

Piattaforma unica dei dati sull'audiovisivo in Italia

Rapporto n.1 - 2024



- **Il peso dell'audiovisivo sull'economia nazionale**
- **La produzione e la distribuzione di prodotti audiovisivi**
- **Il Servizio di media audiovisivo lineare (TV)**
- **La sala cinematografica**
- **L'utilizzo di servizi VOD in Italia**
- **Il gaming in Italia**
- **I prossimi passi dell'analisi**

Il peso dell'audiovisivo sull'economia nazionale



Fin dall'invenzione del cinematografo nel 1895 la produzione audiovisiva ha catalizzato l'attenzione di intere generazioni di individui. I prodotti audiovisivi si sono rivelati nel corso del tempo sia una delle più importanti forme di intrattenimento della storia umana che uno strumento fondamentale per la diffusione e la valorizzazione della cultura. Attraverso una modalità facilmente accessibile e comprensibile per gran parte della popolazione globale, le produzioni audiovisive hanno contribuito alla diffusione della conoscenza in numerosi ambiti come la storia, la società, la politica, l'arte, la letteratura, la musica, ecc.

L'Italia ha avuto e continua ad avere un ruolo di primo piano nella storia del cinema, sia per il contributo di grandi registi e attori che hanno creato opere memorabili, sia per l'influenza che il cinema italiano ha esercitato su altre cinematografie nazionali. L'importanza di questo settore non si esaurisce esclusivamente all'aspetto culturale. Infatti, il comparto audiovisivo genera nel nostro paese un importantissimo indotto economico e occupazionale.

Numero imprese attive nel settore audiovisivo in Italia

Codice Ateco	Classificazione	2019	2020	2021	2022	Var % 2019-2022
58.1	Edizione di libri, periodici ed altre attività editoriali	4.656	4.530	4.623	4.726	1,5%
58.2	Edizione di software	298	314	368	369	23,8%
59.1	Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi	6.646	6.824	7.469	7.891	18,7%
59.2	Attività di registrazione sonora e di editoria musicale	1.290	1.389	1.509	1.646	27,6%
60.1	Trasmissioni radiofoniche	734	729	709	723	-1,5%
60.2	Attività di programmazione e trasmissioni televisive	729	729	736	708	-2,9%

Secondo gli ultimi dati resi disponibili dall'Istat, il numero di imprese attive in campo audiovisivo, ovvero afferenti ai 6 codici Ateco a tre cifre contenuti nella categoria J, è di 16.063. Osservando l'andamento del numero di imprese nel tempo possiamo notare come quasi tutti i codici Ateco considerati presentino un valore crescente, ad eccezione delle "Trasmissioni radiofoniche" (-1,5%) e delle "Attività di programmazione e trasmissioni televisive" (-2,9%).

Fatturato complessivo delle aziende appartenenti al comparto audiovisivo italiano (€ migliaia)

Codice Ateco	Classificazione	2019	2020	2021	2022	Var % 2019-2022
58.1	Edizione di libri, periodici ed altre attività editoriali	7.962.994 €	6.938.673 €	7.344.370 €	7.566.498 €	-5%
58.2	Edizione di software	339.858 €	251.559 €	443.111 €	507.704 €	49%
59.1	Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi	4.321.801 €	3.423.107 €	4.550.740 €	nd	5%*
59.2	Attività di registrazione sonora e di editoria musicale	404.671 €	406.193 €	408.190 €	nd	1%*
60.1	Trasmissioni radiofoniche	292.087 €	261.664 €	295.499 €	316.463 €	8%
60.2	Attività di programmazione e trasmissioni televisive	7.835.733 €	7.040.996 €	7.030.393 €	4.788.644 €	-39%

* in mancanza dei dati 2022 la variazione % è stata operata sull'anno precedente

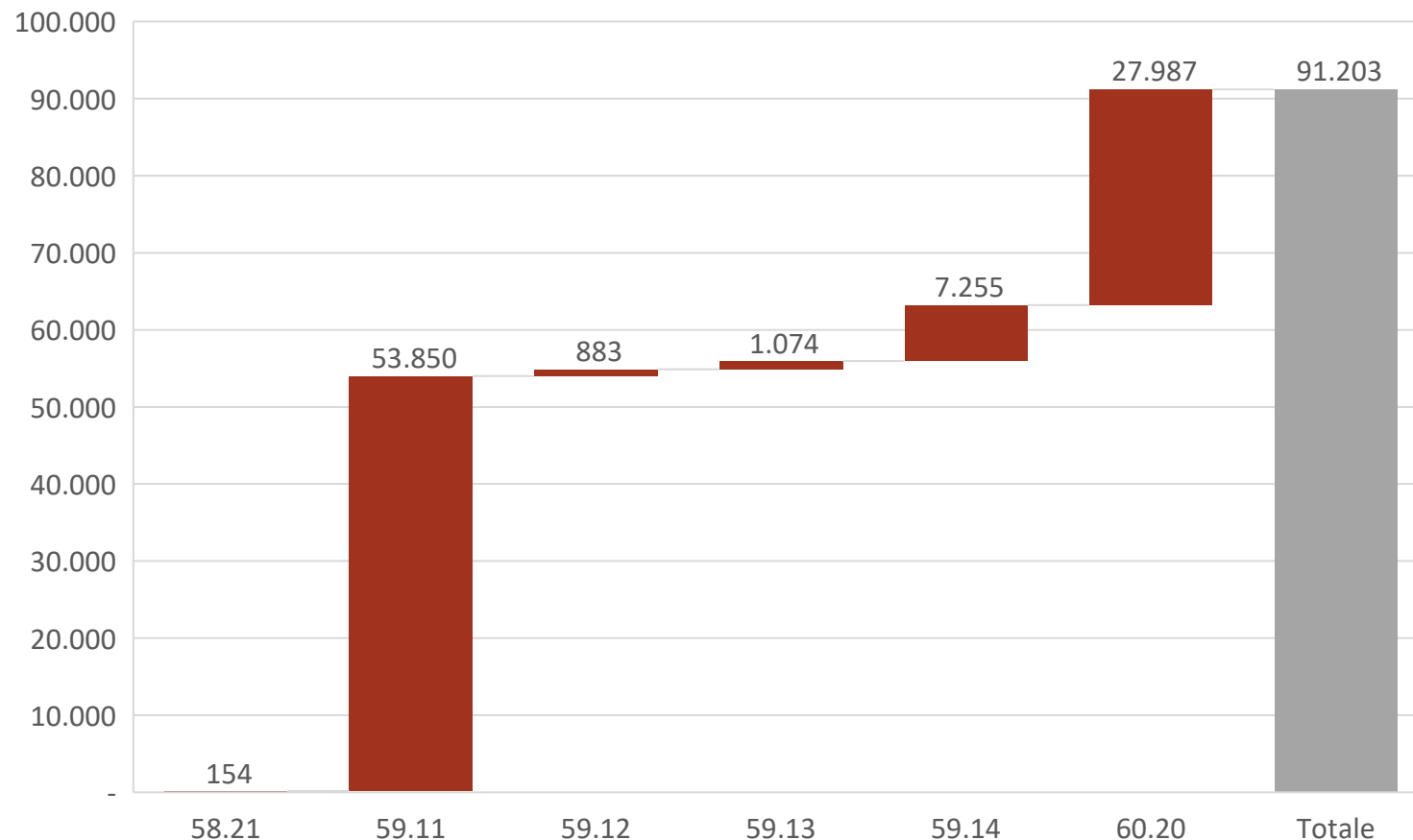
Passando alle variabili economiche, vediamo invece come all'interno del comparto vi siano notevoli differenze tra i vari codici Ateco considerati in quest'analisi. Partendo dal fatturato, è possibile individuare una vera e propria esplosione dei ricavi delle attività che si occupano dell'edizione di software. Di converso, soprattutto per quanto riguarda l'anno 2022, vediamo come le attività di programmazione e trasmissioni televisive abbiano registrato un notevolissimo calo di fatturato nel periodo di osservazione.

Valore aggiunto complessivo delle aziende appartenenti al comparto audiovisivo italiano (€ migliaia)

Codice Ateco	Classificazione	2019	2020	2021	2022	Var % 2019-2022
58.1	Edizione di libri, periodici ed altre attività editoriali	2.592.631 €	2.442.732 €	2.696.265 €	2.664.412 €	3%
58.2	Edizione di software	173.620 €	116.073 €	200.294 €	216.956 €	25%
59.1	Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi	2.087.873 €	1.907.184 €	2.551.724 €	nd	22%*
59.2	Attività di registrazione sonora e di editoria musicale	145.636 €	145.307 €	162.771 €	nd	12%*
60.1	Trasmissioni radiofoniche	125.735 €	88.341 €	122.318 €	106.162 €	-16%
60.2	Attività di programmazione e trasmissioni televisive	1.539.000 €	1.311.544 €	1.434.342 €	1.194.826 €	-22%

Atra variabile economica utile da analizzare per comprendere lo stato di salute delle singole componenti di questo settore è il valore aggiunto. Compatibilmente con gli altri indicatori osservati in precedenza, anche per il VA osserviamo un andamento molto differente tra i vari codici Ateco considerati. In particolare, mentre quattro di questi hanno visto una crescita nella propria capacità di creare valore nel corso del periodo analizzato, le trasmissioni radiofoniche e le attività di programmazione e trasmissioni televisive hanno sperimentato un calo marcato tra il 2019 e il 2022, rispettivamente del 16% e del 22%.

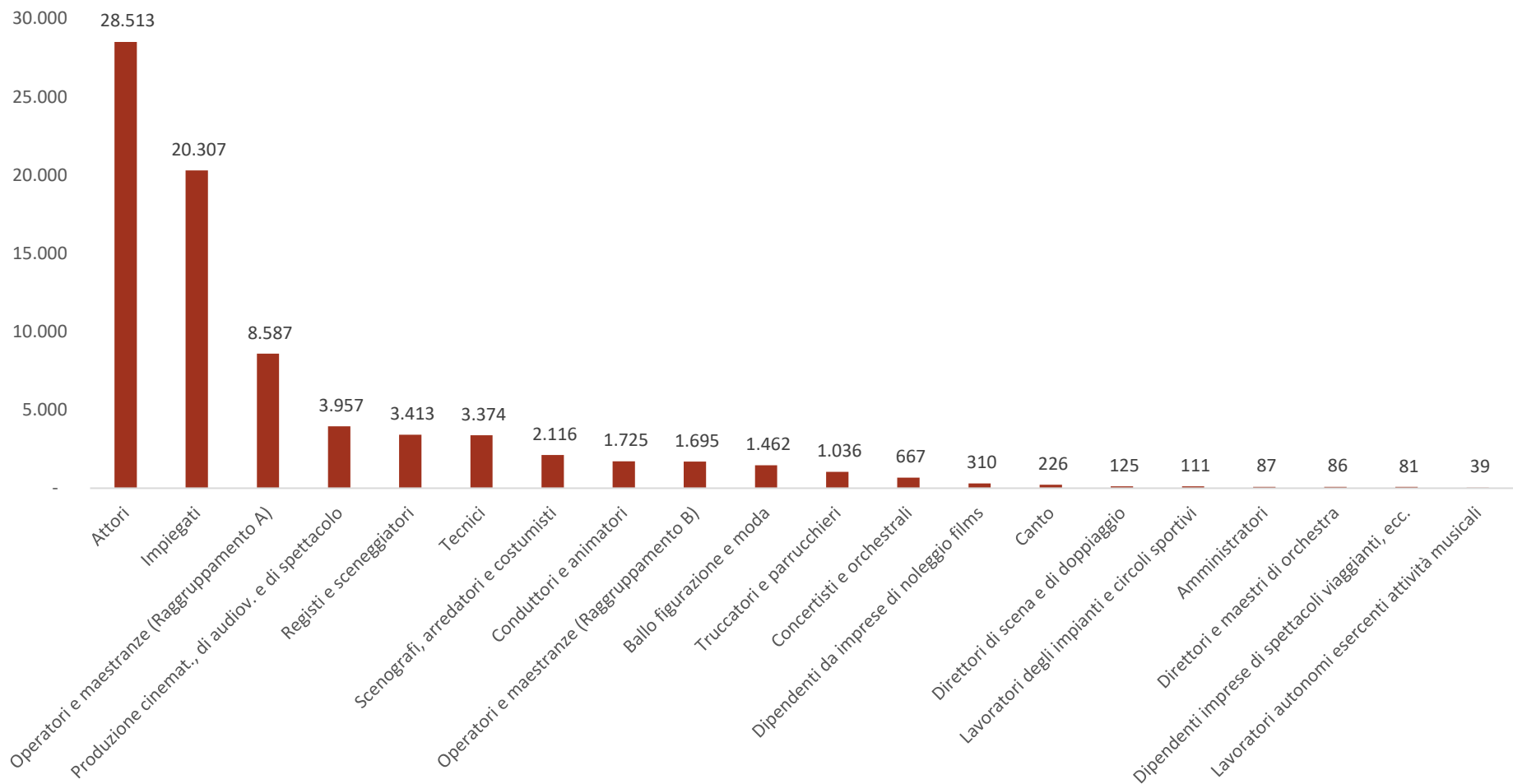
Numero lavoratori dipendenti nell'anno con almeno una giornata retribuita per codice Ateco (2023)



Sono esclusi i lavoratori autonomi dello spettacolo

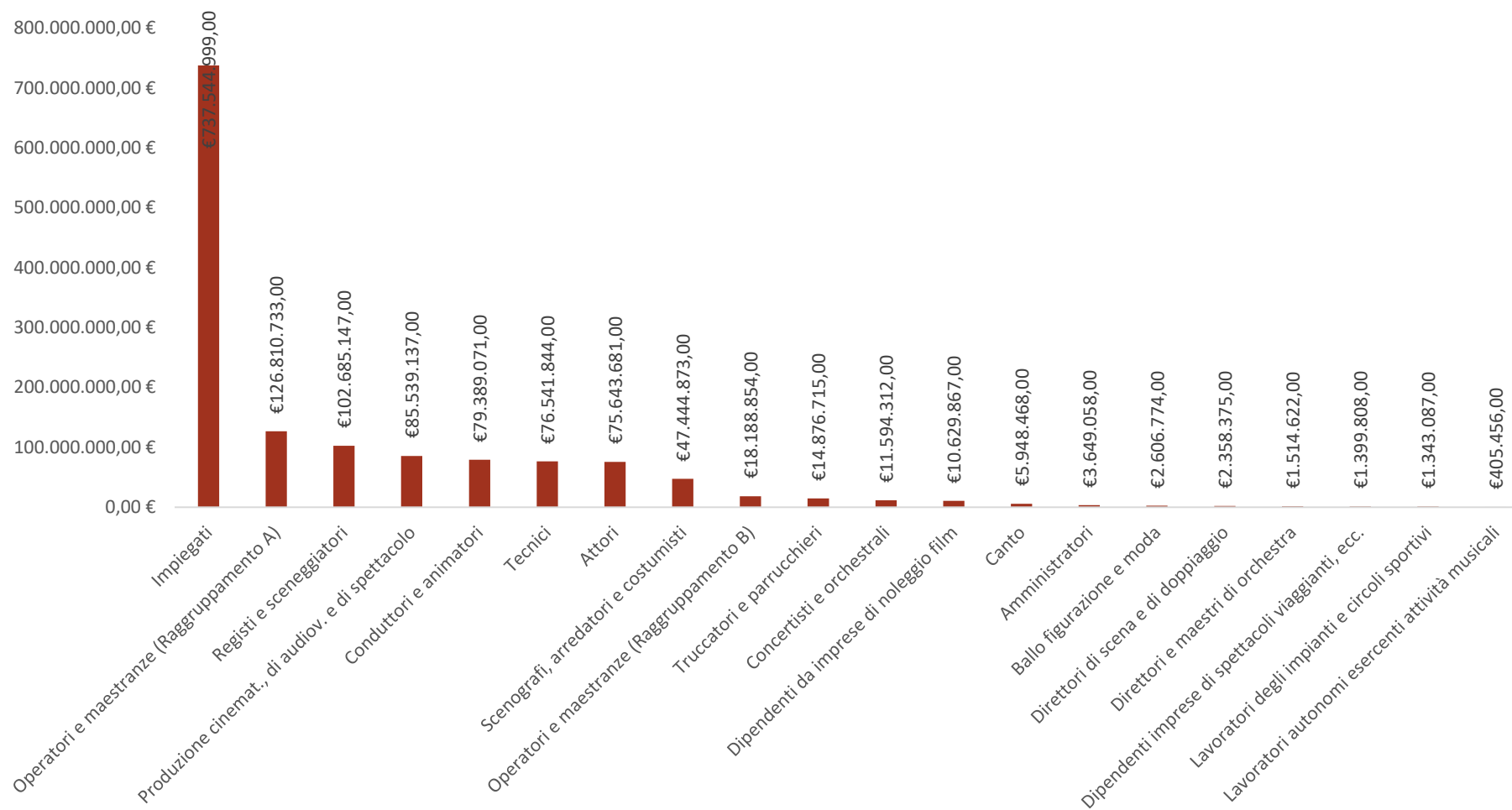
Passando all'analisi dell'occupazione, vediamo come, secondo gli ultimi dati INPS (2023) risultano operanti 91.203 addetti. Il codice Ateco che ha il peso occupazionale maggiore all'interno del settore è il 59.11, che conta oltre 53.850 lavoratori dipendenti, seguito dal 60.20.

Numero lavoratori EX-ENPALS nell'anno con almeno una giornata retribuita per categoria professionale nel 2023 (compresi i lavoratori autonomi dello spettacolo)



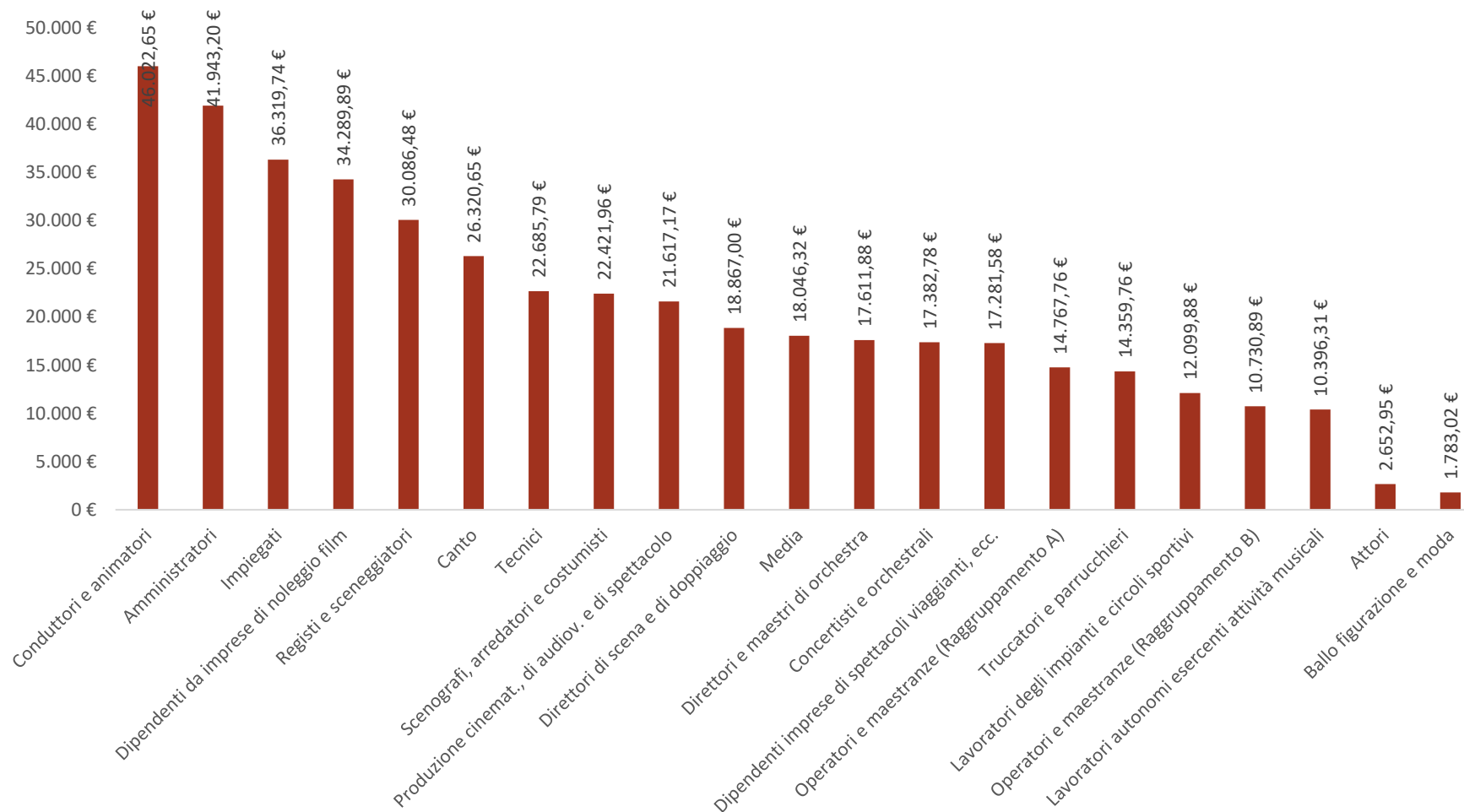
Considerando i soli lavoratori dello spettacolo, uno dei segmenti principali all'interno del settore audiovisivo, vediamo che il numero di lavoratori Ex_ENPALS con almeno una giornata retribuita sono oltre 77 mila. Tra le categorie professionali a prevalere sono gli attori (28.513).

Retribuzioni del 2023 per categoria professionale (compresi i lavoratori autonomi dello spettacolo)



Spostando l'analisi sulle retribuzioni, vediamo come nel 2023 lo spettacolo abbia distribuito salari per 1,4 miliardi di euro. Scendendo tra le singole categorie professionali è possibile notare come la maggioranza delle risorse venga destinata agli impegnati (oltre 737 milioni), seguiti a lunghissima distanza da operatori e maestranze.

Retribuzioni pro capite per categoria professionale (2023)

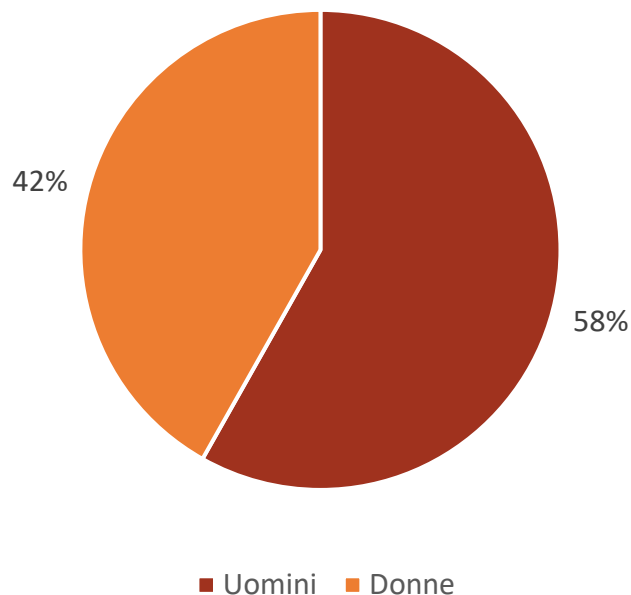


Considerando gli stipendi medi pro capite, a prevalere sono conduttori e animatori che guadagnano in media oltre 46 mila euro. A seguire troviamo gli amministratori con circa 41 mila euro medi di retribuzione.

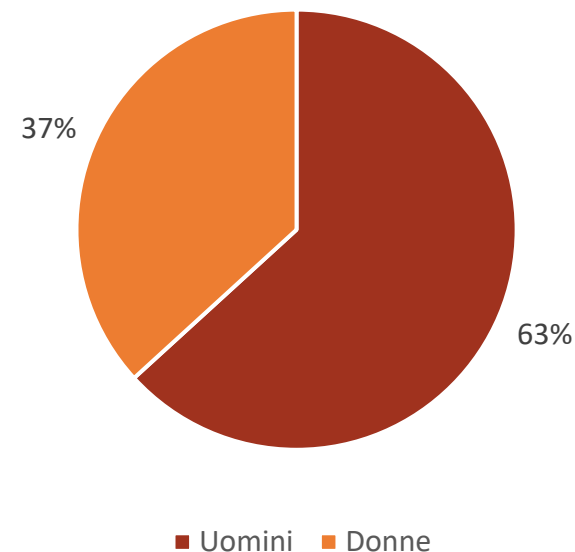
Lavoratori e retribuzioni per genere del lavoratore nel 2023

Molto importante da analizzare è anche la distribuzione di lavoratori e salari per genere. Osservando i dati infatti emerge come nonostante le donne rappresentino il 42% degli occupati, la quota retributiva destinata al genere femminile è solo del 37%. Da ciò si desume come all'interno di questo settore permanga un importante gender gap salariale.

Quota lavoratori EX-ENPALS per genere



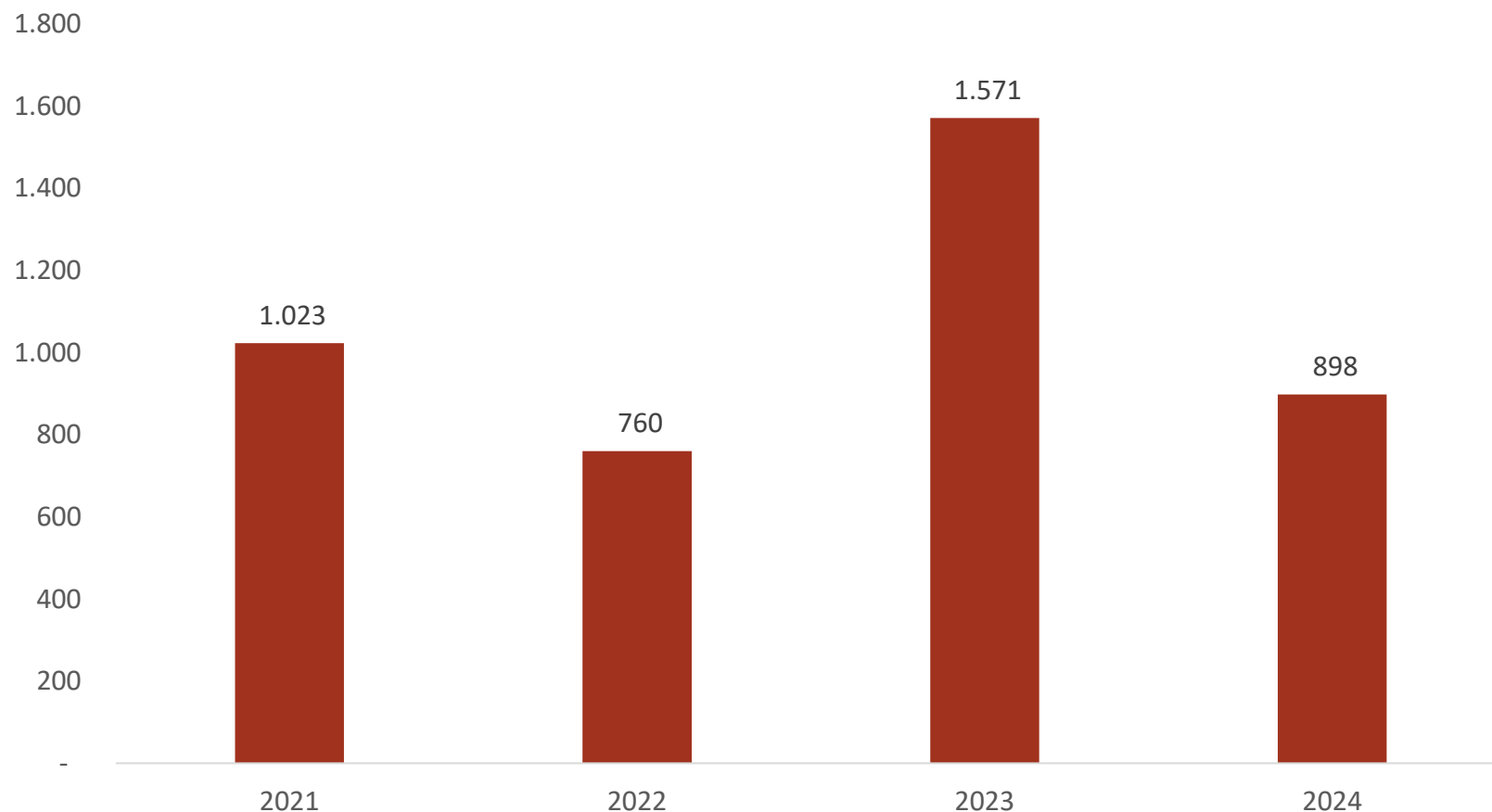
Quota retribuzioni dei lavoratori EX-ENPALS per genere



La produzione e la distribuzione di prodotti audiovisivi



Numero opere almeno in parte di produzione italiana finanziate dal MIC per anno di ricezione del contributo



La seconda parte dell'analisi è destinata alla produzione audiovisiva Italiana. Partendo dai dati MIC vediamo come in Italia le opere realizzate grazie al sostegno pubblico (per anno di ricezione del contributo) nel 2024 siano state 898. Il dato presenta un netto calo rispetto all'anno precedente in cui il numero delle opere aveva raggiunto le 1.571 unità.

Tipologia delle opere almeno in parte di produzione italiana finanziate dal MIC per anno di ricezione del contributo

	Animazione	Documentario	Finzione	Videogioco
2021	80	345	598	
2022	47	213	472	28
2023	98	417	1018	38
2024	45	272	531	50

Dal punto di vista della tipologia di offerta a prevalere sono le opere di finzione (nel 2024 sono state ben 531). Va notata anche l'ampia crescita dell'offerta di videogiochi passati da 28 produzioni del 2022 a 50 del 2024).

Destinazione delle opere almeno in parte di produzione italiana finanziate dal MIC per anno di ricezione del contributo

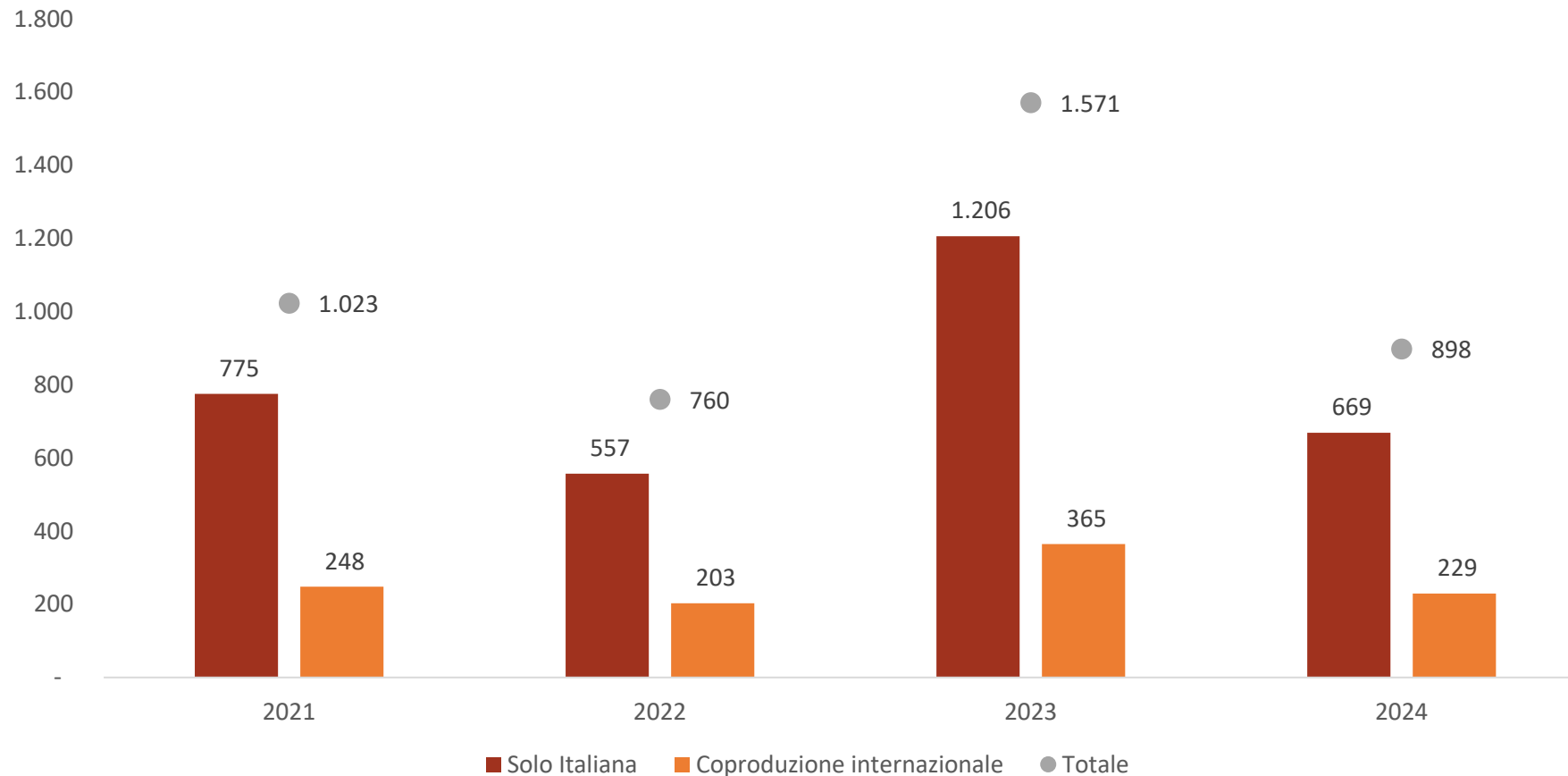
Le elaborazioni effettuate sui dati del MIC forniscono anche un interessante spaccato sulla destinazione delle opere prodotte in Italia. Come si vede chiaramente dalla tabella sottostante a prevalere sono stati nettamente i contenuti destinati al cinema. Al secondo posto resiste saldamente la TV, che si mantiene ancora a distanza dai contenuti realizzati per le piattaforme web.

	Cinema	Servizio di media audiovisivo a richiesta (WEB)	Servizio di media audiovisivo lineare (TV)	Servizio di piattaforma per la condivisione di video (hosting)	Non specificato
2021	714	68	20	2	219
2022	532	66	134		28
2023	1.162	78	295	1	35
2024	592	50	204	2	50

Tipologia e numero di contenuti prodotti nel 2024 (anno di riconoscimento nazionalità)

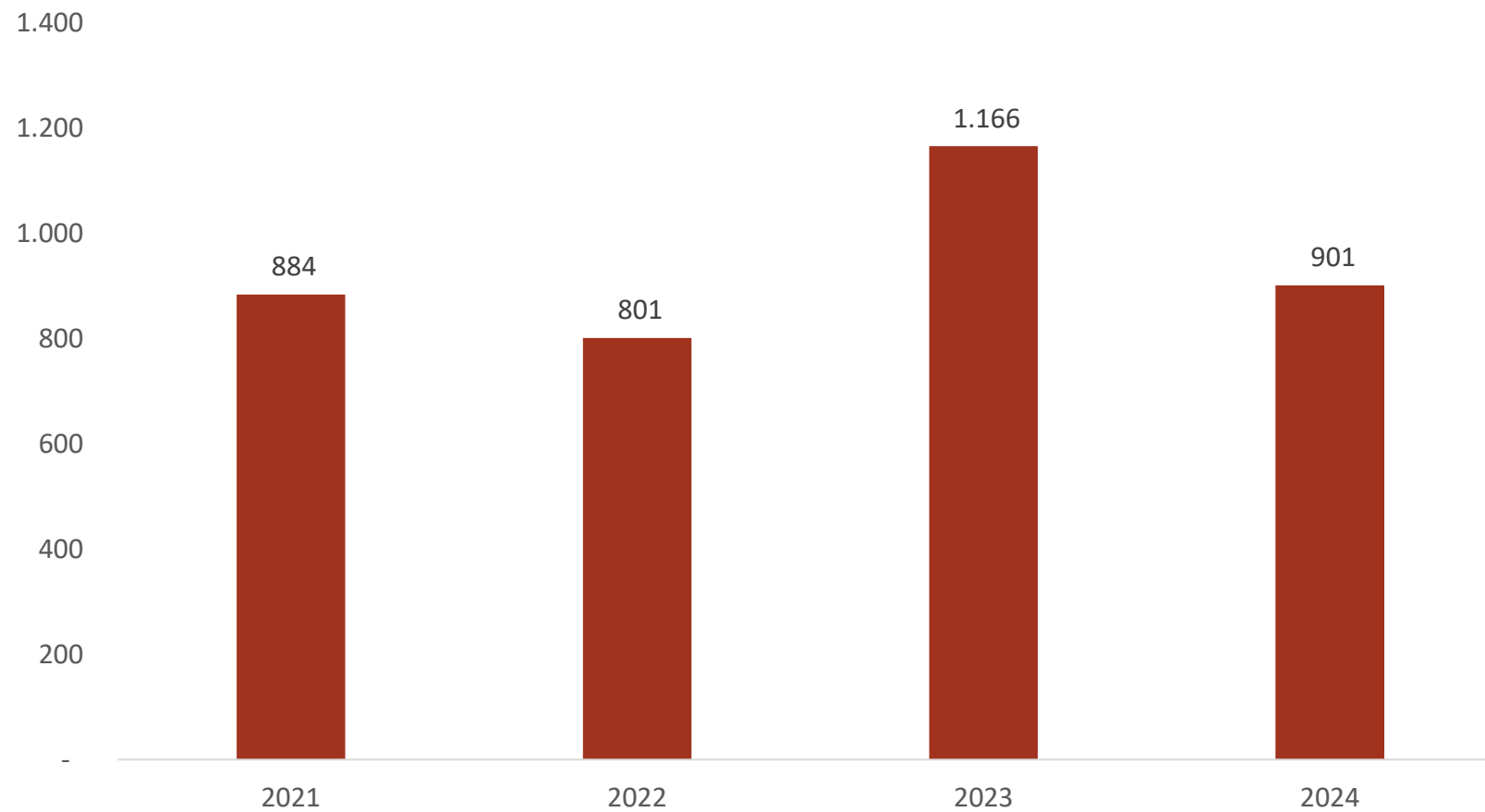
Tipo	N. totale	di cui n. Coproduzioni maggioritarie	di cui n. Coproduzioni minoritarie	di cui: n. Opere prime o seconde	Costo complessivo di Produzione	Contributi ricevuti dal MIC	Valore delle coproduzioni
Film per il cinema	390	79	32	182	678.808.086	228.557.107	198.564.814
Finzione	240	56	23	114	600.211.928	206.184.473	175.408.301
Documentario	135	19	7	60	58.212.681	17.525.845	7.322.633
Anmazione	15	4	2	8	20.383.476	4.846.789	15.833.880
Televisione lineare	179	6		1	516.798.801	148.255.855	36.044.914
Serie TV	42	1			365.034.416	105.544.569	13.306.140
Film TV	16	-			66.561.012	19.372.546	
Documentari	99	2		1	30.184.510	7.628.779	1.245.259
Animazione	22	3			55.018.864	15.709.962	21.493.515
Opere web	76	5		3	373.424.020	119.496.610	29.507.453
Serie	24	1			293.899.070	98.594.113	21.766.899
Film	30	1		1	54.380.262	16.185.351	4.457.143
Documentari	19	3		2	24.546.472	4.449.191	3.283.411
Animazione	3	-			598.216	267.955	

Nazionalità delle opere almeno in parte di produzione italiana finanziate dal MIC per anno di ricezione del contributo



Passando all'analisi della nazionalità delle opere, circa 3 quarti di quelle realizzate con il contributo pubblico sono contributi esclusivamente italiani.

Numero aziende che hanno partecipato alla produzione di opere audiovisive in Italia finanziate dal MIC

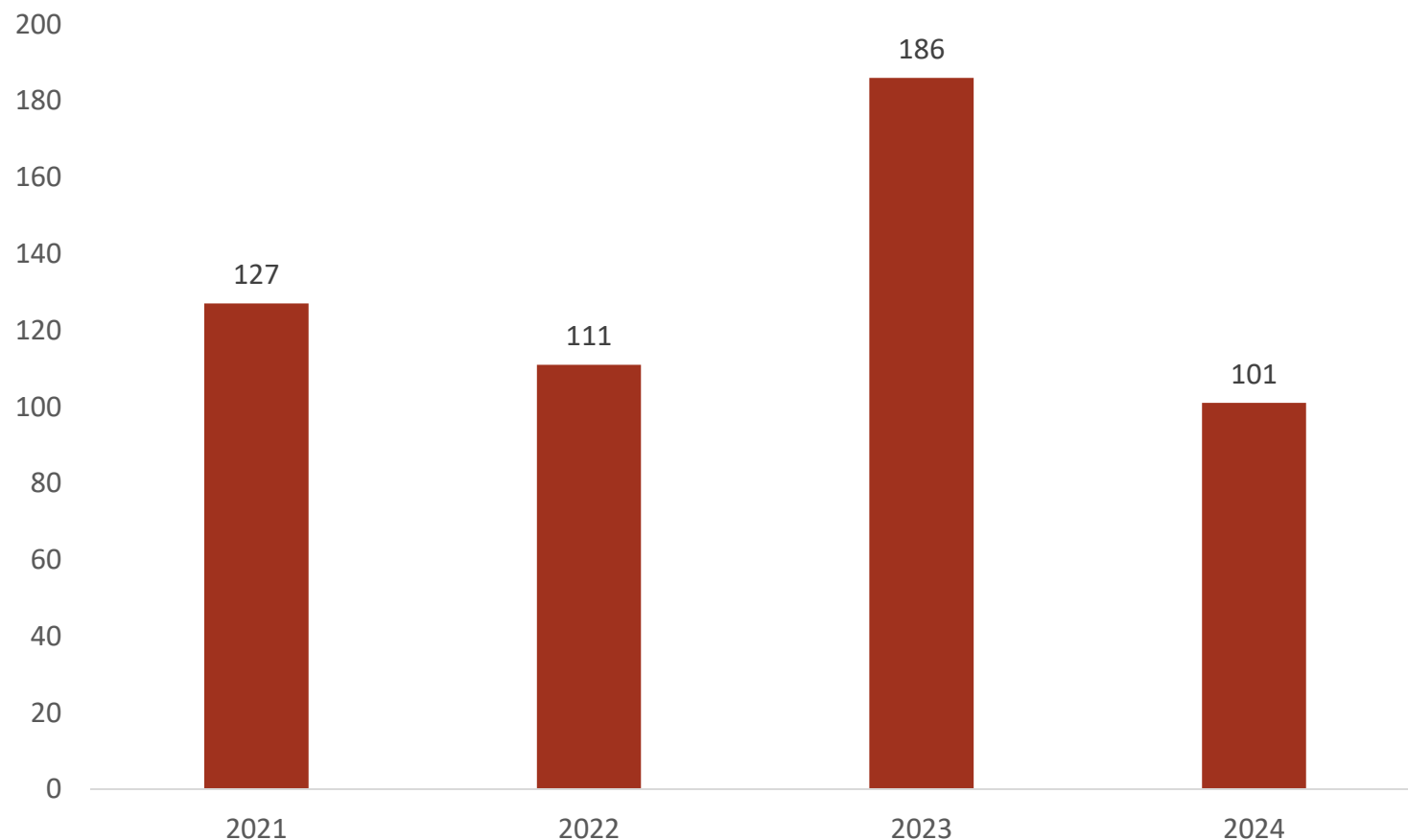


Spostando il focus sulle aziende, vediamo come nel 2024 le organizzazioni che hanno partecipato alla produzione di opere audiovisive in Italia (finanziate dal MIC) sono 901, in lieve calo rispetto alle 1.166 del 2023.

Top 30 produttori del 2024 per numero di opere realizzate/in realizzazione finanziate dal MIC

Posizione	Azienda	n. opere prodotte	Posizione	Azienda	n. opere prodotte
1	CINECITTA'	22	16	PFA FILMS	12
2	GROENLANDIA	18	17	ANDROMEDA FILM S.R.L.	11
3	3D PRODUZIONI	17	18	CATTLEYA SRL UNIPERSONALE	11
4	FANDANGO S.P.A.	17	19	INDIANA PRODUCTION S.P.A.	11
5	MINERVA PICTURES GROUP SRL	17	20	INDIGO FILM	11
6	BRONX FILM SRL	16	21	ITALIAN INTERNATIONAL FILM	11
7	MEDUSA FILM S.P.A.	16	22	LUCKY RED	11
8	PALOMAR S.P.A.	14	23	TRAMP LIMITED	11
9	BIBI FILM TV	13	24	WILDSIDE	11
10	PEPITO PRODUZIONI SRL	13	25	AN.TRA.CINE SRL	10
11	SIPARIO MOVIES S.P.A	13	26	M.A.D. ENTERTAINMENT S.P.A	10
12	STAND BY ME	13	27	VISION DISTRIBUTION S.P.A.	10
13	VIVO FILM	13	28	BARTLEBYFILM SRL	9
14	LOTUS PRODUCTION	12	29	I.B.C. MOVIE SRL	9
15	NEXO DIGITAL	12	30	PROPAGANDA ITALIA SRL	9

Numero aziende che hanno partecipato alla distribuzione di opere audiovisive in Italia finanziate dal MIC

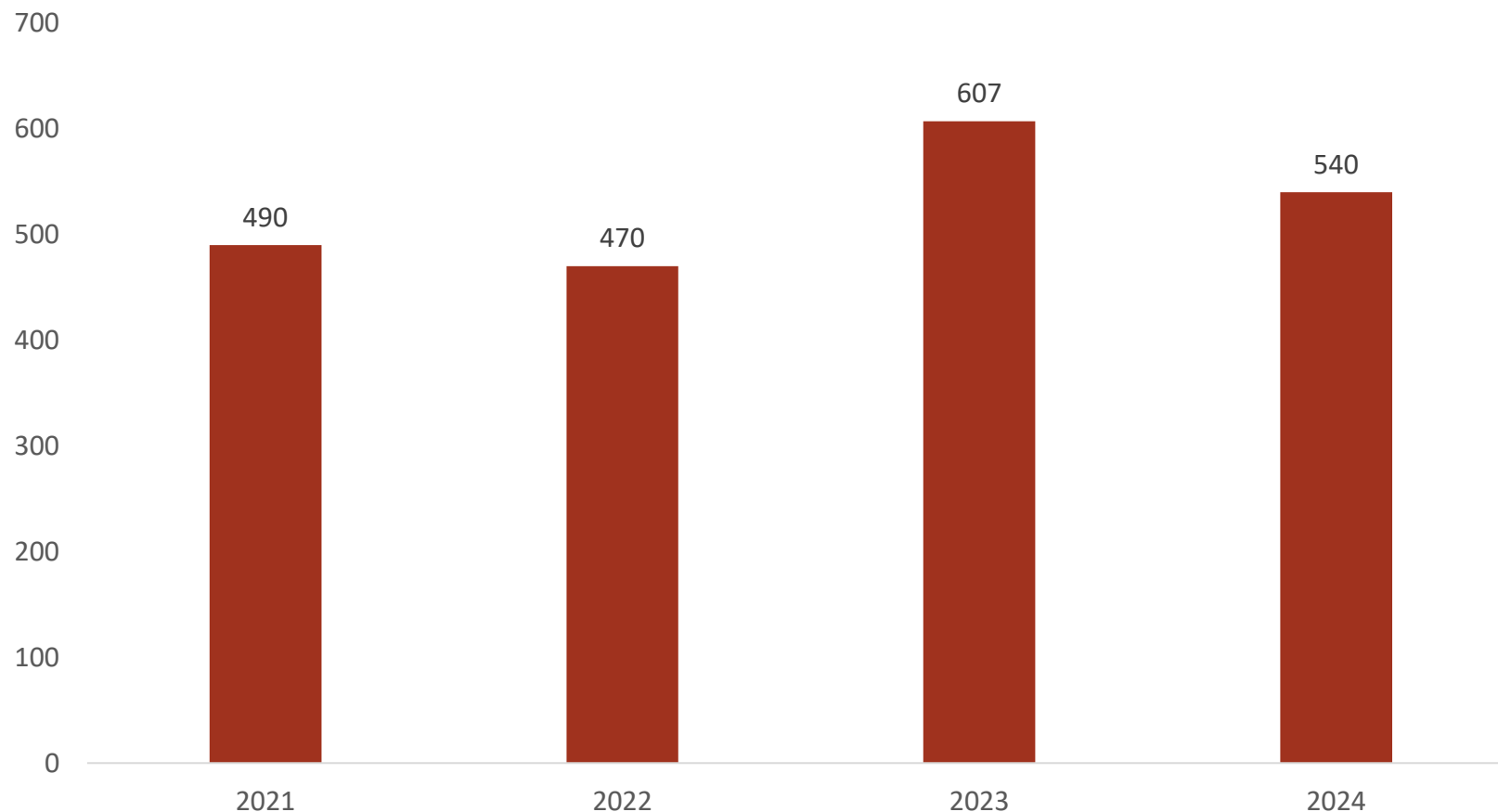


Lato distribuzione, il numero di aziende che hanno operato in Italia su opere sostenute da contribuzione pubblica è stato di 101, numero quasi dimezzato rispetto ai 186 dell'anno precedente.

Top 30 distributori del 2024 per numero di opere finanziate dal MIC

Posizione	Azienda	n. opere distribuite	Posizione	Azienda	n. opere distribuite
1	RAI CINEMA S.P.A.	53	16	EAGLE PICTURES SPA	5
2	MEDUSA FILM S.P.A.	24	17	EUROPICTURES	5
3	FANDANGO S.P.A.	23	18	PFA FILMS	5
4	VISION DISTRIBUTION S.P.A.	21	19	TATATU SPA	5
5	NEXO DIGITAL	19	20	TV CO. SRL	5
6	TRUE COLOURS GLORIOUS FILMS SRL	19	21	NOTORIOUS PICTURES SPA	4
7	RS PRODUCTIONS	16	22	PIPER FILM	4
8	I WONDER S.R.L.	14	23	RAI COM S.P.A.	4
9	LUCKY RED	13	24	ALTRE STORIE	3
10	INTRAMOVIES	10	25	DRAKA DISTRIBUTION	3
11	MINERVA PICTURES GROUP SRL	9	26	INTERLINEA SRL	3
12	MIRARI VOS	9	27	MESCALITO FILM SRL	3
13	ADLER ENTERTAINMENT	8	28	QUANTUM MARKETING ITALIA	3
14	ZALAB FILM SRL	7	29	VIDEO GROUP	3
15	CINECITTA'	6	30	WARNER BROS. ENTERTAINMENT ITALIA S.R.L. CON UNICO SOCIO	3

Soggetti che hanno richiesto contributi per opere almeno in parte di produzione italiana finanziate dal MIC per anno di ricezione del contributo



Focalizzando l'attenzione sui contributi pubblici, vediamo come siano state 540 le aziende che hanno richiesto finanziamenti al MIC. Il totale complessivo delle risorse erogate nel 2024 ammonta a 656,8 milioni di euro, circa un terzo in meno rispetto ai contributi dell'anno precedente (950,9 milioni).

Entità dei contributi ricevuti dal MIC per anno e tipologia di aiuto

	2021	2022	2023	2024
Contributi selettivi produzione	40.669.000 €	46.541.000 €	25.956.000,00 €	13.619.000 €
Contributi selettivi sviluppo	4.988.000 €	1.940.000 €	2.000.000,00 €	1.041.740 €
Coproduzioni minoritarie	8.420.500 €	4.805.000 €		5.660.000 €
Italia Francia - Produzione di film	305.000 €	393.000 €	175.000,00 €	345.000 €
Italia Francia - Sviluppo e pre-produzione film e serie tv e web	225.000 €	107.000 €	75.000,00 €	125.000 €
Reinvestimenti contributi automatici distribuzione	1.635.930 €	1.166.817 €	1.376.667,73 €	58.475 €
Reinvestimenti contributi automatici distribuzione internazionale	248.088 €	600 €	92.000,00 €	618.077 €
Reinvestimenti contributi automatici home entertainment	18.646 €			
Reinvestimenti contributi automatici produzione	18.398.295 €	7.956.843 €	13.731.172,39 €	11.234.770 €
Reinvestimenti contributi automatici sviluppo	436.903 €	92.535 €	536.240,37 €	457.062 €
Contributi automatici distribuzione			3.672.720,16 €	
Contributi automatici distribuzione internazionale			1.954.704,24 €	
Contributi automatici home entertainment			799.999,80 €	
Contributi automatici produzione			27.093.846,18 €	
Tax Credit Distribuzione	15.286.285 €	3.814.453 €	46.536.285,84 €	18.963.406 €
Tax Credit Produzione	460.868.615 €	349.183.949 €	825.213.979,44 €	602.456.571 €
Tax Credit Sviluppo	210.186 €	594.022 €	1.654.778,91 €	2.207.140 €
Totale complessivo	551.710.446 €	416.595.220 €	950.868.395,06 €	656.786.241 €

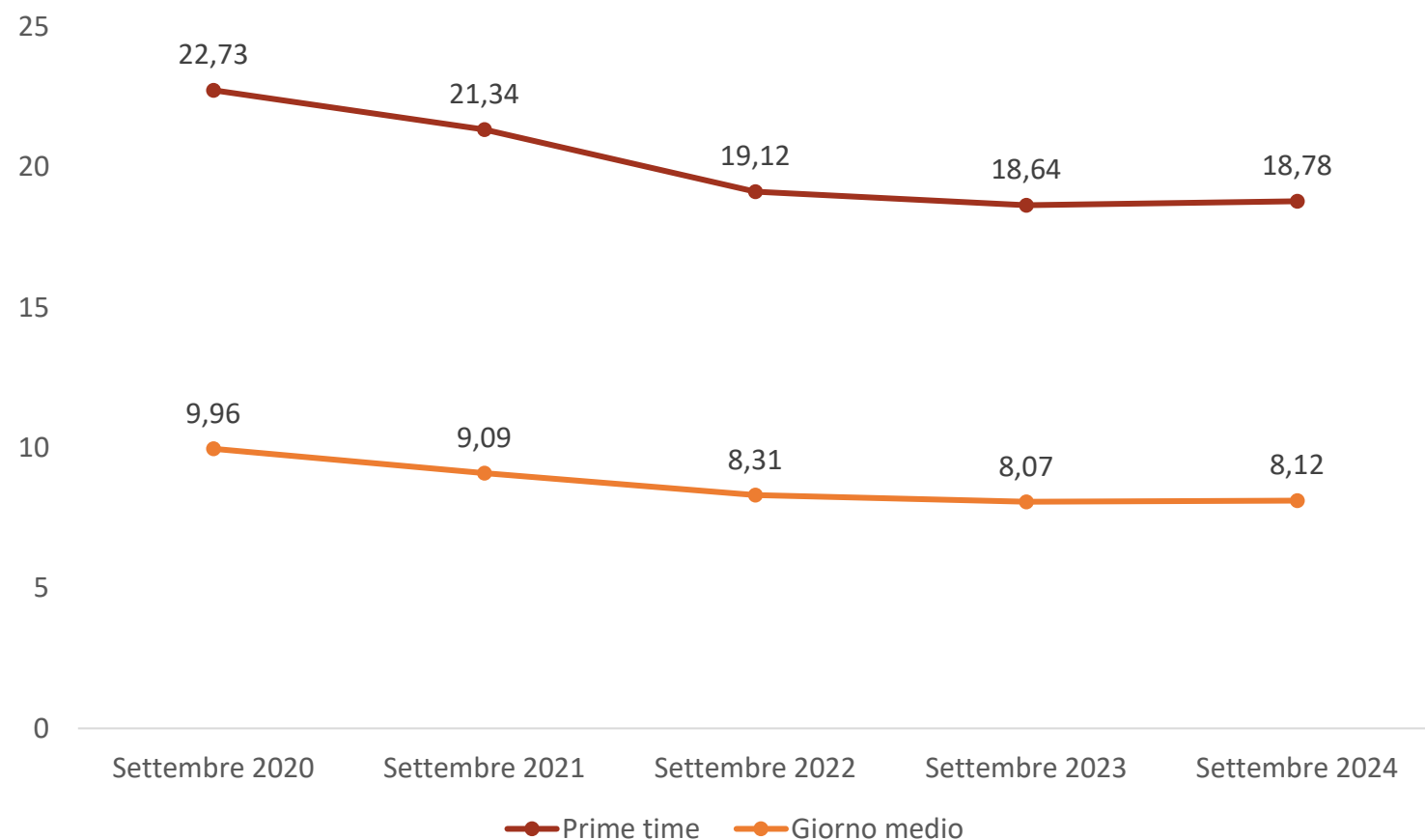
Top 30 opere realizzate/in realizzazione nel 2024 per volume di finanziamenti ricevuti dal MIC

Posizione	Azienda	Contributo MIC	Posizione	Azienda	Contributo MIC
1	A SIMPLE FAVOR 2	18.514.605,20 €	16	IN THE HAND OF DANTE	6.148.542,52 €
2	QUEER	17.840.186,39 €	17	HANNO UCCISO L'UOMO RAGNO	6.067.619,28 €
3	WILLIAM TELL	14.475.428,31 €	18	LA CITTA' PROIBITA	5.872.234,00 €
4	IL GATTOPARDO	13.826.493,72 €	19	BLOCCO 181 - STAGIONE 2	5.653.904,20 €
5	PARTHENOPE	11.214.568,14 €	20	THE TOWER STORIES	5.442.822,32 €
6	THE FIRST OMEN	10.228.148,46 €	21	MPM	5.381.749,84 €
7	IL CONTE DI MONTECRISTO	10.096.468,37 €	22	IL PARADISO DELLE SIGNORE DAILY 6	5.302.333,70 €
8	THE PENDRAGON CYCLE	10.053.760,00 €	23	DON MATTEO 14	5.261.472,12 €
9	IL MOSTRO	6.861.371,02 €	24	LA DOLCE VILLA	4.781.564,80 €
10	NAPOLI - NEW YORK	6.736.467,20 €	25	THE BAD GUY PART II	4.627.440,12 €
11	Evil Bunny aka Bunny-Man	6.695.887,20 €	26	FINO ALLA FINE	4.621.934,28 €
12	PRIMA DI NOI	6.582.421,08 €	27	UN PROPHETE	4.568.822,41 €
13	ACAB La serie	6.476.163,60 €	28	HEADS OF STATE	4.549.408,25 €
14	JAY KELLY	6.324.258,72 €	29	LA LEGGE DI LIDIA POET II	4.302.811,66 €
15	L'ABBAGLIO	6.263.526,00 €	30	CAMPO DI BATTAGLIA	4.291.566,34 €

Il Servizio di media audiovisivo lineare (TV)

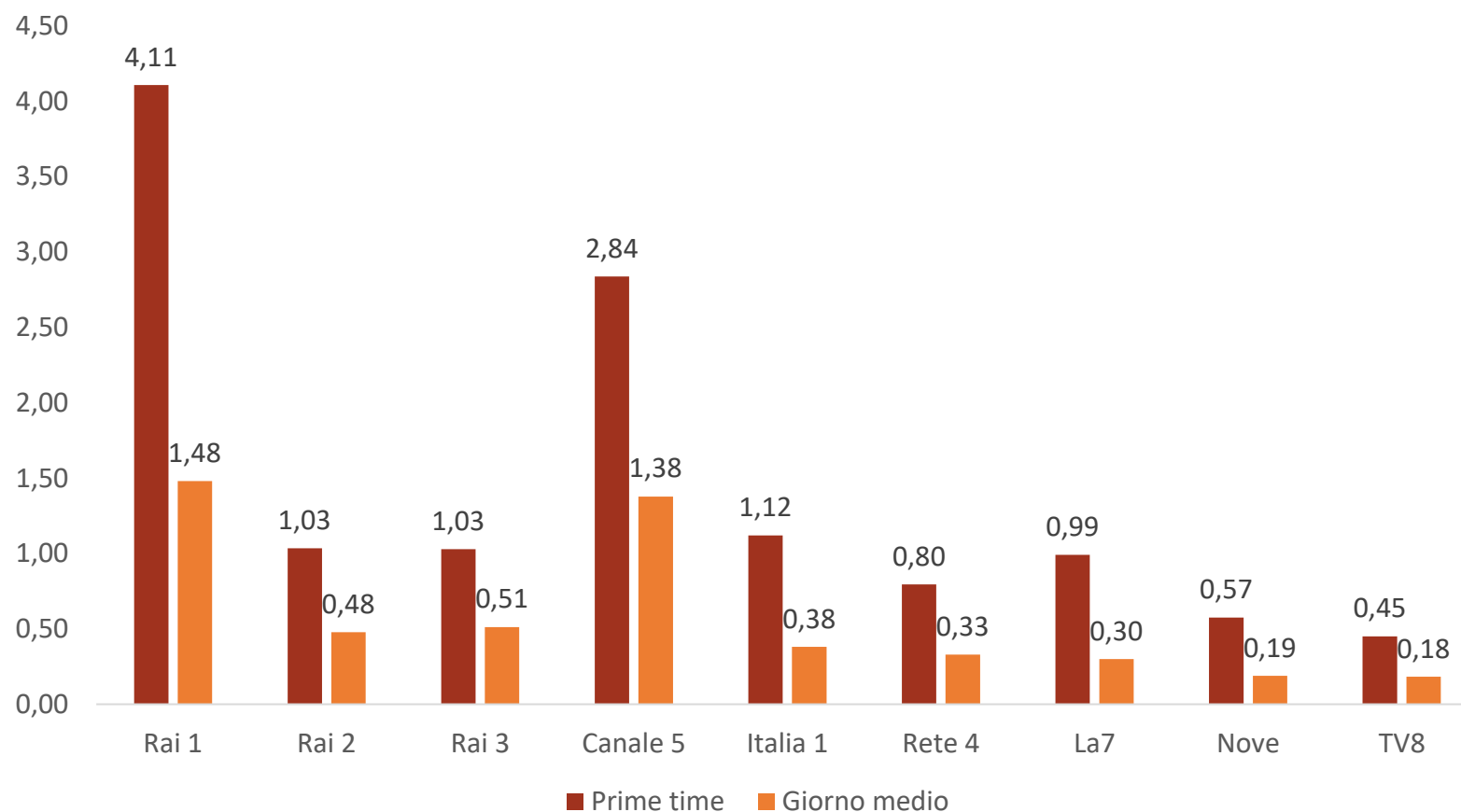


Audience televisiva in Italia (milioni di telespettatori)



Come già anticipato nelle slide precedenti uno dei canali di sbocco delle produzioni audiovisive italiane e la TV. Nonostante mantenga un ruolo centrale nell'ecosistema nazionale dei media, l'audience televisiva italiana è costantemente diminuita negli ultimi anni. Questa tendenza è certamente sintomo di un allontanamento dal mezzo televisivo a favore di altre forme di intrattenimento, su tutte le piattaforme VOD.

Spettatori medi giornalieri dei principali canali televisivi nei primi 9 mesi del 2024 (milioni di telespettatori)

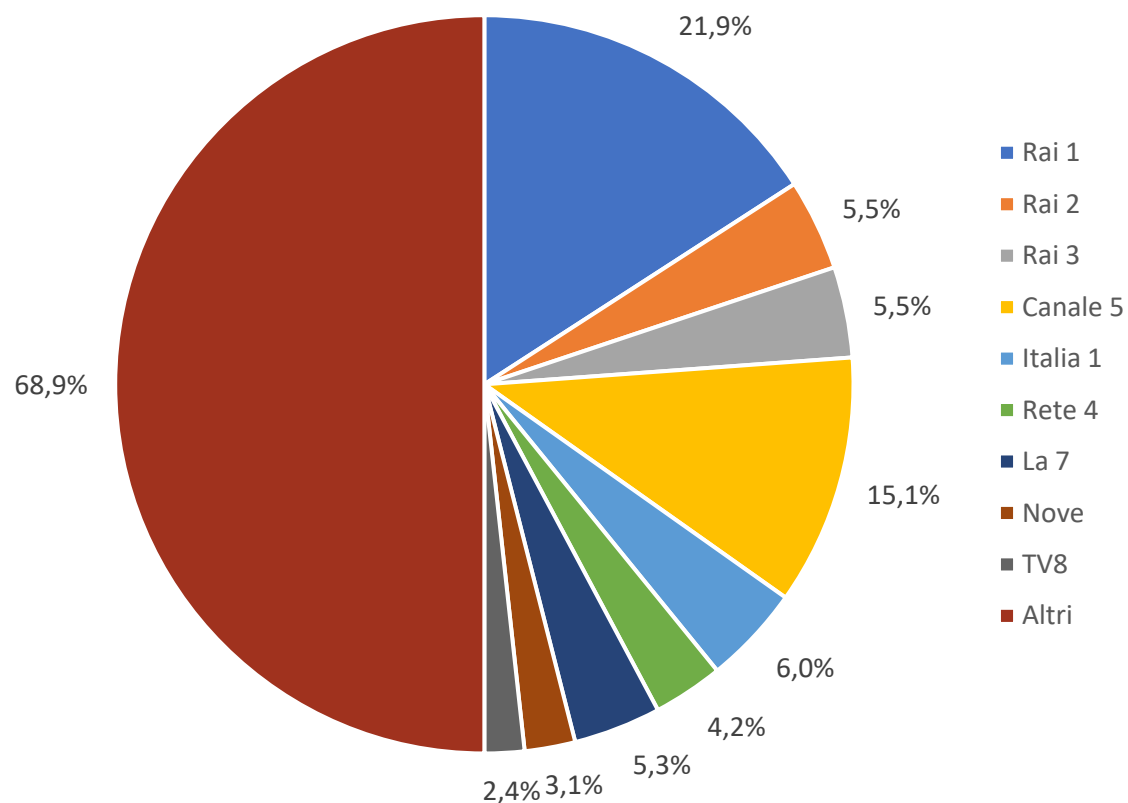


Passando all'analisi del mercato, vediamo come il canale prevalente come ascolti sia la prima rete del servizio pubblico, seguito a lunga distanza da canale 5.

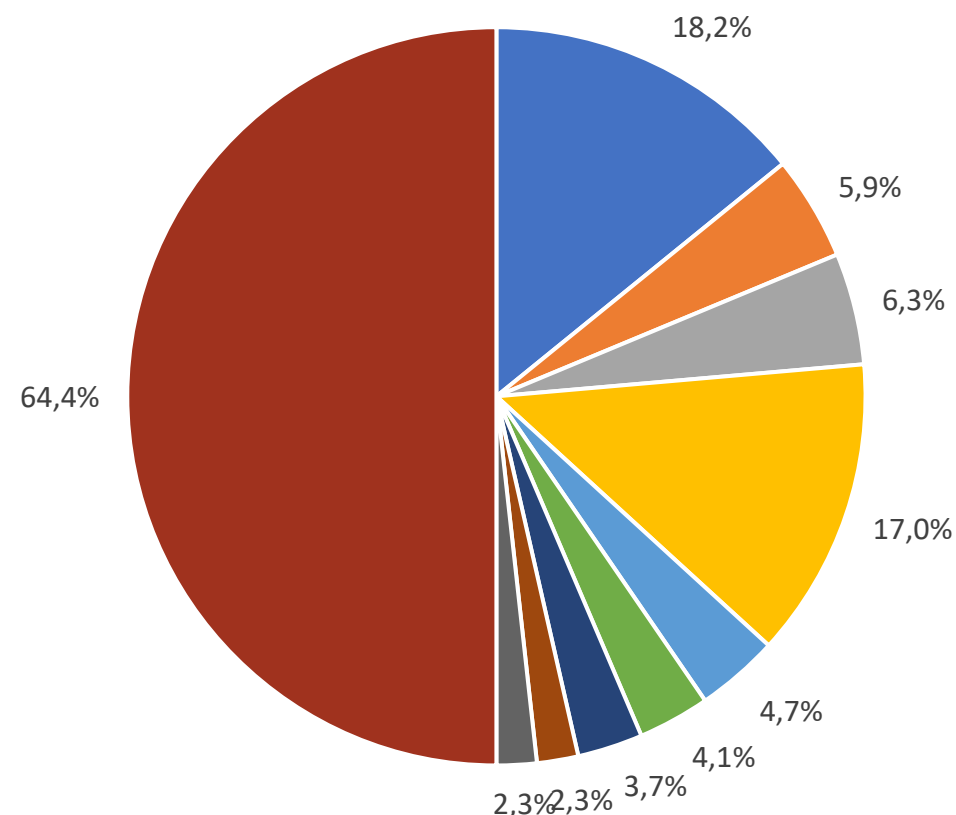
A livello di share Rai 1 presenta un valore del 21,9% in prime time e del 18,2% nel giorno medio. Canale ci si attesta rispettivamente sul 15,1% e 17%, mentre tutte le altre reti sono sotto il 10%.

Share medio dei principali canali televisivi nei primi 9 mesi del 2024

Prime time

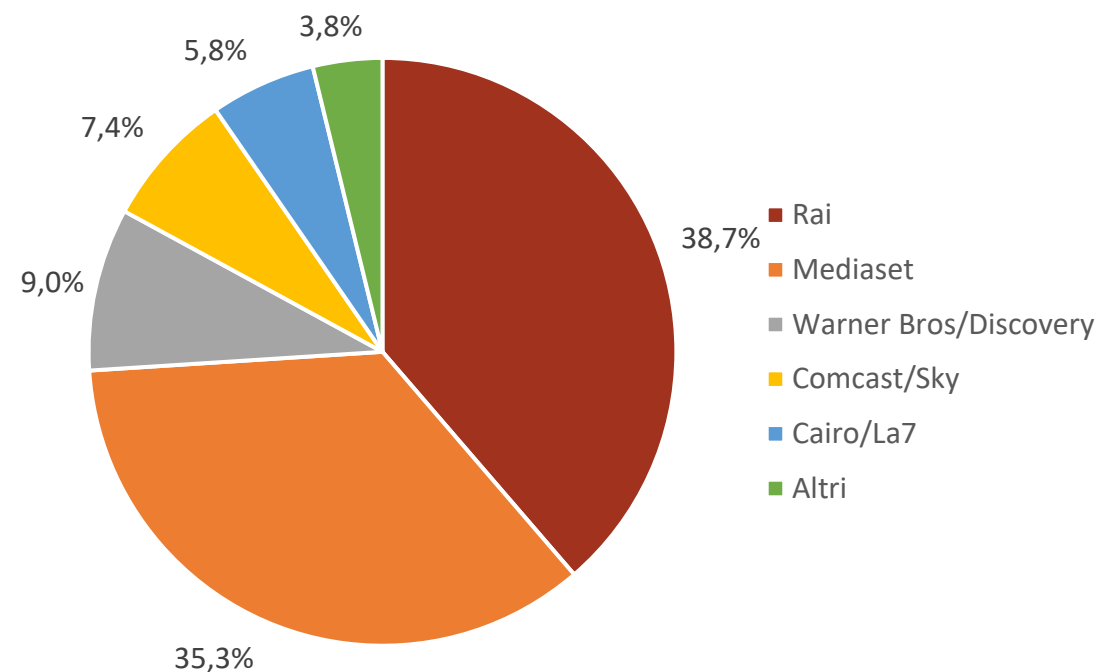


Giorno medio

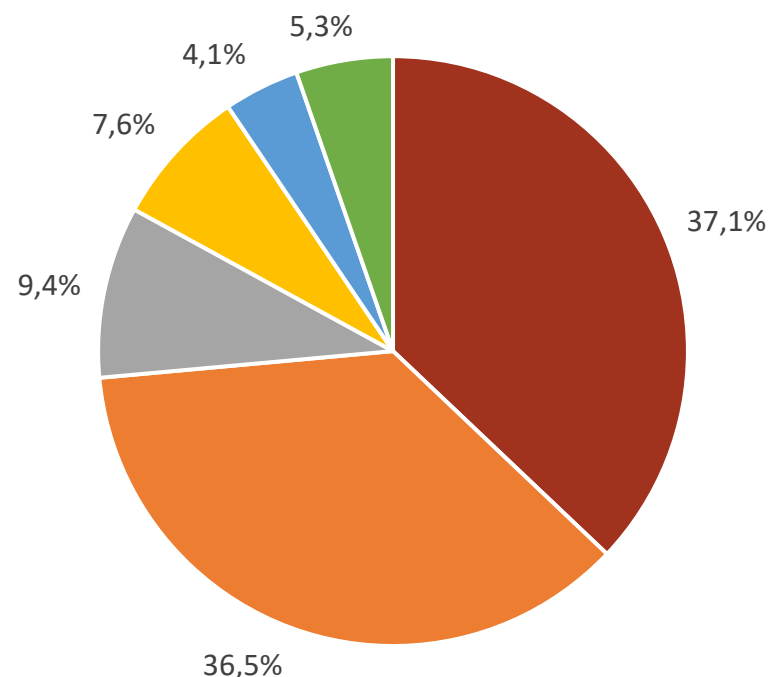


Share medio dei principali gruppi televisivi nei primi 9 mesi del 2024

Prime time



Giorno medio

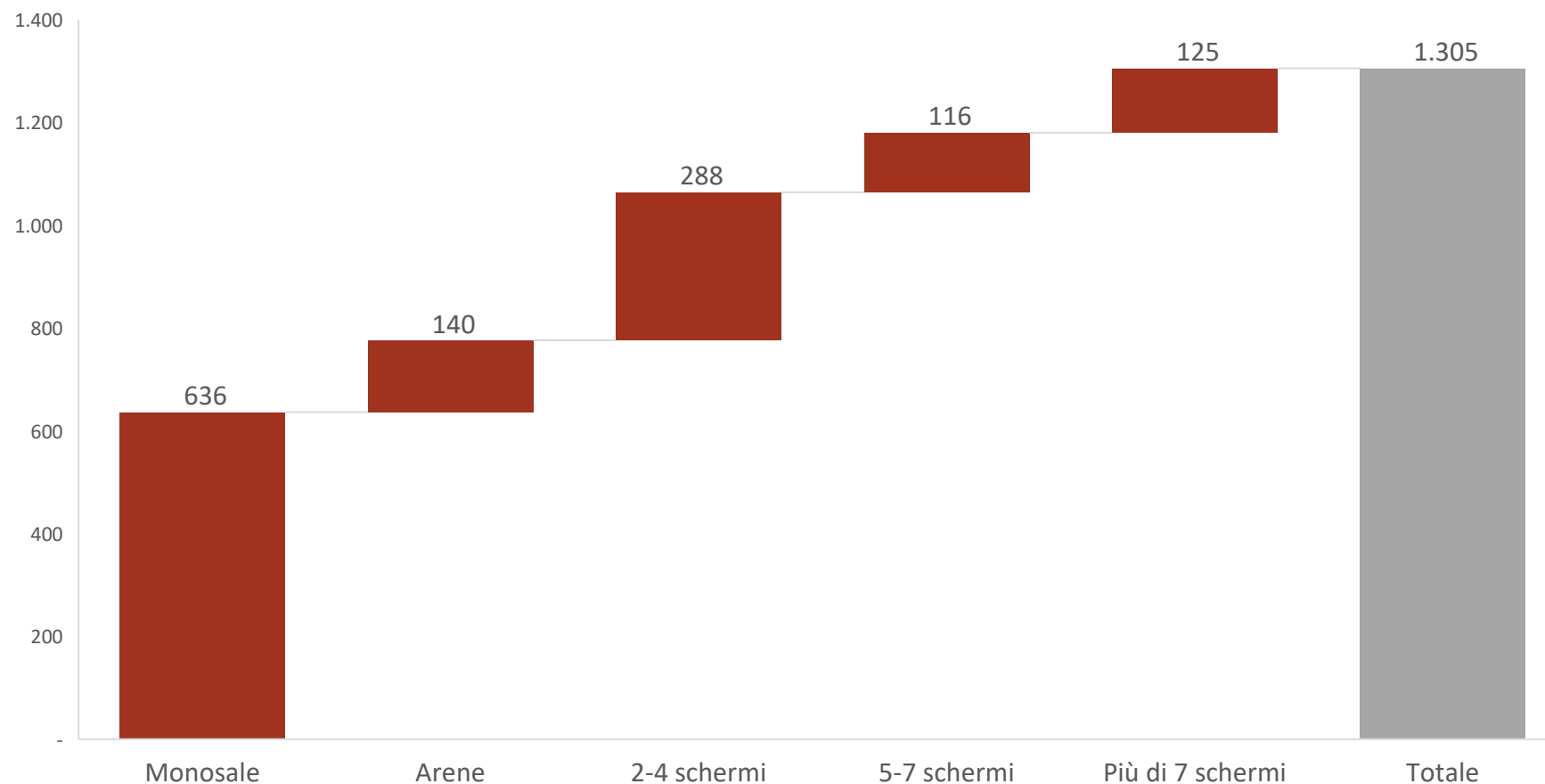


La prevalenza di Rai e Mediaset traspare chiaramente anche dall'analisi dello share per gruppi televisivi. La televisione pubblica continua a prevalere ma con percentuali molto vicine a quelle di Mediaset. Nessuno degli altri gruppi attivi nel paese supera il 10% di share.

La sala cinematografica

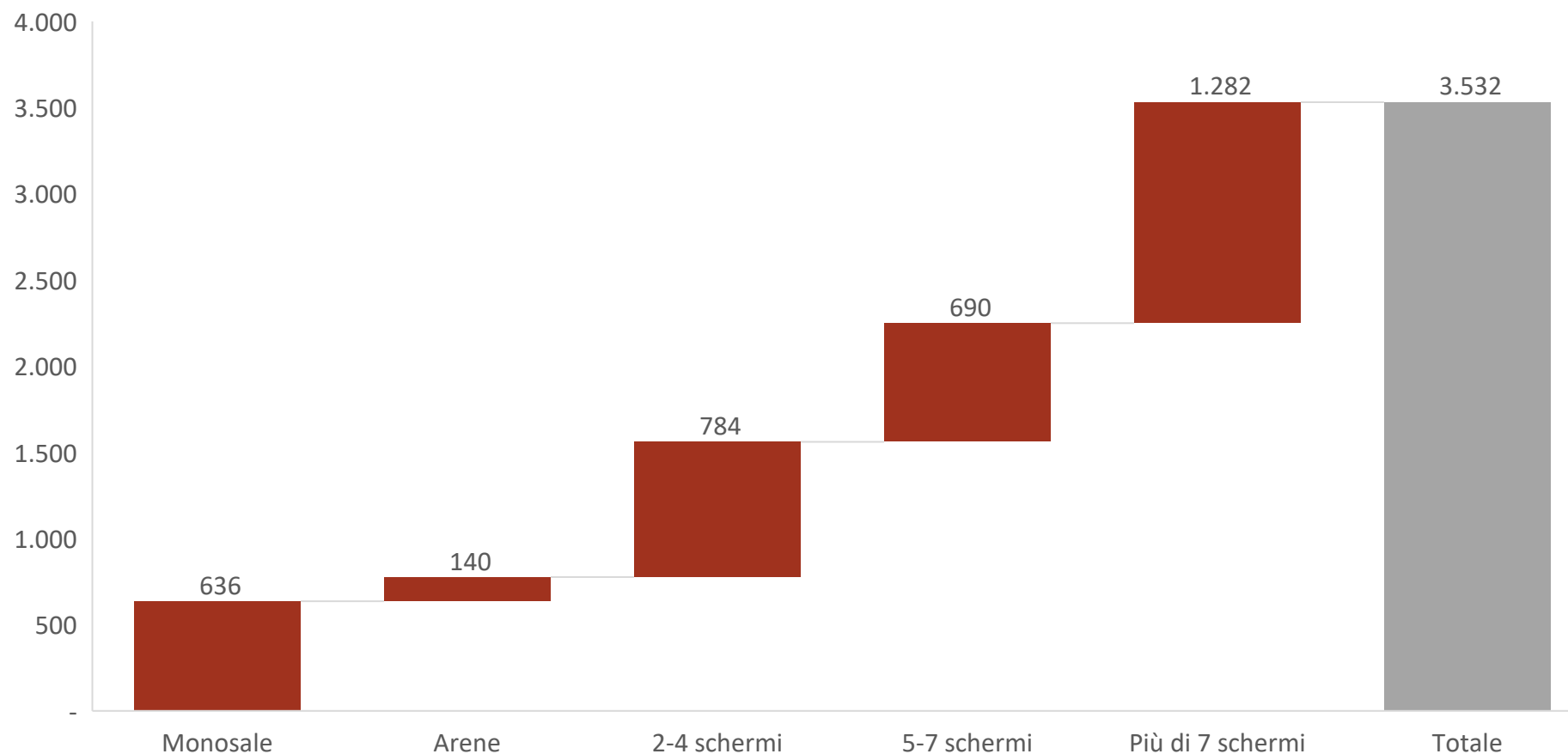


Numero di cinema presenti in Italia nel 2024 per categoria di struttura



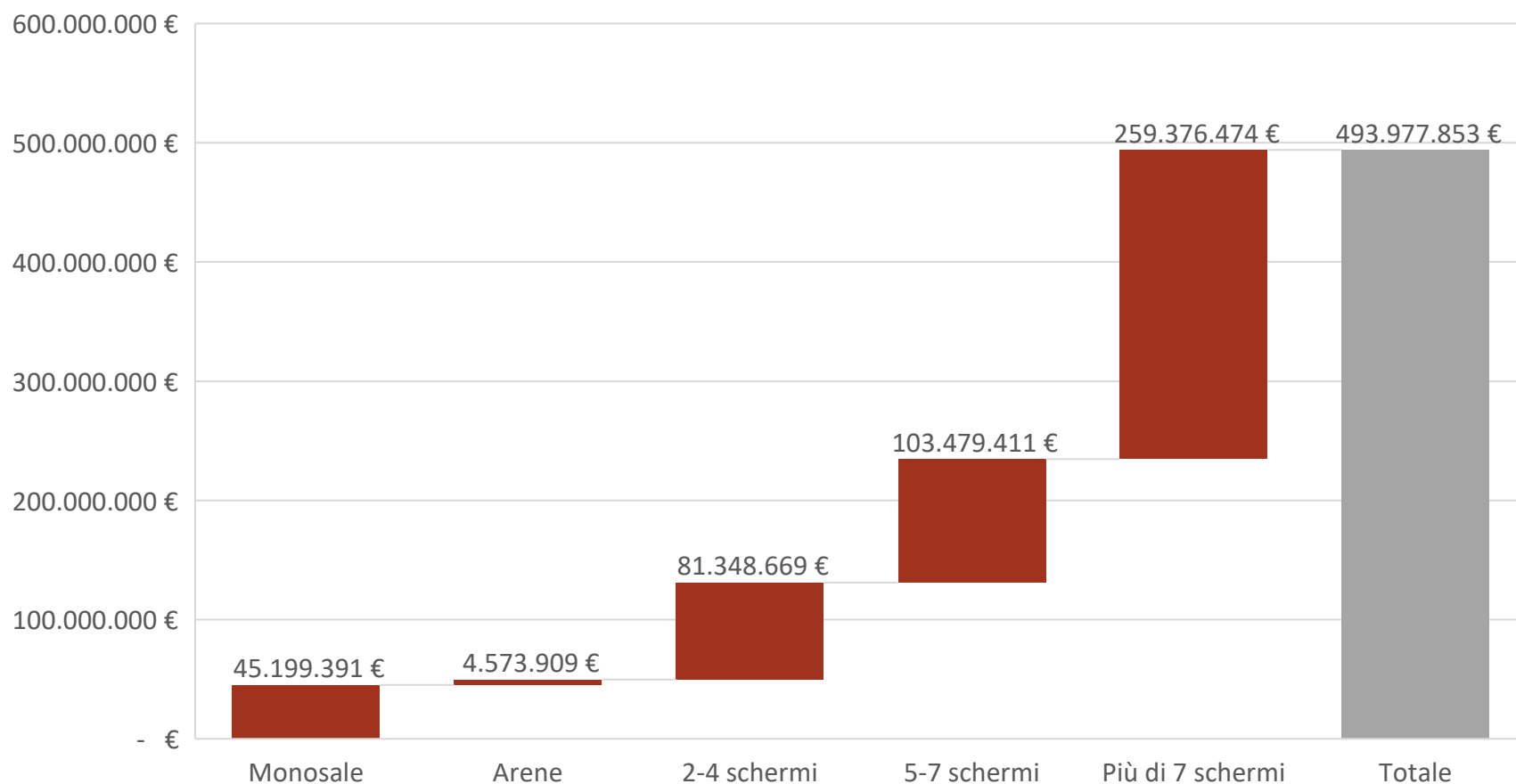
La slide mostra che nel 2024 in Italia ci sono 1.158 cinema, con la maggioranza composta da multisale (50%). Questo dato riflette una preferenza crescente del pubblico per strutture capaci di offrire maggiore scelta e comfort, evidenziando un trend verso strutture più grandi e meglio attrezzate.

Numero schermi presenti in Italia nel 2024 per categoria di struttura



Sulla scia di quanto detto nella slide precedente a prevalere nettamente per numero di schermi attivi sono le multisale con più di sette schermi.

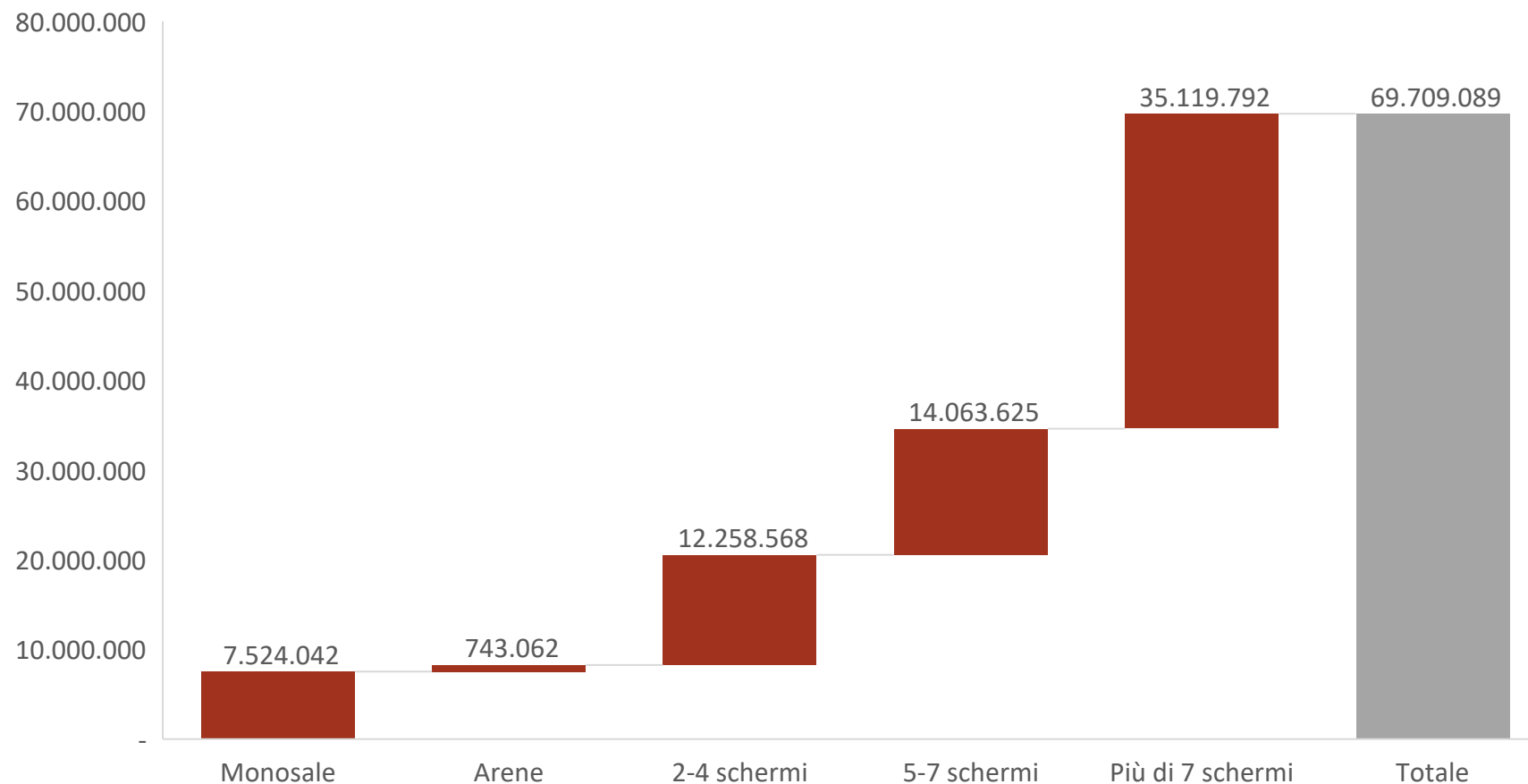
Incasso dei cinema italiani del 2024 per categoria di struttura



Rispetto agli incassi, il primato delle multisale con più di sette schermi si palesa più che proporzionalmente al numero di schermi attivi.

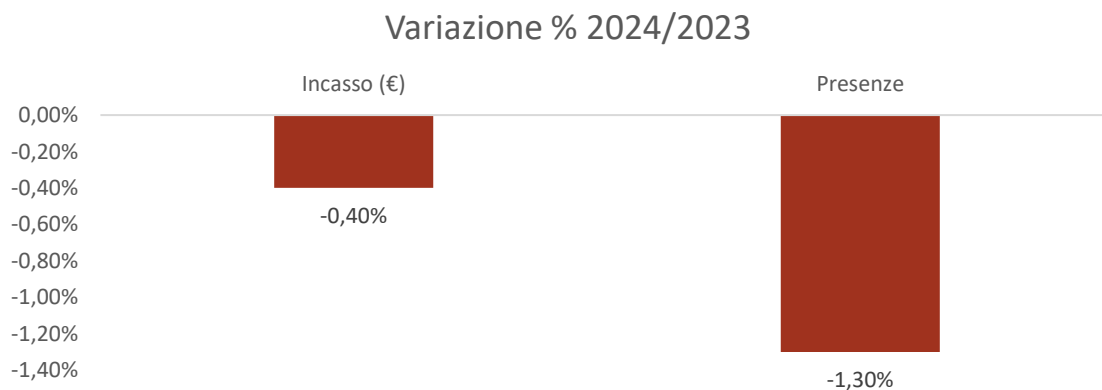
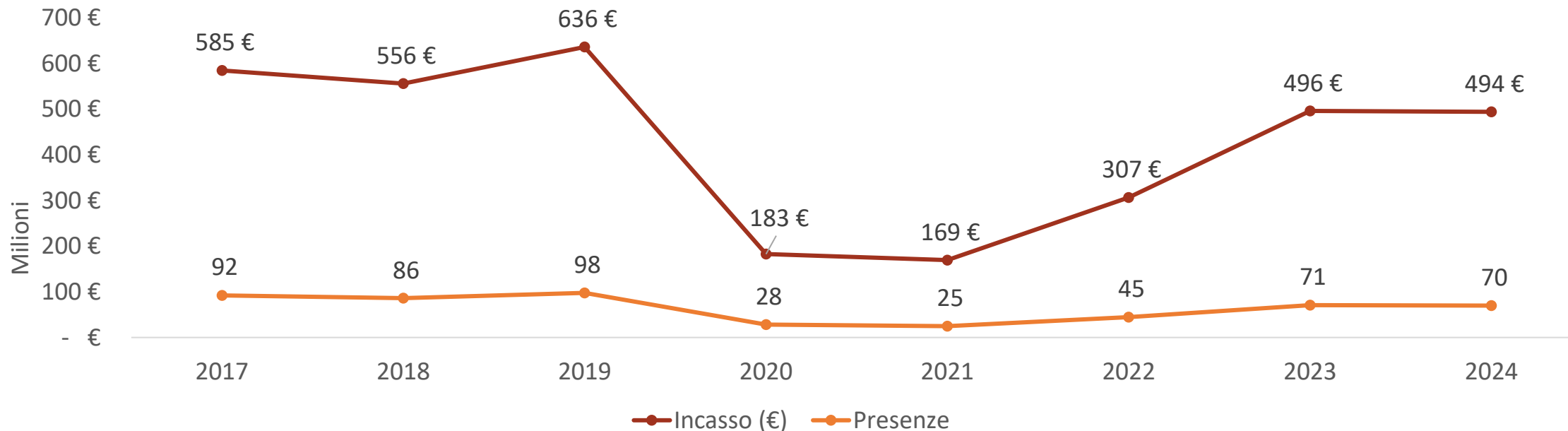
Detto ciò, appare evidente che non è solo la disponibilità di più schermi ad attrarre più spettatori. È invece possibile che un'offerta più variegata, che spesso comprende anche attrazioni che vanno oltre le opere cinematografiche, aiutino ad attrarre un'utenza nettamente maggiore.

Presenze nei cinema italiani nel 2024 per categoria di struttura



Il dato sulle presenze ricalca strettamente quello sugli incassi. Da ciò si desume che non esiste una marcata differenza di prezzo tra le varie tipologie di strutture.

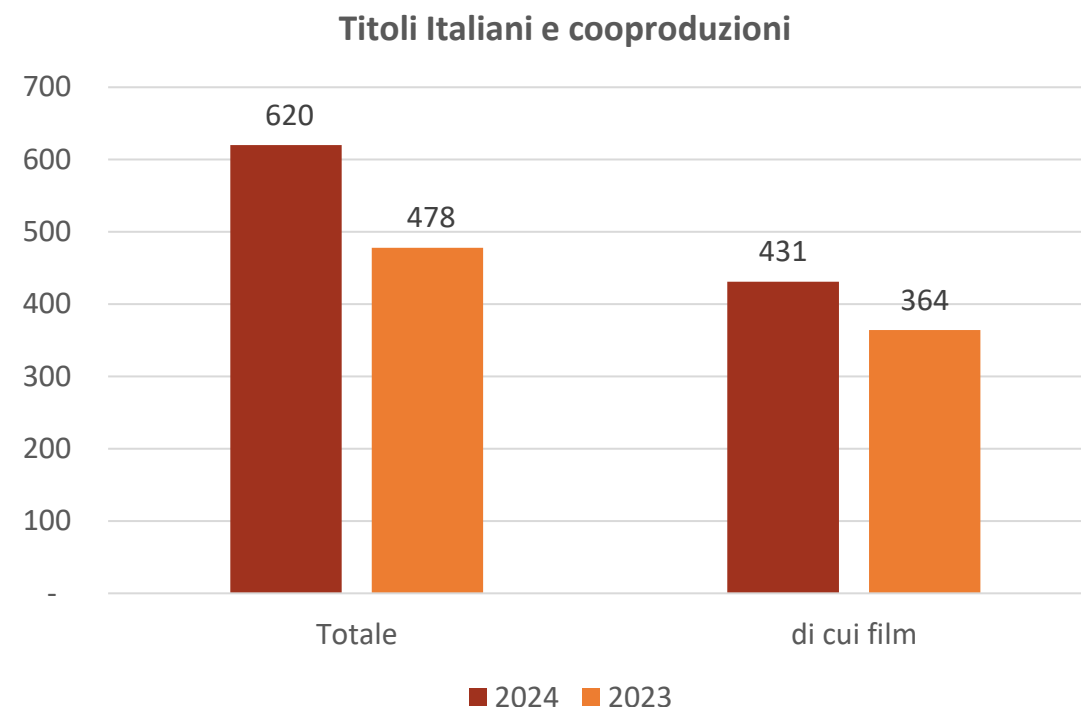
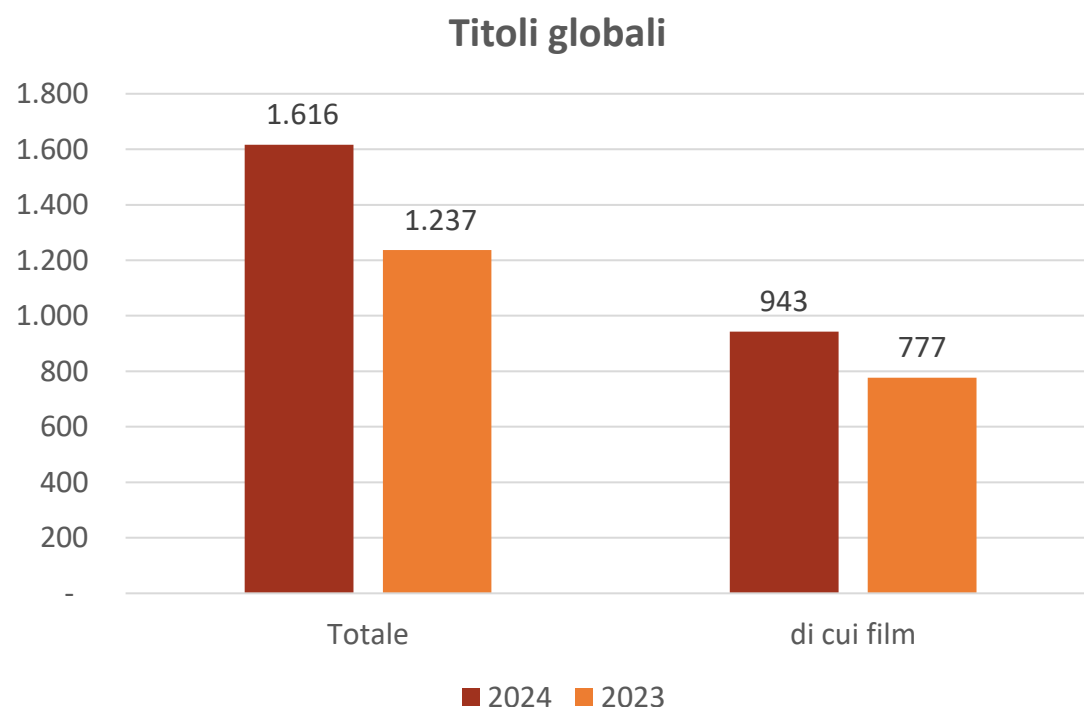
Andamento nel tempo di incassi e presenze dei cinema italiani



Infine, l'analisi di incassi e presenze negli ultimi anni evidenzia come, sebbene ci sia stato un rientro nelle sale dopo la pandemia, non si è più raggiunto il brillante risultato del 2019 in cui si è toccato 636 milioni di incasso e 98 milioni di presenze.

Titoli (film, corti, eventi, ried., ed. spec.) trasmessi nel corso degli ultimi due anni

Dei 1.616 titoli trasmessi nel 2024 nei cinema italiani le produzioni italiane rappresentano poco più di un terzo del totale (620). In generale, possiamo vedere come a dispetto di un lieve calo di presenze e incassi vi sia stato un incremento dell'offerta sia di produzioni italiane che internazionali.



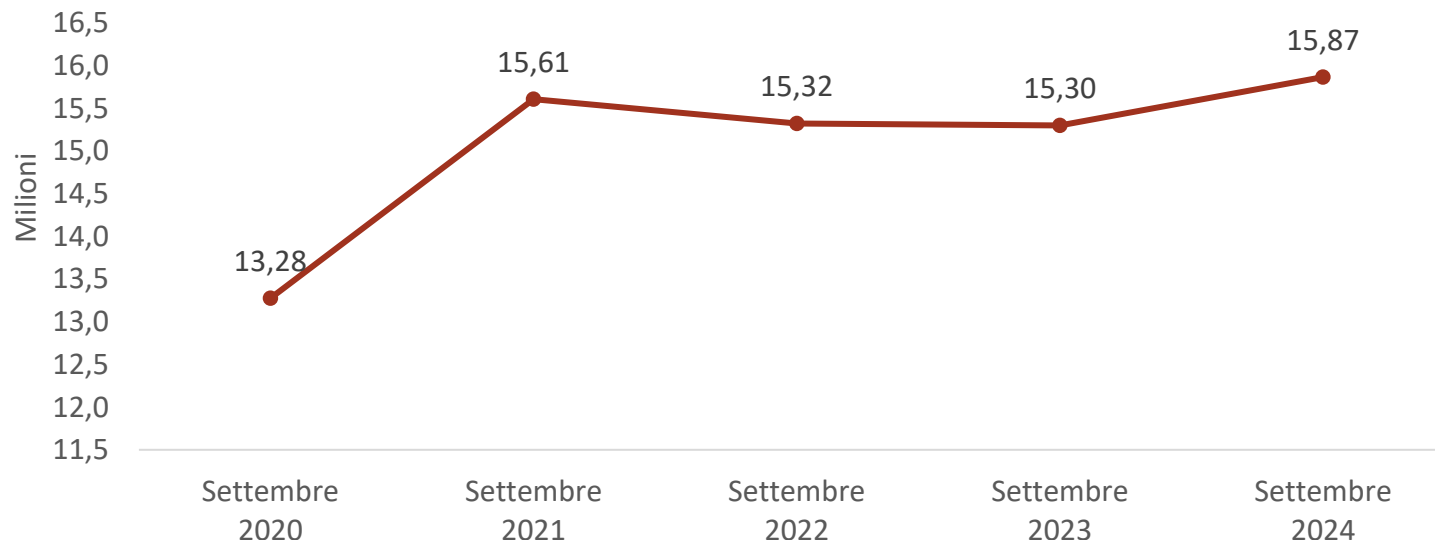
L'utilizzo di servizi VOD in Italia



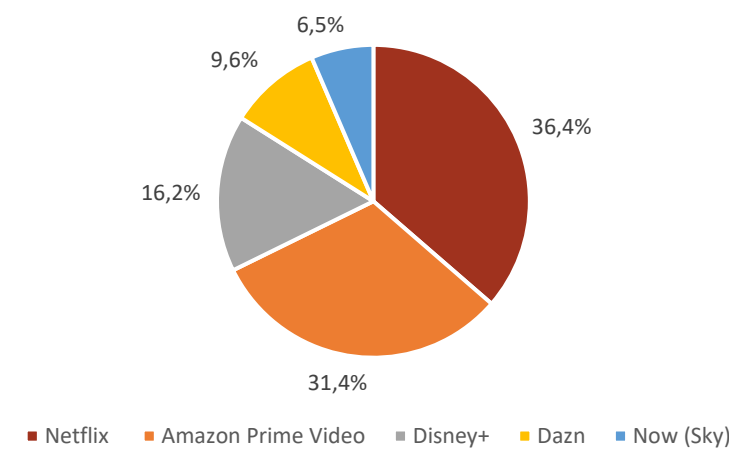
Piattaforme VOD a pagamento - Utenti

I dati mostrano una crescita significativa del numero di utenti iscritti a piattaforme VOD a pagamento, segnalando una preferenza crescente per servizi streaming premium. Questa tendenza potrebbe essere attribuita alla grande disponibilità di contenuti, molto spesso esclusivi, e alla qualità percepita del servizio. L'incremento degli ultimi anni evidenzia come l'offerta streaming sia ormai centrale nelle abitudini di fruizione degli utenti.

Utenti unici complessivi dei servizi VOD a pagamento in Italia



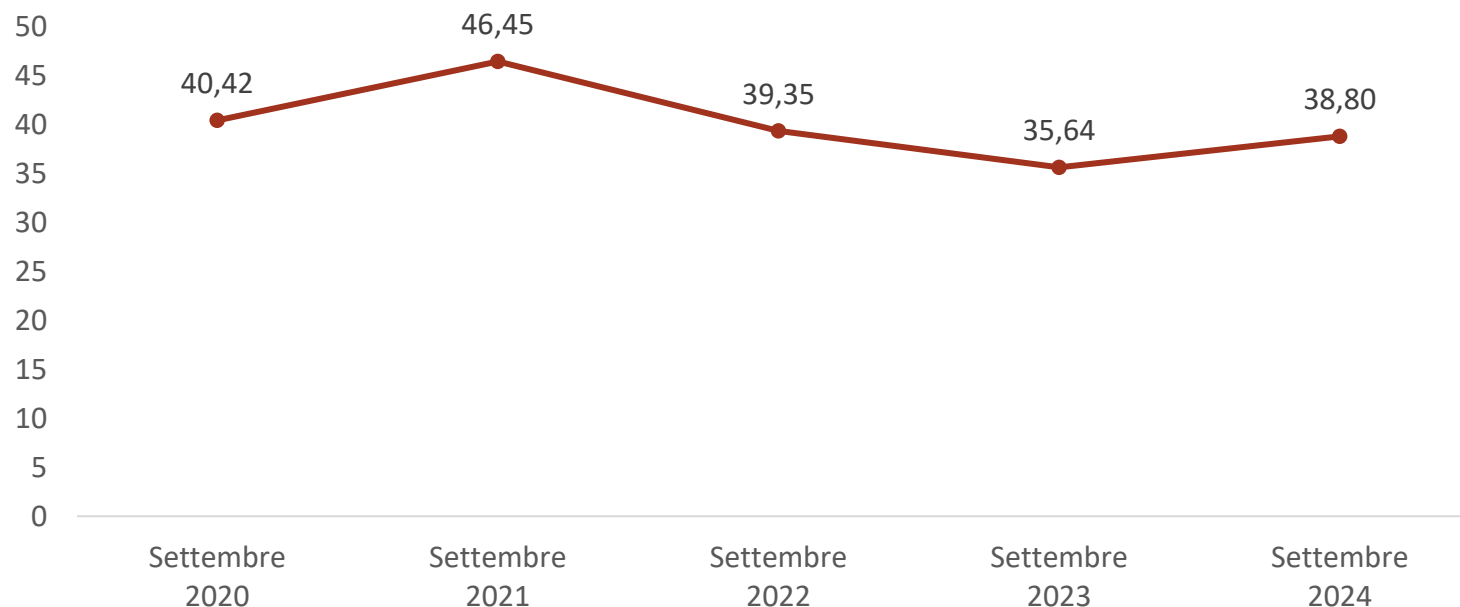
Quota di mercato rispetto al numero medio di utenti delle prime 5 piattaforme VOD a pagamento attive in Italia



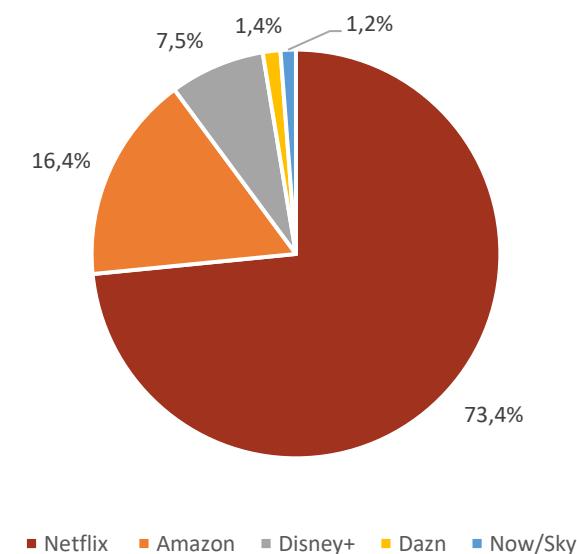
Piattaforme VOD a pagamento – Tempo di utilizzo

Sebbene gli utenti complessivi siano in crescita, il tempo complessivo trascorso sulle VOD a pagamento ha avuto un andamento oscillante negli ultimi anni.

Ore di navigazione complessive sulle piattaforme di VOD a pagamento in Italia (mln)



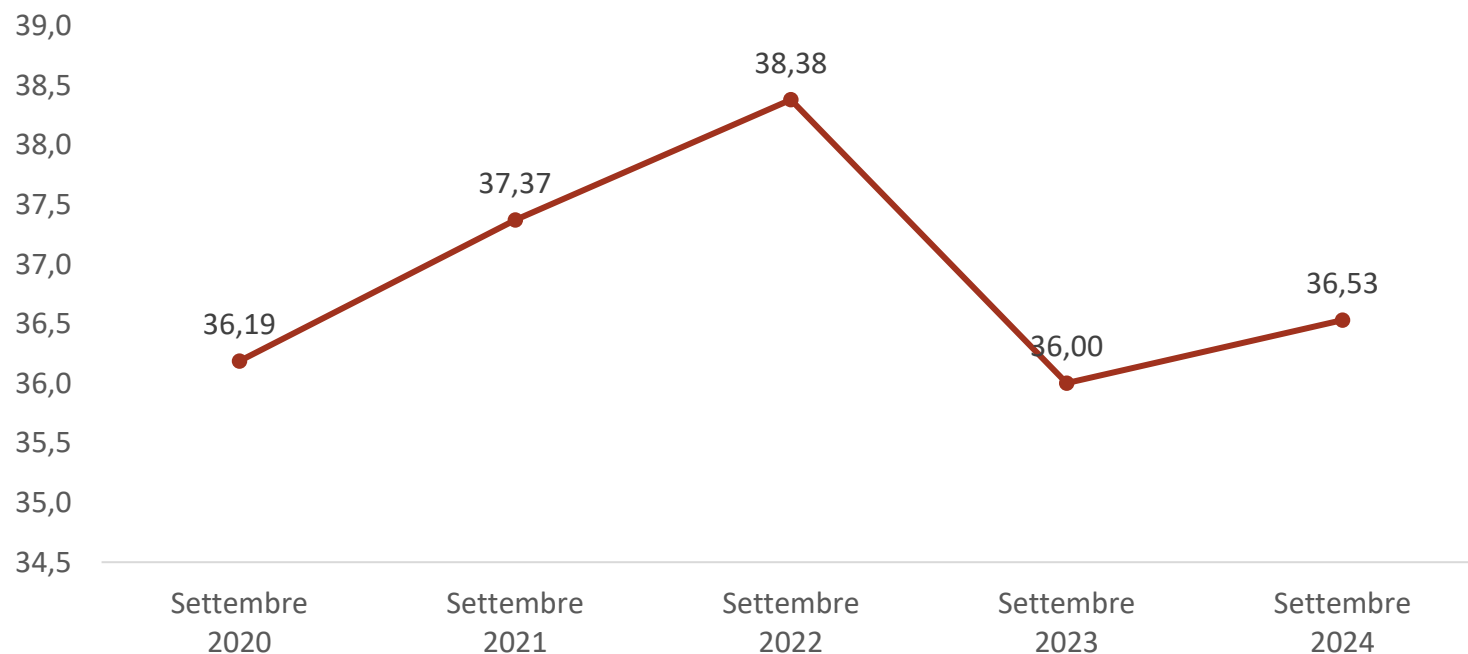
Quota di mercato rispetto al tempo di utilizzo delle prime 5 piattaforme VOD a pagamento attive in Italia



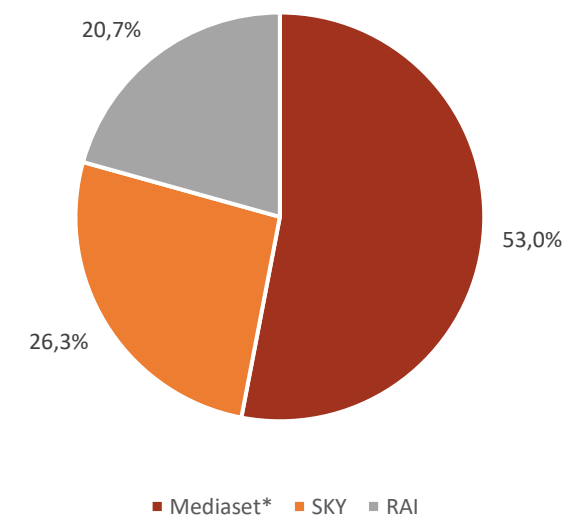
Piattaforme VOD gratuite - Utenti

Per quanto riguarda le VOD gratuite, osservando i dati vediamo una netta crescita tra il 2020 e il 2022 a cui è seguito un calo netto nel 2023, per poi riprendere un andamento positivo lo scorso anno. In generale, il numero di utenti di VOD gratuite si attesta su un numero più che doppio rispetto a quelle a pagamento.

Utenti unici complessivi dei servizi VOD gratuite in Italia



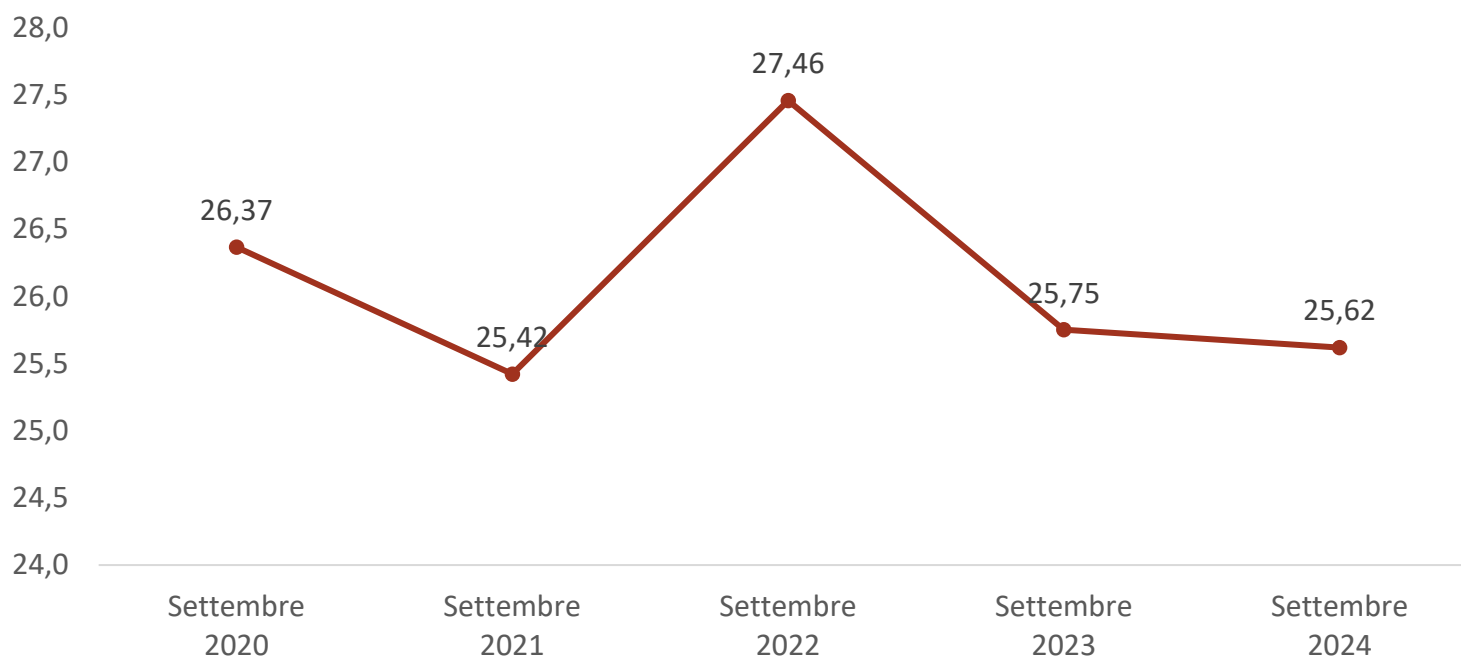
Quota di mercato rispetto al numero medio di utenti delle prime 5 piattaforme VOD gratuite attive in Italia



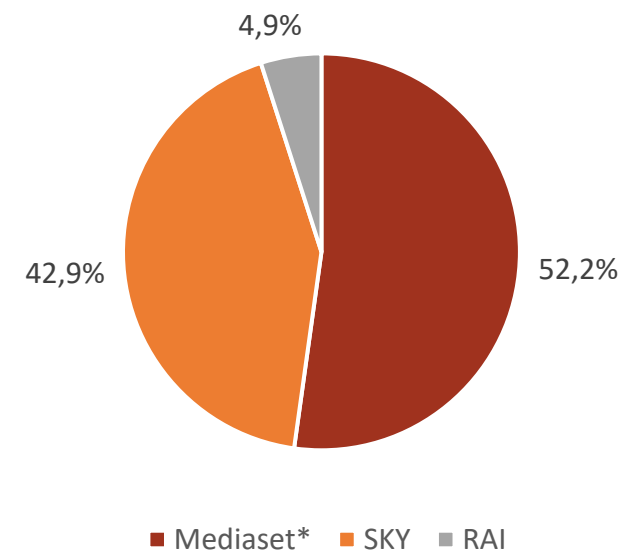
Piattaforme VOD gratuite - Tempo di utilizzo

Rispetto al tempo di utilizzo delle VOD gratuite vediamo come sia stato molto oscillante negli ultimi anni, pur rimanente sempre superiore alle 25 ore medie.

Ore di navigazione complessive sulle piattaforme di VOD gratuite in Italia



Quota di mercato rispetto al tempo di utilizzo delle prime 5 piattaforme VOD gratuite attive in Italia



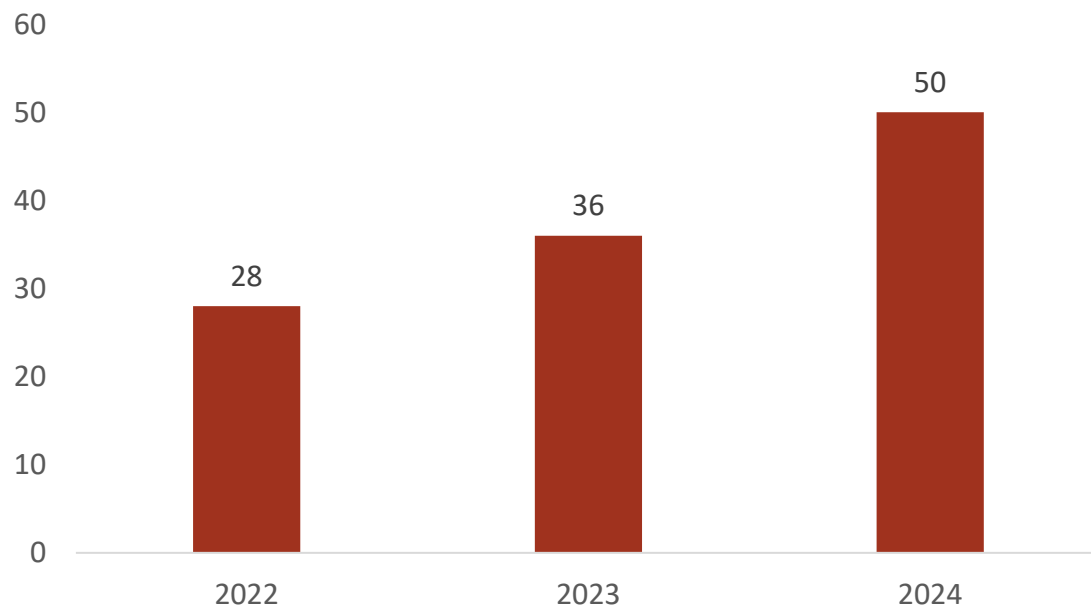
Il gaming in Italia



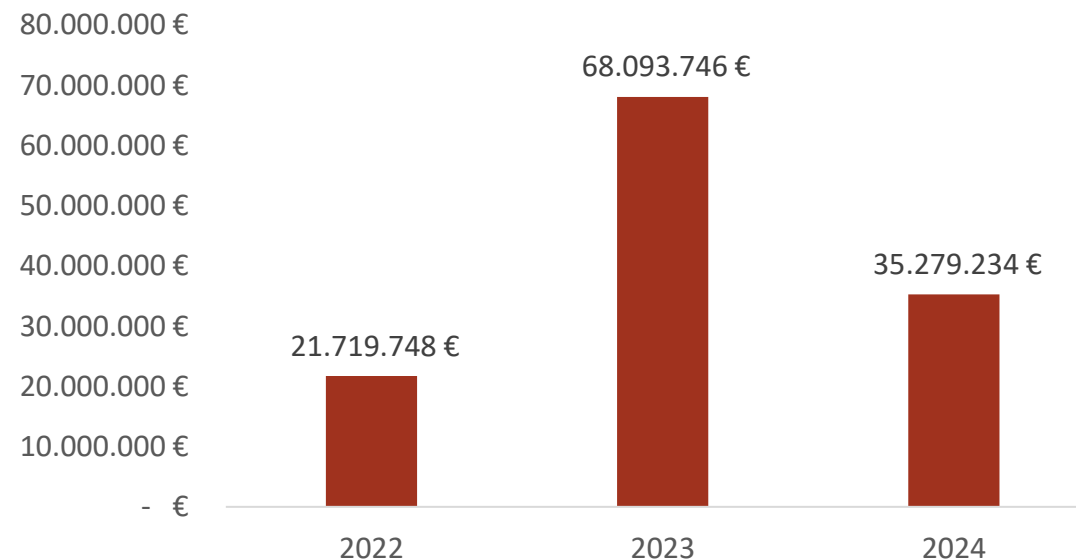
La produzione italiana di videogiochi

I dati del MIC mostrano una significativa evoluzione positiva nel numero di videogiochi prodotti in Italia negli ultimi anni, segnale evidente di un settore in espansione. Il trend crescente suggerisce una sempre maggiore capacità creativa e produttiva del comparto nazionale, probabilmente sostenuta sia dalla crescita della domanda interna che internazionale. Nonostante il maggior numero di produzioni, il costo complessivo del 2024 è risultato inferiore al 2023, tale discrepanza è probabilmente dovuta alla maggior presenza nell'anno precedente di titoli ad alto budget.

Numero di videogiochi prodotti in Italia per anno di concessione del contributo pubblico alla produzione

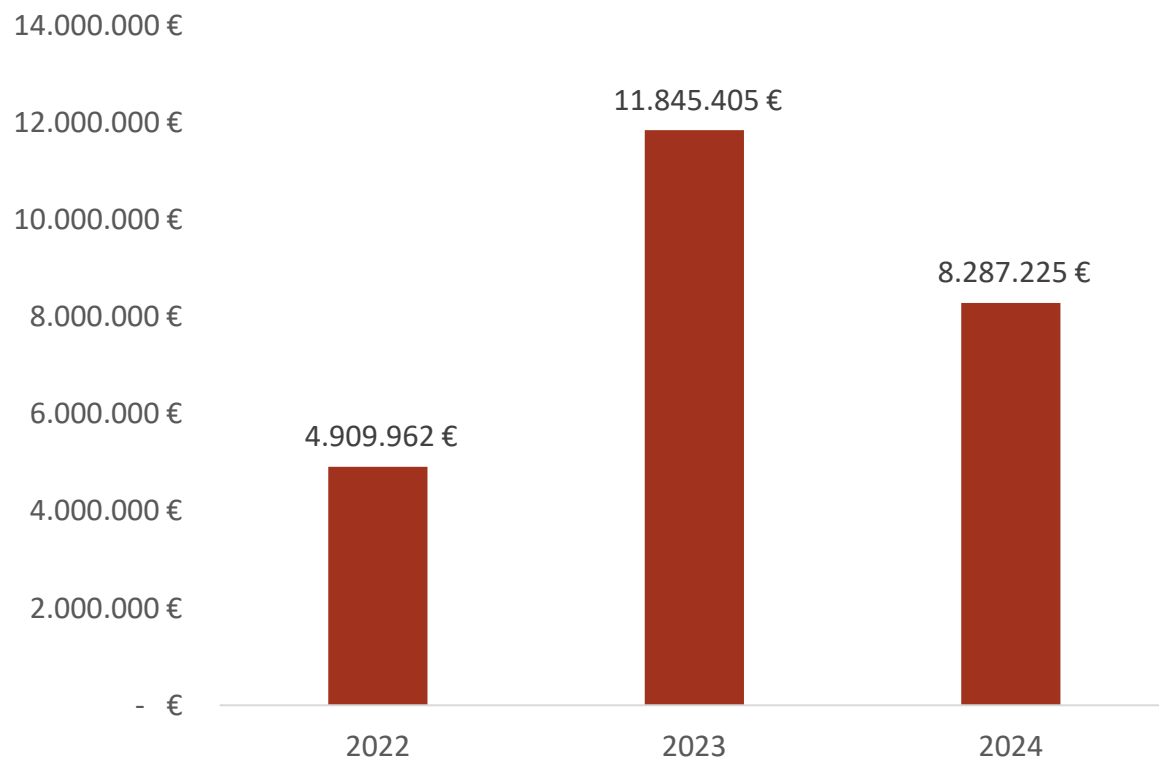


Costo complessivo dei videogiochi prodotti in Italia che hanno beneficiato del contributo pubblico per anno di concessione dello stesso



Il contributo pubblico alla produzione di videogiochi in Italia

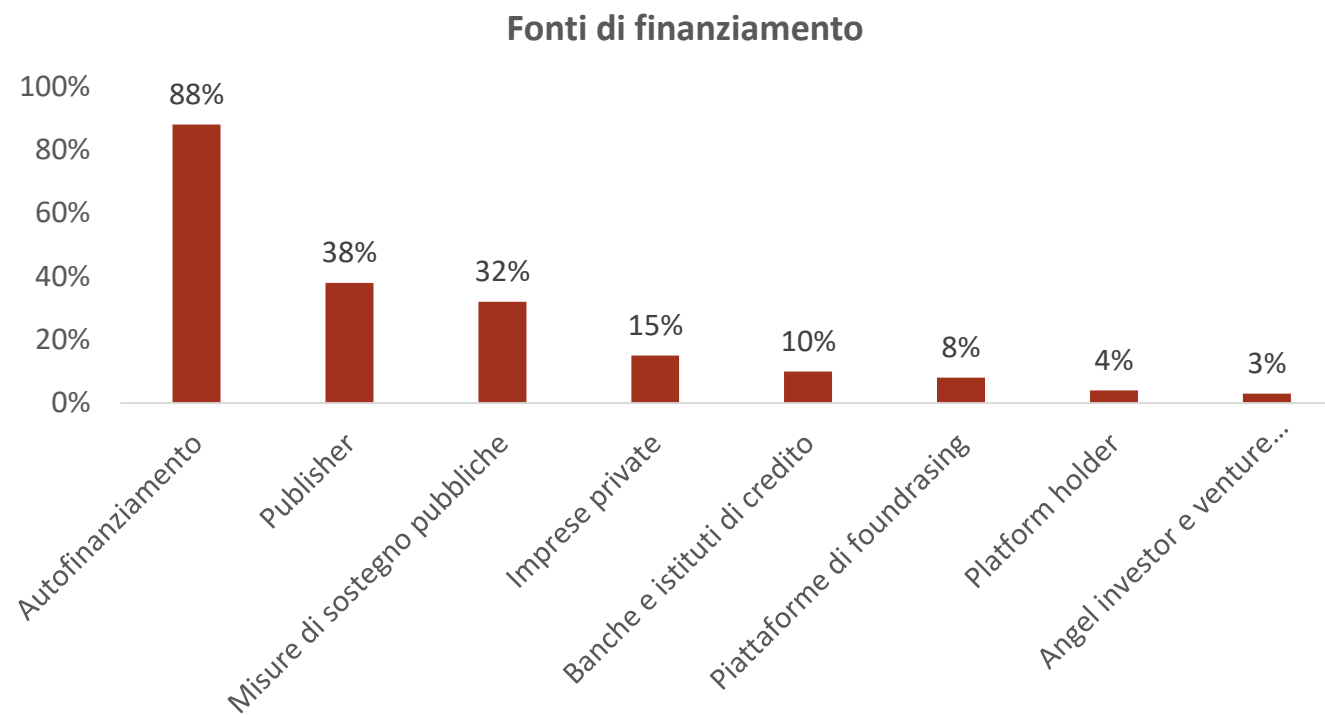
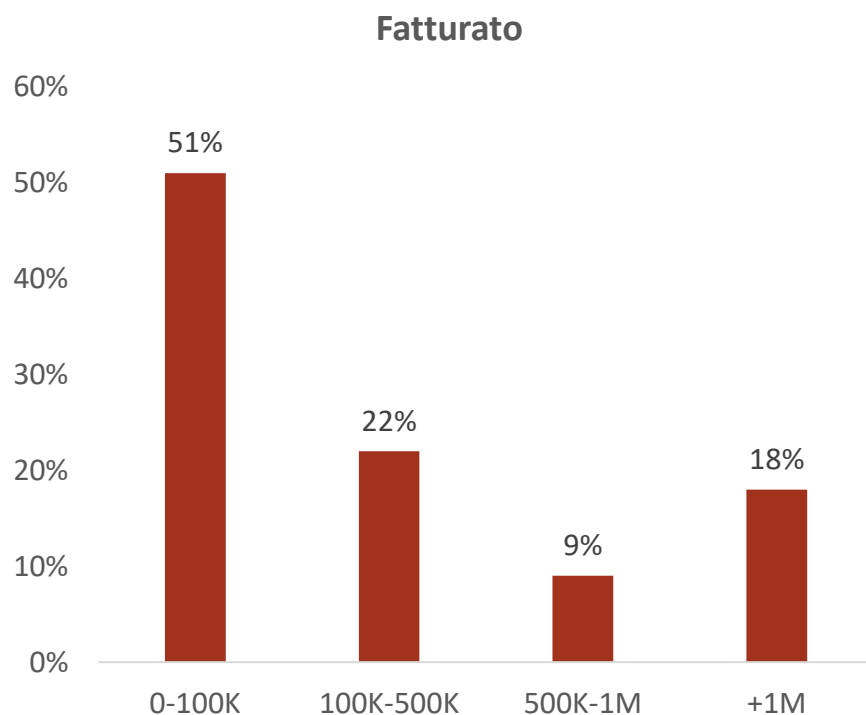
Contributo pubblico alla realizzazione di videogiochi in Italia per anno di assegnazione del contributo



Dall'analisi dei dati emerge inoltre un andamento crescente del contributo pubblico destinato alla produzione di videogiochi in Italia, evidenziando una strategia istituzionale di forte sostegno al settore. Tale finanziamento dimostra una presa di coscienza del potenziale economico e culturale del gaming da parte delle istituzioni italiane. Il sostegno pubblico è cruciale non solo per stimolare la produzione, ma anche per attrarre ulteriori investimenti privati, creando così un circolo virtuoso in grado di potenziare ulteriormente il settore.

Fatturato e fonti di finanziamento delle imprese (2024)

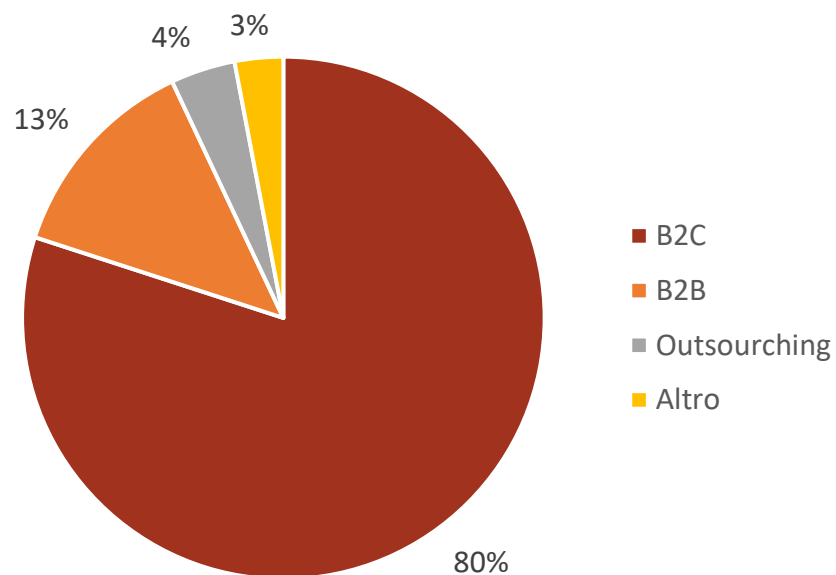
Analizzando le imprese del settore, vediamo come il comparto sia composto per oltre l'80% da aziende molto piccole che generano meno di un milione di euro di ricavi. Tra le fonti di finanziamento, la principale fonte esterna sono i publisher, seguiti a stretto giro dagli aiuti pubblici.



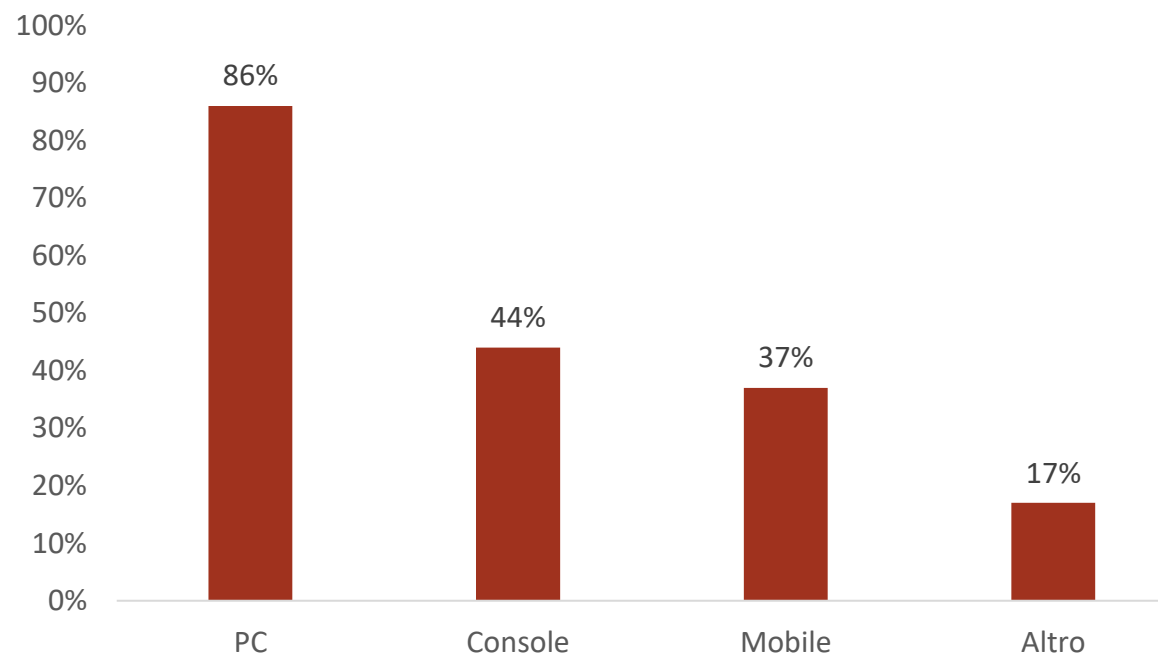
Destinazione dei prodotti (2024)

Riguardo alla destinazione dei prodotti, l'80% delle opere sono destinate ai mercati consumer, il B2B pesa infatti solo per il 13%. Tra le piattaforme prevale nettamente il PC che presenta un valore quasi doppio rispetto alle console.

Ripartizione del fatturato per mercati



Piattaforme di destinazione dei prodotti



I prossimi passi dell'analisi: Un'indagine diretta sulle imprese



L'Istituto per la Competitività, in qualità di soggetto terzo e indipendente con riconosciute competenze scientifiche, sta sviluppando, in collaborazione con le principali associazioni di settore, **un'indagine che tracci in maniera puntuale e coerente nel tempo le aziende del settore**. La raccolta dei dati avverrà tramite metodo **CAWI** (Computer Assisted Web Interview), ovvero attraverso l'auto compilazione da parte degli intervistati di un questionario somministrato via web. Il questionario è al momento composto da un totale di 21 quesiti utili ad analizzare sette profili principali:

- Caratteristiche dell'attività svolta
- Ricaduta occupazionale diretta
- Tipologie di contenuti prodotti
- Investimenti
- Ricavi
- Canali distributivi
- Fruizione dei contenuti
- Export di contenuti

Ciascun soggetto rispondente, identificandosi nella prima serie di domande per il tipo di attività svolta (produzione, impresa tecnica, distribuzione) verrà collocato in un punto esatto della filiera onde evitare duplicazioni o sovrapposizioni nel conteggiare il contributo di ciascuno all'economia del settore e nazionale. Dopo la fase di raccolta e revisione dei dati, le informazioni saranno elaborate dai ricercatori di I-Com e successivamente messe in formato anonimo ma non aggregato ad uso esclusivo del Ministero e in forma aggregata alle organizzazioni che hanno partecipato all'iniziativa. In aggiunta all'analisi delle risposte pervenute, verrà calcolato anche l'impatto del comparto audiovisivo sugli altri settori dell'economia nazionale sfruttando le tavole input output messe a disposizione dall'ISTAT

Settore di attività	
Edizione di giochi per computer	
Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi	
Attività di distribuzione cinematografica, di video e di programmi televisivi	
Attività di proiezione cinematografica	
Attività di post-produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi	
Programmazione e trasmissioni televisive	
Produttore indipendente ai sensi del TUSMA	
Produttore integrato ai sensi del TUSMA	
Forma giuridica	

Classe di fatturato nell'ultimo FY	
<1 milione €	
tra 1 e 2 milioni €	
tra 2 e 5 milioni €	
tra 5 e 10 milioni €	
tra 10 e 20 milioni €	
tra 20 e 50 milioni €	
tra 50 e 200 milioni €	
>200 milioni €	

N. di addetti nell'ultimo FY	
<10	
tra 10 e 49	
tra 50 e 249	
>250	

Addetti nel corso dell'ultimo FY	
N. addetti	
> di cui donne	
> di cui under 30	
N. dipendenti	
N. collaboratori (lavoratori autonomi/liberi professionisti)	

Valore della produzione

Valore della produzione dei contenuti (con riferimento all'ultimo FY)			
Per i produttori			
Investimenti per la produzione		€	
	Film		
	Serie TV		
	Opere web		
	Cortometraggi		
	Documentari		
	Animazione		
	Altra produzione audiovisiva		
di cui			
Valore delle Coproduzioni		€	
	Film		
	Serie TV		
	Opere web		
	Cortometraggi		
	Documentari		
	Animazione		
	Altra produzione audiovisiva		

Per i committenti (distributori, SMA lineari e non lineari)			
Investimenti per acquisto di contenuti			
Pre-acquisto		€	n opere
	Film		
	Serie TV		
	Opere web		
	Cortometraggi		
	Documentari		
	Animazione		
	Altra produzione audiovisiva		
Acquisto		€	n opere
	Film		
	Serie TV		
	Opere web		
	Cortometraggi		
	Documentari		
	Animazione		
	Altra produzione audiovisiva		
Licenza di prodotto		€	n opere
	Film		
	Serie TV		
	Opere web		
	Cortometraggi		
	Documentari		
	Animazione		
	Altra produzione audiovisiva		

Ricavi (con riferimento all'ultimo FY)	
	€
Cessione diritti	
Box office	
Pubblicità	
Abbonamenti pay TV	
Transactional VoD	
SVoD	
Vendita contenuti all'estero	
Altro	
Contributi pubblici	
sovranazionali	
nazionali	
regionali	

Numero di canali di distribuzione gestiti (con riferimento all'ultimo FY)

Sala	n.
Monosala	
Tra 2 e 4 schermi	
Tra 5 e 7 schermi	
Oltre 8 schermi	

TV	n.	genere
Canali TV lineare in chiaro		
Canali TV lineare a pagamento		
Servizi on demand		
Pay VOD		
TVOD		
SVOD		
AVOD		

Fruizione dei contenuti

Sala	n
Biglietti staccati	

Piattaforme VoD in chiaro		Note
Utenti unici		media periodo
Tempo speso sulla piattaforma		media/utente, oppure media mensile, oppure totale medio mensile?
Visualizzazioni sulle piattaforme		
	n	
Piattaforme VoD pay		
Utenti unici		media periodo
Tempo speso sulla piattaforma		media/utente, oppure media mensile, oppure totale medio mensile?
Visualizzazioni sulle piattaforme		

Canali lineari in chiaro (audience dell'anno)	%	Note
Audience canali generalisti		tutte le modalità di visione, compresa catch up e visione da web
Audience canali tematici		
Canali lineari a pagamento		
Audience canali pay		

Export di contenuti audiovisivi (Con riferimento all'ultimo FY)		
	n.	Mercato di destinazione
Film		
Serie TV		
Serie web		
Cortometraggi		
Documentari		
Animazione		
Altra produzione audiovisiva		

Fase post raccolta dei dati

Ciascun soggetto rispondente, identificandosi nella prima serie di domande per il tipo di attività svolta (produzione, impresa tecnica, distribuzione) verrà collocato in un punto esatto della filiera onde evitare duplicazioni o sovrapposizioni nel conteggiare il contributo di ciascuno all'economia del settore e nazionale.

Dopo la fase di raccolta e revisione dei dati, le informazioni saranno elaborate dai ricercatori di I-Com e successivamente messe in formato anonimo ma non aggregato ad uso esclusivo del Ministero e in forma aggregata alle organizzazioni che hanno partecipato all'iniziativa.

In aggiunta all'analisi delle risposte pervenute, verrà calcolato anche l'impatto del comparto audiovisivo sugli altri settori dell'economia nazionale sfruttando le tavole input output messe a disposizione dall'ISTAT

CONTATTI

Piazza dei Santi Apostoli 66 – 00187 Roma
Tel. (+39) 06 4740746

Avenue des Arts 50 – 1000 Bruxelles
Tel. (+32) 02 5224334

info@i-com.it

www.i-com.it
www.i-comEU.eu

