risarcitoria nei confronti di chiunque derivante da, o connessa con, tali ricerche di mercato.

GfK Italia S.r.l.

Via Tortona,33 20144 Milano

tel. +39 02 8705.1000 fax+39 02 8705.1000

<http://www.gfk.com/it/>

UNIVIDEO

Corso Buenos Aires, 43, 20124 Milano

tel. 02 89 011 980, fax 02 86 99 60 69

univideo@univideo.org

www.univideo.org

Nota metodologica



Con riferimento ai **Servizi di Point of Sales Tracking di fonte e di proprietà esclusiva del Gruppo GfK**, sono fornite informazioni di mercato quantitative continuative con la metodologia GfK del Retail Panel.

Dopo aver effettuato uno studio base della distribuzione allo scopo di individuare e descrivere l'universo dei negozi da rappresentare, GfK definisce e recluta il campione all'interno del quale effettuare la rilevazione periodica delle vendite verso l'utilizzatore finale. I dati vengono rilevati tramite supporto informatico e - ove ciò non fosse possibile - visitando direttamente il punto di vendita.

Le informazioni raccolte vengono quindi controllate, codificate secondo standard internazionali e quindi elaborate, attraverso un processo di inferenza statistica, in modo da rappresentare il totale mercato.

L'universo di riferimento viene costantemente aggiornato attraverso lo studio base dei canali distributivi di riferimento.

Andamento del mercato in Volume e Valore

SETTIMANE DALLA 1 ALLA 47 DEL 2020



Panel Market GfK, Home Entertainment fisico, Italia

Il mercato Home Entertainment italiano registra un **calo di 2,4 milioni di pezzi e di 27,2 milioni di euro** nelle prime 47 settimane del 2020



	2019	2020	TREND
VOLUME Mio Unità	7,2	4,8	-33,7%
VALORE Mio €	€81,3	€54,1	-33,4%
PREZZO MEDIO	€11,27	€11,17	-0,9%

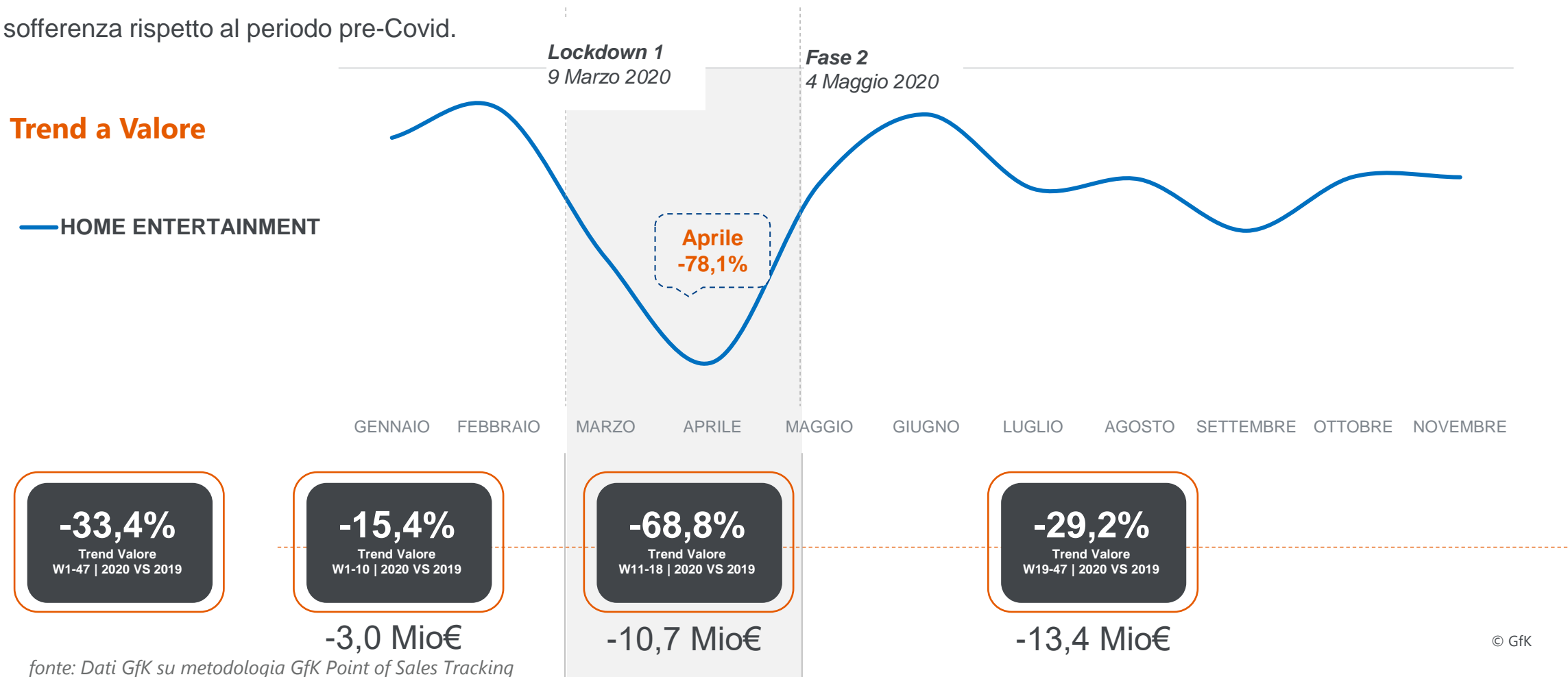
Andamento del mercato per mese

SETTIMANE DALLA 1 ALLA 47 DEL 2020



Panel Market GfK, Home Entertainment fisico, Italia

L'andamento del mercato evidenzia un deciso peggioramento durante il primo lockdown: **-68,8% con una perdita in termini assoluti di 10,7 milioni di euro rispetto al 2019**. L'effetto del lockdown prosegue anche dopo le riaperture di Maggio 2020 e mostra un mercato ancora in sofferenza rispetto al periodo pre-Covid.



Maggior impatto negativo dai titoli Novità

SETTIMANE DALLA 1 ALLA 47 DEL 2020

Il calo più significativo viene registrato per le vendite di **novità** (prime 12 settimane di vendita dall'uscita): calo del **-51%** a valore, per una perdita pari a **-10,7 milioni di euro** di fatturato.

MERCATO

54,1 Mio Euro

NOVITA'

10,1 Mio Euro

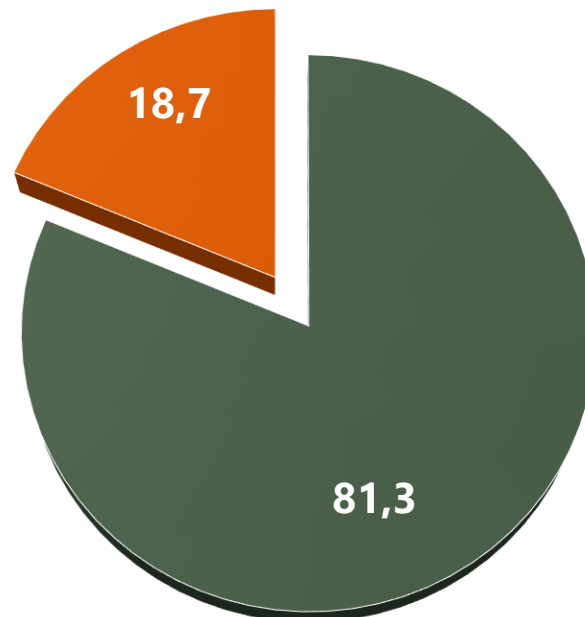
CATALOGO

44,0 Mio Euro

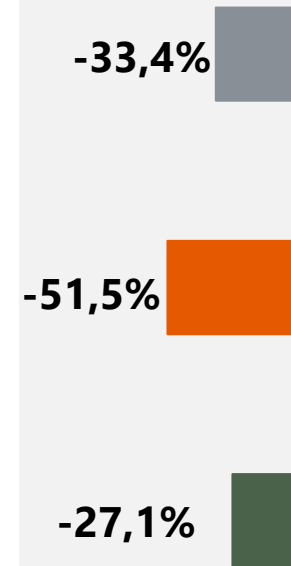
Novità: <= 12 settimane

Catalogo: > 12 settimane

Quote% Valore
SETTIMANA 1-47 2020



Trend Valore



Variazione in Valore



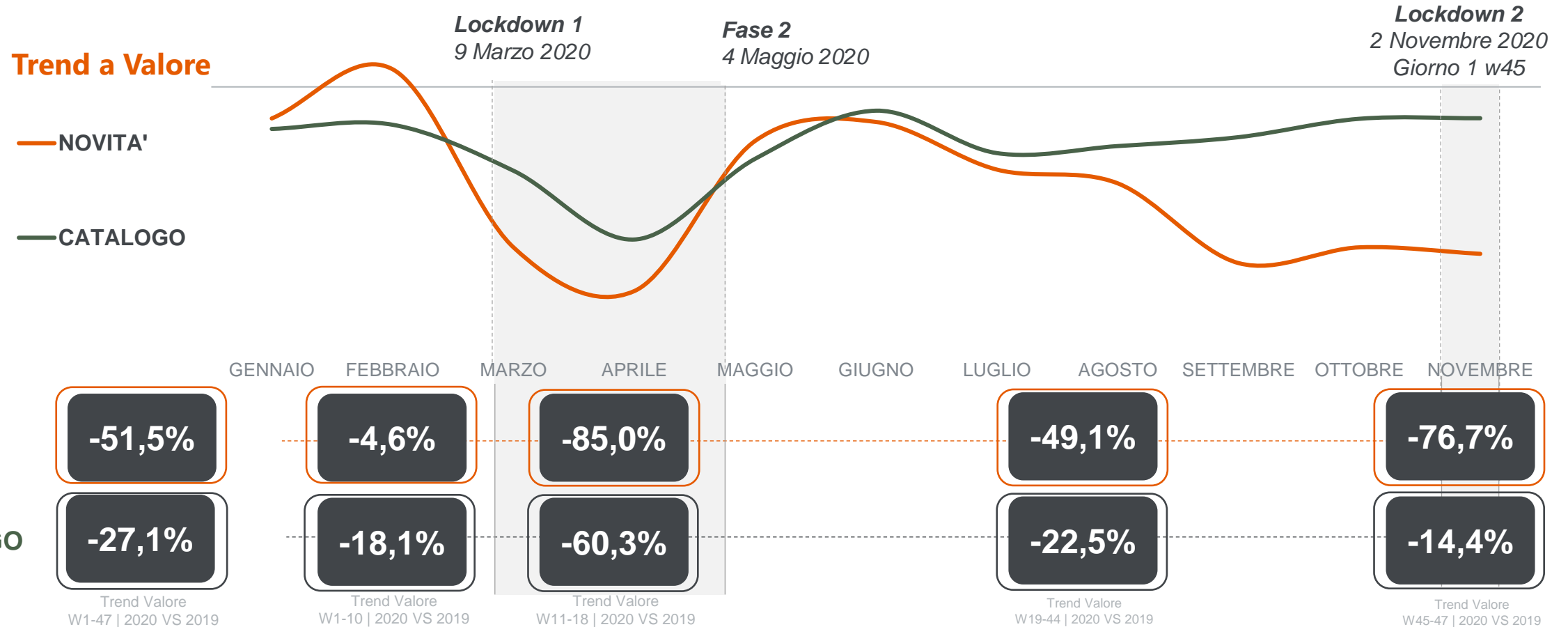
Andamento mensile dei titoli Novità rispetto al Catalogo

SETTIMANE DALLA 1 ALLA 47 DEL 2020



Panel Market GfK, Home Entertainment fisico, Italia

Dopo una prima parte dell'anno contraddistinta da un migliore andamento rispetto al catalogo, le novità subiscono un forte rallentamento durante le settimane del lockdown (-85%). Tale andamento negativo perdura anche nelle fasi successive (-49% nella fase 2 e -77% a Novembre) a causa dello stop delle uscite cinematografiche.



fonte: Dati GfK su metodologia GfK Point of Sales Tracking

Andamento delle nuove uscite rispetto al 2019

SETTIMANE DALLA 1 ALLA 47 DEL 2020 versus 2019



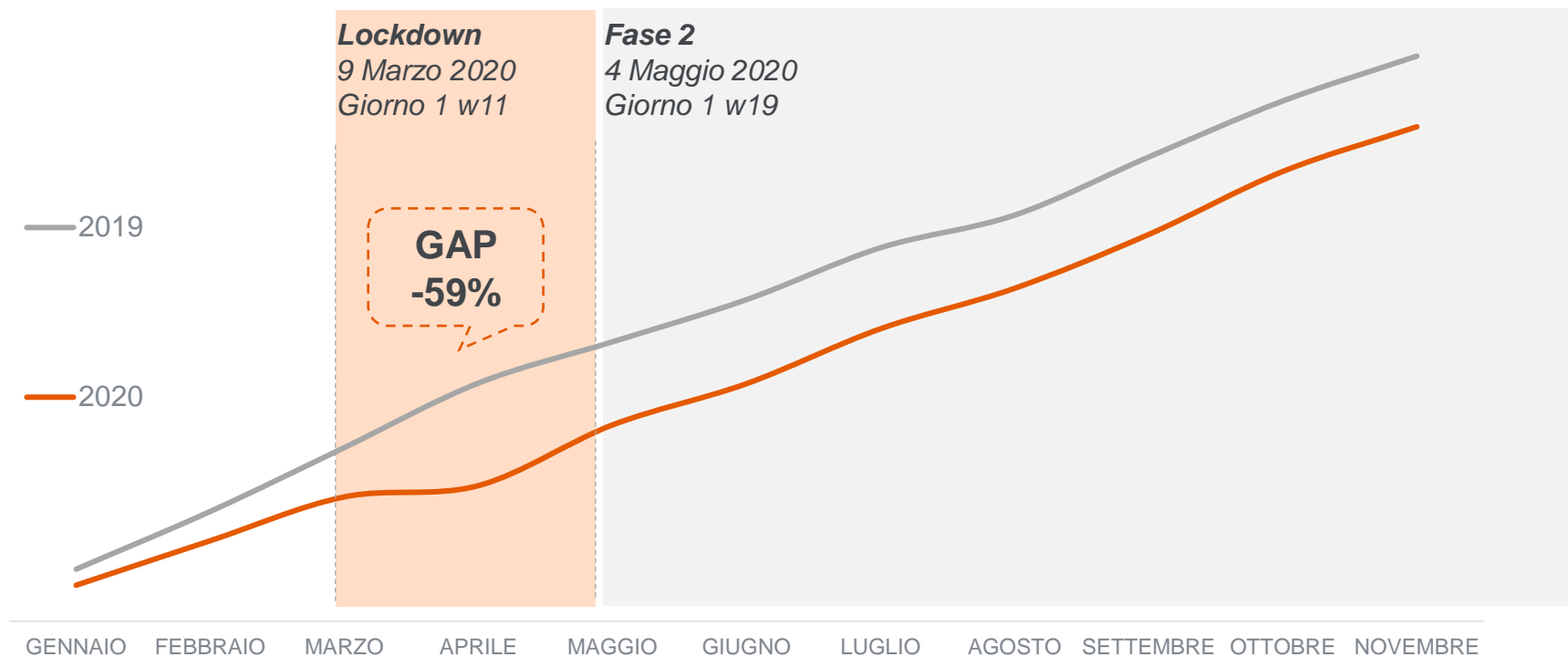
Panel Market GfK, Home Entertainment fisico, Italia

Le limitazioni alla vendita durante il periodo di lockdown hanno comportato un forte rallentamento del lancio delle novità. Nelle settimane che vanno dalla 11 alla 18 del 2020, **il calo dei lanci è pari al 59% rispetto al 2019**. Anche dopo le riaperture rimane ampia la forbice a causa delle mancate uscite di film al cinema



2.323
NUOVE USCITE
-12,5%
versus 2019

NUOVE USCITE NELL'ANNO PER MESE



Key Findings

I principali insight che emergono dall'analisi dell'andamento del mercato Home Entertainment nel 2020



Panel Market GfK, Home Entertainment fisico, Italia

MERCATO HOME ENTERTAINMENT NEL 2020: FORTE IMPATTO DEL LOCKDOWN

- Negativi gli effetti della pandemia di COVID-19 sul fatturato del settore che registra un trend negativo di oltre il **33% per una perdita superiore a 27 milioni di euro**.
- Il primo lockdown di Marzo/Aprile fa registrare trend fortemente negativi: **-68,8% di fatturato** (con punte di -78% ad Aprile) rispetto allo stesso periodo del 2019.

I TITOLI NOVITA' FRENANO LA RIPRESA DEL MERCATO

- Il mercato Home Entertainment fatica a recuperare i livelli pre-Covid durante la Fase 2, anche a causa dell'andamento negativo dei titoli Novità, che riflette la mancata uscita dei titoli nelle sale cinematografiche.
- Da inizio anno le Novità registrano un trend negativo del **-51,5%**. Risulta decisivo l'impatto del primo lockdown, durante il quale il calo arriva al **-85%**.
- Anche in Fase 2 le Novità continuano a registrare un andamento negativo, a causa di un calo dei lanci pari al 12,5% rispetto al 2019