



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA
E DEL MERCATO



Relazione annuale sullo stato della concorrenza nel settore della distribuzione cinematografica

ai sensi dell'art. 31 comma 4,
della legge 14 novembre 2016, n. 220

Maggio

2019



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA
E DEL MERCATO



Relazione annuale sullo stato della concorrenza nel settore della distribuzione cinematografica

ai sensi dell'art. 31, comma 4,
della legge 14 novembre 2016, n. 220

Maggio

2019



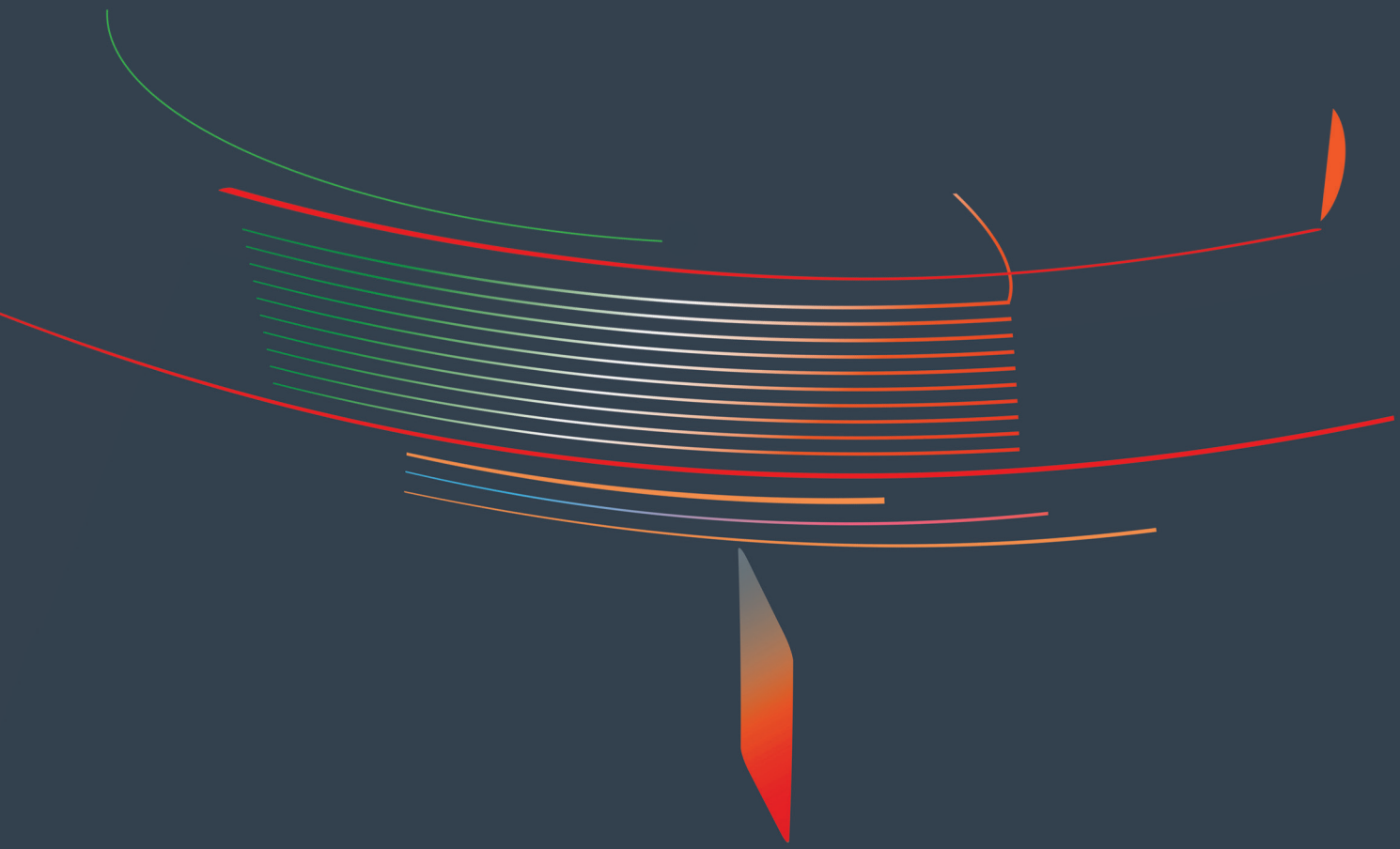
AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA
E DEL MERCATO



PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

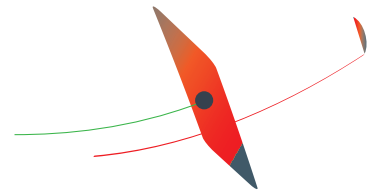
COMPONENTI
Gabriella Muscolo
Michele Ainis

SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena



I. PREMESSA	5
II. IL QUADRO NORMATIVO	9
II.1 La legge sul cinema e l'audiovisivo	11
II.2 Il TUSMAR	15
III. IL SISTEMA DELLE FINESTRE	17
III.1 Premessa	19
III.2 Il sistema delle finestre nell'Unione europea e in altri Stati membri	21
III.3 Il decreto Mibac e le sue origini	24
III.4 La prassi delle finestre di programmazione e le sue più recenti evoluzioni	27
IV. I MERCATI RILEVANTI DEL SETTORE DELLA DISTRIBUZIONE CINEMATOGRAFICA	33
IV.1 Il mercato della Distribuzione Nazionale	36
IV.2 Il mercato della distribuzione locale	42
IV.3 Il mercato della proiezione cinematografica nelle sale	45
V. I RAPPORTI STRUTTURALI, PERSONALI E CONTRATTUALI FRA OPERATORI	47
V.1 Rapporti strutturali e legami personali	50
V.2 I rapporti contrattuali	52
VI. VALUTAZIONI CONCORRENZIALI	55
VI.1 Le finestre di programmazione e l'intervento del MIBAC	57
VI.2 La concorrenzialità dei mercati	60
VI.3 Possibili criticità in merito ai rapporti orizzontali e verticali	61
VI.4 Conclusioni	62

Capitolo I - Premessa



1. Nel corso del 2018, l'Autorità in attuazione dell'art. 31 della legge 14 novembre 2016, n. 220, recante “*Disciplina del Cinema e dell’Audiovisivo*” ha svolto, al fine della predisposizione della relazione annuale ivi prevista, un approfondimento sulle dinamiche concorrenziali nei mercati della distribuzione cinematografica¹. In particolare, nel corso del 2018 l'Autorità ha inviato delle richieste di informazioni a: 10 Distributori Nazionali, alle quali hanno risposto in 8; a 16 Associazioni Nazionali Esercenti Cinema (ANEC), alle quali hanno risposto in 11; all'Associazione Nazionale Esercenti Multiplex (ANEM) e alla società Cinetel. Inoltre, l'Autorità ha sentito in audizione le associazioni di categoria ANEM e l'Associazione nazionale industrie cinematografiche audiovisive e multimediali (ANICA) nonché l'impresa Netflix, rivolgendo a questi soggetti anche apposite richieste di informazioni.

2. Vale sin da ora osservare che durante il 2018 si è consolidata l'affermazione degli operatori che distribuiscono le opere cinematografiche tramite *internet* e i quali, in alcuni casi come Netflix e Amazon, effettuano anche l'attività di produzione di contenuti audiovisivi.

Lo sviluppo di questi operatori costituisce un elemento di estrema novità nel settore cinematografico, sia per la progressiva affermazione di tali operatori nella produzione di nuove opere, sia perché le strategie di distribuzione adottate stanno introducendo elementi di novità nel modello di *business* e, segnatamente, nella prassi consolidata delle finestre di programmazione. Come noto, in base a questa prassi, le opere prime sono distribuite *on demand* e via *internet* solo dopo un adeguato periodo di distribuzione nelle sale cinematografiche. Nell'ultimo anno Netflix, in alcuni casi, ha superato il sistema delle finestre procedendo alla contestuale distribuzione del prodotto via sale cinematografiche e via *internet*², suscitando tuttavia la reazione degli esercenti che temono l'ulteriore erosione dei propri ricavi.

Al riguardo, negli ultimi mesi del 2018, in relazione alle preoccupazioni manifestate dall'industria nazionale circa i possibili effetti sulla sostenibilità del settore derivanti della rottura del sistema delle finestre da parte degli operatori c.d. *Over the Top providers* (di seguito, gli OTT), è intervenuto un apposito decreto del MIBAC volto disciplinare le finestre (il c.d. decreto Bonisoli)³.

¹ L'art. 31, comma 4, della legge 14 novembre 2016 n. 220, prevede che l'Autorità “*trasmette annualmente alle Camere una relazione sullo stato della concorrenza nel settore della distribuzione cinematografica*”. Per l'anno 2017, primo anno di applicazione della disposizione appena richiamata, la relazione ivi prevista è stata trasmessa alle Camere nell'ambito della Relazione annuale sull'attività svolta (Cap. 5).

² Ci si riferisce, in particolare, al caso sollevato dall'opera cinematografica “*Sulla mia pelle*” prodotta da Netflix e distribuita contestualmente sia nelle sale cinematografiche sia su *internet on demand*. Anche la distribuzione dell'opera cinematografica “*Roma*”, prodotta da Netflix e premiata con il Leone d'oro vinto alla Mostra Internazionale di Arte Cinematografica di Venezia 2018 ha suscitato polemiche simili.

³ Il testo di questo decreto è pubblicato sul sito *web* del MIBAC, Direzione Generale Cinema. Si tratta del D.M. 29 novembre 2018, n. 531, recante *Modifiche al decreto del Ministro dei beni e delle attività culturali e del turismo 14 luglio 2017, sui casi di esclusione delle opere audiovisive dai benefici previsti dalla legge 14 novembre 2016, n. 220*.

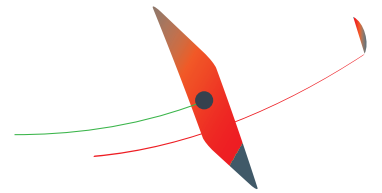
Stante il rinnovato interesse, nel corso del 2018, sul tema delle finestre, ad esso è dedicata un'apposita sezione di questa relazione.

3. Con riguardo invece all'analisi dei mercati della distribuzione cinematografica, la presente relazione si pone nel solco della relazione annuale dell'Autorità per l'anno 2017, aggiornandola e permettendo di osservare gli sviluppi di tendenze e fenomeni già evidenziati.

In particolare, l'indagine svolta ha rilevato, per l'anno 2018 in confronto all'anno precedente, un decremento degli incassi (pari a circa il 5%) e delle presenze (pari a circa il 7%) delle sale cinematografiche, nonché una leggera riduzione nel numero di *film* distribuiti (pari a circa l'1,3%). Il numero degli esercizi cinematografici ha subito una minima flessione, passando dai 1207 esercenti attivi nel 2017 a 1205 esercenti presenti nel 2018; in quest'ambito tuttavia si segnala che i cinema mono sala, vale a dire quelli di minori dimensioni, sono aumentati da 652 a 657.

Inoltre, in base agli ultimi dati disponibili completi che risalgono al 2017, si registra, rispetto all'anno precedente, un decremento significativo del posizionamento degli operatori nazionali rispetto alle grandi *major* statunitensi. Permangono altresì criticità concorrenziali connesse all'esistenza di rapporti strutturali e personali rilevati soprattutto con riferimento ai mercati della distribuzione locale. Anche i legami contrattuali rivestono possibili profili critici, ad esempio, in termini di clausole di esclusiva in favore degli agenti regionali e di altri vincoli in termini di minimo garantito in capo agli esercenti.

Capitolo II - Il quadro normativo



II.1 LA LEGGE SUL CINEMA E L'AUDIOVISIVO

4. Il settore cinematografico è disciplinato dalla legge 14 novembre 2016, n. 220, recante *“Disciplina del Cinema e dell’Audiovisivo”*⁴, che pone i principi fondamentali dell’intervento pubblico a sostegno del cinema e dell’audiovisivo, considerati attività di rilevante interesse generale, e la relativa disciplina. In particolare, la normativa mira a garantire il pluralismo dell’offerta cinematografica e audiovisiva, consolidare l’industria cinematografica nazionale e promuovere e favorire la più ampia fruizione del cinema e dell’audiovisivo.

La legge n. 220/2016 delinea, in particolare, strumenti di sostegno all’industria del cinema consistenti in finanziamenti pubblici e crediti d’imposta. A tali fini, l’art. 13 della legge n. 220/2016 istituisce il Fondo per lo sviluppo degli investimenti nel cinema⁵ e l’audiovisivo, per sostenere i relativi interventi. In particolare, la disciplina vigente incentiva la diffusione di sale cinematografiche nel territorio, avendo predisposto a tali fini il *“Piano straordinario per il potenziamento del circuito delle sale cinematografiche e polifunzionali”* (art. 28) - volto a destinare parte delle risorse del fondo per il cinema e l’audiovisivo, tra l’altro, alla riattivazione di sale chiuse o dismesse, alla realizzazione di nuove sale⁶ - e la possibilità di dichiarare di interesse culturale, ai sensi del Codice dei beni culturali, anche le sale cinematografiche e le sale d’essai⁷.

⁴ Con decorrenza dal 1° gennaio 2017, la legge n. 220 del 14 novembre 2016 ha abrogato il decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 28 recante *“Riforma della disciplina in materia di attività cinematografiche, a norma dell’art. 10 della legge 6 luglio 2002, n. 137”*, c.d. *“Decreto Urbani”*, che originariamente regolava il settore. La legge ha, inoltre, rimosso l’obbligo di notifica ai sensi dell’articolo 26, comma 1, del decreto legislativo 22 gennaio 2004, n.28, delle operazioni di concentrazione a seguito delle quali *«si venga a detenere direttamente o indirettamente, anche in una sola delle dodici città capozona della distribuzione cinematografica (Roma, Milano, Torino, Genova, Padova, Bologna, Firenze, Napoli, Bari, Catania, Cagliari e Ancona), una quota di mercato superiore al 25 per cento del fatturato della distribuzione cinematografica e, contemporaneamente, del numero delle sale cinematografiche ivi in attività»*.

⁵ In particolare, sono previste apposite sezioni del predetto Fondo destinate a finanziare, rispettivamente, il *Piano straordinario per il potenziamento del circuito delle sale cinematografiche e il Piano straordinario per la digitalizzazione del patrimonio cinematografico e audiovisivo*. Inoltre è prevista una sezione speciale nel Fondo di garanzia per le piccole e medie imprese destinata a garantire operazioni di finanziamento alle imprese per la realizzazione di prodotti audiovisivi e cinematografici. Il fondo è alimentato direttamente dagli introiti erariali già derivanti dalle attività di: programmazione e trasmissione televisiva; distribuzione cinematografica; proiezione cinematografica; erogazione di servizi di accesso ad *internet* da parte delle imprese telefoniche e di telecomunicazione. Il successivo d.P.C.M. del 20 maggio 2017, recante *Modalità di gestione del fondo per lo sviluppo degli investimenti nel cinema e dell’audiovisivo*, di cui all’articolo 13, comma 4, della legge 14 novembre 2016, n. 220 ha attuato la disposizione in esame.

⁶ Cfr. art. 13 e 28 del d.lgs. n. 220/2016 e la disciplina di attuazione di cui al d.P.C.M. 4 agosto 2017, recante *Disposizioni applicative del Piano straordinario per il potenziamento del circuito delle sale cinematografiche e polifunzionali*.

⁷ Cfr. l’art. 8 del d.lgs. n. 220/2016 e l’art. 10, comma 3, lett. d), del d.lgs. 22 gennaio 2004, n. 42, del *Codice dei beni culturali e del paesaggio*.

Inoltre, la legge n. 220/2016 prevede un plesso di misure di sostegno finanziario attraverso crediti fiscali⁸, contributi automatici⁹, contributi selettivi¹⁰ nonché altre forme di agevolazioni fiscali e altre attività di promozione e rilancio del settore. Queste misure di sostegno rientrano nella materia degli aiuti di stato di cui agli articoli 107 e 108 TFUE e possono beneficiare, a determinate condizioni, della deroga riconosciuta a livello europeo per opere cinematografiche e al fine di tutelare la diversità delle sue culture¹¹.

5. Si sottolinea che per poter accedere ai benefici che la legge n. 220/2016 riconosce alle opere cinematografiche¹², queste ultime devono avere specifici requisiti previsti dalla legge e dalla disciplina di attuazione. Le opere cinematografiche sono, infatti, una categoria di opere nel più ampio genere delle opere audiovisive; a questi fini, l'art. 2, comma 1, lett. b), della legge n. 220/2016 definisce "*film*" ovvero "*opera cinematografica*" solo l'opera destinata prioritariamente alla distribuzione nelle sale cinematografiche e che rispetti i requisiti previsti da un apposito decreto del MIBAC¹³.

6. In questo contesto, la definizione dei requisiti necessari per rientrare nella definizione di "*film*" è oggetto del Decreto dell'allora Ministro dei beni e delle attività culturali e del turismo (MIBACT, ora MIBAC) del 14 luglio 2017 n. 303, recante "*Individuazione dei casi di esclusione delle opere audiovisive dai benefici previsti dalla legge 14 novembre 2016, n. 220, nonché dei parametri e requisiti per definire la destinazione cinematografiche delle opere audiovisive*", il cui art. 1, tuttora vigente, prevede che, ad eccezione degli incentivi fiscali denominati comunemente il *tax credit* europeo di cui all'art. 19 della legge n. 220/2016, sono "*escluse dai benefici previsti dalla legge 14 novembre 2016, n. 220, le opere audiovisive prive della nazionalità italiana*"; in altri termini, le misure di sostegno al cinema di cui alla legge n. 220/2016

⁸ Cfr. gli artt. 16, 17, 18, 19, e 20 del d.lgs. 220/2016 e la relativa disciplina di attuazione di cui al D.M. 15 marzo 2018.

⁹ Gli artt. 23 e ss. del d.lgs. 220/2016 prevedono l'introduzione di un sistema di contributi automatici per lo sviluppo, la produzione e distribuzione in Italia e all'estero di nuove opere cinematografiche e audiovisive di nazionalità italiana, quantificati sulla base di parametri oggettivi che tengono conto dei risultati economici, artistici e di diffusione. Il relativo decreto di attuazione risulta essere il Decreto del MIBACT del 31 luglio 2017, n. 342.

¹⁰ Gli artt. 26 e ss. del d.lgs. 220/2016, prevedono l'introduzione di un sistema di contributi selettivi per la scrittura, lo sviluppo, la produzione e la distribuzione nazionale e internazionale di opere cinematografiche e audiovisive. Questi contributi sono destinati, in particolare, alla promozione di opere prime e seconde, alle opere realizzate da giovani autori, alle opere di particolare qualità artistica, alle imprese di nuova costituzione e alle microimprese. Il relativo decreto di attuazione risulta essere il Decreto del MIBACT del 31 luglio 2017, n. 343.

¹¹ Cfr. gli artt. 107 e 108 TFUE, l'art. 54 del Regolamento della Commissione del 17 giugno 2014, n. 651/2014/UE che dichiara alcune categorie di aiuti compatibili con il mercato interno in applicazione degli articoli 107 e 108 TFUE, a sua volta modificato dal Regolamento della Commissione del 14 giugno 2017, n. 1084/2017/UE, nonché la Comunicazione della Commissione europea relativa agli aiuti di Stato a favore delle opere cinematografiche e di altre opere audiovisive del 15 novembre 2013 n. 2013/C332/01.

¹² Cfr. ad esempio l'art. 15 della legge n. 220/2016 che disciplina gli incentivi fiscali per le opere cinematografiche in termini per certi versi più vantaggiosi di quelli attribuiti alle altre opere audiovisive.

¹³ L'art. 2, comma 1, lett. b), della legge n. 220/2016 così dispone: "*l'opera audiovisiva destinata prioritariamente al pubblico per la visione nelle sale cinematografiche; i parametri e i requisiti per definire tale destinazione sono stabiliti con decreto del Ministro dei beni e delle attività culturali e del turismo, di seguito denominato «Ministro», da emanare entro centoventi giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge*".

sono riservate alle opere aventi nazionalità italiana¹⁴.

L'art. 2 del decreto n. 303/2017, nell'originaria formulazione disponeva che l'opera cinematografica, per essere definita tale, doveva essere ideata, prodotta, progettata e realizzata per essere utilizzata “*principalmente per la visione da parte del pubblico nelle sale cinematografiche*”; in particolare, l'art. 2, comma 5, del Decreto n. 303/2017, nella formulazione originaria, riconosceva la natura cinematografica dell'opera in presenza di almeno uno dei seguenti requisiti (quindi, non cumulativi):

- 1) l'opera era distribuita in almeno 20 sale cinematografiche con una tenuta minima di programmazione di 7 giorni consecutivi;
- 2) l'opera aveva partecipato a *festival* cinematografici di rilevanza nazionale o internazionali, quest'ultimi tra quelli individuati dalla regolazione vigente;
- 3) i diritti di distribuzione erano stati venduti per la distribuzione cinematografica in almeno un paese estero di lingua non italiana.

Si sottolinea, quindi, che il Decreto, inizialmente, menzionava la tenuta in 20 sale e per soli 7 giorni solo come uno dei tre requisiti sopra richiamati, ciascuno dei quali singolarmente idoneo a determinare la qualifica cinematografica dell'opera e senza che il Decreto menzionasse in origine vincoli volti ad escludere altre forme di sfruttamento dell'opera contestuali a quella cinematografica.

Questo articolo del Decreto è stato modificato una prima volta con il Decreto ministeriale MIBAC dell'8 maggio 2018, n. 230, che ha articolato maggiormente il requisito *sub* 1) di cui sopra, consentendo l'attribuzione della qualifica cinematografica dell'opera sia a quei *film* distribuiti in almeno 20 sale per almeno 7 giorni consecutivi sia a quei *film* distribuiti in 20 sale per almeno 350 proiezioni, senza alcuna indicazione dei giorni di tenuta.

Il D.M. dell'8 maggio 2018 non ha alterato l'impianto originario dell'art. 2 del D.M. 303/2017, in quanto la natura cinematografica dell'opera era riconosciuta al rispetto anche solo di uno dei tre requisiti (requisiti quindi che restavano non cumulativi) e senza introdurre divieti in ordine allo sfruttamento contestuale delle opere.

7. Il quadro normativo appena descritto, alla luce del dibattito innescatosi sul mercato sulla possibilità degli operatori OTT di distribuire contestualmente le opere sia nelle sale cinematografiche sia *on line*, è stato più di recente, come anticipato in premessa, oggetto di un ulteriore intervento del Ministero dei beni e delle attività culturali (MIBAC). Infatti, l'art. 1 del Decreto ministeriale MIBAC del 29 novembre 2018, n. 531, ha modificato ulteriormente il sopra

¹⁴I requisiti per il riconoscimento della nazionalità italiana delle opere sono disciplinati principalmente dal d.P.C.M. 11 luglio 2017, recante *Disposizioni per il riconoscimento della nazionalità italiana delle opere cinematografiche e audiovisive*.

richiamato art. 2 del D.M. del 14 luglio 2017, sostituendolo integralmente con una nuova formulazione. Innanzitutto, l'art. 2 vigente afferma espressamente che l'opera "audiovisiva è ammessa ai benefici che la legge n. 220 del 2016 riconosce alle opere cinematografiche se, congiuntamente" rispetta i requisiti di seguito indicati:

- a) "è ideata, progettata, realizzata e diffusa, dal punto di vista artistico, tecnico, produttivo, finanziario e promozionale, per la prioritaria visione in sala cinematografica;
- b) la sua diffusione al pubblico rispetta entrambi i seguenti requisiti:
 - 1) è programmata in sala cinematografica per almeno sessanta proiezioni nell'arco di tre mesi decorrenti dalla data di prima proiezione [...];
 - 2) la fruizione in sala cinematografica costituisce la prima modalità di diffusione al pubblico dell'opera e, per un periodo di centocinque giorni decorrenti dalla data di prima proiezione al pubblico, l'opera non è diffusa al pubblico attraverso fornitori di servizi di media audiovisivi, sia lineari che non lineari, ovvero attraverso editori home entertainment" [...].

In base a quanto riportato, pertanto, il requisito di cui all'art. 2, comma 1, sub lett. b), n. 2), del D.M. n. 303/2017 vigente, introduce espressamente una finestra di programmazione cinematografica della durata di 105 giorni vietando, in questo arco temporale, qualsiasi diverso sfruttamento dell'opera (finestra esclusiva) e subordina la concessione dei benefici finanziari di cui alla legge n. 220/2016 per le opere cinematografiche al rispetto di questo vincolo, fatte salve le due eccezioni di seguito descritte.

8. Le due eccezioni introdotte dall'art. 2, comma 1, sub lett. b), n. 2), del D.M. n. 303/2017 vigente, relative all'obbligo del rispetto della finestra cinematografica di 105 giorni, riguardano: *i)* l'eccezione per i c.d. *film* evento e *ii)* quella per i *film* che non hanno un grande successo (cfr. art. 2, comma 1, lett. b), sub. 2*i)* e 2*ii)*, D.M. n. 303/2017 vigente).

In particolare, nel caso dei *film* evento, la finestra cinematografica è ridotta a dieci giorni se l'opera è programmata in sala cinematografica per un numero di giorni, diversi dal venerdì, sabato, domenica e giorni festivi, pari o inferiore a tre; in altri termini, deve trattarsi di un'opera proiettata nei giorni del lunedì, martedì, mercoledì e giovedì, vale dire in giorni diversi da quelli tipicamente di maggiore *box office* (che sono invece i giorni dal venerdì alla domenica e nei giorni festivi).

In secondo luogo, la finestra cinematografica dei 105 giorni è ridotta a sessanta giorni nel caso di opere programmate in sale cinematografiche "in meno di ottanta schermi" e che abbiano ottenuto "dopo i primi ventuno giorni di programmazione cinematografica ...un numero di spettatori inferiore a cinquantamila".

In ogni caso, per potere beneficiare di queste due eccezioni e non perdere i vantaggi finanziari di cui alla legge n. 220/2016, il D.M. n. 303/2017 vigente impone che “... nel periodo di programmazione cinematografica, non sia effettuata alcuna attività di lancio e promozione in merito alla successiva disponibilità dell’opera attraverso fornitori di servizi di media audiovisivi, sia lineari che non lineari, ovvero attraverso editori home entertainment...”; in altri termini, né i *film* evento né i *film* che non raggiungono le 50 mila presenze nelle prime tre settimane di programmazione possono essere oggetto di campagne pubblicitarie relative alla possibilità per il consumatore di fruire dell’opera in altre forme.

9. Si sottolinea, infine, che, in base all’art. 2 del D.M. n. 531/2018, l’art. 2 del D.M. n. 303/2017 vigente si applica “alle opere per le quali sia richiesta la nazionalità italiana successivamente alla data di pubblicazione del presente decreto”¹⁵. Il vincolo della finestra di programmazione nelle sale cinematografiche nei termini sopra descritti riguarda, pertanto, le opere cinematografiche di nazionalità italiana realizzate e distribuite usufruendo dei benefici ed agevolazioni di cui alla legge n. 220/2016¹⁶.

II.2 IL TUSMAR

10. Il quadro normativo in materia risulta altresì composto dalle norme europee e dagli accordi internazionali, dalla normativa regionale e dalle circolari delle amministrazioni competenti. Tra questi, merita ricordare la Direttiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo e del Consiglio del 10 marzo 2010, relativa al “*coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti la fornitura di servizi di media audiovisivi*” (c.d. direttiva sui Servizi di Media Audiovisivi o “SMAV”), recepita dall’ordinamento italiano all’interno del Testo Unico dei Servizi Media Audiovisivi e Radiofonici (c.d. TUSMAR)¹⁷. Il TUSMAR è stato modificato dal d.lgs. 7 dicembre 2017, n. 204, “*Riforma delle disposizioni legislative in materia di promozione delle opere europee e italiane da parte dei fornitori di servizi di media audiovisivi, a norma dell’articolo 34 della legge 14 novembre 2016, n. 220*”, che ha inciso significativamente sulla disciplina volta a promuovere la diffusione delle opere italiane ed europee; in particolare, il

¹⁵ Come già rilevato, sui requisiti per il riconoscimento della nazionalità italiana delle opere si rinvia principalmente al d.P.C.M. 11 luglio 2017.

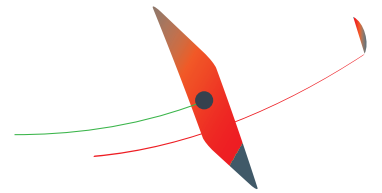
¹⁶ Come già ricordato, in base all’art. 1 del decreto n. 303/2017, che non è stato modificato nel tempo, tutti i benefici di cui alla legge n. 220/2016, fatta eccezione per il c.d. *tax credit* europeo, sono riservati alle opere di nazionalità italiana.

¹⁷ D.lgs. 31 luglio 2005, n. 177.

d.lgs. n. 204/2017 ha riformato il Titolo VII del TUSMAR introducendo, in capo ai fornitori di servizi di *media* audiovisivi, specifici obblighi di programmazione delle opere italiane ed europee e prevedendo l'emanazione di un regolamento di attuazione da parte dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni¹⁸.

¹⁸ Cfr. la delibera AGCom n. 595/18/CONS del 12 dicembre 2018, recante *Regolamento in materia di obblighi di programmazione e investimento a favore di opere europee e di opere di produttori indipendenti*.

Capitolo III - Il sistema delle finestre



III.1 PREMESSA

11. Benché - come indicano la loro stessa denominazione, nonché la definizione fatta propria dalla legge n. 220/2016 - le opere cinematografiche si caratterizzino proprio per la distribuzione prevalente presso le sale cinematografiche, lo sfruttamento delle stesse coinvolge anche modalità ulteriori di distribuzione, quali l'*home entertainment*, la televisione, sia a pagamento che *free*, e le piattaforme OTT che distribuiscono le opere *on-demand*.

12. Secondo la prassi da tempo in uso nel settore, la distribuzione delle opere cinematografiche attraverso i suddetti canali è organizzata secondo una sequenza temporale di “finestre” che scandiscono i periodi di tempo all’interno dei quali le opere cinematografiche sono fruibili secondo ciascuna modalità¹⁹.

13. Per i produttori cinematografici il sistema delle finestre rappresenta il modello di *business* attraverso cui ottimizzare lo sfruttamento delle opere cinematografiche nel tempo, garantendo un adeguato ritorno economico agli investimenti inizialmente sostenuti per la realizzazione e la promozione dell’opera. A tal fine la sequenza delle finestre, improntata al criterio del massimo ricavo generato nel più breve lasso di tempo, ha tradizionalmente attribuito priorità alla distribuzione presso le sale cinematografiche (cfr. *infra* in maggiore dettaglio la sequenza delle finestre applicata nella prassi, spec. tabella 1, alla Sezione III.4).

Il sistema delle finestre consente inoltre ai produttori di tenere in considerazione la diversa propensione del consumatore a pagare importi diversi a seconda del contenuto e delle sue modalità di fruizione.

14. Nella prospettiva dei distributori, invece, vengono in rilievo due opposte tendenze che possono far emergere interessi confliggenti nella definizione della sequenza delle finestre e della lunghezza di ciascuna di esse: per un verso, infatti, il rischio che la distribuzione di un *film* in una determinata finestra possa cannibalizzare il successo della distribuzione in una finestra successiva, laddove i consumatori tendono a sostituire una versione con un'altra, tipicamente a prezzo più basso, suggerisce l’opportunità di definire finestre molto distanziate tra loro; per altro verso, la possibilità che il successo in una determinata finestra rafforzi la successiva, in quanto le diverse versioni di uno stesso *film* risultano complementari nelle preferenze dei consumatori, concorre a supportare la definizione di finestre più ravvicinate.

¹⁹ Cfr. AGCM, IC41 *Indagine conoscitiva sul settore audiovisivo*, in Bollettino n. 46/2016.

15 Ciò fa emergere una esigenza di composizione dei diversi interessi di cui sono portatori i vari soggetti operanti nella filiera distributiva, che ha trovato riscontro nelle disposizioni normative sia nazionali che europee. Mentre il quadro normativo comunitario, che di seguito verrà ricostruito, ha fatto proprio il principio secondo cui l'organizzazione delle finestre di distribuzione delle opere cinematografiche deve essere oggetto della libera negoziazione tra i soggetti coinvolti, a livello nazionale la regolazione di alcuni Paesi (tra cui Francia e Germania) si è orientata ad una indicazione per via normativa della durata prestabilita della finestra cinematografica.

In Italia, su questa materia è da ultimo intervenuto il Decreto del Ministro dei beni e delle attività culturali del 29 novembre 2018, n. 531, che, come detto, ha espressamente previsto - con specifico riferimento alle opere che beneficiano dei contributi a sostegno dell'industria cinematografica nazionale di cui alla legge n. 220/2016 - una durata di 105 giorni per la finestra cinematografica, rendendo in tal modo vincolante la pregressa prassi del settore, dopo che negli ultimi mesi la stessa era stata in alcune circostanze disattesa dagli operatori nuovi entranti nella produzione e distribuzione di *film* a livello nazionale.

16. Infatti, le grandi piattaforme OTT attive anche nella produzione dei contenuti, quali Netflix e Amazon, in ragione del loro modello di *business*, attribuiscono valenza prioritaria alla distribuzione dei *film* attraverso la propria piattaforma, nella prospettiva di mantenerne elevata l'attrattività della stessa per i propri abbonati. Il loro recente ingresso sul mercato italiano ha dunque comportato una accresciuta complessità nell'insieme delle relazioni che si sviluppano lungo l'intera filiera, facendo in particolare emergere istanze confliggenti rispetto a quelle dei distributori non verticalmente integrati (in primo luogo le sale cinematografiche), che, come si dirà meglio in seguito, hanno sollecitato l'intervento normativo volto a fissare l'ampiezza della finestra cinematografica per i *film* italiani.

III.2 IL SISTEMA DELLE FINESTRE NELL'UNIONE EUROPEA E IN ALTRI STATI MEMBRI

a) Il quadro di riferimento nell'Unione europea

17. In primo luogo, occorre evidenziare che il quadro normativo dell'Unione europea ha subito un'evoluzione nel tempo che ha superato l'indicazione per via normativa della durata prestabilita della finestra cinematografica per approdare ad un pieno riconoscimento dell'autonomia negoziale in materia.

18. In particolare, l'art. 7 della Direttiva 89/552/CEE del Parlamento europeo e del Consiglio del 3 ottobre 1989, *relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive* (direttiva Televisione senza frontiere) prevedeva che, salvo accordo contrario tra gli aventi diritto e le emittenti televisive, gli Stati membri dovevano garantire una finestra cinematografica della durata di due anni²⁰. Questa Direttiva è stata emendata nel 1997 dalla *Direttiva 97/36/CE del Parlamento Europeo e del Consiglio del 30 giugno 1997 che modifica la direttiva 89/552/CEE del Consiglio relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive* e l'art. 7 della direttiva 89/552/CEE è stato modificato nel senso di eliminare il riferimento alla durata della finestra cinematografica rispetto allo sfruttamento in televisione, rivendicando tuttavia che tale sfruttamento non doveva avvenire al di fuori dei periodi concordati con gli aventi diritto²¹. La successiva Direttiva 2007/65/CE del Parlamento europeo e del Consiglio dell'11 dicembre 2007, *che modifica la direttiva 89/552/CEE del Consiglio relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive*, ha trasposto il contenuto dell'art. 7 nell'art. 3 *quinquies*, mantenendo, quindi, fermo il principio ivi stabilito e apportando tuttavia una modifica coerente con le mutate caratteristiche del mercato: l'art. 3 *quinquies* della direttiva 89/552/CEE non si riferisce più alle sole emittenti televisive ma alla più ampia categoria dei fornitori di servizi di *media*²².

Il quadro normativo dell'Unione europea sul punto è stato poi

²⁰ L'art. 7 della Direttiva n. 89/552/CEE prevedeva che: "Gli Stati membri vigilano a che le emittenti televisive soggette alla loro giurisdizione non trasmettano opere cinematografiche, salvo accordo contrario tra gli aventi diritto e l'emittente televisiva, prima che sia trascorso un termine di due anni dall'inizio della programmazione di tale opera nelle sale cinematografiche in uno degli Stati membri della Comunità; nel caso di opere cinematografiche coprodotte dall'emittente televisiva, tale termine è di un anno".

²¹ L'art. 7 della Direttiva n. 89/552/CEE così come modificato dalla direttiva 97/36/CE recitava che: "Gli Stati membri fanno sì che le emittenti televisive soggette alla loro giurisdizione non trasmettano opere cinematografiche al di fuori dei periodi concordati con i titolari dei diritti".

²² Articolo 3 *quinquies* recita: "Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione non trasmettano opere cinematografiche al di fuori dei periodi concordati con i titolari dei diritti".

ulteriormente modificato dalla già citata Direttiva 2010/13/UE del Parlamento europeo e del Consiglio del 10 marzo 2010, *relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti la fornitura di servizi di media audiovisivi (direttiva sui servizi di media audiovisivi)* che ha integralmente sostituito la direttiva 89/522/CEE ma ha mantenuto invariato il contenuto dell'art. 3 *quinquies* sopra richiamato trasponendolo nell'art. 8 della Direttiva 2010/13/UE tuttora vigente²³.

19. Sul piano giurisprudenziale, occorre ricordare che la Corte di giustizia delle Comunità europee ha affrontato in tempi risalenti il tema delle finestre - vale a dire nella nota sentenza dell'11 luglio, cause riunite C-60 e 61/84, (*Cinéthèque*) - con riferimento alla normativa francese allora vigente che prevedeva la sfruttamento esclusivo dell'opera nelle sale cinematografiche per un arco temporale di un anno²⁴. La Corte, in tale ambito, ha ritenuto che la normativa francese non violasse i principi comunitari (e in particolare, l'art. 30 dell'allora Trattato CEE in materia di libera circolazione delle merci) nella misura in cui tale normativa fosse applicabile indistintamente tanto alle videocassette fabbricate nel territorio nazionale tanto a quelle importate da altri Stati membri (vale a dire non vi fosse una discriminazione in base alla nazionalità) e nella misura in cui tale vincolo non eccedesse una valutazione di proporzionalità rispetto al fine perseguito.

Nel risalente caso relativo alle finestre cinematografiche concordate in seno all'associazione di categoria dell'industria cinematografica olandese (*Nederlandse Federatie voor de Cinematografie*), la Commissione europea ha rilevato la natura restrittiva dell'accordo pur riconoscendo i presupposti per l'applicazione dell'esenzione di cui all'art. 85, par. 3, dell'allora Trattato CEE.

Più recentemente, la Commissione ha svolto uno studio sul sistema delle finestre dal quale emerge la diversità dei modelli adottati nei diversi Stati membri di cui di seguito si darà molto sinteticamente conto²⁵.

²³ Articolo 8 della Direttiva n. 2010/13/UE vigente così dispone: "Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione non trasmettano opere cinematografiche al di fuori dei periodi concordati con i titolari dei diritti".

²⁴ In particolare, in tale controversia il *Tribunal de grande instance* di Parigi si rivolse alla Corte per valutare la compatibilità con i principi europei sulla libera circolazione delle merci e libera prestazione dei servizi di una "normativa nazionale che disciplina la diffusione delle opere cinematografiche determinando la successione nel tempo dei vari modi di distribuzione con il divieto della utilizzazione simultanea delle opere, per il periodo di un anno, mediante proiezione nelle sale cinematografiche e diffusione di videocassette".

²⁵ Per un quadro generale si rinvia allo studio della Commissione europea pubblicato nel 2014 contenente "Analysis of the legal rules for exploitation windows and commercial practices in EU member states and of the importance of exploitation windows for new business practices", *Final Report*; cfr. Anche l'indagine conoscitiva dell'Autorità IC41 *Indagine conoscitiva sul settore audiovisivo* conclusasi in data 30 novembre 2016.

b) Cenni ai modelli adottati in altri paesi

20. Come emerge anche dalla studio della Commissione europea da ultimo richiamato, non esiste, allo stato, un modello univoco di approccio negli Stati membri al sistema delle finestre e gli ordinamenti giuridici variano in ragione del diverso grado di pervasività dei vincoli sulle finestre che possono andare, ad esempio, da modelli in cui la normativa/regolazione non impone alcun vincolo, all'imposizione dei vincoli nella misura in cui l'opera cinematografica beneficia di contributi pubblici, all'imposizione dei vincoli *tout court*. Qui di seguito verranno, senza pretesa di esaustività e in termini molto sintetici, svolti alcuni cenni ai sistemi di Francia, Germania, Spagna e Regno Unito. Si sottolinea che, in alcuni casi, le finestre previste negli Stati membri variano in funzione della modalità di sfruttamento, ad esempio la finestra relativa alla fruizione dell'opera tramite il supporto fisico DVD tipicamente è di 3-4 mesi rispetto all'uscita del *film* nelle sale cinematografiche, mentre lo sfruttamento sulle piattaforme *internet*, in alcuni casi, è oggetto di due finestre differenziate: la fruizione via c.d. *Video on Demand* (VoD) si colloca sostanzialmente contestualmente alla fruizione in DVD, mentre la fruizione sempre in modalità *internet* ma con preventiva sottoscrizione di un apposito abbonamento (la c.d. *Subscription VoD* o S-VoD) è collocata più avanti nel tempo, al fine di evitare la cannibalizzazione della fruizione delle opere attraverso la *pay TV* (per una descrizione più dettagliata delle diverse modalità di fruizione delle opere e delle finestre associate, si rinvia alla già richiamata sezione III.4, spec. tabella 1).

21. La Francia ha un sistema legislativo storicamente molto orientato al sostegno del cinema e non a caso la sentenza *Cinéthèque* sopra menzionata ha avuto ad oggetto la regolazione francese. Attualmente, il sistema delle finestre è previsto dal "*Code du Cinéma et de l'Image Animée*" che a sua volta prevede la stipulazione di un accordo interprofessionale che coinvolge le imprese attive nell'intera filiera cinematografica. Il più recente di questi accordi è stato pubblicato il 10 febbraio 2019 e durerà tre anni²⁶; in questo contesto e salvo eccezioni disciplinate nello stesso Accordo, la finestra cinematografica ha una durata minima di 4 mesi a seguito della quale l'opera può anche essere vista in modalità VoD a pagamento; la fruibilità dell'opera in modalità S-VoD deve invece attendere 17 mesi rispetto all'uscita dell'opera nelle sale cinematografiche. Si evidenzia che il sistema francese non pone alcuna relazione tra il sistema delle finestre e gli eventuali finanziamenti pubblici alle opere, diversamente da quanto invece rileva nel sistema tedesco.

La Germania, infatti, non ha adottato una normativa sulle finestre, ma la legislazione sul sostegno al cinema prevede che, con riferimento alle opere

²⁶ Cfr. documentazione fornita da ANICA in data 1 aprile 2019.

la cui produzione è finanziata anche da contributi pubblici, tali finanziamenti debbano essere restituiti nel caso di mancato rispetto delle finestre ivi stabilite²⁷; in quest'ambito, non risulta che la finestra rispetto alla fruizione in modalità S-VoD sia collocata diversamente rispetto alle altre fruizioni *on line* che quindi rientrano tutte nella prima finestra dopo quella cinematografica, vale a dire 6 mesi dall'uscita del *film* nelle sale.

In Spagna, la normativa che prevedeva una finestra di tre mesi per la sala cinematografica, ma solo per i formati fisici come i DVD, è stata abrogata nel dicembre 2015. La Gran Bretagna, come la maggior parte degli Stati membri, non disciplina la durata delle finestre.

Si evidenzia, tuttavia, che in Germania (per i *film* che non beneficiano di contributi pubblici), in Spagna, in Gran Bretagna, l'assenza di regolazione non vuol dire che non sia diffuso il meccanismo delle finestre; nella maggioranza degli Stati membri, la prassi di mercato tende a riconoscere una finestra cinematografica di almeno 4 mesi prima che l'opera sia fruibile in altre modalità e, in ogni caso, a rimettere la durata delle finestre alla volontà negoziale.

III.3 IL DECRETO MIBAC E LE SUE ORIGINI

22. Dall'approfondimento svolto dall'Autorità ai fini della presente Relazione, è emerso che il D.M. 30 novembre 2018, n. 531 precedentemente descritto nasce da una specifica sollecitazione delle associazioni di categoria dell'industria italiana rappresentative sia dei produttori che dei distributori di opere cinematografiche²⁸ e che è stato predisposto senza il preventivo coinvolgimento degli operatori rientranti nella tipologia OTT.

Al riguardo, le Associazioni di categoria hanno evidenziato che l'esigenza di regolare la materia è nata sull'ondata di alcuni casi specifici di opere la cui strategia di distributiva non è stata coerente con la prassi delle finestre tipicamente applicata.

In particolare, il caso che ha suscitato il maggiore clamore è il già citato *film* "Sulla mia pelle", che pur avendo beneficiato dei finanziamenti pubblici destinati alle opere cinematografiche per un importo pari a circa 600.000 euro, è stato distribuito contestualmente sia nei cinema che sulla piattaforma Netflix; secondo le Associazioni di categoria, se la distribuzione cinematografica di questa opera fosse stata esclusiva, il *box office* sarebbe stato superiore a quanto effettivamente incassato, potendo anche beneficiare

²⁷ Art. 20 del *Filmförderderungsgesetz* (Film Support Act-FFG).

²⁸ Cfr. il verbale di audizione di ANEM (Associazione Nazionale Esercenti Multiplex) del 6 marzo 2019 e il verbale di audizione congiunto di ANICA (Associazione nazionale industrie cinematografiche audiovisive e multimediali) e dell'ANEC (Associazione Nazionale Esercenti Cinema) del 19 marzo 2019.

dell'effetto traino della vittoria del festival di Venezia. L'altro grande *film* finanziato da Netflix, “*Roma*”, non costituisce invece un precedente utile ai fini del D.M. n. 531/2018 in quanto non è un'opera di nazionalità italiana.

Anche il caso del *film* “*Come un gatto in tangenziale*” ha rappresentato elementi di rottura del sistema perché, pur avendo rispettato la finestra cinematografica esclusiva, nel periodo di programmazione è stata effettuata la promozione della successiva disponibilità dell'opera sulla piattaforma SKY.

23. Alla base delle istanze sottoposte al MIBAC, le Associazioni di settore, sulla base dei dati Cinetel, hanno svolto congiuntamente un'analisi delle opere cinematografiche aventi la nazionalità italiana distribuite nei cinema dal 1° gennaio 2017 e sino al 31 ottobre 2018. Da questa analisi risulta che, nel periodo interessato, sono state distribuite 434 opere di nazionalità italiana che corrispondono, in termini di incassi, al 20-25% del totale del *box office* delle sale cinematografiche italiane, essendo la prevalenza del fatturato generata da *film* esteri (si pensi ai *film* commerciali delle *major* statunitensi). In linea di massima, secondo quanto noto alle Associazioni di categoria, tutte queste opere italiane indicate si sono avvalse, in misura diversa, delle misure di cui alla legge n. 220/2016.

Nell'ambito delle 434 opere di nazionalità italiana, l'analisi svolta ha evidenziato che solo un centinaio di *film* supera le 50.000 presenze nelle prime tre settimane di programmazione. I *film* che superano la soglia delle 50.000 presenze in questo arco temporale rappresentano i c.d. titoli forti del cinema italiano e assicurano circa il 90% degli incassi degli esercenti cinema sui titoli italiani. In altri termini, questi primi 100 *film* rappresentano circa il 90% degli incassi derivanti dal cinema italiano che, si ricorda, rappresenta circa il 20-25% del *box office* totale presso le sale italiane.

Per quanto riguarda i *film* evento, suscettibili di rientrare nell'apposita eccezione del D.M. n. 531/2018, le associazioni di categoria hanno evidenziato che la distribuzione nelle sale è gestita non dai Distributori Nazionali (vedi *infra*), ma è invece gestita sulla base di una contrattazione tra le imprese che si occupano specificatamente di questa nicchia di opere²⁹ e il singolo esercente. Gli incassi dei *film* evento sono, in ogni caso, riconducibili allo 0,5% del mercato.

24. L'analisi appena sintetizzata è stata fatta dalle associazioni con l'obiettivo di ipotizzare gli effetti del vincolo delle finestre sui titoli italiani.

Seguendo questo esercizio e ipotizzando l'effetto del D.M. n. 531/2018, il vincolo delle finestre avrebbe, di fatto, interessato quel centinaio di *film* che costituiscono tuttavia la gran parte degli incassi dei titoli italiani; tutti

²⁹ In base a quanto evidenziato dalle associazioni di categoria, in Italia, vi sono essenzialmente tre operatori specializzati in questo settore, tra cui Nexo e Chili.

gli altri *film* (circa 330), si sarebbero potuti avvalere dell'eccezione relativa ai *film* che non raggiungono le 50.000 presenze, fermo restando che anche a questi *film* si sarebbe applicata la preclusione a svolgere una promozione pubblicitaria congiunta relativa alle diverse forme di disponibilità dell'opera per il consumatore.

Sempre continuando l'esercizio teorico, il *film* "Sulla mia pelle", che rientra nei titoli di maggior successo, o non avrebbe potuto beneficiare dei contributi statali o non avrebbe potuto essere distribuito contestualmente in sala e sulla piattaforma di Netflix. Per contro, sul *film* "Roma", non essendo un'opera di nazionalità italiana e non avendo beneficiato di contributi pubblici, il D.M. n. 531/2018 non avrebbe avuto alcun effetto; esso sarebbe potuto comunque uscire contemporaneamente nelle sale e nei cinema.

25. Secondo quanto rilevato dalle associazioni di categorie sentite in audizione, per l'industria cinematografica italiana, questo D.M. rappresenta un giusto punto di equilibrio tra le diverse istanze, sostenendo la produzione e la distribuzione di *film* italiani e assicurando la tutela dei benefici/contributi pubblici nei prodotti cinematografici. Il D.M. non farebbe altro che recepire la prassi esistente, messa tuttavia in discussione dai nuovi operatori e specificatamente gli OTT.

In particolare, le associazioni di categorie hanno affermato che il vincolo della finestra cinematografica riguarda solo l'ambito ristretto delle opere cinematografiche di nazionalità italiana e, in ogni caso, non è obbligatorio, in quanto i produttori possono anche rinunciare a chiedere i contributi pubblici, potendo in tal caso distribuire l'opera contestualmente attraverso modalità diverse. Il vincolo della finestra cinematografica sarebbe, in altri termini, finalizzato ad evitare che le opere finanziate anche con i contributi pubblici per le opere cinematografiche siano oggetto di una strategia distributiva che privilegi, invece, altri canali, penalizzando così un settore fortemente in crisi e che risente negli anni di incassi decrescenti (vedi *infra*).

Inoltre, tale vincolo è comunque di breve durata, essendo di circa tre mesi, ed è coerente con l'esperienza di numerosi altri Stati membri tra cui Francia e Germania.

26. A ciò si aggiunga che le associazioni di categoria hanno sottolineato che il D.M. n. 531/2018 prevede una notevole flessibilità al sistema in ragione delle due eccezioni al vincolo delle finestre già precedentemente descritte, vale a dire l'eccezione per i *film* evento e per quelli che non raggiungano, entro le prime tre settimane, i 50.000 spettatori. Attraverso queste eccezioni, le piccole produzioni italiane, pur continuando a poter usufruire delle misure di sostegno di cui alla legge n. 220/2016, non devono sottostare alla finestra dei 105 giorni.

Infine, le Associazioni di categoria hanno evidenziato che l'applicazione del decreto è ancora in una fase sperimentale e l'industria si riserva di apprezzarne l'effetto concreto decorso un congruo periodo di tempo, pari a circa 12-18 mesi di effettiva operatività.

III.4 LA PRASSI DELLE FINESTRE DI PROGRAMMAZIONE E LE SUE PIÙ RECENTI EVOLUZIONI

27. Dalle informazioni fornite dai Distributori Nazionali nell'ambito della presente indagine risulta che le tipiche finestre di distribuzione sono sostanzialmente riconducibili a quattro macro aree sulla base dei mezzi di trasmissione, vale a dire la fruizione dell'opera nella sala cinematografica, attraverso l'*on line*, attraverso supporti fisici e attraverso la televisione. In particolare, secondo la prassi commerciale consolidatasi nel tempo, in ordine temporale, si susseguono le seguenti finestre:

- a. Sale cinematografiche;
- b. *Home entertainment* o *Home video*, che include sia l'*home entertainment* fisico (DVD e Blue Ray), sia la vendita elettronica ("*Electronic Sell Through*, EST");
- c. Video transazionale *on-demand* (T-VoD) e *pay-per-view* (PPV);
- d. Televisione a pagamento o in abbonamento *premium* (incluso il *Subscription Video on Demand* o S-VoD);
- e. Televisione in chiaro o non a pagamento (*Free TV*) o in abbonamento base;
- f. *Film* di catalogo (*library*) sfruttabili in vario modo.

28. La Tabella 1 che segue illustra, in maniera estremamente semplificata e indicativa, la sequenza tipica delle finestre di distribuzione delle opere cinematografiche (la durata tuttavia è quella tradizionalmente applicata prima del significativo sviluppo degli OTT):

- la finestra relativa alla proiezione nelle sale cinematografiche dura circa tre mesi. Tuttavia, vale notare che, malgrado la finestra abbia questa durata, l'effettiva programmazione del *film* in una singola sala cinematografica dura in media due settimane. Inoltre, come si evince dalla tabella sottostante, questa finestra è tipicamente esclusiva, vale a dire che l'opera non è fruibile al pubblico in altra modalità;
- la prima finestra successiva alla sala cinematografica è quella dell'*Home Video* che tipicamente prende inizio immediatamente

dopo il termine della precedente. È una finestra che comprende sia modalità di fruizione tramite supporto fisico (DVD e *Blue Ray*) sia *on line* (*Electronic Sell Through*, EST);

- successivamente, rileva la finestra della *Pay-per-view* (PPV) e del *Transactional Video on Demand* (T-VoD) che, in linea di massima, inizia dai 3 ai 6 mesi dopo l'uscita del *film* nelle sale cinematografiche;
- la finestra della *Pay TV* che è normalmente posizionata decorsi 6/9 o 10/12 mesi dopo l'uscita nei cinema³⁰ e può estendersi fino a 6 anni;
- la finestra della *Free Tv*, che si colloca circa dopo 24 mesi dall'uscita nelle sale cinematografiche;
- segue la finestra della *Subscription Video on Demand* (S-VoD), tipicamente collocata circa nel terzo anno dall'uscita del *film* nelle sale e mantenuta per periodi di tempo variabili;
- infine, esaurite le finestre precedenti, l'opera cinematografica entra nelle *library* ed è soggetta a utilizzazioni di diverso tipo.

Tabella 1 Finestre di programmazione

	Mesi														Anni						
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	2	3	4	5	6	7	
Cinema																					
Home video (DVD - Blue Ray)																					
Home video (Electronic Sell Through, EST)																					
Pay-per-view, Transactional Video on Demand																					
Pay TV																					
Free TV																					
S-VoD																					
Library																					
Note e fonti: la tabella non riporta i mesi dal 15° al 23° in quanto tipicamente le finestre continuano come i mesi precedenti																					
Elaborazione Agcm su dati dei distributori nazionali																					
Legenda:																					
Cinema		Le sfumature di colore indicano periodi temporali variabili, la possibilità che una finestra si estenda oltre il suo periodo usuale																			
On line																					
Physical media																					
TV																					
Altro																					

³⁰ Gli spazi temporali presentano valori diversi in considerazione del fatto che le opere cinematografiche straniere sono soggette a tempi più dilatati. Questo dipende dalla presenza di clausole contrattuali che, per esempio con riferimento alle opere americane, vietano l'uscita di un'opera in una certa finestra di programmazione prima che la stessa sia uscita nella corrispondente finestra di programmazione nel mercato americano.

29. Le finestre sopra indicate si possono distinguere a seconda del carattere esclusivo o meno rispetto alle altre modalità di fruizione. Tipicamente rivestono carattere di esclusiva la fruizione dell'opera nelle sale cinematografiche, nonché in televisione, sia a pagamento che *free*. Per contro, la T-VoD è di regola non in esclusiva, cosicché diversi operatori possano offrire il *film* in contemporanea, mentre la modalità *Subscription Video on Demand* può essere sia esclusiva che non esclusiva a seconda degli accordi.

In ogni caso, al più tardi dopo 4 o 5 anni dall'uscita al cinema, l'opera cinematografica può essere considerata come rientrante nelle *library* della società di distribuzione.

30. Andando più nel dettaglio delle singole finestre, la distribuzione nelle sale cinematografiche riveste un ruolo centrale nell'intera filiera della distribuzione giacché tale fase, in un tempo relativamente breve, assicura una porzione pari al 20% - 30% dei proventi complessivi dello sfruttamento dell'opera³¹. Inoltre, dal successo dei *film* al cinema dipende il valore dei diritti di sfruttamento nelle finestre successive, nel senso che tanto più il *film* riceve il gradimento del pubblico nelle sale e ottiene un *box office* rilevante, tanto più elevato è il valore dei diritti *home video*, televisivi e *internet*. In particolare, il fatturato realizzato dai *film* nelle sale cinematografiche viene di regola assunto a riferimento negli accordi per lo sfruttamento delle medesime opere negli altri *media*, nei quali funge da parametro per la valorizzazione dei corrispettivi (forfettari o minimi garantiti) per la cessione in licenza dei diritti³².

Tra le finestre di programmazione successive alla sala cinematografica hanno tradizionalmente ricoperto un ruolo di grande rilievo quelle relative allo sfruttamento dei diritti "lineari" *free-tv* e *pay-tv*, che interessano, per alcuni operatori, anche oltre il 50% dei ricavi complessivi³³.

31. Nel contesto sopra descritto, le recenti evoluzioni nell'offerta di contenuti a pagamento hanno determinato una redistribuzione nella creazione del valore lungo la filiera distributiva.

Infatti, le recenti evoluzioni nell'offerta di contenuti a pagamento dovute all'ingresso di nuovi importanti operatori internazionali, in particolare nella modalità S-VoD (Amazon), nonché alla recente prassi di questi ultimi di intervenire economicamente anche nella fase di produzione (Netflix), hanno avviato una profonda ridefinizione dell'intera filiera di produzione e distribuzione non priva di ricadute sull'implementazione del sistema della finestre.

³¹ Il noleggio corrisposto dalle sale cinematografiche in ogni settimana di programmazione è generalmente definito come percentuale degli incassi al botteghino generati dal *film*, secondo un principio di *revenue sharing* inteso a ripartire tra le controparti i rischi ed i proventi dell'opera. In aggiunta può essere previsto un minimo garantito per il produttore.

³² Ciò in genere avviene sulla base di cosiddetti *escalator* riferiti a determinati livelli di incassi e/o di presenze registrati dalle opere nelle sale cinematografiche dopo un certo periodo di tempo.

³³ Secondo quanto indicato dagli operatori, le percentuali secondo cui le diverse finestre contribuiscono alla valorizzazione di un'opera subiscono variazioni anche significative a seconda degli operatori, della tipologia e genere dell'opera cinematografica (finzione, documentari, ecc.), la classificazione del *film* come "blockbuster", gli autori e il *cast* nonché il *budget*.

32. In primo luogo, si assiste a un fenomeno di accorciamento delle finestre, in quanto si stanno infatti verificando casi sempre più ricorrenti di anticipo di alcune finestre distributive: in particolare in alcuni casi (soprattutto per i *film* di maggior successo) la finestra di sfruttamento T-VoD viene anticipata al momento immediatamente successivo alla conclusione del primo sfruttamento cinematografico, risultando di fatto allineata alla finestra dell'*home video* (ad esempio, supporti fisici); inoltre, alcune piattaforme che offrono servizi S-VoD sempre più spesso acquisiscono i diritti per sfruttare le opere in una finestra temporale compresa tra quella della *Pay-TV* e quella della *free TV*, con conseguente slittamento in avanti di quest'ultima che invece, tradizionalmente - come evidenziato nella tabella 1 - precedeva lo sfruttamento in modalità S-VoD. In alcuni casi, addirittura, le piattaforme S-VoD acquisiscono i diritti di sfruttamento a partire dal 13° mese successivo allo sfruttamento cinematografico, in tal modo sostituendosi completamente alle emittenti Pay TV nella prima finestra di sfruttamento a pagamento.

In secondo luogo, a fronte della crescita nella fruizione delle opera via *internet*, ossia attraverso i “*new media*” digitali (VoD, EST, T-VoD), si registra il calo del canale *Home Video* fisico (DVD, *Blue Ray*). In altri termini, mentre non sono certi gli effetti di sostituibilità tra la fruizione di un'opera al cinema e attraverso altre modalità, più marcato appare il fenomeno di cannibalizzazione del digitale a scapito dei supporti fisici.

33. L'ingresso degli OTT nella produzione di opere cinematografiche potrebbe tuttavia avere effetti di più ampia portata. Tale forma di integrazione, che appare rappresentare la risposta delle piattaforme *internet* alla difficoltà di accedere ai contenuti, per effetto dei contratti di distribuzione in esclusiva che legano la generalità dei produttori con i *broadcaster*, contribuisce infatti a ridefinire l'importanza relativa delle diverse modalità di sfruttamento dell'opera. Infatti per gli OTT, coerentemente con l'obiettivo di mantenere elevata l'attrattività della piattaforma *internet* per i relativi abbonati, è proprio tale finestra, più che la distribuzione nelle sale cinematografiche, ad assumere il ruolo centrale nello sfruttamento dell'opera.

In particolare, Netflix ha da ultimo adottato una strategia dirompente nei riguardi del tradizionale sistema delle finestre, distribuendo alcuni *film* di sua produzione contemporaneamente nelle sale cinematografiche e sulla propria piattaforma. Invero sembra doversi ritenere che tale strategia di distribuzione di un'opera mediante più canali nel medesimo giorno (cosiddetto *day&date*), che fino ad ora era stata sporadicamente introdotta in alcuni Paesi a titolo sperimentale, sia suscettibile di un utilizzo più sistematico da parte degli operatori della S-VoD che, come Netflix, adottano un modello di *business* incentrato sulla valorizzazione della piattaforma distributiva.

34. Peraltro, a detta della stessa Netflix, tra fruizione delle opere presso le sale cinematografiche e fruizione *on line* non appare sussistere un rapporto di sostituibilità così stretto da giustificare esigenze di tutela della prima. Infatti, studi internazionali mostrano come, a livello mondiale, tra il 2017 ed il 2018, a fronte di un sensibile incremento nelle sottoscrizioni di servizi *on line* (+27%), gli incassi al botteghino hanno mostrato una sostanziale tenuta (+1%)³⁴. Al contrario, tra la distribuzione presso la sala cinematografica e quella in *streaming* possono realizzarsi importanti sinergie, nella misura in cui entrambe possano beneficiare degli investimenti pubblicitari a sostegno dell'opera, come ad esempio è accaduto per il film “*Sulla mia pelle*”.

35. Tale restringimento dei tempi delle finestre di programmazione, ed in particolare l'avvicinamento alla sala cinematografica delle nuove modalità digitali di sfruttamento delle opere cinematografiche, sono fonte di nuove opportunità per il settore, ma anche di rischi, soprattutto per gli operatori tradizionali. Per un verso, infatti, l'anticipo della distribuzione delle opere in modalità *on demand* offre al pubblico l'opportunità di vedere il *film* poco dopo (e al limite contestualmente a) la sua uscita nelle sale cinematografiche, quando ancora l'interesse per quel prodotto è alto e, più in generale, la possibilità di accedere a contenuti maggiormente diversificati, resi disponibili attraverso una più ampia gamma di servizi rispetto a quelli precedentemente disponibili. L'accresciuta importanza di tale modalità di fruizione dell'opera, inoltre, garantisce ai produttori la possibilità di una diffusione estremamente capillare e tendenzialmente illimitata di opere presenti in catalogo, nonché la conquista di un pubblico più ampio (in particolare nella fascia dei giovani) e l'apertura ad una platea mondiale per la diffusione e la distribuzione di opere nazionali. Né devono trascurarsi gli effetti di contenimento dei rischi della pirateria, che generalmente sono tanto più elevati quanto più lungo è il periodo di latenza tra l'uscita del *film* al cinema e la disponibilità del contenuto *on demand*.

36. Per altro verso, tuttavia, gli operatori hanno espresso la preoccupazione che, mediante le descritte strategie distributive, gli operatori di dimensioni globali possano imporre la loro presenza a discapito di piccoli distributori, con possibili ricadute sul sistema produttivo nazionale, in termini di cultura e identità nazionale nonché di standardizzazione dei contenuti. Inoltre, per gli esercenti, il restringimento delle finestre, soprattutto se portato al fenomeno estremo del “*day&date*”, può determinare una ulteriore erosione dei propri introiti, con effetti particolarmente negativi su di un mercato già in decrescita; parimenti, lo sviluppo della fruizione *on line* corrisponde ad una significativa riduzione della fruizione delle opere attraverso i supporti fisici.

³⁴ Con specifico riferimento alla realtà nordamericana, hanno registrato un incremento sia le sottoscrizioni a servizi *on line* (+17%), sia gli incassi cinematografici (+5%). Cfr. “*018 Theme Report*”, disponibile al link <https://www.mpa.org/wp-content/uploads/2019/03/MPAATHEME-Report-2018.pdf>.

37. In una prospettiva più strettamente concorrenziale, si osserva che la crescente disponibilità di servizi *on demand*, unitamente al riavvicinamento dei tempi nei quali gli stessi sono fruibili, accresce le relazioni di sostituibilità tra prodotti tradizionalmente distinti (quali, in particolare, il *film* fruito in sala ed il *film* in *streaming*) rafforzando la potenzialità di esercitare una reciproca pressione competitiva. In questo senso vengono in rilievo le iniziative dei gestori cinematografici, in particolare di quelli che fanno capo ai principali circuiti nazionali, volte a valorizzare e diversificare l'esperienza del consumatore in sala - in termini di accoglienza, *comfort*, pulizia, qualità dell'audio e del video - rispetto alle altre modalità di fruizione.

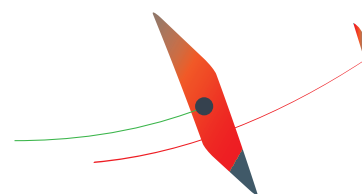
38. Deve inoltre positivamente considerarsi l'iniziativa di alcuni operatori tradizionali di potenziare la propria offerta di contenuti fruibili via *internet*, iniziativa suscettibile di accrescere la pressione competitiva nei confronti degli operatori OTT. Ad esempio alcuni dei maggiori produttori statunitensi hanno annunciato di voler lanciare proprie piattaforme in *streaming*, dichiaratamente intese come risposta competitiva nei confronti di Netflix.

39. Appare infine doverosi ricondurre alle accresciute possibilità di distribuzione dei contenuti a mezzo *internet* - favorita anche dalla crescente disponibilità di banda larga - la creazione di nuovi contenuti da parte degli operatori OTT che, nell'accrescere l'offerta, amplia le alternative di scelta per i consumatori. Ad esempio, secondo quanto richiamato da Netflix, il *film* "Roma", ad avviso dello stesso regista Cuaròn, difficilmente sarebbe stato realizzato senza gli investimenti di Netflix, in quanto il progetto non sembrava destinato ad avere successo in sala. Ciò si riallaccia alla già richiamata difficoltà di approvvigionamento dei contenuti da parte dei fornitori di servizi audiovisivi non verticalmente integrati.

40. In questa prospettiva, l'introduzione, per via normativa, di un limite alla libertà degli operatori OTT di gestire la distribuzione dei propri contenuti potrebbe rappresentare un disincentivo all'investimento nella produzione nazionale, la cui portata è da apprezzarsi anche alla luce degli obblighi di investimento (quote di produzione) a cui essi sono soggetti, peraltro più consistenti rispetto a quelli che gravano sugli operatori non lineari³⁵.

³⁵ Secondo quanto affermato da Netflix, la normativa sul cinema stabilisce che dal 1 luglio 2019 gli operatori non lineari dovranno investire perlomeno il 20%, contro il 10% degli operatori lineari e contro una quota media obbligatoria di investimenti in opere nazionali sensibilmente più bassa nel resto d'Europa. L'entità di queste quote è in corso di definizione in sede MIBAC.

Capitolo IV - I mercati rilevanti del settore della distribuzione cinematografica



41. Come rilevato nella precedente relazione, la filiera della distribuzione cinematografica si articola in distinte fasi ciascuna delle quali caratterizzata dalla interazione tra i diversi operatori. In particolare, la filiera della distribuzione dei *film* ha tre fasi:

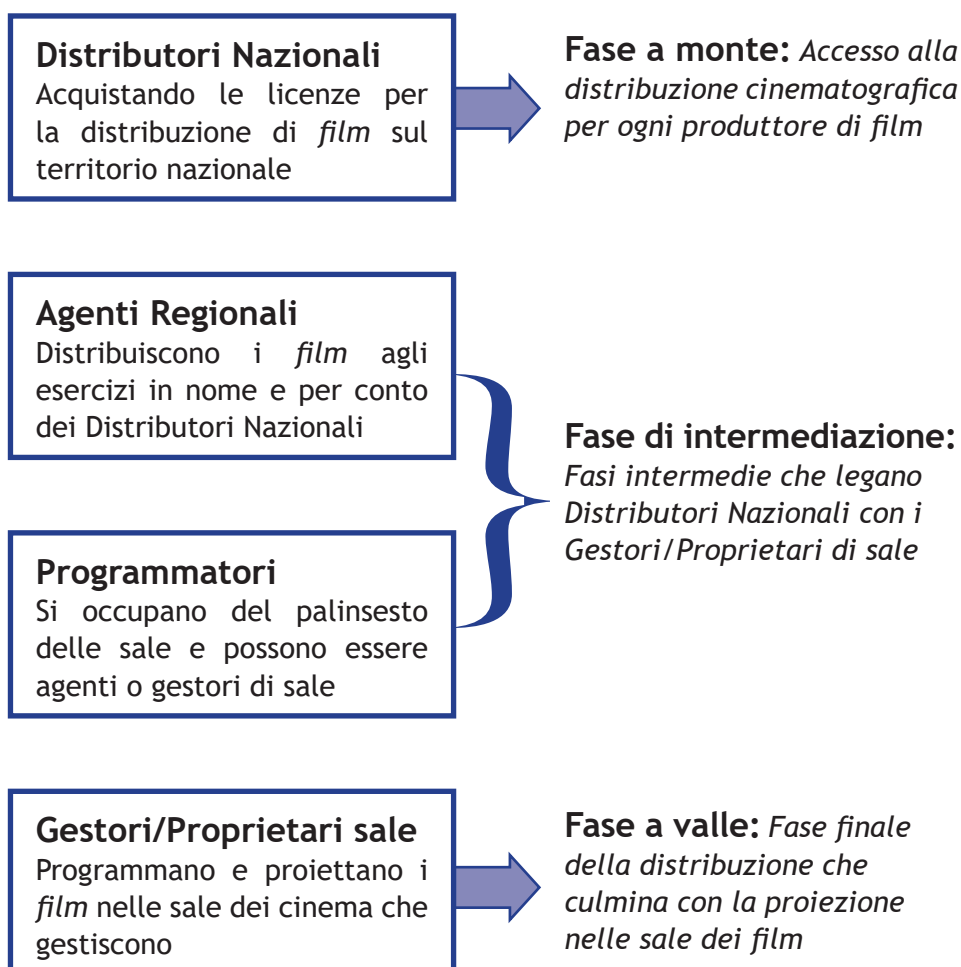
- (i) la fase a monte, all'interno della quale operano i Distributori Nazionali (di seguito anche "DN") e che rappresenta l'ingresso principale alla distribuzione cinematografica da parte dei produttori;
- (ii) la fase di distribuzione a livello locale, che si sostanzia nella intermediazione che collega i DN agli esercizi cinematografici, vale a dire i cinema, per il tramite di Agenti Regionali (di seguito anche "AR") e i Programmatori; e
- (iii) la fase a valle, che rappresenta la fase finale della filiera distributiva cinematografica in quanto termina con la proiezione nelle sale dei *film*, dietro corrispettivo del biglietto finale da parte del consumatore.

42. Le tre fasi sopra richiamate rappresentano altrettanti mercati rilevanti così indicati:

- il mercato della distribuzione nazionale, avente dimensione geografica nazionale;
- il mercato della distribuzione locale, avente dimensione geografica per regioni e macro-regioni;
- il mercato della proiezione cinematografica nelle sale, avente dimensione geografica locale.

43. La **Figura 1** di seguito descrive in maniera sintetica le principali fasi e le attività prevalenti svolte dagli operatori attivi sulla filiera distributiva.

Figura 1: Filiera della distribuzione cinematografica



IV.1 IL MERCATO DELLA DISTRIBUZIONE NAZIONALE

44. I distributori nazionali, oltre ai *film* di propria produzione, acquistano tramite contratti di distribuzione, negoziati annualmente sulla base delle caratteristiche del singolo *film*, le licenze per distribuire i *film* prodotti da terzi su tutto il territorio nazionale.

Da un punto di vista merceologico si può definire un mercato dei DN ampio che riguarda la distribuzione dei prodotti cinematografici in generale e nel cui ambito rientrano, come già rilevato nella relazione 2017, due principali segmenti, vale a dire i *film* commerciali e quelli *d'essai*³⁶. Il mercato geografico dei DN ha dimensione nazionale in quanto i DN distribuiscono i *film* su tutto il territorio italiano, sulla base di politiche commerciali definite a livello nazionale.

³⁶ Il termine cinema *d'essai* viene utilizzato in Italia per riferirsi a tutte quelle sale cinematografiche le cui scelte di cartellone si basano sulla qualità artistica e su *film* di interesse culturale.

45. Dal lato della domanda, su tale mercato sono attivi principalmente i c.d. clienti direzionali vale a dire i circuiti di cinema attivi a livello nazionale come ad esempio The Space, UCI e Circuito Cinema. A questi si affiancano i Distributori Locali (di seguito anche “DL”)³⁷, i quali distribuiscono a livello regionale o pluriregionale, tramite mandato esclusivo conferito dai DN, i *film* agli esercizi cinematografici indipendenti dai circuiti.

La seguente **Tabella 2** mostra, in termini di incassi e di presenze, il peso - a livello nazionale nel biennio 2017-2018 - detenuto dai clienti direzionali, vale a dire i circuiti cinema, e quello dell’insieme degli esercizi indipendenti. A ciò si deve aggiungere che in questo stesso biennio sono diminuiti i nuovi *film* distribuiti nelle sale: mentre nel 2017, erano 535, nel 2018 sono stati distribuiti 528 *film*³⁸.

Dalla **Tabella 2**, in particolare, si può evincere che:

- in termini assoluti, tra il 2017 e il 2018, gli incassi dell’industria cinematografica e le presenze dei cinema continuano a mostrare un *trend* negativo, già rilevato anche nella precedente relazione annuale dell’Autorità, con una contrazione pari circa al 5% in termini di incassi e a circa il 7% in termini di presenze;
- in questo biennio, risulta tuttavia relativamente stabile la ripartizione del settore tra il sistema dei circuiti cinematografici³⁹ e quello dei cinema indipendenti: il circuito dei cinema vale circa il 76% del mercato in termini di incassi e circa il 74% in termini di presenze, mentre all’insieme dei cinema indipendenti è riconducibile rispettivamente il 24% e 26% del mercato;
- in questo biennio, nell’ambito dei circuiti cinema, i primi 10 circuiti assorbono, sia in termini di incassi che di presenze, oltre il 50% dell’intero mercato pur subendo anch’essi un leggero decremento.

³⁷ I distributori locali sono principalmente gli Agenti Regionali richiamati anche oltre nel testo.

³⁸ Dato tratto da “*I dati del Mercato Cinematografico 2018*”, dati Cinetel, presentati nel comunicato stampa ANEC, ANEM e ANICA.

³⁹ Nella tabella riporta nel testo nella categoria dei circuiti cinema sono ricompresi sia i circuiti proprietari, le cui sale cinematografiche sono riconducibili allo stesso soggetto proprietario, sia i circuiti nell’ambito dei quali le sale cinematografiche sono riconducibili a soggetti proprietari diversi ma la cui programmazione è gestita in termini unitari. Nel panorama dei circuiti, una posizione peculiare occupa il consorzio UniCi (Unione Cinema) che gestisce per i cinema consorziati alcune funzioni commerciali ma non le funzioni di programmazione; in altri termini i consorziati UniCi agiscono, sotto questo profilo, come esercizi indipendenti che si interfacciano singolarmente con gli AR. Il consorzio UniCi pertanto non figura nella tabella nel testo. Questo Consorzio, che rappresenta circa il 15% del mercato, ha la finalità di gestire, tra l’altro, in forma centralizzata gli acquisti materiali *extra film* e il coordinamento/organizzazione delle campagne *marketing* con le case di distribuzione per il lancio dei singoli *film*.

Tabella 2: 2017-2018 - Quote clienti direzionali a livello nazionale ed esercizi indipendenti

	2017				2018			
	Fatturato mln€	QdM	Presenze	QdM	Fatturato mln€	QdM	Presenze	QdM
Circuiti Cinema								
Uci Cinemas	125.256.158	21,43%	18.821.722	20,40%	115.423.202	20,77%	16.913.072	19,68%
The Space Cinema	110.701.603	18,94%	16.049.835	17,40%	101.157.359	18,20%	15.093.748	17,56%
Circuito Cinema	18.275.195	3,13%	3.142.870	3,41%	18.849.983	3,39%	3.091.495	3,60%
Gruppo Ferrero	12.722.423	2,18%	1.957.840	2,12%	12.383.729	2,23%	1.871.576	2,18%
Quillieri	12.576.035	2,15%	1.638.621	1,78%	12.155.006	2,19%	1.521.826	1,77%
Cinelandia	9.930.261	1,70%	1.684.319	1,83%	9.833.746	1,77%	1.585.224	1,84%
Giometti	9.362.870	1,60%	1.461.553	1,58%	9.030.700	1,63%	1.376.165	1,60%
Della Casa	9.565.570	1,64%	1.391.074	1,51%	8.651.234	1,56%	1.215.007	1,41%
Starplex	9.075.315	1,55%	1.546.453	1,68%	8.367.481	1,51%	1.332.740	1,55%
Malucelli	-	-	-	-	7.800.913	1,40%	1.125.917	1,31%
Gruppo Stella	8.584.139	1,47%	1.599.004	1,73%	-	-	-	-
Totale Top Ten	326.049.569	55,79%	49.293.291	53,44%	303.653.353	54,65%	45.126.770	52,50%
Altri	117.052.116	20,01%	18.122.325	19,63%	117.594.676	21,16%	18.298.749	21,31%
Totale circuiti cinema	443.101.685	75,80%	67.415.616	73,07%	421.248.029	75,81%	63.425.519	73,81%
Totale Esercizi indipendenti	141.453.256	24,20%	24.848.543	26,93%	134.420.245	24,19%	22.510.724	26,19%
Totale esercizi cinematografici	584.554.941	100%	92.264.159	100%	555.668.274	100%	85.936.243	100%

Note e fonti:

*L'operatore Malucelli non è presente nella top ten relativa all'anno 2017

**L'operatore Gruppo Stella non è presente nella top ten relativa all'anno 2018

Elaborazioni Agcm su dati Cinetel e ANEM

46. Dal lato dell'offerta, i DN attivi sul mercato possono essere suddivisi in tre principali tipologie di operatori:

- (i) *Branch* Italiane di *Major* statunitensi, quali Warner Bros, 20th Century Fox, Universal e The World Disney Company;
- (ii) Distributori non indipendenti, vale a dire operatori che hanno legami verticali con i *broadcaster*. In questa categoria rientrano i seguenti operatori: 01Distribution (Gruppo Rai), Medusa Film (Gruppo Fininvest) e la Vision Distribution (Gruppo Sky⁴⁰);
- (iii) Distributori indipendenti, nel cui ambito rientrano Lucky Red Distribuzione, Notorious Pictures, Leone Film Group, VideA, Good Films, Koch Media, BIM, M2Pictures, Cinema S.r.l. e Adler Entertainment.

⁴⁰ Vision Distribution è la società di distribuzione cinematografica nata nel dicembre 2016 dall'accordo del gruppo Sky Italia con cinque case di produzione indipendenti italiane: Cattleya, Wildside, Lucisano Media Group, Palomar e Indiana Production.

47. La **Tabella 3**, di seguito, mostra, per il 2017⁴¹ le quote di mercato dei DN attivi sul territorio italiano espresse in percentuale di presenze nelle sale cinematografiche e in percentuale di incassi al botteghino (di seguito anche “*box office*”) registrati dai *film* proiettati dai DN nelle sale cinematografiche in Italia. La Tabella mostra, inoltre, l’andamento delle quote di mercato dei DN espresse in percentuale di incassi al botteghino dal 2015. Si segnala che nella tabella che segue Walt Disney e 20th Century Fox figurano come distributori nazionali appartenenti a imprese tra loro indipendenti, ma, come noto, questi due operatori sono stati oggetto di un’operazione di concentrazione autorizzata dalla Commissione europea a fine 2018⁴².

Tabella 3: Quote di mercato DN 2017 e andamento dal 2015

Distributore Nazionale	2017				2016	2015
	Incassi in €	% incasso sul tot.	Presenze	% presenze sul tot.	% incassi	% incassi
Warner Bros Italia S.p.A.	115.652.164	19,78	17.864.569	19,36	↑ 18,66	↑ 15,28
Universal S.r.l.	108.238.076	18,52	16.668.125	18,07	↑ 11,69	↓ 21,91
Walt Disney S.M.P. Italia	81.934.019	14,02	12.288.381	13,32	↑ 13,72	↓ 15,20
20th Century Fox Italia S.p.A.	57.312.954	9,8	8.968.414	9,72	↓ 10,41	↑ 9,29
01 Distribution	56.610.020	9,68	9.411.841	10,20	↑ 7,94	↓ 10,95
Medusa Film S.p.A.	33.746.336	5,77	5.624.463	6,10	↓ 15,82	↑ 6,00
Lucky Red Distrib.	25.895.578	4,43	4.364.849	4,73	↓ 5,48	↑ 4,23
Eagle Pictures S.p.A.	24.756.869	4,24	4.087.029	4,43	↑ 3,87	↑ 2,61
Videa S.p.A.	11.091.705	1,9	1.908.328	2,07	↑ 0,64	↓ 2,05
Notorius Pict. S.p.A.	11.061.415	1,89	1.831.415	1,98	↑ 1,57	↓ 2,63
Nexo Digital S.p.A.	6.841.975	1,17	685.040	0,74	↑ 0,85	↓ 0,87
Koch Media S.r.l.	6.243.620	1,07	1.001.159	1,09	↑ 0,96	↓ 1,42
M2 Pictures S.r.l.	6.117.796	1,05	985.663	1,07	↓ 1,44	↑ 0,94
Adler Entertainment S.r.l.	5.270.408	0,9	874.355	0,95	↑ 0,40	↓ 1,07
Vision Distribution	5.259.994	0,9	780.425	0,85	=	=
BIM Distrib. S.r.l.	4.661.322	0,8	853.614	0,93	↓ 1,74	↑ 1,35
Cinema S.r.l.	4.331.618	0,74	786.897	0,85	↑ 0,61	↑ 0,27
Teodora Film S.r.l.	2.035.611	0,35	358.086	0,39	↓ 0,36	↓ 0,57
Adler/Nexo Digital	1.877.920	0,32	213.441	0,23	=	=
Good Films	1.570.377	0,27	360.563	0,39	↓ 0,78	↑ 0,64

Note e fonti:

Elaborazione Agcm su dati Cinetel 2017, 2016 e 2015

⁴¹ I dati sono stati acquisiti nel corso del 2018 e pertanto sono aggiornati sino al 2017.

⁴² Cfr. la concentrazione esaminata dalla Commissione europea M8785 - *The Walt Disney Company/Twenty-First Century Fox* autorizzata con condizioni in data 6 novembre 2018.

48. Come si evince dalla **Tabella 3**, le quote di mercato dei DN oscillano di anno in anno in relazione al successo dei prodotti cinematografici distribuiti. In particolare, si rileva che nel 2017 i primi quattro operatori sono tutti DN rientranti nella categoria delle filiali di *Major* statunitensi, mentre nel 2016 il secondo DN era Medusa, che, nel 2017, riveste la posizione di sesto operatore in termini di incassi. Nel 2017, 01 Distribution è il quinto operatore, in crescita rispetto all'anno precedente.

Più nel dettaglio, come dimostrano i dati riportati nella successiva **Tabella 4** e riferiti al triennio 2015-2017, la quota aggregata delle *Major* statunitensi è sempre stata maggiore del 50% del mercato complessivo, arrivando, nel 2017, a superare il 62% con un aumento, rispetto all'anno 2016, quasi dell'8% (nel 2016, il dato riferito alle quattro *Major* indicava una quota di mercato complessiva del 54,48%). Si evidenzia che questo aumento appare del tutto speculare all'andamento del totale degli incassi riferiti ai DN italiani che si è ridotto di circa 8%, passando dal 38,61% registrato nel 2016 al 30,17% rilevato per l'anno 2017.

Il totale degli incassi riferiti al complesso dei DN esteri, quindi considerando anche altri DN esteri diversi dalle *Major* americane, ha, nel 2017, superato il 67%, rispetto al 59% circa evidenziato nel 2016. I dati appena riferiti sono aggiornati all'anno 2017 e dai primi dati disponibili per il 2018 il *trend* negativo per gli incassi del cinema italiano sembrerebbe avere avuto un'inversione, essendo, nel 2018, aumentata la quota di mercato, in termini di incassi, riconducibile alle produzioni nazionali ed avendo specularmente subito un calo il *box office* del cinema statunitense⁴³.

Tabella 4: Andamento quote di mercato 2015-2017

	01 e Medusa		Altre italiane		Totale Italia		4 Major USA		Altre estero		Totale estero	
	[A]		[B]				[C]		[D]			
Anni	Incassi in %	Ingressi in %	Incassi in %	Ingressi in %	Incassi in %	Ingressi in %	Incassi in %	Ingressi in %	Incassi in %	Ingressi in %	Incassi in %	Ingressi in %
2015	16,95	17,40	15,56	16,29	32,51	33,69	61,68	60,04	4,03	4,29	65,71	64,33
2016	23,76	23,33	14,85	15,80	38,61	39,13	54,48	53,68	4,83	4,97	59,31	58,65
2017	15,45	16,30	14,72	15,18	30,17	31,48	62,12	60,47	5,31	5,52	67,43	65,99

Note e fonti:

Elaborazione Agcm su dati Cinetel dal 2015 al 2017

[A] DN non indipendenti, 01 Distribution (Gruppo Rai) e Medusa Film (Gruppo Fininvest)

[B] Figurano tra le prime venti case di distribuzione le italiane Lucky Red Distrib., Notorius Pict., Videa, BIM Distrib., Adler Entertainment, M2 Pictures, Nexo Digital, Microcinema, Good Films, Teodora Film, Academy Two Distr., Cinema

[C] Le filiali degli *studios* USA sono Universal, Warner Bros, Walt Disney e 20th Century Fox

[D] Solo altre due società estere compaiono annualmente tra le prime venti case distributive: Eagle Pictures e Koch Media

⁴³ In base a "I dati del Mercato Cinematografico 2018", dati Cinetel, presentati nel comunicato stampa ANEC, ANEM e ANICA, la quota del cinema statunitense sarebbe nel 2018 sceso al 60% circa mentre il *box office* delle produzioni italiane rappresenterebbe oltre il 23% del totale.

49. Inoltre, la **Tabella 5** di seguito riportata mostra che gli indici di concentrazione CR4 e HHI del mercato della distribuzione nazionale indicano, per il 2017, una maggiore concentrazione rispetto all'anno 2016, con un aumento del CR4 di circa due punti percentuali. Dai dati qui esposti, si evince che il mercato è caratterizzato da una forte polarizzazione sui primi quattro operatori e dalla presenza di una molteplicità di operatori di minori dimensioni. Detta polarizzazione non potrà che risultare accentuata allorché si prenderanno in considerazione gli effetti sugli indici di concentrazione dell'operazione The Walt Disney Company/Twenty-First Century Fox.

Tabella 5: Indici concentrazione CR4 e HHI del mercato della DN

	2017	2016	2015
CR4	62,12	59,89	63,34
HHI	1205	1151	1231

Note e fonti:
Elaborazioni Agcm su dati Cinetel

50. L'indagine svolta ha permesso di confermare, come già rilevato nella precedente relazione per l'anno 2017, l'esistenza delle seguenti barriere all'entrata:

- i) la disponibilità di licenze per la distribuzione di prodotti cinematografici di richiamo, in quanto questo è un fattore determinante per l'ingresso sul mercato;
- ii) l'integrazione verticale tra gli operatori che operano a livelli diversi della filiera. In particolare, molti DN sono integrati a monte nella fase di produzione (v. anche *infra*) e la distribuzione riguarda lo sfruttamento cinematografico e anche lo sfruttamento dei *film* nelle finestre successive a quelle cinematografiche. In particolare, l'industria cinematografica è caratterizzata da economie di scopo, che si risolvono in barriere all'entrata, poiché lo sfruttamento dei diritti dei *film* nelle finestre di programmazione successive consente di recuperare gli elevati costi sostenuti per la produzione e la distribuzione dei prodotti cinematografici.

51. I principali costi sostenuti dai Distributori Nazionali possono essere riassunti nella formula "*Print and Advertisement*". Essi comprendono gli investimenti per la duplicazione e spedizione delle copie per il lancio del *film*. L'avvento della digitalizzazione ha drasticamente ridotto il costo legato alla duplicazione dei *film*. Rientrano in questa categoria anche i costi sostenuti per le *Virtual Print Fee* (VPF), ossia il contributo versato dal DN all'esercente per sostenere il suo investimento iniziale per la digitalizzazione degli schermi. I costi di *marketing*, ossia quelli relativi alla promozione dei *film*, sono quelli

che più impattano sui bilanci dei DN e possono avere forme e modalità diverse (*trailer*, *banner*, pubblicità televisive). Tra i costi rientrano anche le attività di doppiaggio, il pagamento delle *royalty* ai licenzianti e le commissioni agli agenti. Le uniche voci di ricavo, invece, derivano dagli incassi al botteghino, una percentuale dei quali spetta appunto al distributore.

IV.2 IL MERCATO DELLA DISTRIBUZIONE LOCALE

52. Il mercato della Distribuzione Locale (di seguito anche “DL”) rappresenta la fase della filiera dell’industria cinematografica che intermedia i prodotti tra i DN e gli esercizi cinematografici. Tale attività di intermediazione è svolta dagli Agenti Regionali (AR) che rappresentano, in questo mercato, il lato dell’offerta. Si sottolinea, come già precedentemente rilevato, che gli AR svolgono l’attività di intermediazione per la distribuzione dei prodotti cinematografici per i c.d. esercizi indipendenti, non riconducibili ai circuiti cinema; questi ultimi sono i c.d. clienti direzionali che hanno un rapporto diretto con i DN. Come emerso dall’indagine svolta e dai dati di cui alla precedente **Tabella 2**, questa attività di intermediazione degli AR nei confronti degli esercizi indipendenti interessa, nel biennio 2017-2018, circa il 24% degli incassi dei prodotti cinematografici.

53. Gli AR agiscono per conto dei DN sulla base di un rapporto di mandato. In particolare, i DN indicano agli AR, attraverso apposite Linee Guida, elementi essenziali della strategia di distribuzione del prodotto cinematografico quali la durata della programmazione, il numero di copie su scala nazionale e per singola agenzia. A loro volta gli AR, sulla base di queste Linee Guida, definiscono il piano di uscita che individua le città e le sale cinematografiche nelle quali fare uscire il *film* nella prima settimana e nelle successive.

La principale fonte di ricavo per gli AR è costituita dalle provvigioni sugli incassi derivanti dalla distribuzione cinematografica che oscilla, in linea di massima, tra il 3% ed il 10% del fatturato⁴⁴.

54. L’indagine svolta per l’anno 2018 ha confermato le due principali caratteristiche dei rapporti DN/AR già rilevate per l’anno precedente, vale a dire, da un lato, l’attribuzione di un mandato in esclusiva in favore degli AR con riferimento a specifiche aree geografiche solitamente coincidenti con

⁴⁴ Cfr. la relazione annuale per l’anno 2017, ove era stato rilevato il *range* sopra riportato e la circostanza che le provvigioni degli AR sono calcolate sugli incassi realizzati al *box office*, vale a dire il totale delle somme incassate dall’esercente in relazione all’ammissione in sala dello spettatore per la visione del *film*.

una o più regioni; dall'altro, che gli AR, nelle regioni in cui operano, sono plurimandatari, rappresentando, in genere, più di un DN; in altri termini, gli AR non sono tipicamente vincolati da clausole di esclusiva nei confronti dei DN.

55. Gli AR operano tipicamente a livello regionale nelle 12 macroregioni (Campania, Emilia Romagna, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Piemonte, Puglia, Sardegna, Sicilia, Toscana, Veneto) che corrispondono alle 12 città c.d. "capozona" della distribuzione cinematografica precedentemente individuate dall'art. 26 del d.lgs. 22 gennaio 2004, n. 28,⁴⁵ vale a dire: Ancona, Bari, Bologna, Cagliari, Catania, Firenze, Genova, Milano, Napoli, Padova, Roma, Torino.

Non sono reperibili dati aggiornati sulle quote di mercato degli AR e la **Tabella 6** che segue riporta la ripartizione degli incassi e delle presenze dei prodotti cinematografici distribuiti nel 2017 in base alle 12 regioni dove sono situate le 12 città "capozona" e alle quali sono ricondotti, in una logica di contiguità territoriale, anche gli incassi delle 8 regioni non indicate⁴⁶; in quest'ambito, la Lombardia è la regione che attrae la percentuale più elevata di incassi, pari al 20%.

Tabella 6: Ripartizione geografica degli incassi - 2017

2017				
Agenzia	Incassi €	QdM	Presenze	QdM
LOMBARDIA	118.684.205	20%	17.239.895	19%
LAZIO	90.282.706	15%	14.076.614	15%
VENETO	68.084.216	12%	10.685.923	12%
EMILIA ROMAGNA	60.411.605	10%	9.164.684	10%
CAMPANIA	45.930.664	8%	7.772.601	8%
PIEMONTE	44.663.899	8%	7.210.607	8%
TOSCANA	40.838.037	7%	6.189.580	7%
PUGLIA	30.735.748	5%	5.384.318	6%
SICILIA	30.066.375	5%	5.541.717	6%
MARCHE	26.813.218	5%	4.559.582	5%
LIGURIA	17.944.270	3%	2.767.006	3%
SARDEGNA	10.099.999	2%	1.671.632	2%
Totale	584.554.941	100%	92.264.159	100%

Fonti:
Elaborazioni Agcm su dati Cinetel

⁴⁵ Il d.lgs. 28/2004 *Riforma della disciplina in materia di attività cinematografiche, a norma dell'articolo 10 della L. 6 luglio 2002, n. 137* è stato successivamente abrogato dalla legge n. 220/2016.

⁴⁶ Vale a dire, Abruzzo, Basilicata, Calabria, Molise, Friuli-Venezia Giulia, Trentino Alto-Adige, Valle d'Aosta, Umbria.

56. Più nel dettaglio, sulla presenza degli AR nelle singole regioni, dall'indagine svolta emerge, con riferimento a nove delle regioni sopra riportate, quanto segue:

- in Lazio sono attivi sette AR⁴⁷;
- in Emilia Romagna operano tre AR tutti aventi sede in Bologna;
- in Campania sono attivi quattro AR;
- in Piemonte operano sei agenzie aventi sede a Torino e coprono anche la regione Valle d'Aosta;
- in Toscana sono attivi due AR⁴⁸;
- in Puglia sono attivi due AR di cui uno con sede in Bari e l'altro avente la sede principale in Ancona dove opera anche per la distribuzione nel territorio delle Marche. Gli AR attivi in questa regione gestiscono anche la distribuzione dei prodotti cinematografici in Basilicata;
- nelle Marche operano invece quattro AR aventi sede in Ancona e altre cinque agenzie aventi sede in altre città (ad esempio, Bologna e Roma). Gli AR attivi in questa regione gestiscono anche la distribuzione dei prodotti cinematografici in Abruzzo e Molise;
- in Liguria operano sette AR di cui due aventi sede a Genova e gli altri cinque aventi sedi nelle città capozona di Torino e Milano e
- in Sardegna operano due agenzie di noleggio.

57. Da quanto appena esposto, si evince che nelle principali regioni sono attivi almeno due AR ma il numero tende a crescere nelle regioni dove si concentrano i maggiori incassi. Inoltre, quasi tutti gli AR sono plurimandatari e, come sarà meglio approfondito *infra*, gli AR si caratterizzano per legami personali e/o strutturali sia con le imprese a monte della filiera (i DN e le case di produzione di *film*) sia con le imprese a valle, vale a dire i circuiti cinema e gli esercizi cinematografici estranei ai grandi circuiti.

Non si rileva l'esistenza di barriere all'entrata nel mercato della distribuzione locale di natura economica quanto piuttosto rilevano le c.d. "barriere relazionali", essendo necessaria un'approfondita conoscenza del territorio e i rapporti esistenti con gli esercenti.

⁴⁷ Le informazioni acquisite non specificano la città in cui gli AR hanno la sede.

⁴⁸ Le informazioni acquisite non specificano la città in cui gli AR hanno la sede.

IV.3 IL MERCATO DELLA PROIEZIONE CINEMATOGRAFICA NELLE SALE

58. Il mercato della proiezione cinematografica nelle sale riflette l'ultima fase della filiera distributiva dell'industria cinematografica, ove sono attivi gli esercizi cinematografici che svolgono attività di proiezione dei *film* in sala destinata a un pubblico pagante. Ad oggi, nell'ambito della distribuzione cinematografica nelle sale non rilevano ulteriori distinzioni in ragione della tipologia di prodotto cinematografico⁴⁹ e/o tipologia di sala; in altri termini, il mercato è unico e include la proiezione, in sala e dietro pagamento, di prodotti cinematografici di ogni genere⁵⁰. Da un punto di vista geografico, il mercato della proiezione cinematografica nelle sale ha dimensione locale, in considerazione della ridotta distanza che il consumatore è disposto a percorrere per assistere alla proiezione di un *film*. Secondo la prassi dell'Autorità⁵¹ e della Commissione Europea⁵², ciascuna sala cinematografica può ritenersi in concorrenza con tutte quelle localizzate entro un raggio di ampiezza pari a 30 minuti di percorso in automobile.

59. Dal lato dell'offerta, gli esercizi cinematografici si distinguono per dimensione – mono sala, multisala (fino a 7 sale) e *multiplex* (più di 7 sale) - e/o per tipologia di *film* proiettati – i cinema *d'essai* e altri, come tipicamente i cinema multisala o i *multiplex*, incentrata sulla programmazione di *film* commerciali (es. *blockbusters*). Le caratteristiche degli esercizi commerciali incidono sull'articolazione del piano d'uscita del singolo prodotto cinematografico definito dai DN e gli AR⁵³.

60. Sulla base dei dati Cinetel, come riassunto nella seguente **Tabella 7**, si rileva che il dato complessivo del numero dei cinema dal 2016 al 2018 è complessivamente cresciuto anche se in misura marginale, da 1203 a 1205, e il *trend* positivo di crescita ha interessato gli esercenti con più sale.

⁴⁹ Il prodotto cinematografico non è omogeneo in quanto i *film* si differenziano per il contenuto (i.e. trama, attori, registi e sceneggiatori) e le caratteristiche di intrattenimento del pubblico (i.e. genere comico, drammatico e horror).

⁵⁰ Si veda la Relazione 2017.

⁵¹ Cfr. C9160 - Medusa Film/Ramo d'Azienda di Immobiliare Lambro, provv. 18210 in Boll. 13/08 e C10100 - Capitolosette/Medusa Cinema-Medusa Multicinema-Ramo d'azienda di Warner Village Cinemas, provv. n. 19995 in Boll. n. 24/09.

⁵² La Commissione Europea ha definito la dimensione geografica attraverso l'utilizzo delle zone isocrone nei casi M.8431 - OMERS/AIMCo/Vue/Dalian Wanda Group/UCI Italia/JV, §24, p. 5; M.6977 - OMERS/AIMCo/Vue, §10, p. 3; M.5076 - Odeon/Cineworld/CSA JV, §12, p. 4, M.8177 AMC (UK) Acquisition Limited's acquisition of Odeon and UCI Cinemas Holdings Limited, §20, p. 4.

⁵³ Ad esempio, le Major statunitensi hanno maggior incentivo a distribuire i propri *blockbusters* nei *multiplex*, i quali, grazie all'ampia varietà dei servizi offerti (i.e. parcheggio e *social networks*) rispetto ad altri cinema, sono maggiormente frequentati da giovani, che rappresentano il pubblico che generalmente più apprezza questo genere di *film*. Si veda la Relazione 2017.

Nello stesso triennio 2016-2018, il dato complessivo dei cinema mono sala è diminuito di due esercizi, calando da 659 a 657; tuttavia, la flessione dei cinema mono sala si è avuta dal 2016 al 2017, mentre nel 2018 si è registrata una leggera crescita di questa tipologia di cinema che da 652 esercizi sono risalti a 657.

Tabella 7: Evoluzione numero di sale dal 2016 al 2018

n. schermi	2016		2017		2018	
	<i>cinema</i>	<i>sale</i>	<i>cinema</i>	<i>sale</i>	<i>cinema</i>	<i>sale</i>
1	659	659	652	652	657	657
2-4	310	827	313	841	306	825
5-7	106	630	112	667	112	670
> 7	128	1.328	130	1.354	130	1353
totale	1.203	3.444	1.207	3.514	1205	3505

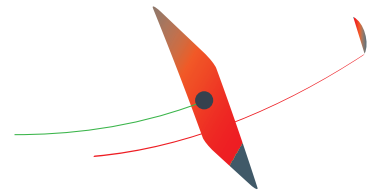
Note e fonti:
Elaborazioni Agcm su dati Cinetel

61. Come già rilevato per l'anno 2017, l'indagine svolta non ha consentito di calcolare le quote di mercato e il grado di concentrazione dei mercati locali della proiezione cinematografica nelle sale.

Non avendo la disponibilità di dati a livello locale, si sottolinea che a livello nazionale i circuiti cinema assorbono quasi il 76% degli incassi mentre gli esercenti indipendenti detengono complessivamente il 24%; i circuiti di cinema hanno pertanto una posizione preponderante a livello nazionale, che si riflette nella realtà dei mercati locali dove gli esercenti in generale e soprattutto quelli di minor dimensioni lamentano un grave stato di crisi e la difficoltà di offrire una modalità di fruizione delle opere appetibile anche per il pubblico più giovane, soprattutto per i nativi digitali.

Tuttavia, rileva osservare che i singoli mercati locali non risultano caratterizzati da significative barriere all'ingresso in termini di costi di gestione, mentre potrebbero porsi criticità in termini di barriere legali nell'apertura di nuove sale cinematografiche. Al riguardo, le barriere legali lamentate dagli esercenti riguardano non solo le procedure amministrative relative all'attività cinematografica e alla costruzione/ristrutturazione dei locali, ma anche per le attività di somministrazione annesse a quella cinematografica.

Capitolo V - I rapporti strutturali, personali e contrattuali fra operatori



62. Nella presente sezione verrà brevemente esaminata la natura dei rapporti fra le imprese attive nelle diverse fasi della filiera dell'industria cinematografica. In quest'ambito, rilevano:




















- rapporti di natura strutturale che danno luogo a gruppi verticalmente integrati;
- legami personali (legami familiari e gli *interlocking directorates*);
- le relazioni di natura contrattuale tra i produttori di opere cinematografiche e i DN, tra questi e gli AR e i clienti direzionali, e, infine tra gli AR e gli esercizi cinematografici indipendenti.

63. Con riferimento a quindici regioni, l'esistenza di rapporti tra operatori di natura strutturale e/o di natura personale sono sintetizzati nella seguente **Tabella 8** che prende in considerazione i rapporti orizzontali esistenti tra gli AR attivi in una medesima area geografica e i rapporti verticali esistenti tra operatori attivi in fasi diverse della filiera distributiva (DN, AR e gli esercenti cinematografici, siano essi i circuiti cinematografici o esercenti indipendenti).

Dalla **Tabella 8** si evince che in maniera ricorrente intercorrono legami strutturali e personali tra gli AR e i singoli esercenti, vale a dire tra operatori attivi in fase diverse della filiera (rapporti verticali).


In particolare, in base alle informazioni ricevute dai vari ANEC: in Abruzzo e Molise, una sola famiglia è titolare sia di un AR che di una multisala, intermediando quindi, per conto delle case di distribuzione, sia la proiezione dei *film* nel cinema interessato dai rapporti strutturali e personali, sia la proiezione dei *film* nelle sale concorrenti; in Campania, i due maggiori AR sono partecipati dalla stessa famiglia che sarebbe anche proprietaria di diversi esercizi cinematografici e di un circuito di cinema; in Emilia Romagna, gli esercenti e i circuiti cinema sono oggetto di controllo o partecipazione da parte degli AR; in Lombardia, si registrano rapporti orizzontali tra almeno due AR riconducibili alla stessa persona fisica; in Piemonte, gli AR sono oggetto di partecipazioni incrociate e alcuni di questi controllano esercenti e circuiti di cinema; in Puglia e Basilicata, gli AR controllano alcuni esercenti; in Sardegna, si registrano legami tra AR ed esercenti; in Sicilia, si registrano legami familiari nei rapporti orizzontali tra AR i quali controllano anche alcuni esercenti; in Toscana, per almeno un AR continuano a sussistere legami verticali con gli esercenti; nel Triveneto si registrano legami sia familiari che strutturali nei rapporti tra DN e AR così come simili rapporti si rinvencono anche tra AR e pressoché tutti gli esercenti attivi in questa area geografica; infine, in Liguria, un esponente di rilievo del *management* di un DN è nel contempo anche l'amministratore di due AR che a loro volta gestiscono alcune sale cinematografiche.

Tabella 8: Riepilogo rapporti verticali e orizzontali tra DN, AR ed esercenti divisi per regione

Regione	Rapporti verticali: DN - AR	Rapporti verticali: AR - Esercente	Rapporti orizzontali: AR - AR
Abruzzo e Molise			
Campania			
Emilia Romagna			
Lombardia			
Piemonte			
Puglia e Basilicata			
Sardegna			
Sicilia			
Toscana			
Triveneto	 	 	
Liguria	 		

Legenda:

 Rapporti strutturali (controllo societario e partecipazioni azionarie)

 Rapporti personali (legami familiari e interlocking directorates)

Note e fonti:

Elaborazione Agcm su dati Anec

V.1 RAPPORTI STRUTTURALI E LEGAMI PERSONALI

64. L'industria cinematografica si compone di operatori organizzati secondo modelli di *business* eterogenei che possono essere così schematizzati:

- i) Integrazione a tutti i livelli della filiera produttiva cinematografica: l'operatore gestisce in proprio tutte le fasi della filiera dalla produzione dei *film* sino alla loro distribuzione negli esercizi cinematografici (ad esempio, in quest'ambito rientra il gruppo Warner Bros);
- ii) Integrazione sia a livello di produzione che di distribuzione

cinematografica a livello nazionale: l'operatore è attivo sia nella fase a monte della produzione sia nel mercato della DN. Questa integrazione verticale è volta a massimizzare lo sfruttamento economico dei contenuti prodotti a livello nazionale per poi avvalersi nei mercati della DL dell'intermediazione degli AR che si occupano del piano di uscita dei *film* nei singoli mercati regionali/locali. Questo modello di *business*, oltre a costituire una struttura ricorrente per le *major* statunitensi, è adottato anche dalle principali case di produzione cinematografica italiane. In Italia, l'integrazione verticale tra fase di produzione e quella di distribuzione deriva anche dalla circostanza che le *major* italiane sono anche i principali *broadcaster*, sottoposti ad obblighi di programmazione e di investimento nella creazione di contenuti. Infatti, come noto, quanto appena rilevato vale sia per 01Distribution (RAI) e Medusa (Gruppo Fininvest), vale a dire i due principali *player* italiani.

- iii) Integrazione verticale nelle fasi di distribuzione ed esercizio cinematografico: in questo modello l'operatore ha legami strutturali con le imprese attive nell'acquisizione di diritti cinematografici e gli esercizi cinematografici attivi nel mercato a valle della Proiezione cinematografica nelle sale; in quest'ambito, giova rilevare che, dalle informazioni acquisite, risulta confermato quanto già osservato per l'anno 2017, vale a dire l'esistenza di legami strutturali tra gli AR e le sale cinematografiche.

65. Anche con riferimento all'anno 2017, nell'industria cinematografica italiana si registrano casi di legami personali, vale a dire la stessa persona fisica svolge incarichi negli organi di *governance* di imprese attive nello stesso livello della filiera o in livelli diversi (ad esempio, l'amministratore delegato di Lucky Red partecipa anche alla *governance* delle società del Circuito Cinema).

Inoltre, in diversi mercati della DL e nei mercati della proiezione nelle sale, gli AR sono caratterizzati da legami societari e familiari a monte con i DN e/o a valle con gli esercizi cinematografici; in particolare, si rilevano legami a livello orizzontale e verticale, ad esempio, in: Basilicata, Campania, Lombardia, Piemonte, Puglia, Sicilia, Toscana e Triveneto.

L'esistenza di questi legami incentiva possibili relazioni contrattuali più favorevoli nei confronti dell'operatore con cui è in essere il legame e comportamenti escludenti nei confronti degli operatori concorrenti non interessati da questi legami⁵⁴.

⁵⁴ Come emerso nell'indagine svolta per l'anno 2017, all'esistenza "... di legami societari e familiari verticali e orizzontali fa riscontro, in generale, una maggiore difficoltà da parte degli esercenti indipendenti nell'ottenere i film a noleggio, soprattutto nella prima settimana, o la necessità, per ottenere un film di maggiore richiamo, di corrispondere minimi garantiti o di sottoscrivere un contratto di noleggio per un film di minor richiamo. La difficoltà a ottenere film a partire dalle prime settimane di uscita produce, secondo quanto segnalato dagli esercenti nelle loro risposte, un impatto negativo sugli incassi e sulle possibilità di investimento....".

V.2 I RAPPORTI CONTRATTUALI

66. In questa sezione, sono sintetizzati i rapporti contrattuali intercorrenti fra gli operatori attivi nella filiera dell'industria cinematografica; la natura e la tipologia di questi accordi muta in base al modello di *business* adottato e al grado di integrazione adottato dagli operatori.

In particolare, in questa sede si ritiene opportuno richiamare le relazioni contrattuali tipicamente esistenti fra:

- i produttori di opere cinematografiche e i DN. E' nell'ambito di questa relazione, che spesso si inserisce nell'ambito di gruppi verticalmente integrati, che viene stabilita la strategia complessiva di distribuzione del *film*, ivi inclusa quella relativa alle finestre di programmazione. Come rilevato in premessa, questo tema riveste rinnovato interesse stante lo sviluppo della distribuzione delle opere cinematografica via *internet*;
- i DN e i clienti direzionali, vale a dire *in primis* i circuiti cinema che "saltano" l'intermediazione con gli AR
- i DN e gli AR
- gli AR e i singoli esercizi commerciali.

a) I rapporti tra i produttori cinematografici e i DN

67. Le relazioni tra produttore e i DN riflettono l'evoluzione del mercato e, in quest'ambito, il 2018 si caratterizza per l'affermazione degli operatori che, sempre nella logica di un'integrazione verticale, svolgono sia attività di produzione dei *film* (o opere di altra natura) sia attività di distribuzione, avendo il loro *core business* originario nella distribuzione delle opere via *internet*.

Come sopra evidenziato, l'imporsi di sistemi di sfruttamento digitale dei contenuti audiovisivi e l'ingresso di nuovi *player* OTT ha aumentato il rilievo, l'importanza e la conseguente redditività di sistemi di fruizione delle opere cinematografiche in modalità digitale, con conseguenti ricadute nell'intera filiera produttiva e distributiva.

68. In particolare, lo sviluppo di questi operatori ha consentito un aumento significativo degli investimenti nella produzione di opere, con conseguente ampliamento dell'offerta per i consumatori; questo processo è consentito anche dalla circostanza che la digitalizzazione ha abbassato le barriere all'ingresso nella distribuzione di contenuti, consentendo a sempre più *film* di raggiungere un pubblico più ampio. Ciò ha permesso la nascita e il diffondersi di contenuti che difficilmente avrebbero trovato altrimenti spazio e ha consentito una diversificazione delle piattaforme, alcune delle quali anche dedicate alla distribuzione di *film* indipendenti o a uno specifico genere.

69. Fatta questa premessa, in linea generale, i produttori stipulano le licenze con i DN che definiscono, tra l'altro, i diritti sull'opera cinematografica oggetto dell'attività di distribuzione da parte del DN e le condizioni economiche. Tipicamente, in questi contratti, il produttore, vale a dire il licenziante, concede in esclusiva al DN, il diritto di distribuire il prodotto cinematografico sulla base delle finestre di programmazione indicate dallo stesso produttore, mentre i DN sono responsabili della promozione e commercializzazione del prodotto. Vale tuttavia osservare che non sempre le licenze contengono la disciplina espressa delle finestre di programmazione che sono rimesse, in molti casi, alla prassi del mercato (vedi sopra).

b) I rapporti tra i DN e i clienti direzionali o gli AR

70. I DN stipulano i contratti con i clienti direzionali, per la distribuzione dei *film* nei circuiti cinema, e con gli AR che poi intermedieranno il prodotto su base locale.

La strategia distributiva dei DN è volta ad ottenere la massimizzazione dei profitti derivanti da ciascun prodotto cinematografico e, a tali fini, i contratti di noleggio dei *film* stabiliscono la data di uscita nelle sale e il numero di copie che vengono distribuite a livello regionale; in particolare, la variabile del numero delle copie è definita in relazione al peso che ciascuna regione ha in termini di presenze e incassi, nonché in relazione alle stime di successo della singola opera⁵⁵.

71. Come già rilevato i DN conferiscono mandato agli AR per la distribuzione dei *film* agli esercizi cinematografici su base locale e l'intermediazione degli AR nell'anno 2018 ha interessato circa il 24% del mercato in termini di incassi.

Il mandato che i DN conferiscono agli AR è tipicamente in esclusiva, vale a dire che l'AR è l'unico distributore, in una determinata area geografica, delle opere cinematografiche gestite da quel DN. Le clausole di esclusiva costituiscono l'ostacolo più rilevante allo sviluppo dell'attività per gli AR al di fuori della propria area di competenza, dove esercitano un elevato potere di mercato nei confronti degli esercenti locali.

72. Gli AR definiscono il piano di uscita per il *film*, che, una volta approvato dal DN, verrà inserito nei contratti con gli esercenti.

Gli AR mantengono tipicamente piena discrezionalità nell'individuazione delle singole sale cinematografiche dove viene proiettata l'opera che, quindi, non è in genere oggetto di negoziazione con i DN. E' proprio nella definizione del piano di uscita e nella scelta delle sale che assumono rilievo la conoscenza

⁵⁵ Nella Relazione Annuale per l'anno 2017 è stato rilevato che si va da un numero ampio di copie distribuite (c.d. *wide release*, vale a dire aperto a tutti) e numeri più ristretti di copie (basso: minore di 200; medio: compreso tra 200-400; alto: maggiore di 400).

degli AR del territorio locale e le relazioni strutturali e personali radicate in tali ambiti geografici.

Gli AR sono remunerati per la loro attività attraverso una provvigione, calcolata sulla base del *box office*, che è versata dal DN.

c) I rapporti tra gli AR e gli esercenti cinematografici

73. A loro volta, gli AR stipulano i contratti con gli esercenti locali in nome e per conto dei DN che poi versano agli AR le provvigioni loro spettanti⁵⁶.

I contratti, oltre alle condizioni economiche, regolano la durata della proiezione nelle sale che tuttavia può subire variazioni in relazione al successo o insuccesso dell'opera cinematografica nel *box office*⁵⁷.

I contratti hanno una gestione piuttosto informale, ad esempio tramite scambi di *mail*.

74. Inoltre, anche se non necessariamente cristallizzate in clausole contrattuali, continuano ad avere un peso le pratiche di vincolare gli esercenti al c.d. *block booking* (vendita di un pacchetto in blocco di prodotti cinematografici) oppure il *bundle* di prodotti. Spesso, per assicurarsi *film* di maggiore successo, gli esercenti sono costretti ad acquistare in noleggio altri *film* di minore richiamo nelle uscite precedenti, mantenendo, così, rapporti “costanti” con gli AR. In alcuni casi, l'obbligazione alla distribuzione di *film* di minor richiamo viene assunta in accordi separati, sebbene simultanei con quelli relativi al noleggio di *film* di successo.

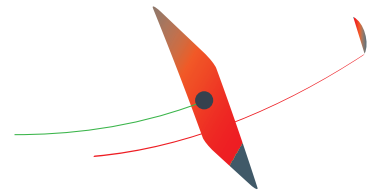
Inoltre, a volte vi è la presenza della clausola del ‘Debito Liquido’ che consiste in una penale dovuta dagli esercenti ai distributori nazionali nel caso di “smontaggio” anticipato di un *film* in ragione dello scarso successo in termini di incassi e presenze.

A ciò si aggiunga che in alcuni casi è applicata la clausola c.d. del minimo garantito, in base alla quale il DN trattiene per ogni biglietto venduto dall'esercente un determinato importo, sebbene poi l'esercente rimane libero di determinare il proprio prezzo di vendita al cliente finale per l'ingresso al cinema.

⁵⁶ Nella Relazione Annuale per l'anno 2017 è stato rilevato che, per quanto riguarda il *box office*, generalmente, per la prima settimana il 52% rimane all'esercente e l'altro 48% viene incassato dall'AR in nome e per conto e con fatturazione direttamente intestata al DN.

⁵⁷ Ciò tuttavia potrebbe esporre l'esercente al pagamento di una penale per lo smontaggio anticipato del *film* (c.d. clausola del Debito Liquido).

Capitolo VI - Valutazioni concorrenziali



75. L'anno 2018 si caratterizza per l'affermazione degli operatori OTT anche nella produzione di opere audiovisive, sia cinematografiche che di altra natura⁵⁸, e ciò, da un punto di vista concorrenziale, rileva sotto molteplici aspetti. In primo luogo, questi operatori hanno apportato nuove risorse finanziarie all'industria cinematografica anche con un significativo aumento dell'offerta di *film* e con una diversificazione dei generi; in altri termini, gli investimenti di questi operatori non hanno solo interessato opere commerciali, ma anche *film* c.d. d'autore. In secondo luogo, mentre l'industria cinematografica è stata storicamente condizionata dai rapporti tra produttori di opere e i *broadcaster* o gli esercenti, oggi l'industria si trova a confrontarsi anche con operatori il cui *core business* è la distribuzione *on line* e quindi con produttori che hanno incentivi a definire una strategia distributiva e a gestire le finestre di programmazione dell'opera con elementi di rottura rispetto alla prassi consolidata del settore.

In questo contesto, di seguito verranno dapprima svolte alcune considerazioni concorrenziali in relazione al tema delle finestre e al decreto ministeriale MIBAC che ha recentemente disciplinato il fenomeno. Infine, verranno brevemente ripercorse le criticità concorrenziali riscontrate nei singoli mercati che compongono la filiera distributiva e quelle relative ai rapporti tra gli operatori ivi attivi.

VI.1 LE FINESTRE DI PROGRAMMAZIONE E L'INTERVENTO DEL MIBAC

76. Preliminarmente, si evidenzia che il settore del cinema, sia a livello europeo che in molti Stati membri è ritenuto meritevole di tutela e oggetto di specifiche misure volte a sostenere le opere cinematografiche come manifestazione della cultura nazionale di ciascun Paese. In questo contesto, il sistema delle finestre trova ampia diffusione e riconoscimento sul piano normativo in quanto strumento idoneo a garantire un adeguato ritorno agli investimenti nella produzione di opere cinematografiche.

77. Al riguardo, l'analisi svolta ha evidenziato due linee evolutive: da un punto di vista fattuale, si registra, anche alla luce della crescente rilevanza degli OTT, una tendenza a riorganizzare la sequenza delle finestre anticipando, rispetto al passato, quelle relative alla fruizione dell'opera via *internet*, che vengono così a collocarsi maggiormente a ridosso dell'uscita del *film* presso le sale. In una prospettiva coerente rispetto a tale evoluzione, il quadro

⁵⁸ Come noto, negli ultimi anni si è assistito ad un aumento dell'offerta anche di prodotti audiovisivi non destinati alla distribuzione nelle sale cinematografiche quali le serie TV.

europeo e di alcuni Stati membri mostra un orientamento al superamento dell'individuazione per via normativa della durata prestabilita della finestra cinematografica, riconoscendo valore preminente alla volontà negoziale delle parti. In altri termini, dall'analisi svolta, è emerso che il sistema delle finestre, pur presente da tempo nel settore, mostra una sua dinamicità, in grado di cogliere le modificazioni che intervengono nei mercati; in parallelo, la prevalenza degli ordinamenti giuridici - ivi incluso il quadro dell'Unione europea - tende a garantire una disciplina flessibile del fenomeno, in grado di assecondarne l'evoluzione.

78. In questo contesto il MIBAC, seguendo un orientamento diverso anche per iniziativa delle associazioni di categoria, ha introdotto elementi di rigidità prima assenti nella disciplina nazionale e, in particolare, ha esplicitamente previsto che, salve le eccezioni sopra descritte, la durata della finestra cinematografica è pari a 105 giorni. Parimenti, il decreto ha introdotto una disciplina che ostacola la realizzazione di campagne congiunte di promozione delle diverse possibilità di fruizione dell'opera⁵⁹. Alla luce dell'approfondimento svolto, è emerso con chiarezza che questo intervento costituisce la reazione alla rottura della prassi in materia, verificatasi in alcuni casi attraverso la contestuale distribuzione di alcune opere nelle sale e sulle piattaforme *internet*. Al riguardo si evidenzia quanto segue.

79. In primo luogo la durata della finestra indicata nel decreto è coerente con la prassi precedentemente applicata, nonché in linea, se non più breve, rispetto alle codificazioni, laddove presenti, di altri Stati membri (Francia).

In secondo luogo il vincolo è imposto solo nella misura in cui l'opera si avvantaggi dei benefici e/o delle agevolazioni previste dalla legge n. 220/2016 per le opere cinematografiche. In altri termini, in analogia al modello tedesco, il vincolo della finestra tende a garantire che i fondi pubblici a sostegno dell'industria cinematografica siano effettivamente destinati ad opere disponibili in via prioritaria nelle sale anziché attraverso altre modalità di fruizione.

In terzo luogo, deve rilevarsi che la regolazione ha un impatto circoscritto rispetto all'insieme delle opere cinematografiche distribuite nelle sale: essa infatti si applica esclusivamente alle opere di nazionalità italiana, che, come sopra rilevato, realizzano il 20-25% del *box office* delle sale italiane su base annuale. A ciò si aggiunga che alla rigidità del vincolo sfuggono le numerose piccole produzioni che verosimilmente ricadono nelle eccezioni sopra descritte o in quanto *film* evento, o in quanto *film* che non raggiungono le 50.000 presenze. In altri termini, il vincolo riguarda prevalentemente i

⁵⁹ Cfr. art. 2, spec. comma 1, lettera b), punto 2), del Decreto MIBACT del 14 luglio 2017, così come modificato dall'articolo 1 del Decreto MIBAC n. 531/2018.

film di nazionalità italiana di maggior successo che, sebbene numericamente inferiori rispetto alle piccole produzioni, realizzano la quasi totalità della sopra menzionata proporzione di incassi derivanti dal cinema italiano.

80. Pur alla luce delle considerazioni appena svolte, la valutazione dell'impatto concorrenziale del decreto ministeriale MIBAC necessita di una attenta ponderazione, anche tenendo conto degli effetti che concretamente si produrranno nel primo periodo di attuazione⁶⁰. Al riguardo, fatte salve le valutazioni in materia di aiuti di stato che esulano dall'ambito di competenza dell'Autorità, si rilevano di seguito alcune possibili criticità concorrenziali.

81. In primo luogo, l'imposizione di un obbligo allo sfruttamento prioritario ed esclusivo delle opere presso le sale cinematografiche, unitamente ai vincoli sulle promozioni pubblicitarie, potrebbero incidere negativamente sull'attività di operatori innovativi che adottano strategie di valorizzazione dell'opera che, coerentemente con il loro modello di *business*, prevedono la contestuale distribuzione nelle sale cinematografiche e sulle piattaforme *internet*.

Più in particolare, il vincolo sulla fase distributiva potrebbe disincentivare gli investimenti, a monte, soprattutto da parte degli OTT, nella produzione di opere cinematografiche, in un contesto in cui, da un lato, è nota la difficoltà di approvvigionamento dei contenuti e, dall'altro lato, a livello nazionale gli operatori devono soddisfare obblighi di produzione/distribuzione di opere di nazionalità italiana. In sostanza, dunque, il Decreto potrebbe avere un effetto disincentivante sugli investimenti esteri nella produzione di *film* nazionali, che tipicamente si realizzano attraverso forme di coproduzione e/o compartecipazione.

A ciò si aggiunga che il vincolo in esame potrebbe ridurre l'autonomia dei distributori nella definizione delle proprie strategie di distribuzione delle opere, circoscrivendo l'insieme delle variabili competitive a loro disposizione.

Infine, il vincolo in esame potrebbe favorire la diffusione di forme illegali di fruizione dell'opera (pirateria) e, soprattutto, limitare le possibilità di scelta dei consumatori sulle modalità di fruizione dell'opera; ciò in un contesto in cui la domanda raggiunta dalle piattaforme telematiche potrebbe essere, in misura prevalente, aggiuntiva e diversa rispetto a quella delle sale cinematografiche.

82. Alla luce delle possibili criticità sopra evidenziate, l'Autorità auspica che il MIBAC monitori attentamente gli effetti del decreto, anche attraverso un ampio confronto con tutte le parti interessate, inclusi gli OTT. Ciò anche al fine di approfondire possibili strumenti alternativi che possano bilanciare adeguatamente i diversi interessi, e in particolare le istanze dei distributori

⁶⁰ Si ricorda che il Decreto è stato redatto a fine 2018 e ha effetto solo a partire dal 2019.

cinematografici, senza introdurre elementi di rigidità che mal si conciliano con un mercato in evoluzione.

In questo contesto, potrebbe essere valutata l'adozione di strumenti che, nel rispetto della volontà negoziale delle parti, incentivino il riconoscimento ai distributori cinematografici di una maggiore partecipazione ai ricavi generati dall'opera, a fronte della possibilità per il produttore di rendere fruibile contestualmente l'opera attraverso altre modalità⁶¹.

VI.2 LA CONCORRENZIALITÀ DEI MERCATI

83. Soffermandosi sui mercati relativi alla distribuzione delle opere cinematografiche, che sono quelli più specificatamente oggetto della presente indagine, essi si distinguono in: il mercato della Distribuzione Nazionale (DN), il mercato della Distribuzione Locale (DL) e il mercato della proiezione cinematografica nelle sale.

Con riferimento al mercato DN, occorre rilevare che i dati complessivi in termini di incassi e di presenze hanno subito, nel biennio 2017-2018, un calo complessivo⁶², indicando una minor propensione dei consumatori a fruire del prodotto cinematografico nelle sale. Parimenti ha subito un calo il numero dei nuovi *film* distribuiti, pari, nel 2018 a 528 *film*.

Inoltre, in questo mercato, sulla base dei dati aggiornati al 2017, si conferma il ruolo preponderante delle *major* statunitensi - caratterizzate da un'integrazione a monte nella fase della produzione - che detengono oltre il 60% del mercato (Tabelle 4 e 5) e distribuiscono prevalentemente i *blockbusters*. I primi dati disponibili relativi al 2018 potrebbero tuttavia rivelare un'inversione di tendenza su questo profilo, segnando una crescita del *box office* relativo alle opere cinematografiche italiane e un calo di quello derivante dalla proiezione di *film* statunitensi.

Sul lato della domanda, vale notare che i circuiti del cinema, vale a dire i clienti direzionali, pesano per oltre il 76% degli incassi, mentre gli esercenti di minori dimensioni, intermediati dagli AR, rilevano per il 24% del mercato.

84. Passando ai mercati della DL, anche nel 2018 appaiono confermate le criticità ravvisate nella precedente relazione, soprattutto in relazione ai

⁶¹ Cfr. il già citato studio della Commissione europea sul sistema delle finestre, *Analysis of the legal rules for exploitation windows and commercial practices in EU member states and of the importance of exploitation windows for new business practices*, Final Report.

⁶² Cfr. Tabella 1 dalla quale si evince che, per il 2018, gli incassi e le presenze sono rispettivamente pari a circa 555Mln di € e 85Mln di presenze, mentre per il 2017, tali valori erano rispettivamente pari a circa 584Mln€ e 92Mln.

legami verticali, strutturali e personali, che possono interessare gli AR con alcuni degli esercenti cinematografici attivi nelle aree di competenza, sia per i legami orizzontali tra gli AR (cfr. **Tabella 8**).

A ciò si aggiunga che gli AR operano spesso in regime di esclusiva concessa a loro favore dai DN e non sembrano sussistere economie di scala e di varietà tali da giustificare questa tipologia di clausole.

85. Infine, in merito ai mercati locali della proiezione cinematografica, l'assenza di dati riferibili alle singole *catchment areas* non consente un'analisi puntuale. Il 2018 ha comunque segnato una leggera riduzione del numero complessivo degli esercenti cinematografici, pur con una leggera crescita degli esercenti mono sala. Tuttavia, anche a livello locale, un ruolo predominante sembra essere esercitato dai circuiti cinema, mentre l'esercente indipendente occupa, come già rilevato, una posizione più marginale.

VI.3 POSSIBILI CRITICITÀ IN MERITO AI RAPPORTI ORIZZONTALI E VERTICALI

86. L'esistenza di legami di tipo societario e/o personale fra diversi operatori sia diretti concorrenti (legami orizzontali) sia attivi in fasi diverse della filiera (legami verticali) caratterizzano soprattutto i mercati della Distribuzione Locale e le figure ivi attive degli AR.

In particolare, risultano in essere numerosi rapporti verticali soprattutto fra AR ed esercenti cinematografici in almeno 10 delle regioni oggetto di una specifica indagine e i dati sopra riportati nella **Tabella 8** potrebbero cogliere solo in parte le relazioni realmente esistenti, stante la difficoltà di una rilevazione compiuta ed esaustiva soprattutto dei rapporti personali/familiari.

87. Al riguardo, si sottolinea che gli AR svolgono una funzione essenziale per il corretto funzionamento della distribuzione cinematografica poiché costituiscono l'anello che lega i DN agli esercenti attivi a livello locale, vale a dire gli operatori che assicurano una distribuzione capillare del prodotto cinematografico in ambito urbano e che, per dimensione e caratteristiche, costituiscono gli operatori più deboli dell'intera filiera.

In questo contesto, gli AR rappresentano un vero e proprio collo di bottiglia, in grado di incidere significativamente sulle dinamiche concorrenziali delle aree in cui operano. Infatti, i legami esistenti possono incentivare comportamenti escludenti e discriminatori nei confronti degli esercenti concorrenti di quelli con cui gli AR intrattengono i citati legami.

In altri termini, gli esercizi indipendenti che non godono di legami di natura societaria o familiare con gli AR potrebbero essere significativamente sfavoriti nell'allocazione del prodotto cinematografico ed essere progressivamente indotti ad uscire dal mercato, con una conseguente riduzione della possibilità di scelta del consumatore.

VI.4 CONCLUSIONI

88. Nel 2018, l'elemento di maggiore novità è l'introduzione a livello normativo di vincoli più stringenti a tutela della finestra cinematografica; tali vincoli debbono essere apprezzati con grande cautela alla luce delle possibili criticità concorrenziali dagli stessi derivanti. Appare, pertanto, essenziale che il MIBAC monitori attentamente gli effetti del Decreto, al fine di valutare le possibili ricadute sugli investimenti nella produzione cinematografica, nonché sulla quantità e varietà delle opere fruibili dai consumatori, considerando l'opportunità di adottare strumenti alternativi di tutela dei distributori cinematografici.

Con riferimento alla concorrenzialità nei mercati della distribuzione, la presente relazione ha confermato in larga misura le conclusioni relative all'anno precedente. In particolare, possibili criticità concorrenziali potrebbero derivare da una struttura verticalmente integrata della filiera della distribuzione cinematografica alla quale si accompagnano legami personali e familiari tra i diversi operatori, soprattutto a livello locale.

Gli esercenti indipendenti sono la componente più fragile della filiera, sia per caratteristiche che per dimensioni, e assorbono circa il 24% degli incassi complessivi. A maggior ragione, si rileva il rischio che gli esercenti che non vantano rapporti privilegiati con gli agenti regionali possano subire comportamenti escludenti e/o discriminatori da parte degli operatori attivi a monte, anche in termini di clausole che in maniera ingiustificata vincolano l'autonomia del singolo esercente.

Infine, dal punto di vista della concorrenza dinamica, malgrado nel 2018 si sia registrata una leggera crescita degli esercenti mono sala, permangono le criticità per i piccoli esercenti con rischi di riduzione della gamma del prodotto cinematografico e dei servizi per gli spettatori.

IMPAGINAZIONE GRAFICA • STAMPA • ALLESTIMENTO

TIBURTINI
CARATTERE TIPOGRAFICO

