

Piattaforma unica dei dati sull'audiovisivo in Italia

Rapporto n.2 - 2025



- 1. Il peso dell'audiovisivo sull'economia nazionale**
- 2. La produzione e la distribuzione di prodotti audiovisivi**
- 3. Il Servizio di media audiovisivo lineare (TV)**
- 4. La sala cinematografica**
- 5. L'utilizzo di servizi VOD in Italia**
- 6. Il gaming in Italia**
- 7. L'uso dell'IA nelle imprese del settore audiovisivo**
- 8. L'indagine sull'IA nel settore audiovisivo: Adozione, investimenti e policy – l'avvio della fase pilota**

1. Il peso dell'audiovisivo sull'economia nazionale



Fin dall'invenzione del cinematografo, nel 1895, l'audiovisivo accompagna l'evoluzione della società, affermandosi insieme come una delle principali forme di intrattenimento e come uno strumento essenziale di diffusione e valorizzazione della cultura. Grazie a un linguaggio immediato e accessibile, cinema, televisione e nuovi formati digitali hanno ampliato la circolazione di conoscenze e immaginari legati alla storia, alla società, alla politica, all'arte, alla letteratura e alla musica.

In questo percorso l'Italia ha svolto, e continua a svolgere, un ruolo di primo piano: per il contributo di registi, interpreti e opere capaci di influenzare il cinema internazionale, ma anche per il peso economico e occupazionale della filiera. Come mostrano le analisi successive, il perimetro considerato conta 17.709 imprese attive e oltre 91 mila lavoratori dipendenti, confermando che l'audiovisivo è, oltre che un patrimonio culturale, un comparto produttivo strategico per il Paese.

Numero imprese attive nel settore audiovisivo in Italia

Codice Ateco	Classificazione	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 2019-2024
58.1	Edizione di libri, periodici ed altre attività editoriali	4.656	4.530	4.623	4.726	4.636	4.886	4,9%
58.2	Edizione di software	298	314	368	369	366	840	181,9%
59.1	Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi	6.646	6.824	7.469	7.891	8.253	8.798	32,4%
59.2	Attività di registrazione sonora e di editoria musicale	1.290	1.389	1.509	1.646	1.769	1.918	48,7%
60.1	Trasmissioni radiofoniche	734	729	709	723	724	702	-4,4%
60.2	Attività di programmazione e trasmissioni televisive	729	729	736	708	659	565	-22,5%

- 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 17.709 .
- Osservando l'andamento del numero di imprese nel tempo si nota come quasi tutti i codici Ateco considerati presentino un valore crescente, ad eccezione delle "Trasmissioni radiofoniche" (-4,4%) e delle "Attività di programmazione e trasmissioni televisive" (-22,5%).
- Il comparto dell'edizione di software registra la crescita più marcata nel periodo considerato: il numero passa da 298 nel 2019 a 840 nel 2024, con un incremento del 181,9%

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

Codice Ateco	Classificazione	2019	2020	2021	2022	2023	Var % 2019-2023
58.1	Edizione di libri, periodici ed altre attività editoriali	7.962.994 €	6.938.673 €	7.344.370 €	7.566.498 €	7.551.531 €	-5%
58.2	Edizione di software	339.858 €	251.559 €	443.111 €	507.704 €	573.906 €	69%
59.1	Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi	4.321.801 €	3.423.107 €	4.550.740 €	nd	6.342.381 €	47%
59.2	Attività di registrazione sonora e di editoria musicale	404.671 €	406.193 €	408.190 €	nd	502.252 €	24%
60.1	Trasmissioni radiofoniche	292.087 €	261.664 €	295.499 €	316.463 €	339.009 €	16%
60.2	Attività di programmazione e trasmissioni televisive	7.835.733 €	7.040.996 €	7.030.393 €	4.788.644 €	6.300.601 €	-20%

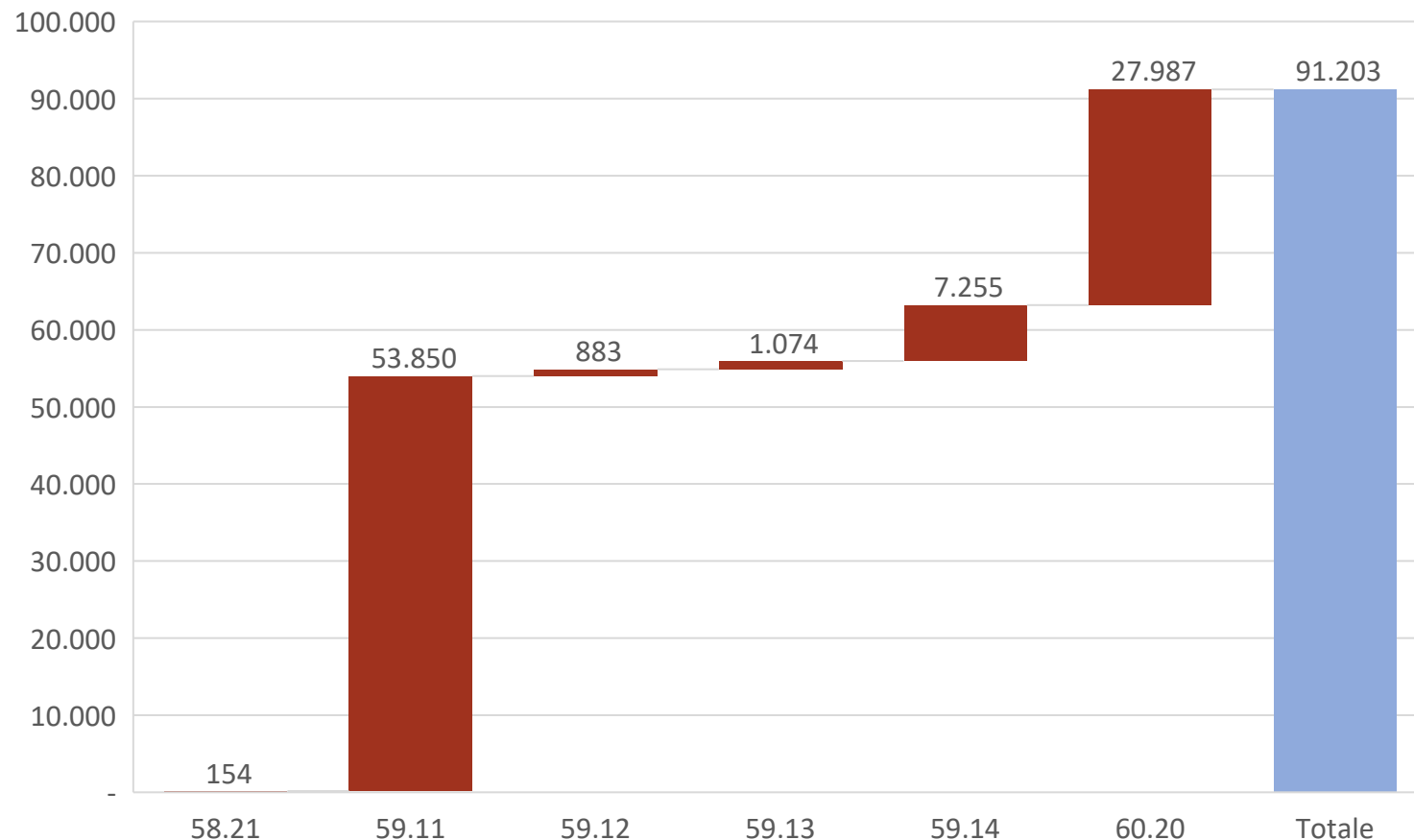
- Passando alle variabili economiche, si nota come all'interno del comparto vi siano notevoli differenze tra i vari codici Ateco considerati in quest'analisi.
- Partendo dal fatturato, è possibile individuare una vera e propria esplosione dei ricavi delle attività che si occupano dell'edizione di software. Di converso, si evidenzia come le attività di programmazione e trasmissioni televisive abbiano registrato un notevolissimo calo di fatturato nel periodo di osservazione pari al -20%.

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

Codice Ateco	Classificazione	2019	2020	2021	2022	2023	Var % 2019-2023
58.1	Edizione di libri, periodici ed altre attività editoriali	2.592.631 €	2.442.732 €	2.696.265 €	2.664.412 €	2.587.223 €	-0,2%
58.2	Edizione di software	173.620 €	116.073 €	200.294 €	216.956 €	282.263 €	62,6%
59.1	Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi	2.087.873 €	1.907.184 €	2.551.724 €	nd	3.036.640 €	45,4%
59.2	Attività di registrazione sonora e di editoria musicale	145.636 €	145.307 €	162.771 €	nd	200.356 €	37,6%
60.1	Trasmissioni radiofoniche	125.735 €	88.341 €	122.318 €	106.162 €	130.761 €	4,0%
60.2	Attività di programmazione e trasmissioni televisive	1.539.000 €	1.311.544 €	1.434.342 €	1.194.826 €	1.318.557 €	-14,3%

- Altra 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 si osserva 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 edizioni di libri, periodici ed altre attività editoriali e le attività di programmazione e trasmissioni televisive hanno sperimentato un calo tra il 2019 e il 2023.

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



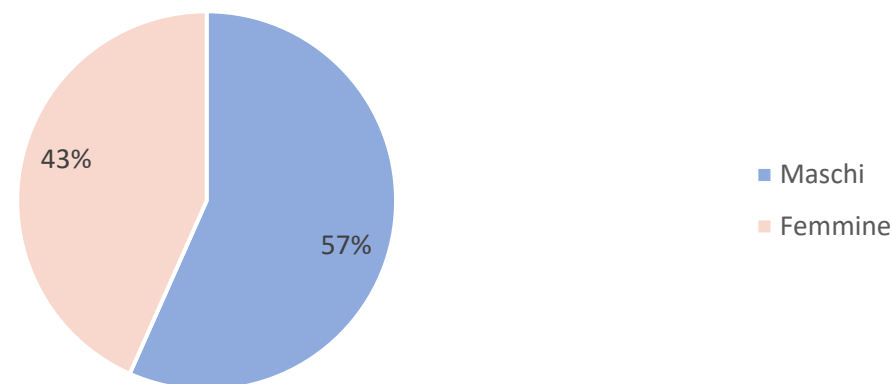
Sono esclusi i lavoratori autonomi dello spettacolo

- 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.

Lavoratori dello spettacolo: numero e retribuzioni

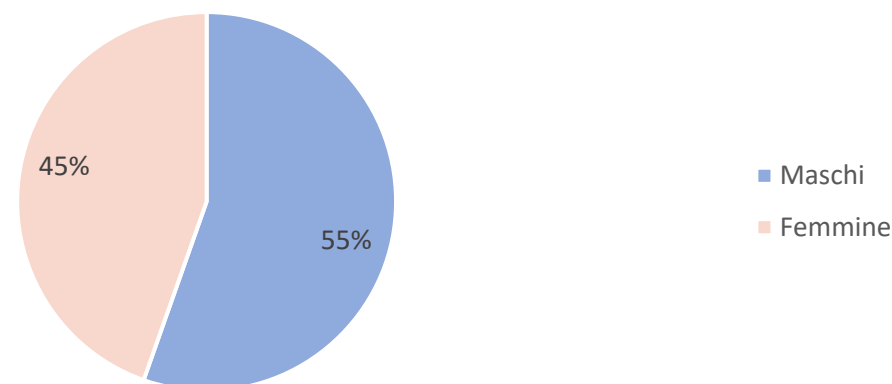
- Considerando il comparto spettacolo, uno dei segmenti principali all'interno del settore audiovisivo, nel 2025 il numero totale di lavoratori con almeno una giornata retribuita nell'anno è risultato pari a 368.192 (+2,7% rispetto al 2024), con una retribuzione media annua di € 11.790 euro.

Quota lavoratori, per genere (2025)



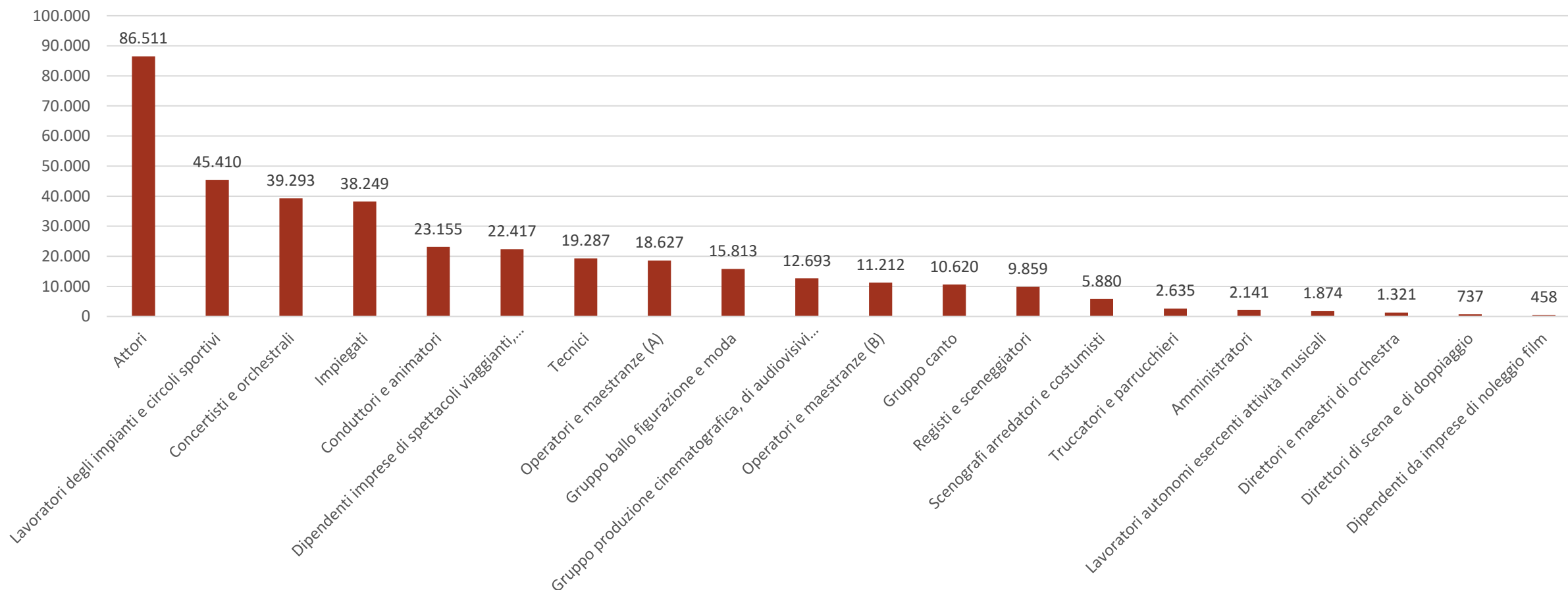
- Molto importante da analizzare è anche la distribuzione di lavoratori e salari per genere. Osservando i dati emerge infatti come i lavoratori dello spettacolo sono in maggioranza maschi (56,7%) e la retribuzione media di questi ultimi è costantemente più alta di quella delle lavoratrici (€ 12.878 contro € 10.367 per le femmine), costituendo il 55% del totale.

Quota retribuzione media, per genere (2025)



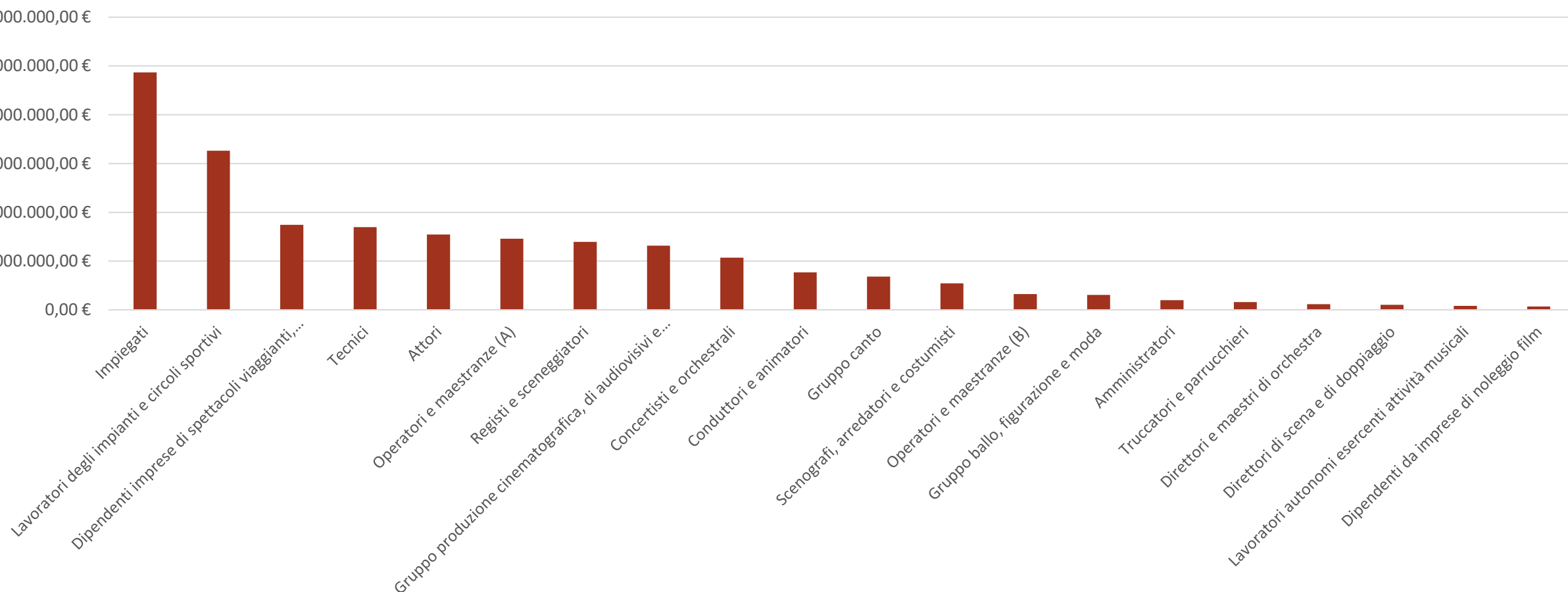
Numero lavoratori dello spettacolo con almeno una giornata retribuita, per categoria professionale (2025)

Tra le categorie professionali, il gruppo “Attori”, con un incremento del +3,6% (circa 3.000 lavoratori), continua ad essere il più numeroso con 86.511 occupati (23,5% del totale) nel 2025.



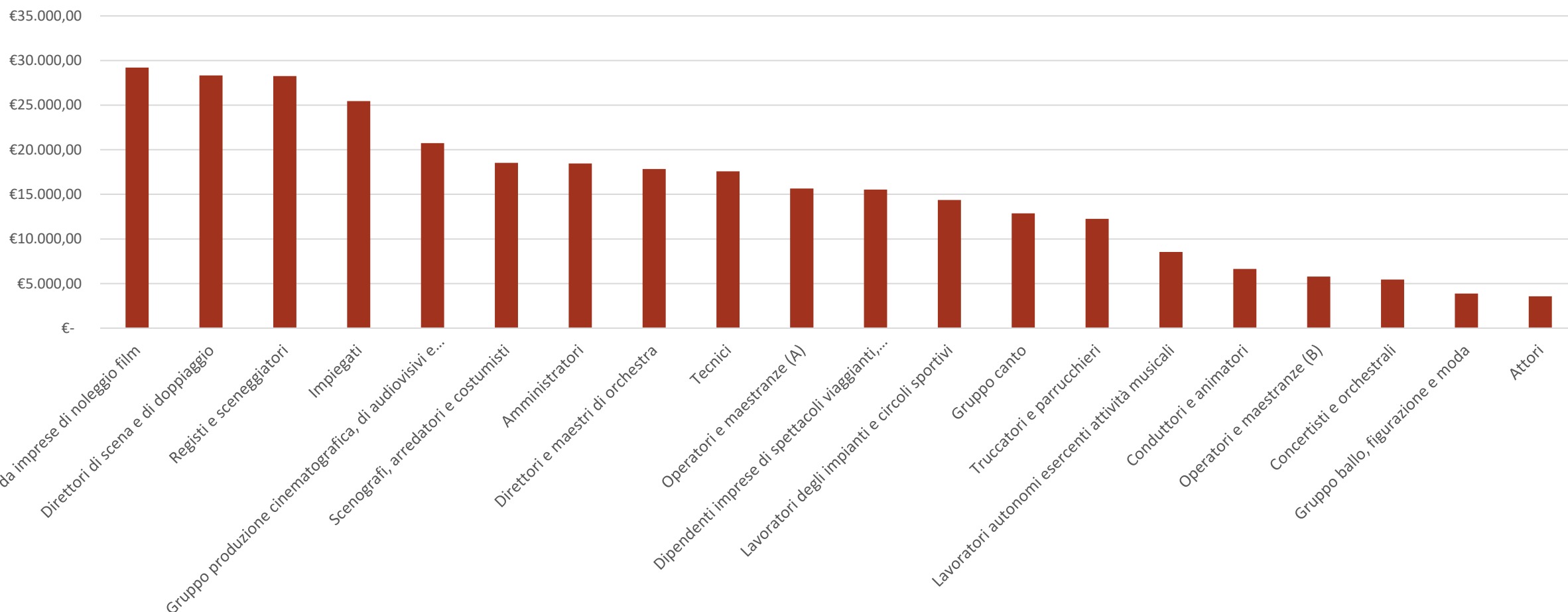
Retribuzioni totali erogate nel 2025, per categoria professionale

Nel 2025 lo spettacolo ha erogato salari per € 4,3 miliardi. Tra le singole categorie professionali è possibile notare come la maggioranza delle risorse sia stata destinata agli impiegati (oltre € 973 milioni).



Retribuzione pro capite, per categoria professionale (2025)

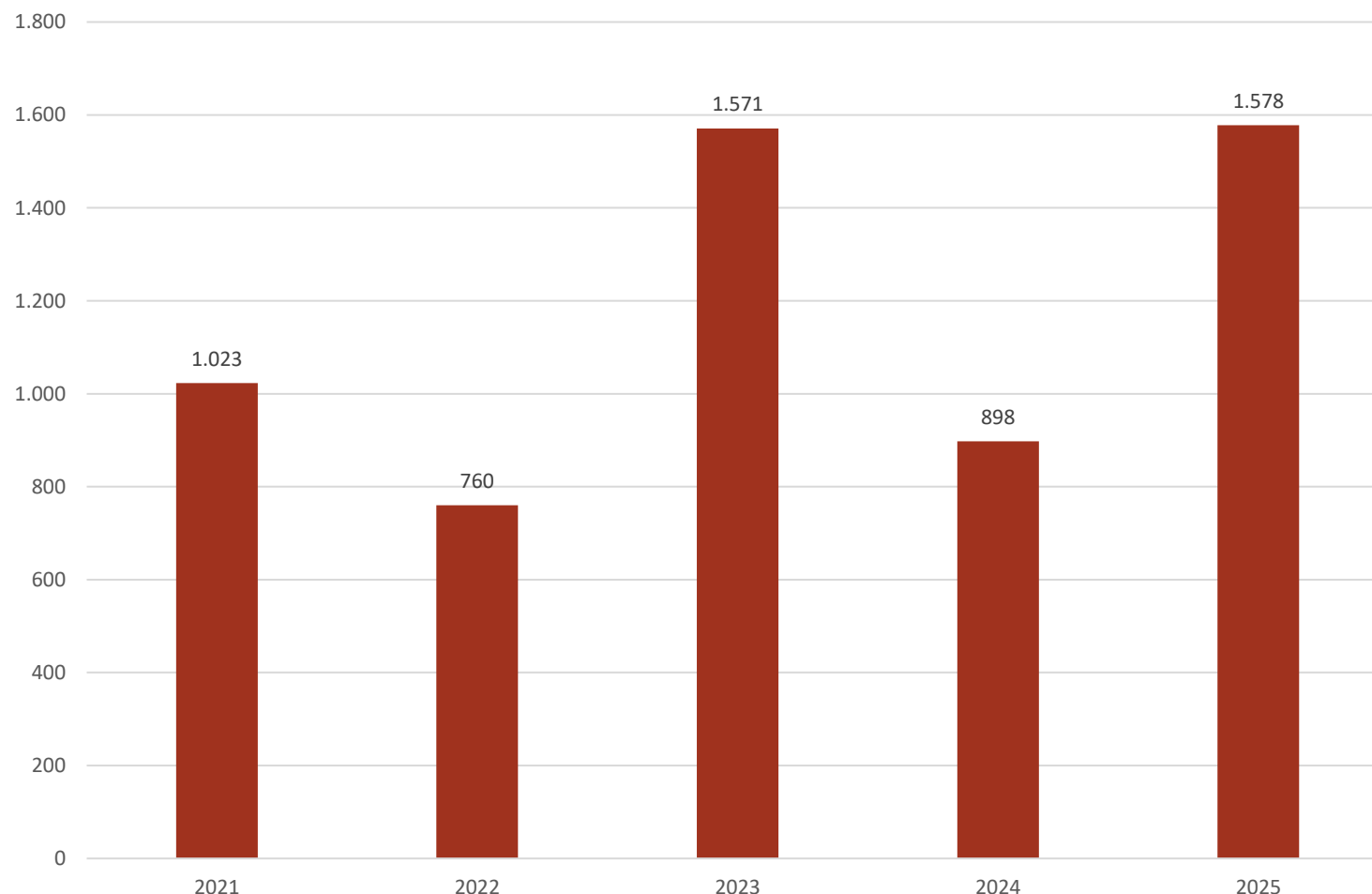
Considerando gli stipendi medi pro capite, a prevalere sono i dipendenti da imprese di noleggio film che guadagnano in media oltre € 29 mila. A seguire, si collocano i direttori di scena e di doppiaggio con circa € 28 mila di retribuzione pro capite.



2. La produzione e la distribuzione di prodotti audiovisivi

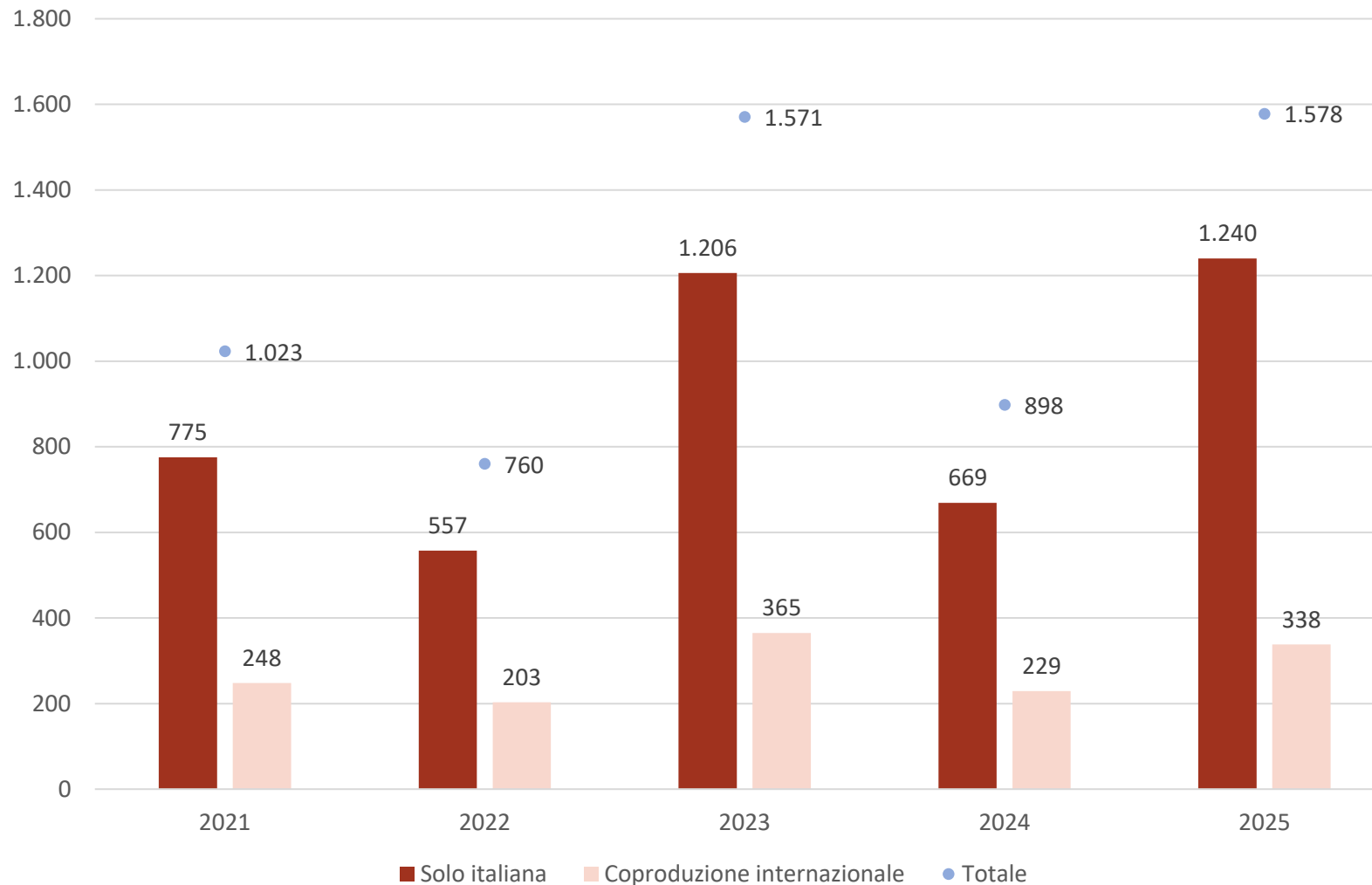


Numero di opere almeno in parte di produzione italiana finanziate dal MIC, per anno di ricezione del contributo



- La seconda parte dell'analisi è destinata alla produzione audiovisiva Italiana. In Italia le opere realizzate grazie al sostegno pubblico (per anno di ricezione del contributo) nel 2025 sono state pari a 1.578.
- Il dato presenta un notevole aumento rispetto all'anno precedente in cui il numero delle opere aveva raggiunto le 898 unità.

Nazionalità delle opere finanziate dal MIC, per anno di ricezione del contributo



- Passando all'analisi della nazionalità delle opere, più dei 3 quarti di quelle realizzate con il contributo pubblico sono esclusivamente italiane.

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	1.018	38
2024	45	272	531	50
2025	58	400	1.077	43

- Dal punto di vista della tipologia di offerta a prevalere sono le opere di finzione (nel 2025 sono ben 1.077).

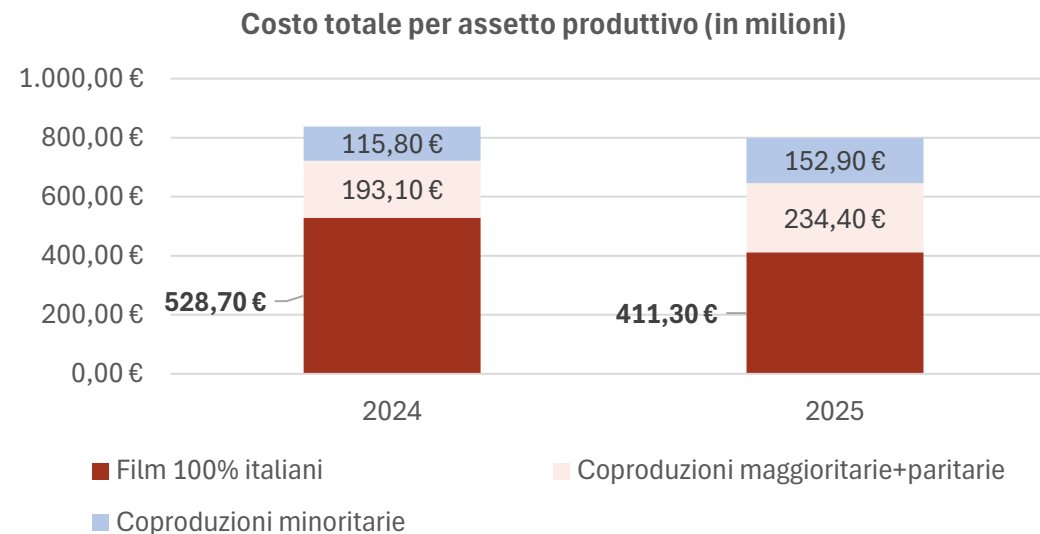
Destinazione delle opere almeno in parte di produzione italiana finanziate dal MIC, per anno di ricezione del contributo

- Le elaborazioni effettuate sui dati del MIC forniscono anche un interessante spaccato sulla destinazione delle opere prodotte in Italia. A prevalere sono 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.

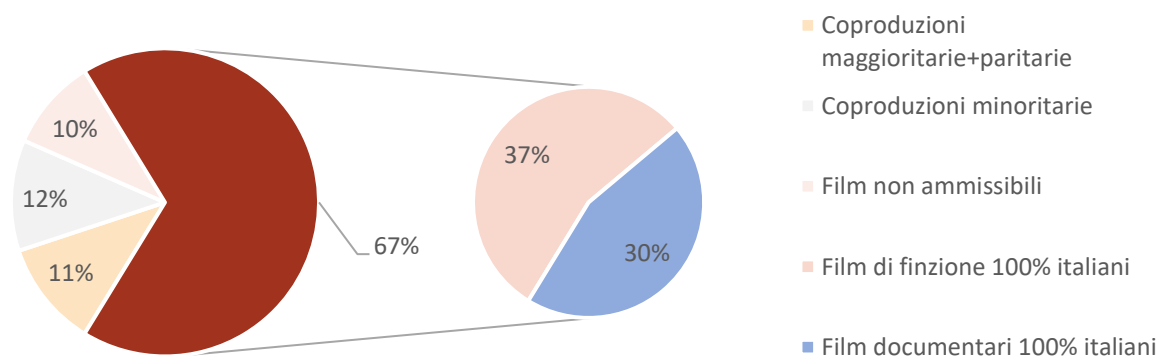
	Cinema	Servizio di media audiovisivo a richiesta (WEB)	Servizio di media audiovisivo lineare (TV)	Servizio di piattaforma per la condivisione di video (hosting)	Non specificato
2021	714	68	20	2	219
2022	532	66	134	-	28
2023	1.162	78	295	1	35
2024	592	50	204	2	50
2025	1.221	49	264	-	44

Produzione cinema: film 2025

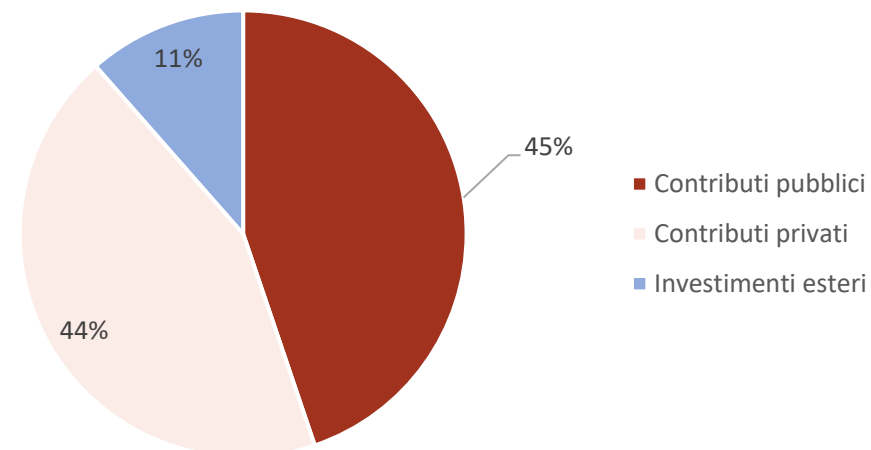
- Nel 2025 i film italiani andati in classificazione sono 403. La componente maggiore è quella dei 150 film di finzione 100% italiani (37% del totale), mentre i 122 documentari 100% italiani corrispondono al 30%.
- Il costo totale dei film italiani classificati nel 2025 è di poco inferiore a 800 milioni di euro, in calo del 4,7% sul 2024.
- Tra le fonti di finanziamento, i contributi pubblici ammontano a 282 milioni di euro. Seguono i contributi privati e gli investimenti esteri che costituiscono circa l'11% del totale.



Film



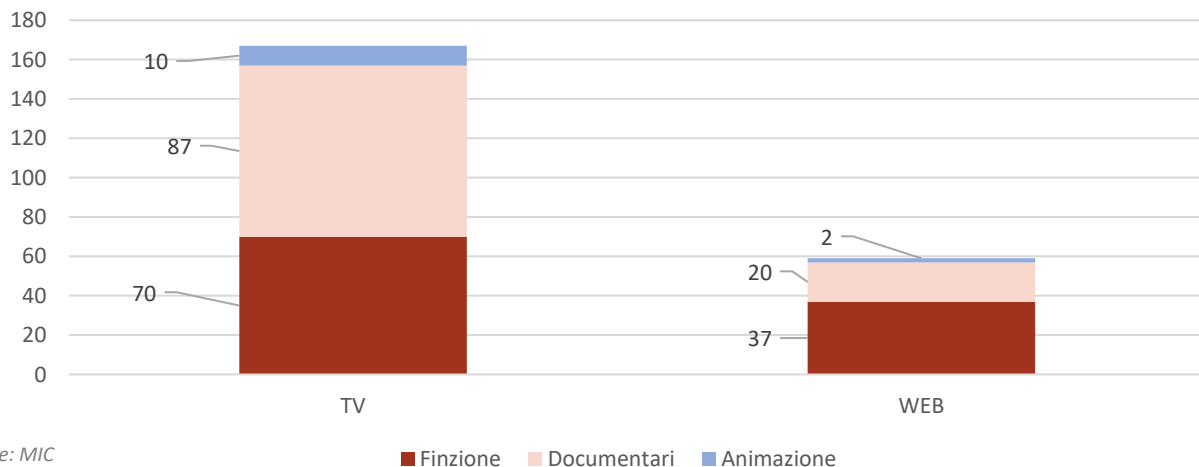
Fonti di finanziamento



Produzione audiovisivo nel 2025*

- Nel 2025, le opere tv e web consegnate alla DGCA sono state 226, 167 opere tv e 59 opere web, in calo del 14% rispetto al 2024.
- Il costo totale delle opere tv e web consegnate nel 2025 è di circa € 814 milioni. La componente maggiore del costo totale, equivalente al 71%, riguarda le opere tv, €577 milioni in valori numerici. Le opere web costano invece €237 milioni (29%).
- L'ammontare delle fonti di finanziamento è pari a € 787 milioni di euro nel 2025. A pesare di più sono i finanziamenti privati, che equivalgono al 61% del budget totale, mentre i finanziamenti pubblici corrispondono al 31%.

Numero opere, per piattaforma e genere

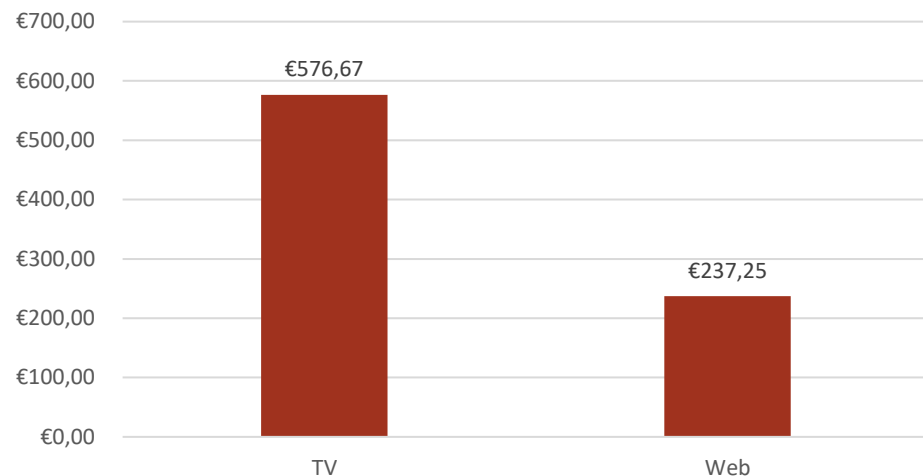


Fonte: MIC

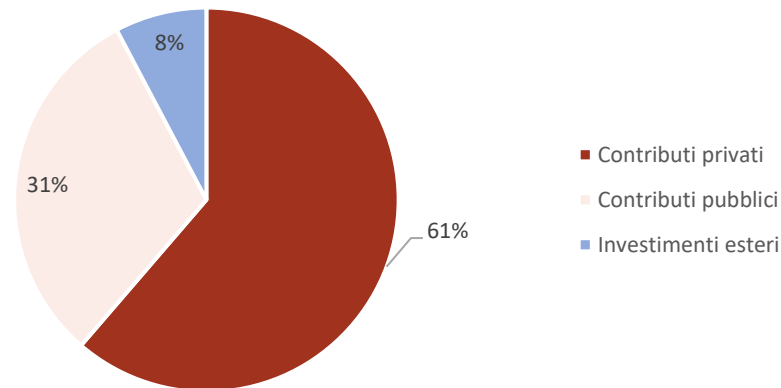
■ Finzione ■ Documentari ■ Animazione

*Tutti i dati fanno riferimento al 2025 come anno di riferimento della consegna della copia campione e non all'effettiva data di erogazione del contributo

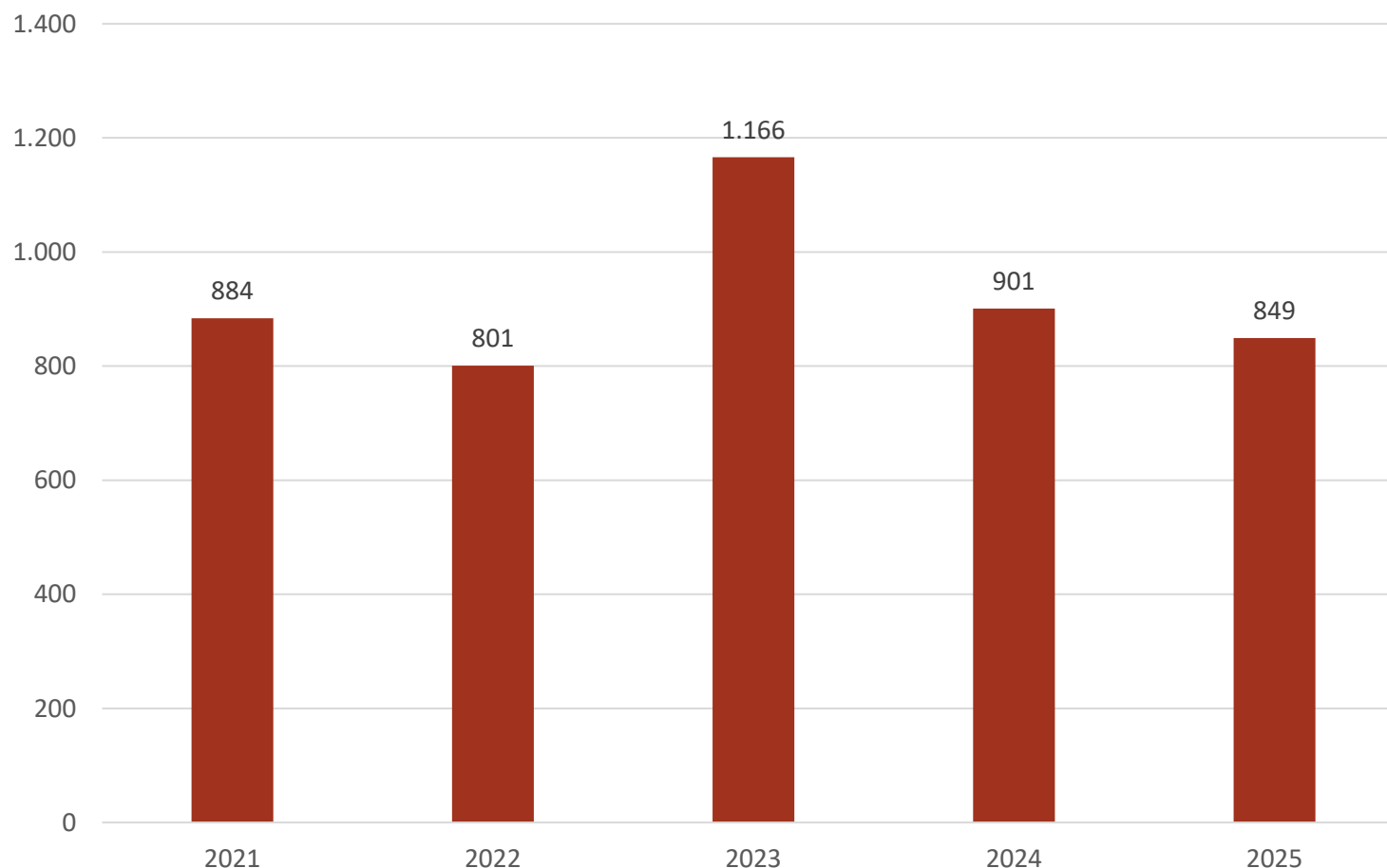
Costo totale delle opere audiovisive (in milioni)



Fonti di finanziamento



Numero di aziende che hanno partecipato alla produzione di opere audiovisive almeno in parte italiane finanziate dal MIC

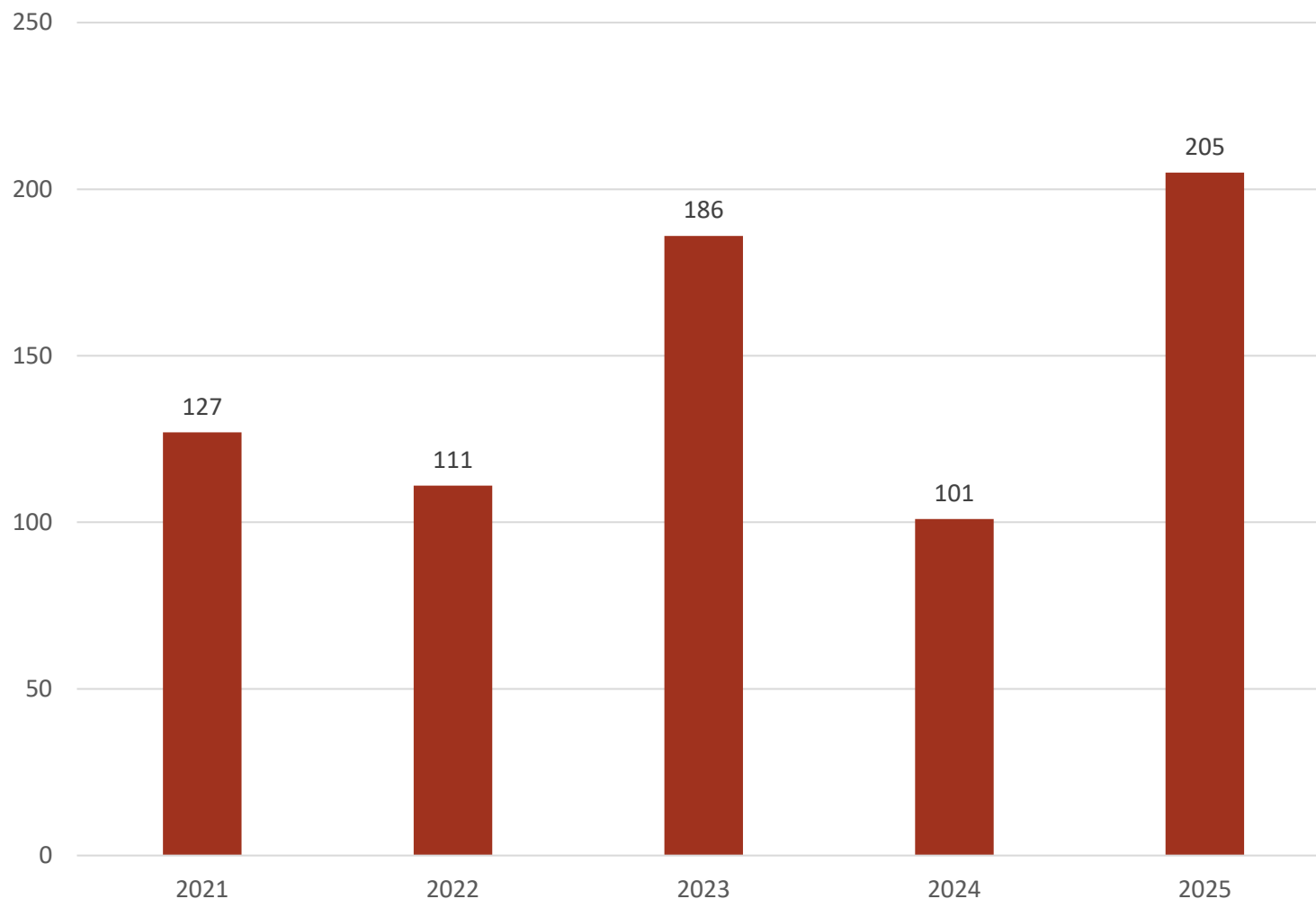


- Spostando il focus sulle aziende, nel 2025 le organizzazioni che hanno partecipato alla produzione di opere audiovisive in Italia (finanziate dal MIC) sono 849, in calo rispetto alle 901 del 2024.

Top 10 produttori del 2025 per numero di opere almeno in parte italiane realizzate/in realizzazione finanziate dal MIC

Posizione	Azienda	Numero di opere prodotte
1	ITALIAN INTERNATIONAL FILM	29
2	FANDANGO S.P.A.	21
3	3D PRODUZIONI,NEXO DIGITAL S.R.L	19
4	PALOMAR S.P.A.	18
5	STAND BY ME	13
6	CATTLEYA SRL UNIPERSONALE	11
7	CROSS PRODUCTIONS SRL	11
8	PICOMEDIA	11
9	3 MARYS ENTERTAINMENT,LOTUS PRODUCTION	10
10	3D PRODUZIONI	10

Numero di aziende che hanno partecipato alla distribuzione di opere audiovisive almeno in parte italiane finanziate dal MIC

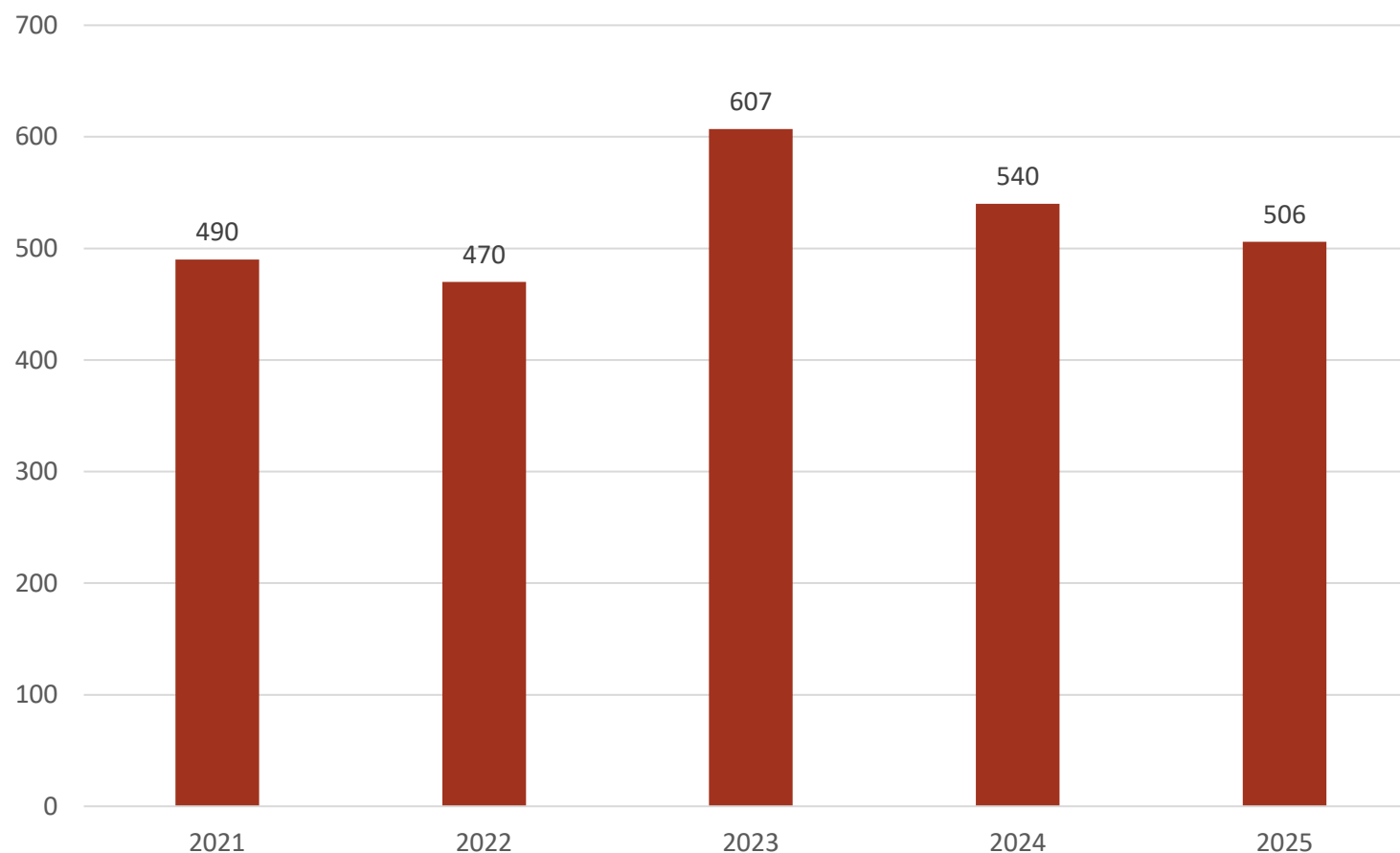


- Lato distribuzione, nel 2025, il numero di aziende che hanno operato in Italia su opere sostenute da contribuzione pubblica è stato di 205 , numero in aumento rispetto all'anno precedente.

Top 10 distributori del 2025 per numero di opere almeno in parte italiane finanziate dal MIC

Posizione	Azienda	Numero di opere distribuite
1	RAI CINEMA S.P.A.	91
2	VISION DISTRIBUTION S.P.A.	70
3	NEXO DIGITAL S.R.L	60
4	FANDANGO S.P.A.	33
5	TRUE COLOURS GLORIOUS FILMS SRL	30
6	MINERVA PICTURES GROUP SRL	23
7	MEDUSA FILM S.P.A.	21
8	LUCKY RED	20
9	CINECITTA'	17
10	INTRAMOVIES	17

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, sono 506 le aziende che hanno richiesto finanziamenti al MIC.
- Il totale complessivo delle risorse erogate nel 2025 ammonta a circa 402 milioni di euro.

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

	2021	2022	2023	2024	2025
Contributi selettivi produzione	40.669.000 €	46.541.000 €	25.956.000 €	13.619.000 €	53.418.900 €
Contributi selettivi sviluppo	4.988.000 €	1.940.000 €	2.000.000 €	1.041.740 €	2.421.000 €
Coproduzioni minoritarie	8.420.500 €	4.805.000 €		5.660.000 €	4.786.597 €
Italia Francia - Produzione di film	305.000 €	393.000 €	175.000 €	345.000 €	212.500 €
Italia Francia - Sviluppo e pre-produzione film e serie tv e web	225.000 €	107.000 €	75.000 €	125.000 €	30.000 €
Reinvestimenti contributi automatici distribuzione	1.635.930 €	1.166.817 €	1.376.668 €	58.475 €	1.853.845 €
Reinvestimenti contributi automatici distribuzione internazionale	248.088 €	600 €	92.000 €	618.077 €	933.003 €
Reinvestimenti contributi automatici home entertainment	18.646 €				51.786 €
Reinvestimenti contributi automatici produzione	18.398.295 €	7.956.843 €	13.731.172 €	11.234.770 €	9.915.752 €
Reinvestimenti contributi automatici sviluppo	436.903 €	92.535 €	536.240 €	457.062 €	231.953 €
Contributi automatici distribuzione			3.672.720 €		3.483.372 €
Contributi automatici distribuzione internazionale			1.954.704 €		1.999.999 €
Contributi automatici home entertainment			800.000 €		800.000 €
Contributi automatici produzione			27.093.846 €		29.542.625 €
Tax Credit Distribuzione	15.286.285 €	3.814.453 €	46.536.286 €	18.963.406 €	8.720.856 €
Tax Credit Produzione	460.868.615 €	349.183.949 €	825.213.979 €	602.456.571 €	283.076.638 €
Tax Credit Sviluppo	210.186 €	594.022 €	1.654.779 €	2.207.140 €	331.412 €
Totale complessivo	551.710.446 €	416.595.220 €	950.868.395 €	656.786.241 €	401.810.239 €

Top 10 opere realizzate/in realizzazione nel 2025 per volume di finanziamenti ricevuti dal MIC

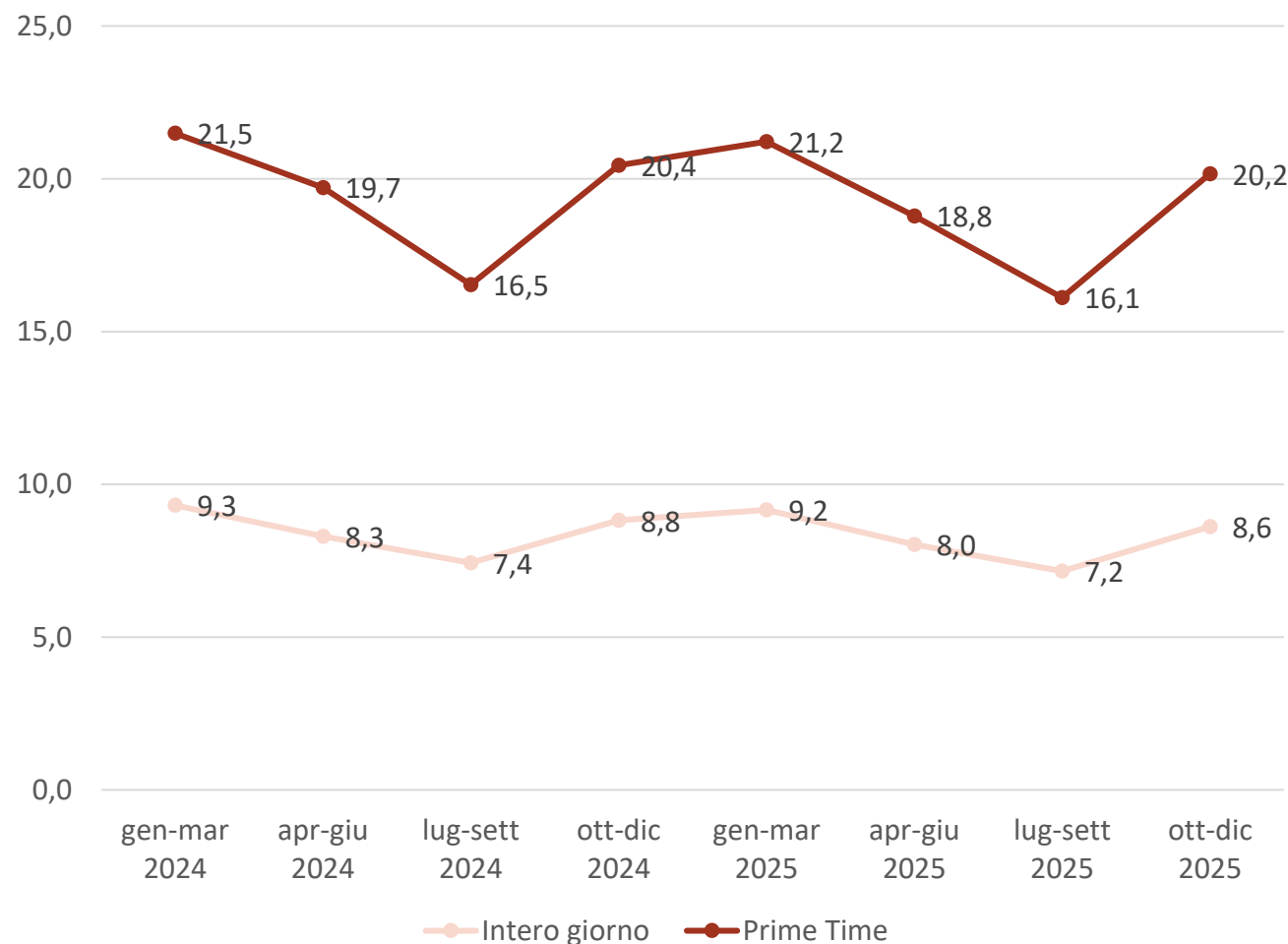
Posizione	Titolo opera	Contributo
1	SANDOKAN	8.114.378 €
2	BUEN CAMINO	7.922.470 €
3	MOTORVALLEY	7.670.403 €
4	IL PARADISO DELLE SIGNORE DAILY 7^ STAGIONE	5.466.122 €
5	HOTEL COSTIERA	5.378.096 €
6	LA SCUOLA	4.925.293 €
7	NEMESIS	4.862.383 €
8	NORD SUD OVEST EST	4.735.057 €
9	GOMORRA LE ORIGINI - la serie	4.517.880 €
10	IL CAPO PERFETTO - la serie prima stagione	4.402.060 €

3. Il Servizio di media audiovisivo lineare (TV)



Audience televisiva in Italia

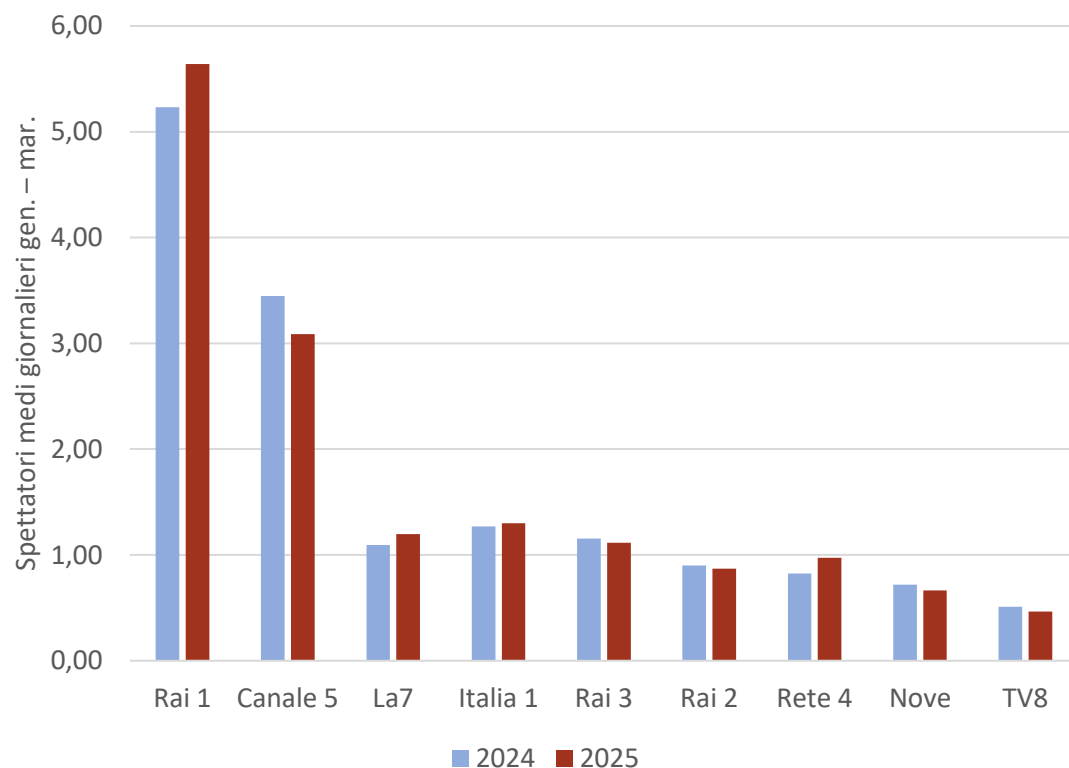
- L'andamento dell'audience televisiva evidenzia una forte stagionalità e, al tempo stesso, una graduale contrazione dei livelli di ascolto.
- I valori più elevati si registrano nei mesi invernali, mentre il minimo ricorre nel trimestre luglio-settembre: nel Prime Time si passa, ad esempio, da 21,5 milioni nel gen-mar 2024 a 16,5 milioni nel lug-set 2024, con una dinamica analoga nel 2025 (21,2 milioni e 16,1 milioni).
- Il confronto su base annua mostra però una progressiva erosione dell'audience media. Nel gen-mar 2025, il Prime Time raggiunge 21,2 milioni, contro 21,5 milioni nel 2024; l'intero giorno scende parallelamente a 9,2 rispetto ai 9,3 milioni nell'anno precedente.



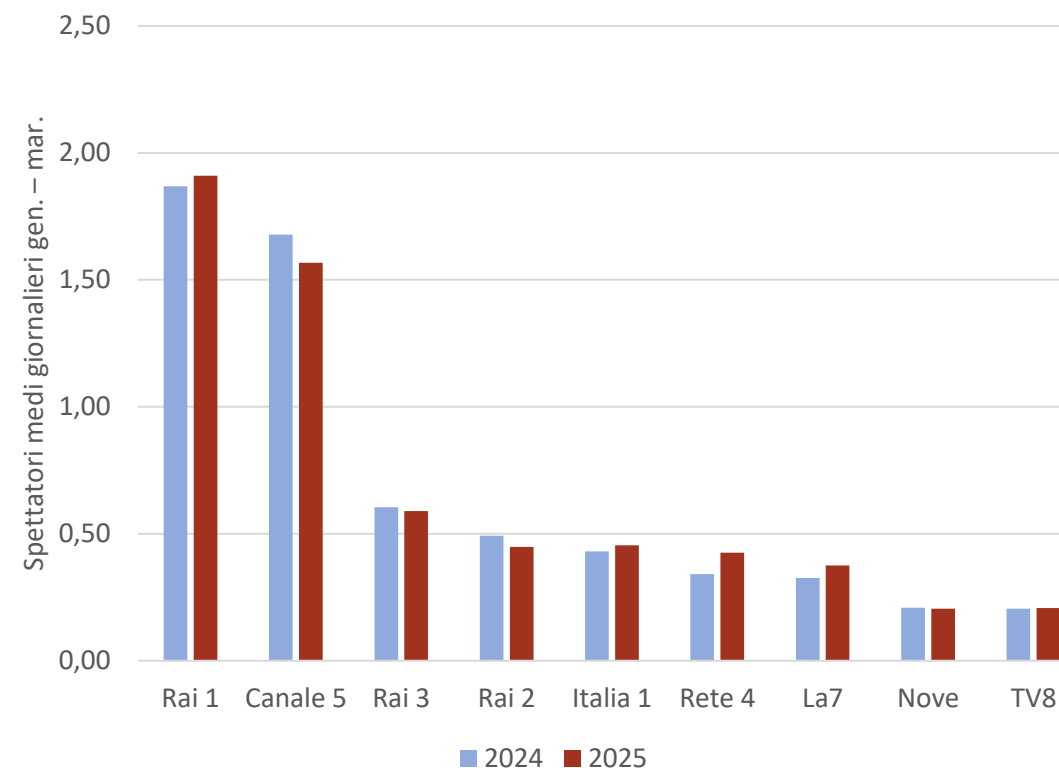
Ascolti dei principali canali nazionali

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, sia in nella prima serata che nella fascia giornaliera.

Prime time

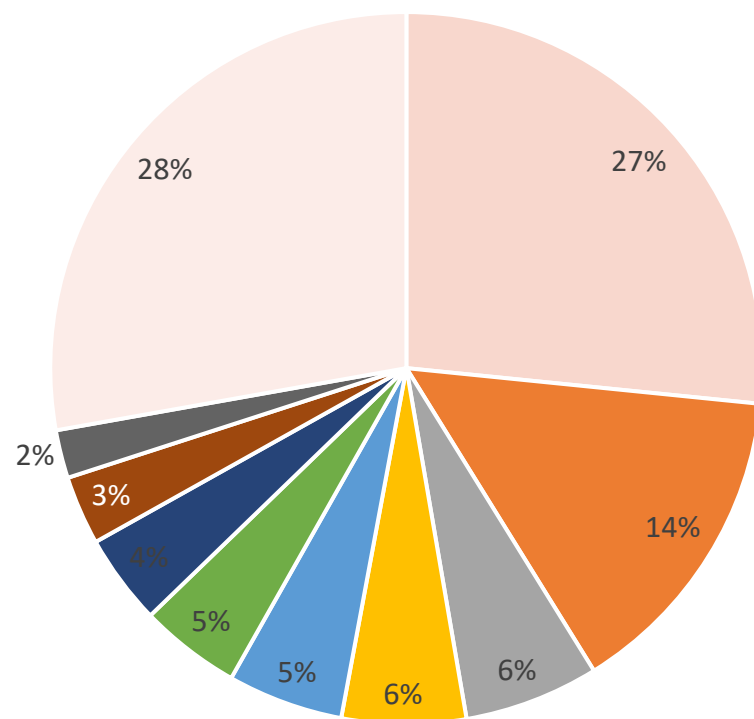


Intero giorno



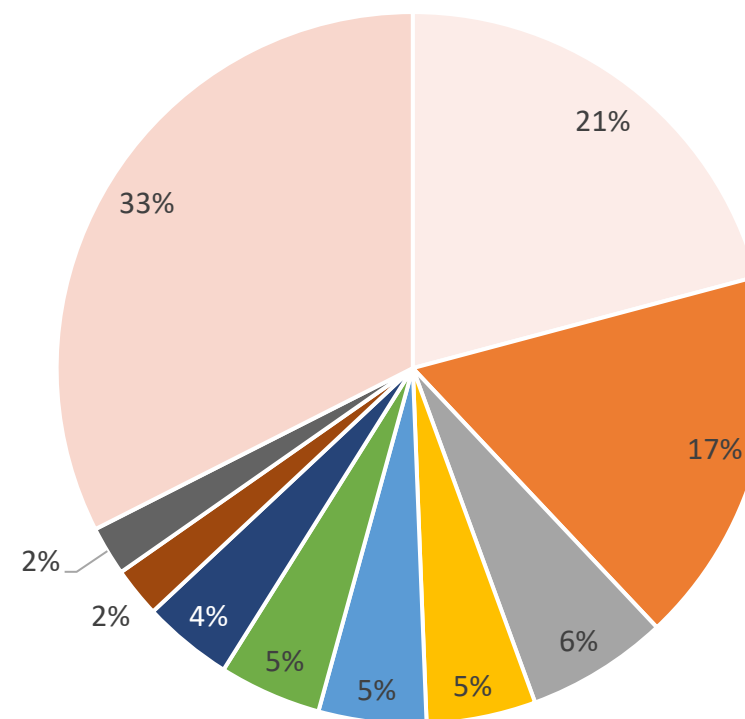
Share medio dei principali canali televisivi nel primo trimestre del 2025

Prime time



- Rai 1
- Canale 5
- Italia 1
- La 7
- Rai 3
- Rete 4
- Rai 2
- Nove
- TV8
- Altri

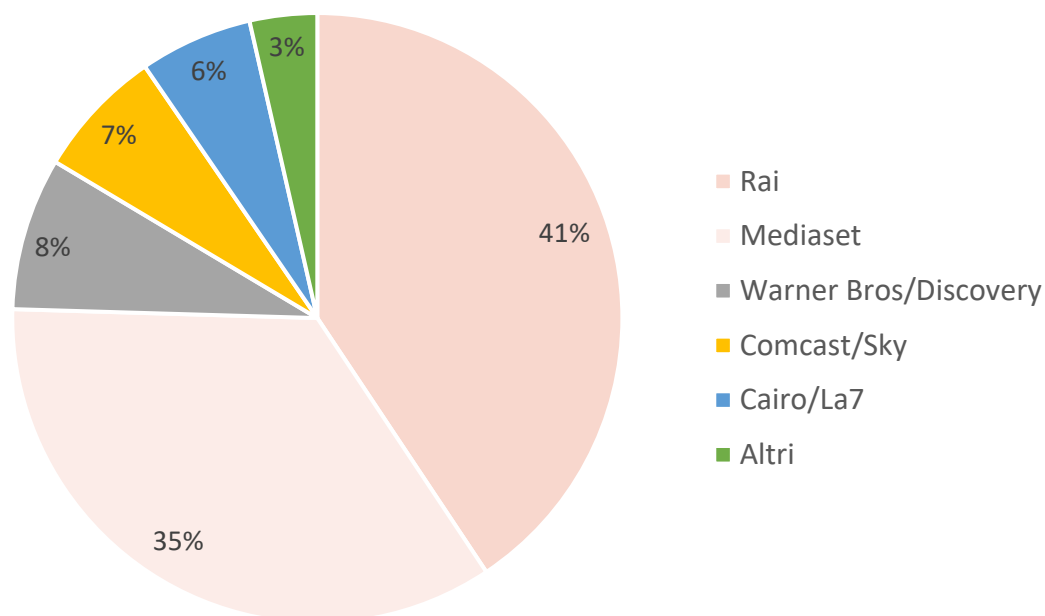
Intero giorno



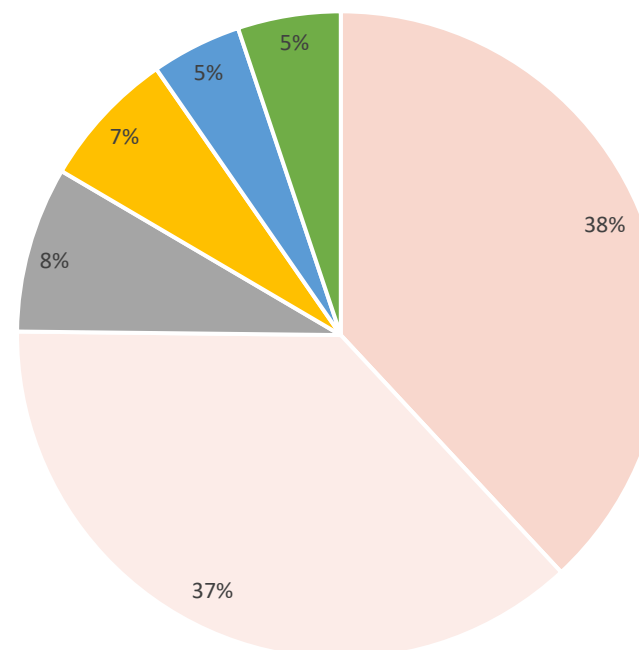
- Rai 1
- Canale 5
- Rai 3
- Italia 1
- Rai 2
- Rete 4
- La 7
- TV8
- Nove
- Altri

Share medio dei principali gruppi televisivi nel primo trimestre del 2025

Pime time



Intero giorno

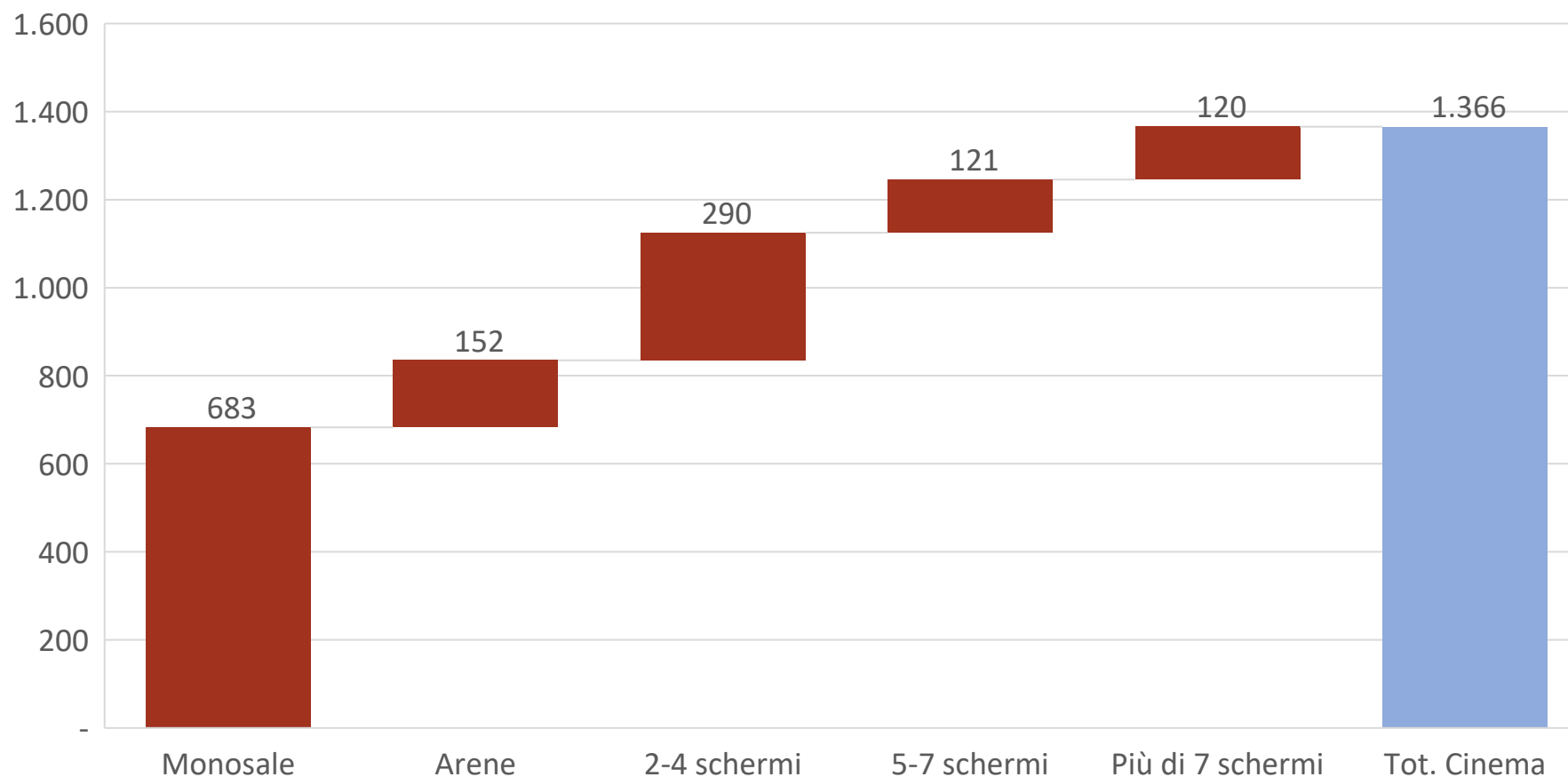


- La televisione pubblica continua a prevalere ma con percentuali molto vicine a quelle di Mediaset.
- Nessuno degli altri gruppi attivi nel paese supera il 10% di share.

4. La sala cinematografica

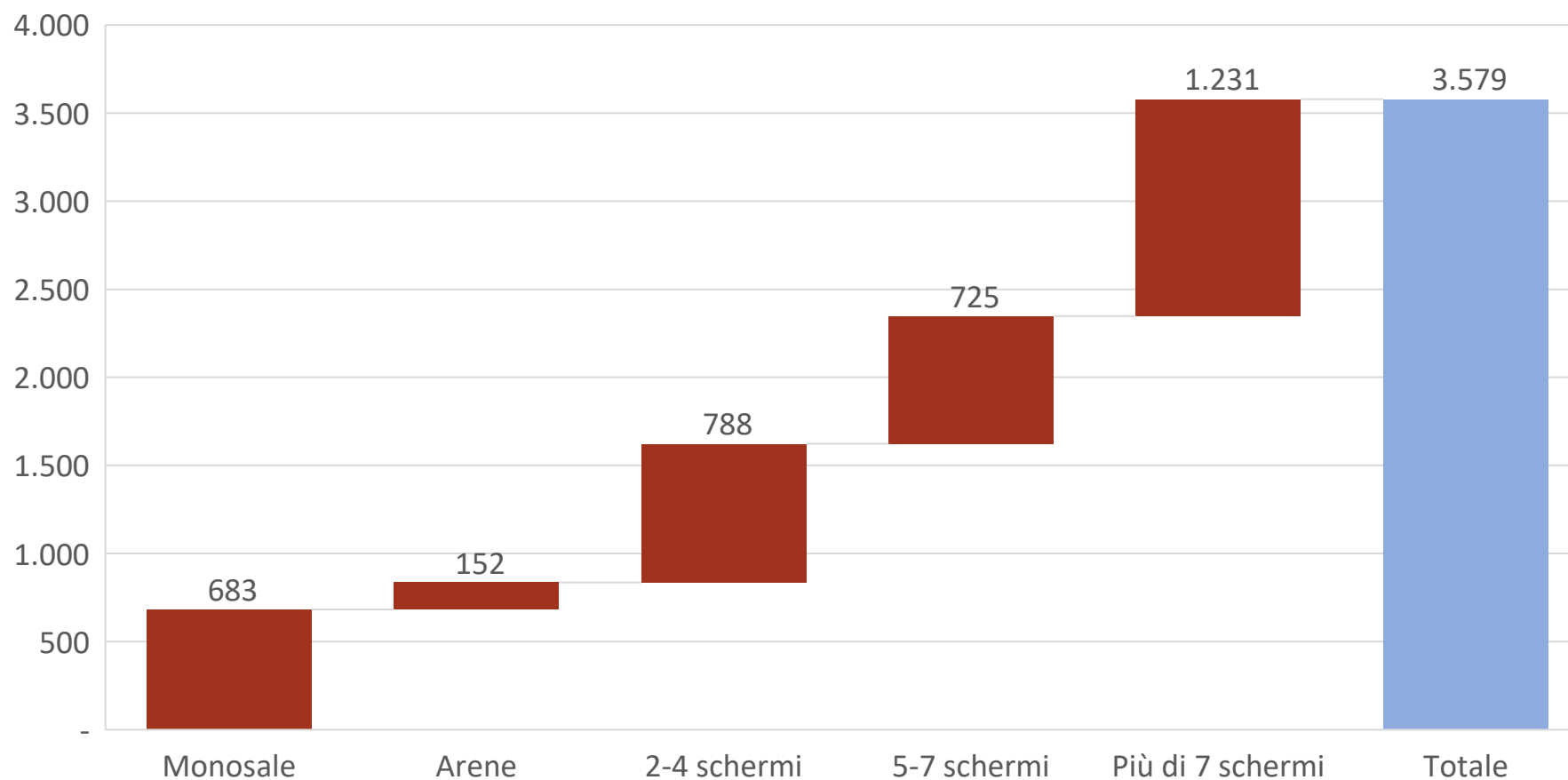


Numero di cinema presenti in Italia nel 2025, per categoria di struttura



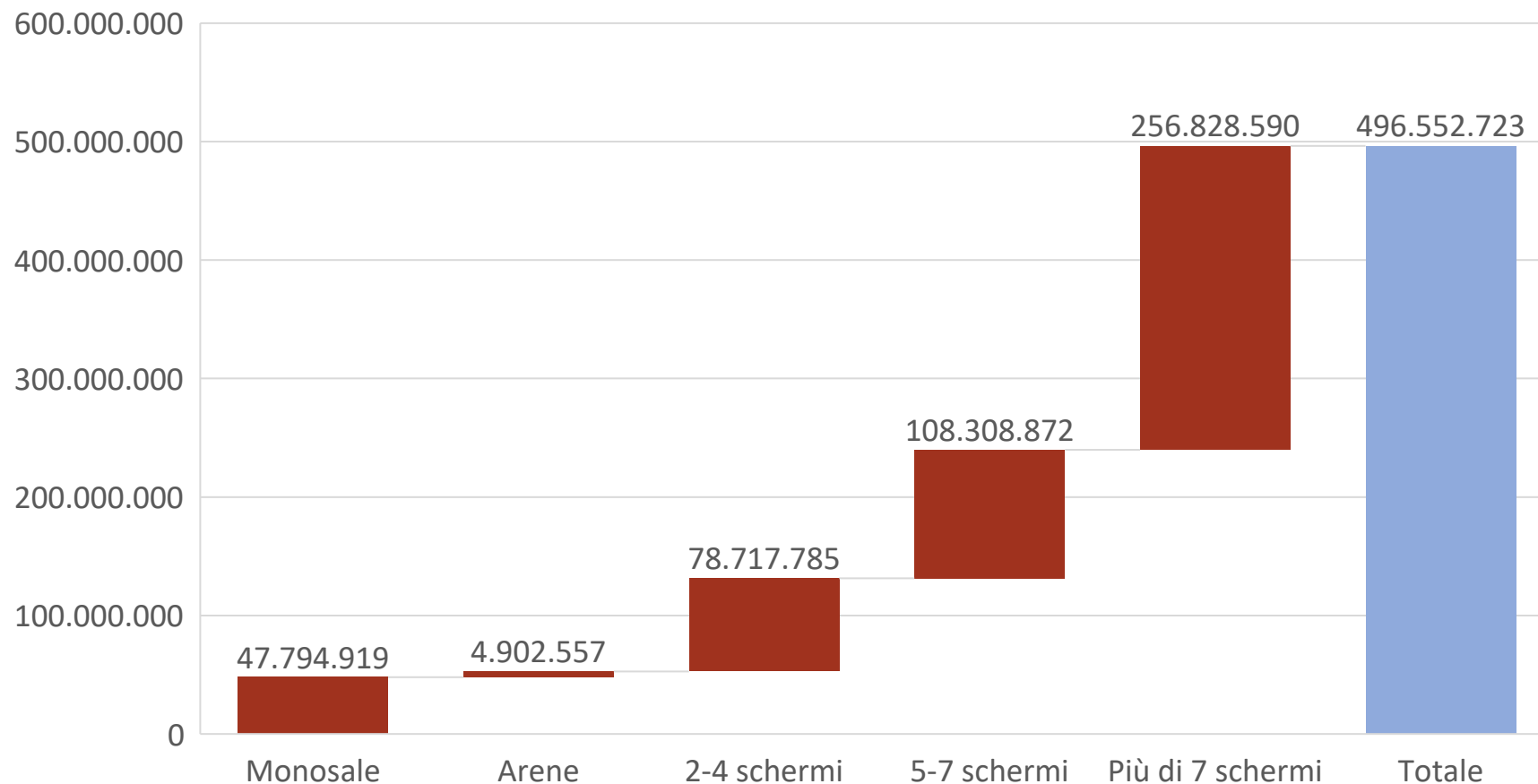
- Nel 2025 nel campione Cinetel si sono attivati 1.366 cinema. Si tratta nel complesso di un numero superiore al 2024 (+59).
- Le monosale costituiscono il 50% dei cinema.

Numero schermi presenti in Italia nel 2025 per categoria di struttura



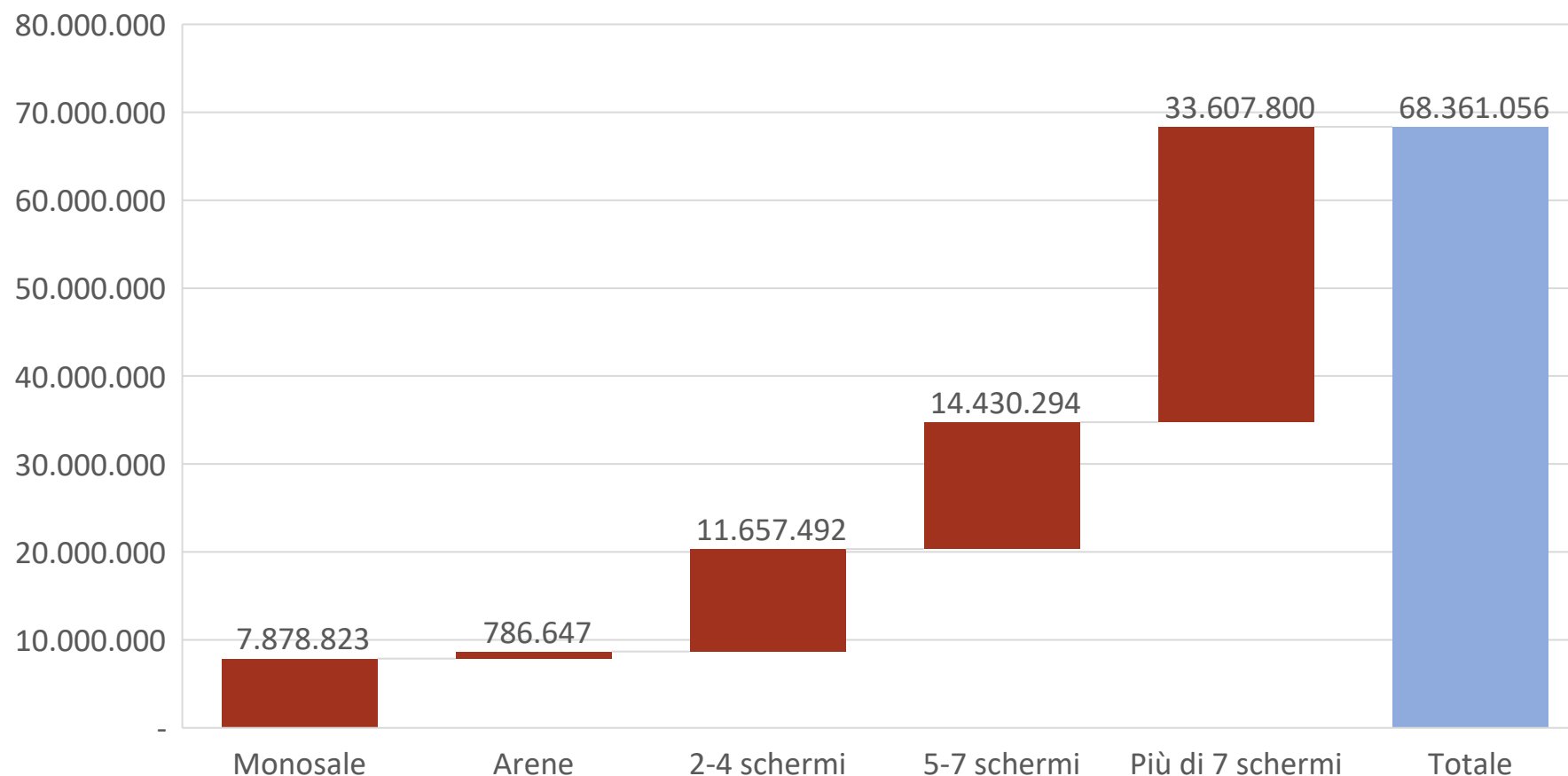
- Il campione Cinetel conta, inoltre, 3.579 schermi (+44 rispetto al 2024).

Incasso dei cinema italiani nel 2025, per categoria di struttura



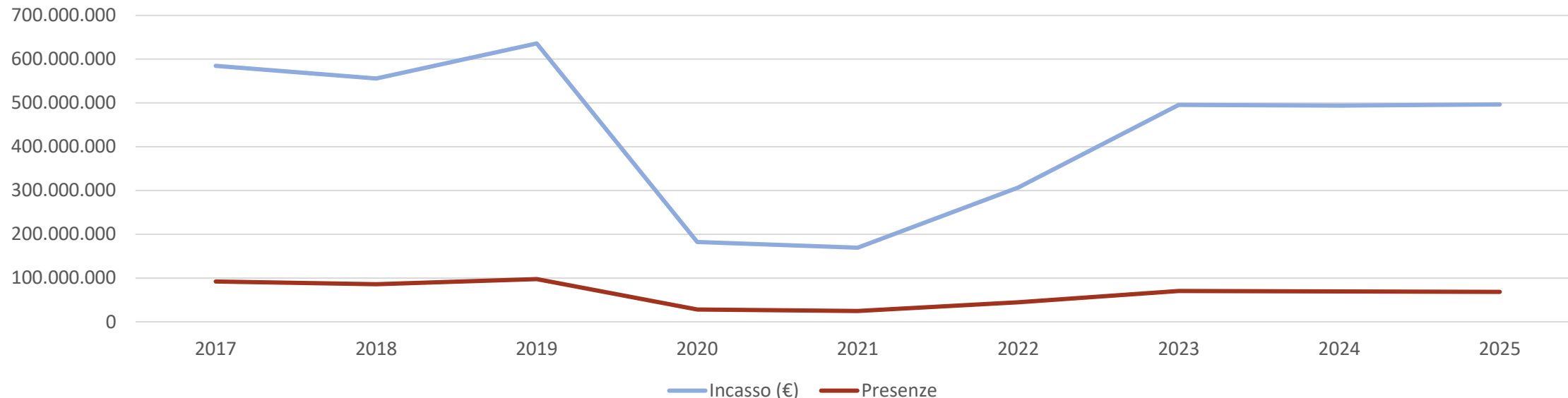
- Rispetto agli incassi, il primato delle multisale con più di sette schermi (51,7% degli incassi totali) si palesa più che proporzionalmente al numero di schermi attivi.

Presenze nei cinema italiani nel 2025, per categoria di struttura

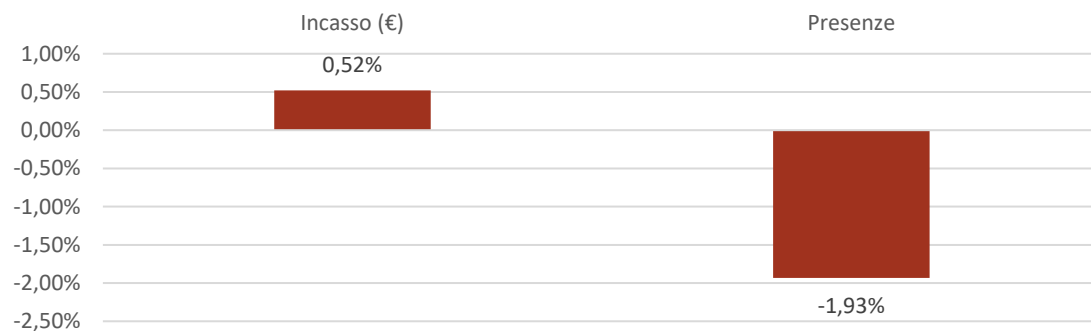


- Il dato sulle presenze ricalca strettamente quello sugli incassi.
- Appare evidente che non è solo la disponibilità di più schermi ad attrarre più spettatori. È invece possibile che un'offerta più variegata, che spesso comprende anche attrazioni che vanno oltre le opere cinematografiche, aiuti ad attrarre un'utenza nettamente maggiore.

Andamento nel tempo di incassi e presenze dei cinema italiani



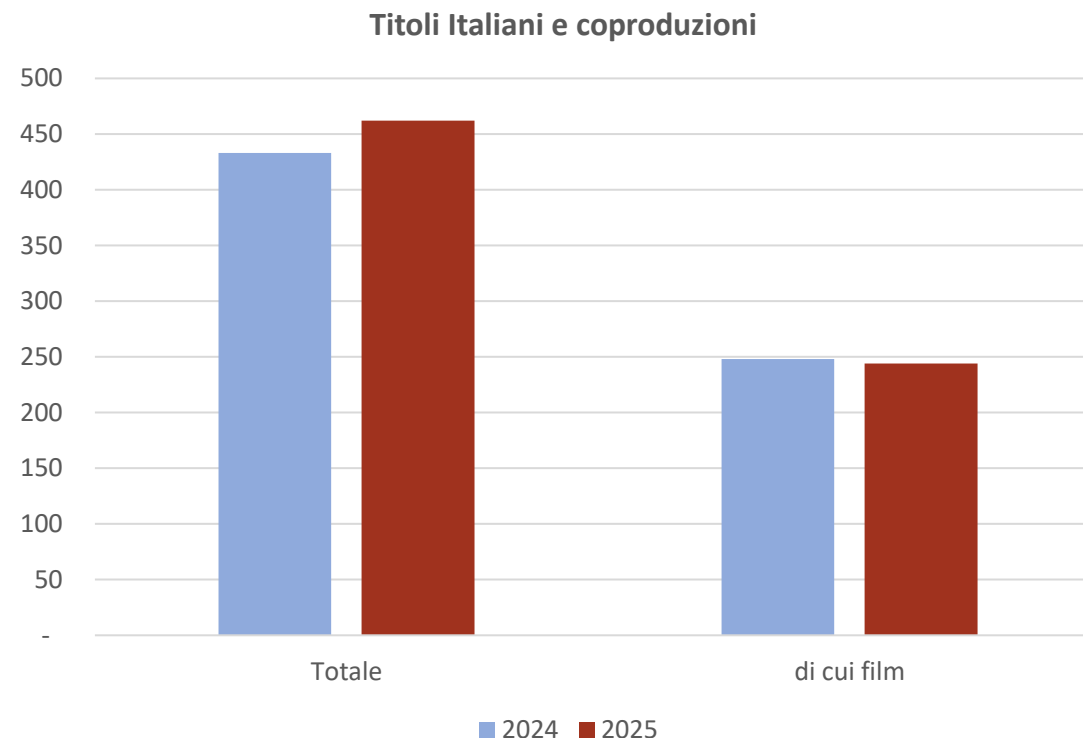
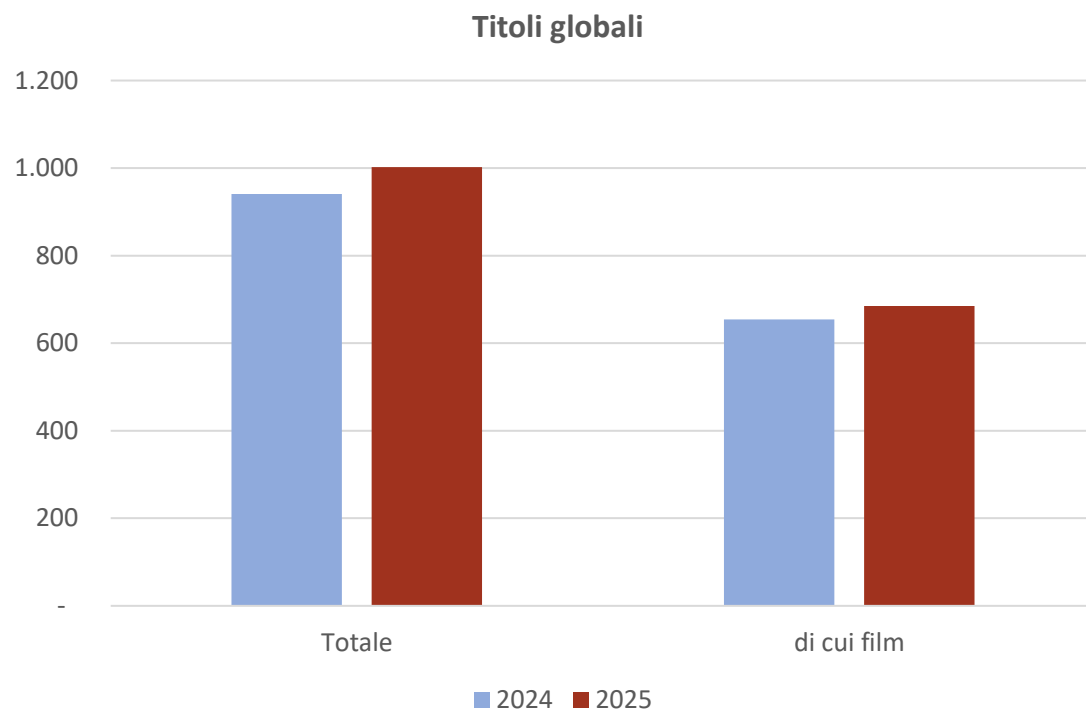
Variazione % 2025/2024



- 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. Anzi, la tendenza evidenzia un ulteriore calo negli ultimi anni rispetto agli anni post Covid.

Titoli (film, documentari) trasmessi nel corso degli ultimi due anni

Dei 1.002 titoli trasmessi nel 2025 nei cinema italiani, le produzioni italiane rappresentano il 46% del totale.
In generale, a dispetto di un lieve calo di presenze e incassi vi è stato un incremento dell'offerta sia di produzioni italiane che internazionali.



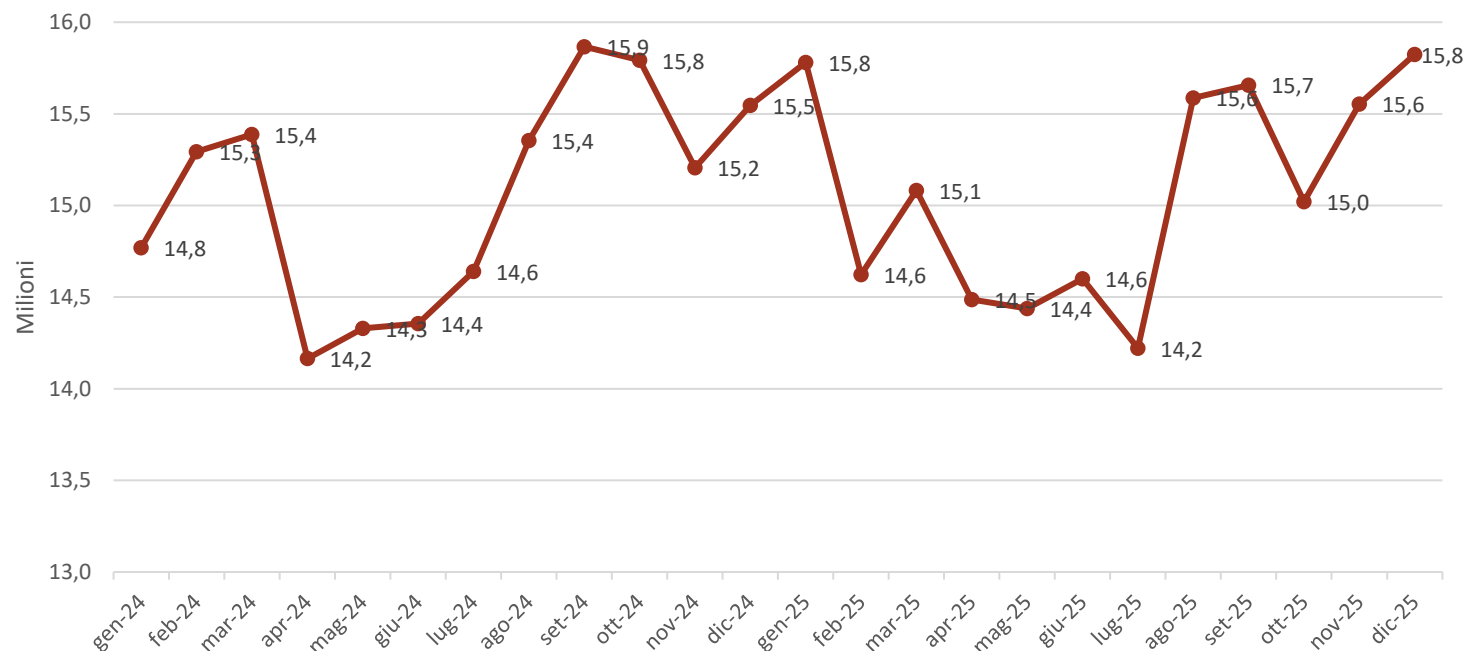
5. L'utilizzo di servizi VOD in Italia



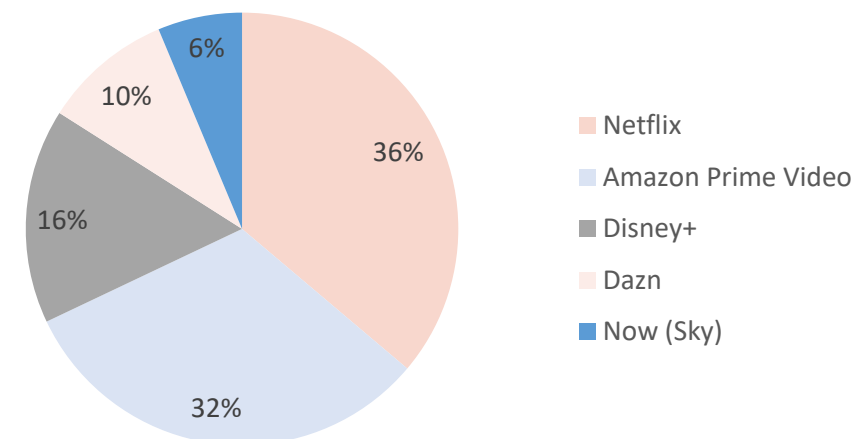
Piattaforme VOD a pagamento - Utenti

- 15,8 milioni di utenti unici si sono collegati a siti/APP di video on demand nel mese di dicembre 2025, circa 300mila soggetti in più rispetto a dicembre 2024.
- Il mercato appare piuttosto concentrato: Netflix e Amazon Prime Video insieme rappresentano il 68% degli utenti medi delle prime cinque piattaforme considerate.

Utenti unici complessivi dei servizi VOD a pagamento in Italia

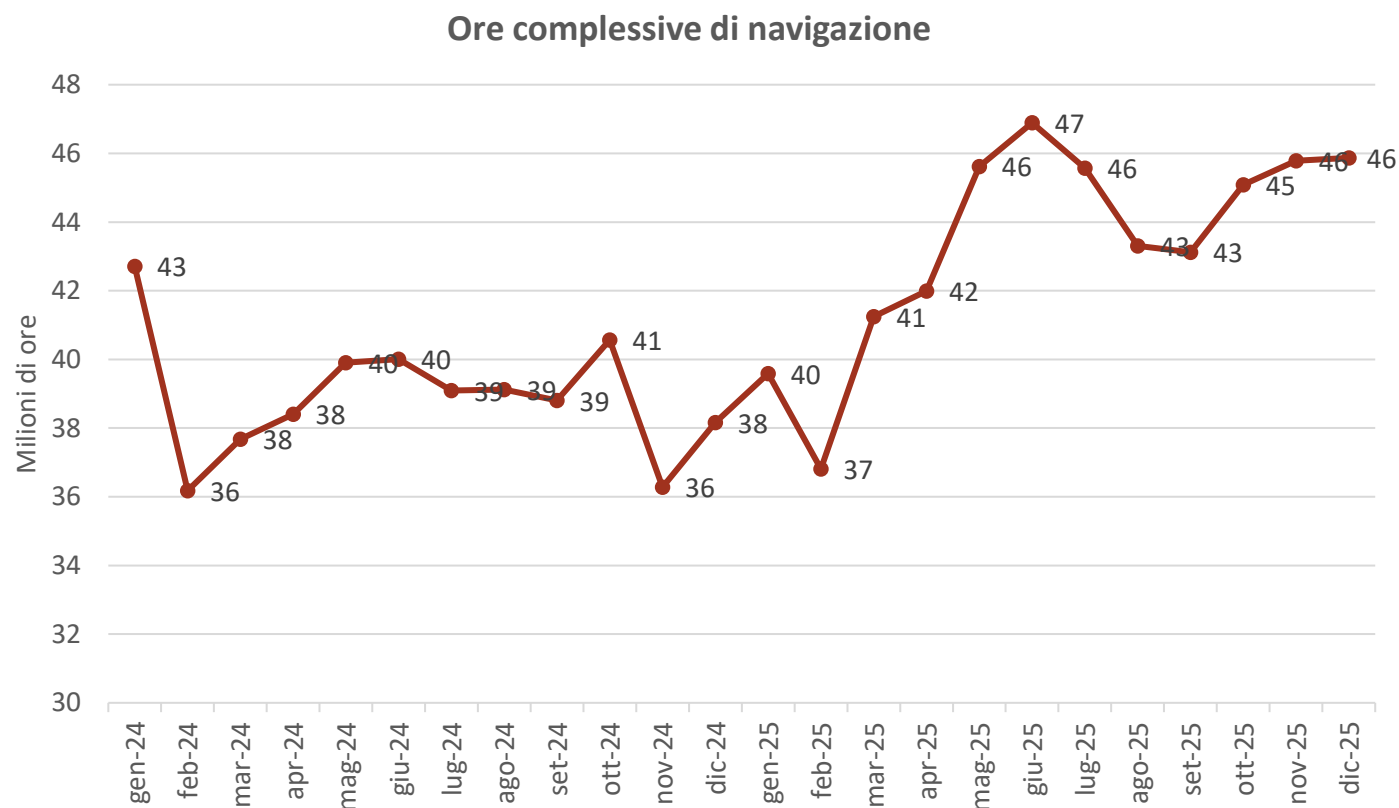


Quota di mercato rispetto al numero medio di utenti delle prime 5 piattaforme VOD a pagamento attive in Italia (2025)

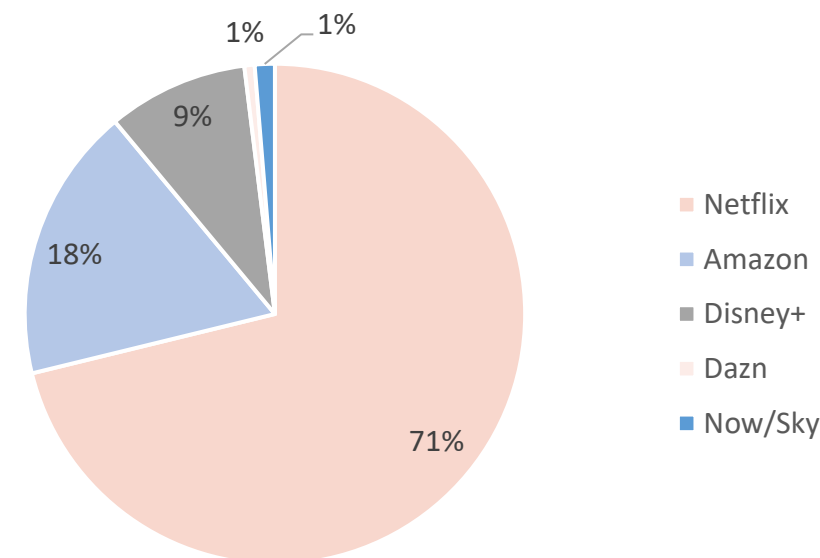


Piattaforme VOD a pagamento – Tempo di utilizzo

A dicembre 2025, il tempo trascorso sui siti/APP di servizi video on demand a pagamento è di quasi 46 milioni di ore, in aumento rispetto allo stesso periodo del 2024.



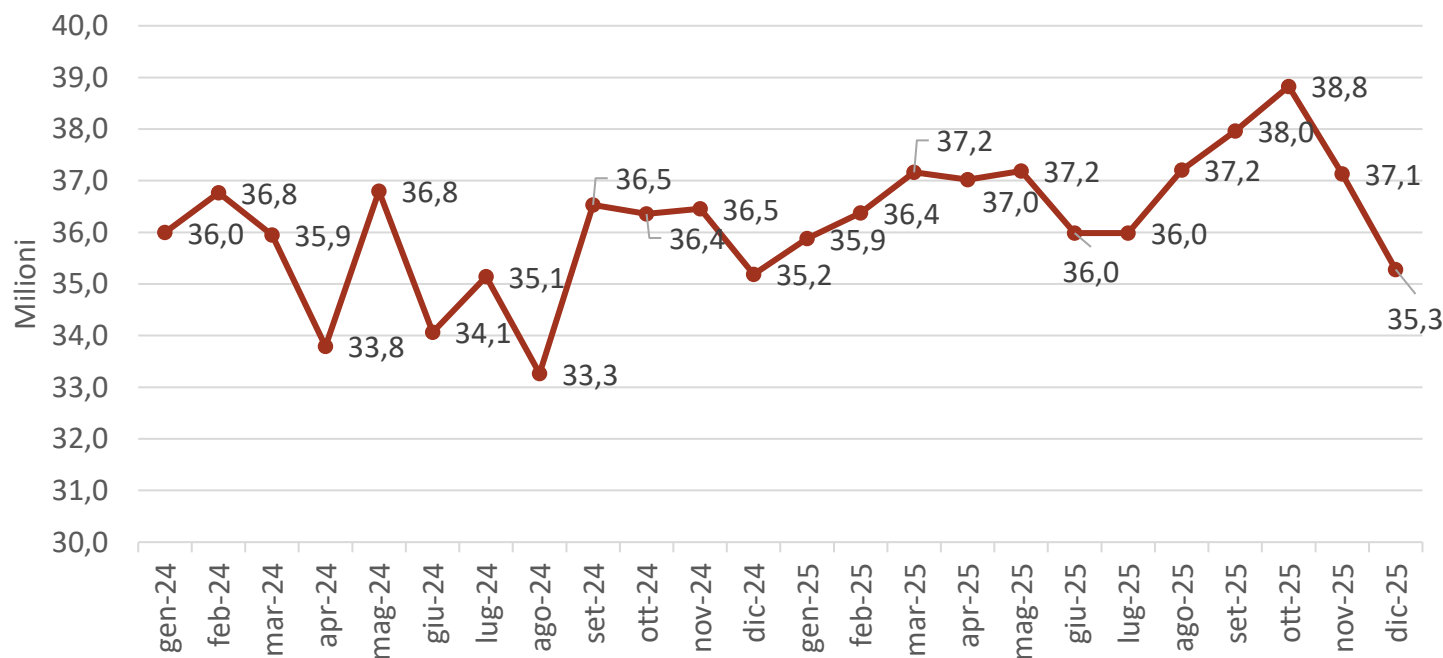
Quota di mercato rispetto al tempo di utilizzo delle prime 5 piattaforme VOD a pagamento attive in Italia (2025)



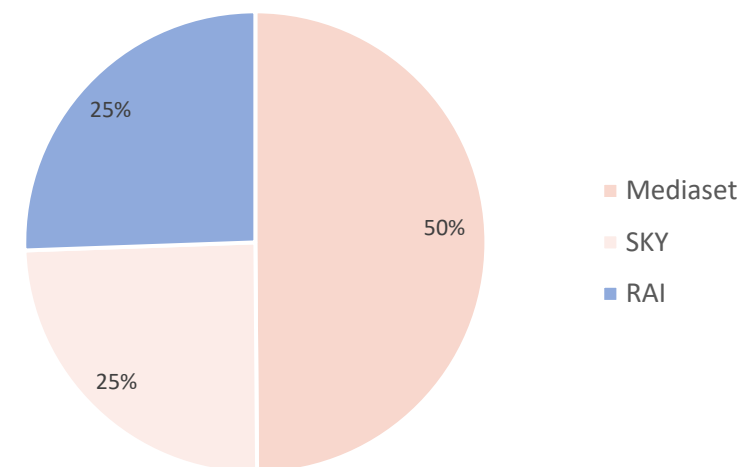
Piattaforme VOD gratuite - Utenti

Per quanto riguarda le VOD gratuite, osservando i dati si nota un andamento altalenante tra il 2024 e il 2025, sebbene si superino sempre i 30 milioni di utenti. 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



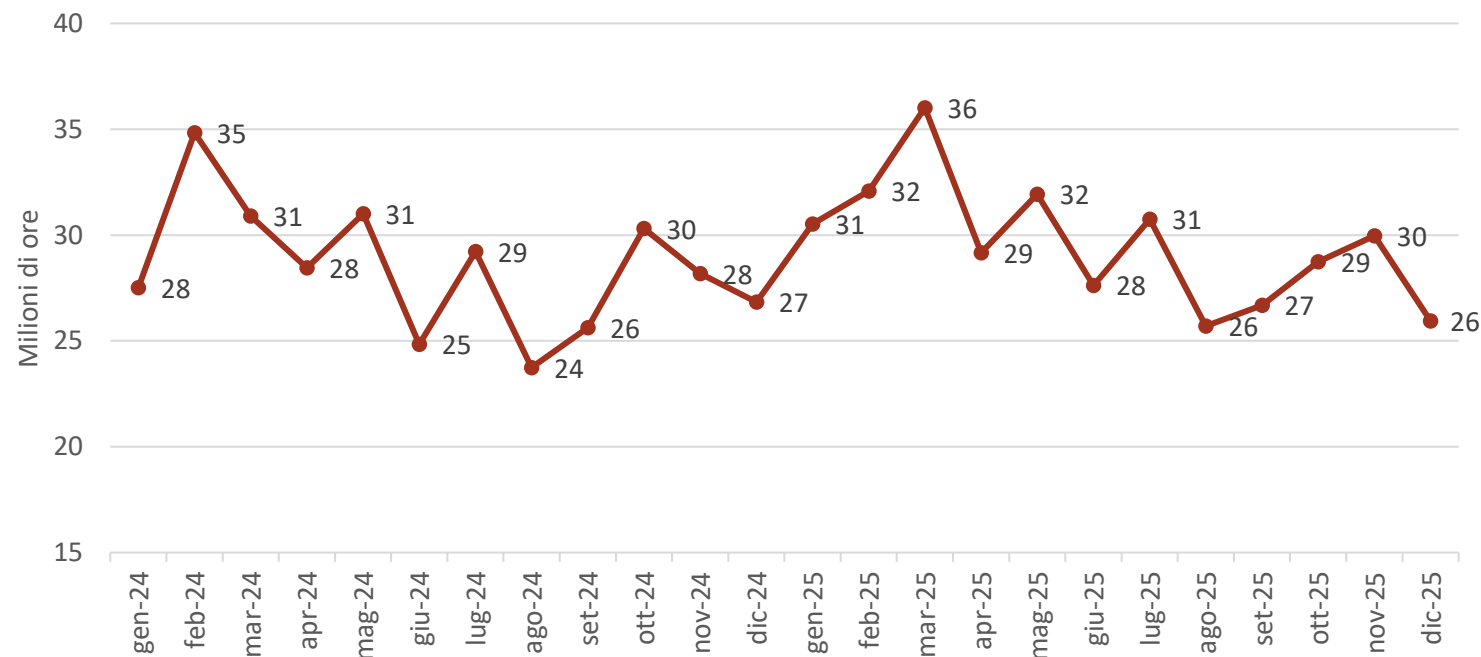
Quota di mercato rispetto al numero medio di utenti delle piattaforme* VOD gratuite attive in Italia (2025)



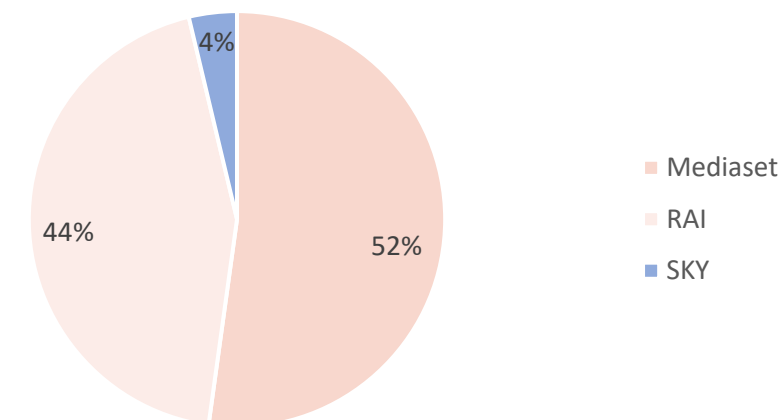
Piattaforme VOD gratuite - Tempo di utilizzo

A dicembre 2025, il tempo trascorso sui siti/APP di servizi video on demand gratuiti è stato di circa 26 milioni di ore, in calo rispetto al picco di marzo.

Ore di navigazione complessive sulle piattaforme di VOD gratuite in Italia



Quota di mercato rispetto al numero medio di utenti delle piattaforme* VOD gratuite attive in Italia (2025)



Fonte: Elaborazione I-Com su dati AgCom

Nota: *principali operatori che offrono in Italia servizi di video on demand gratuiti

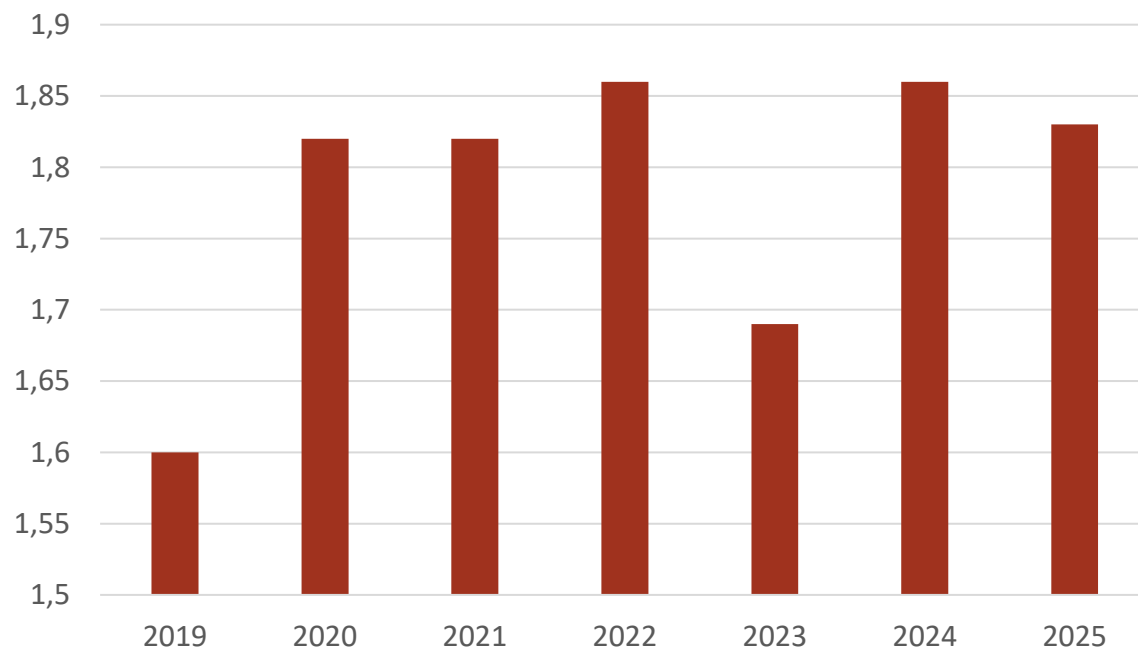
6. Il gaming in Italia



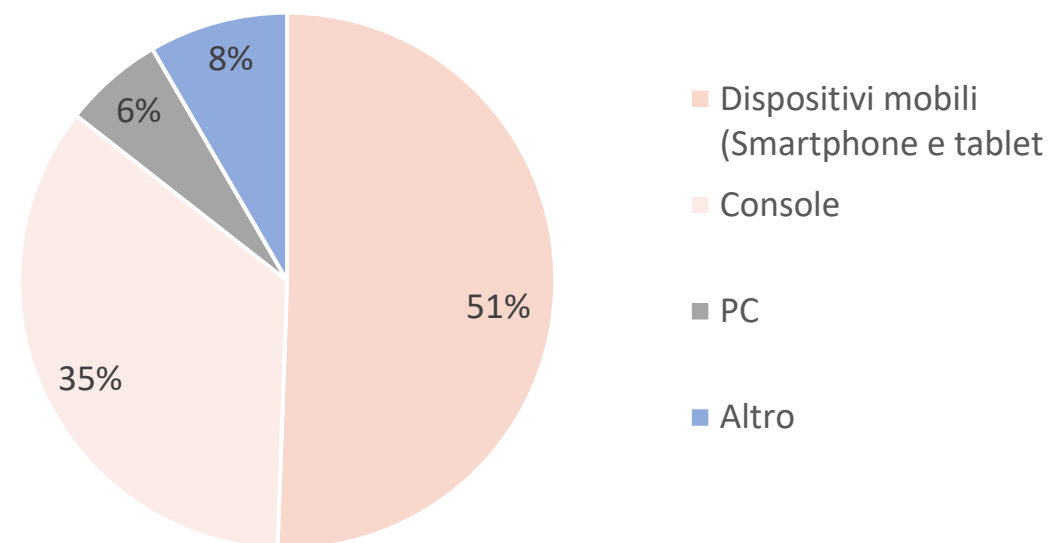
Vendite di videogiochi in Italia

- In generale, dal 2020 i ricavi derivanti dalle vendite di videogiochi in Italia sono rimasti stabili, intorno a 1,8 miliardi di euro.
- I videogiochi mobile sono sempre più rilevanti per il mercato italiano e rappresentano il 51% dei ricavi del settore nel 2025.

Ricavi (€ mld)



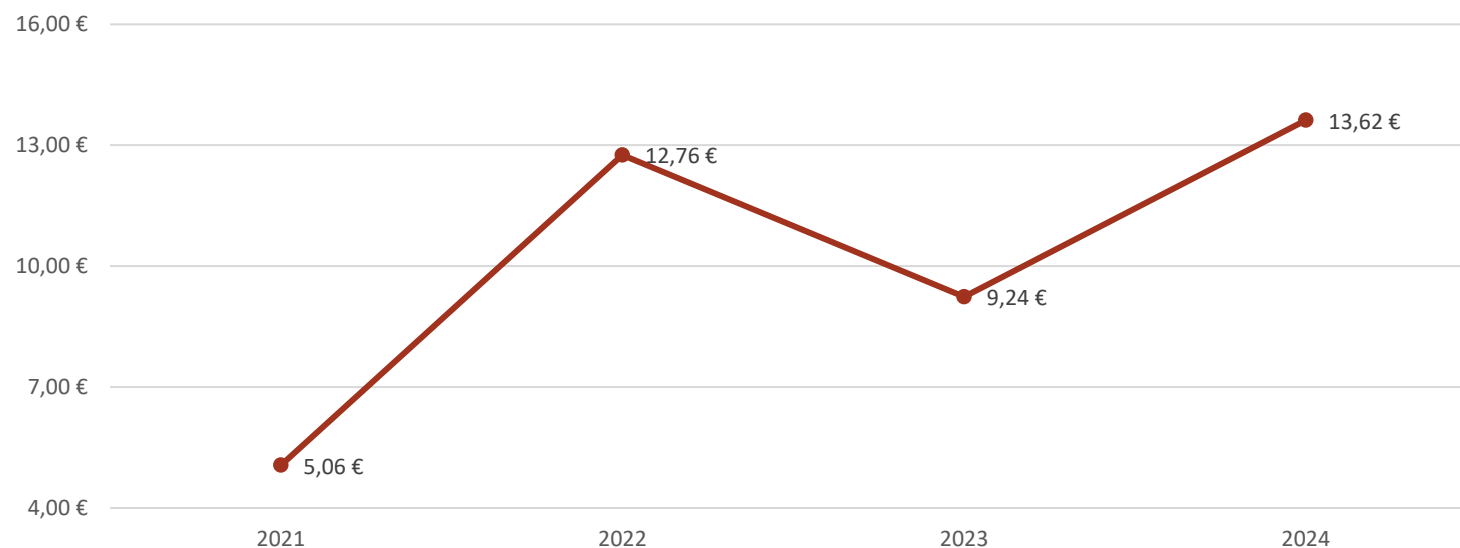
Ricavi 2025, per piattaforma/servizio



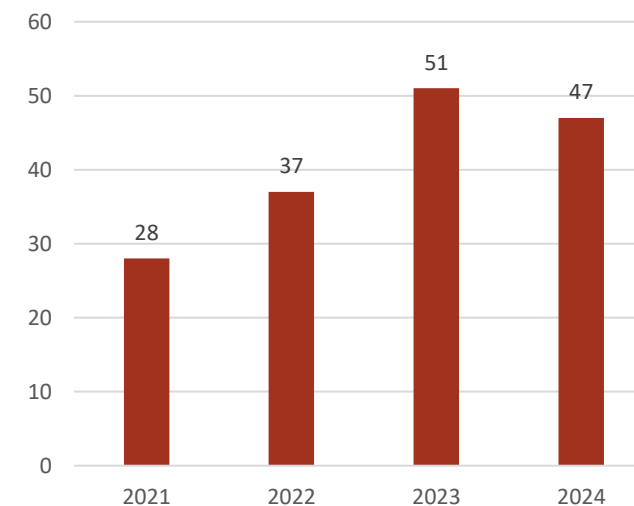
Il contributo pubblico alla produzione di videogiochi in Italia

- Nel 2024 è stata fatta richiesta di *tax credit* videogiochi per 47 opere (4 in meno rispetto al 2023), da parte di 34 imprese, per un totale di 13,62 milioni di euro.

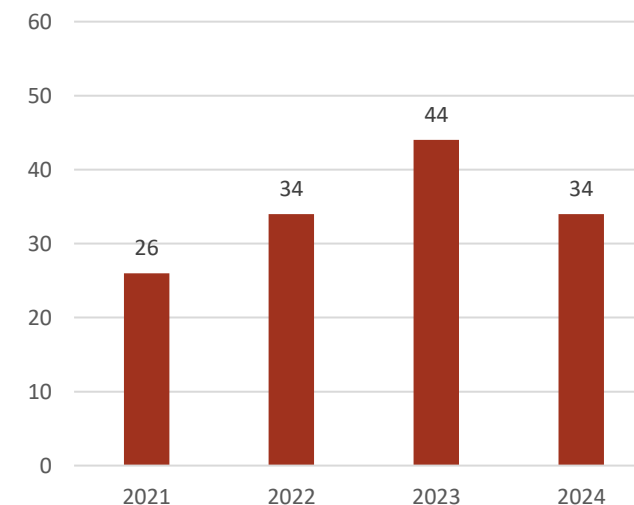
Credito richiesto (€ mln)



Opere



Imprese



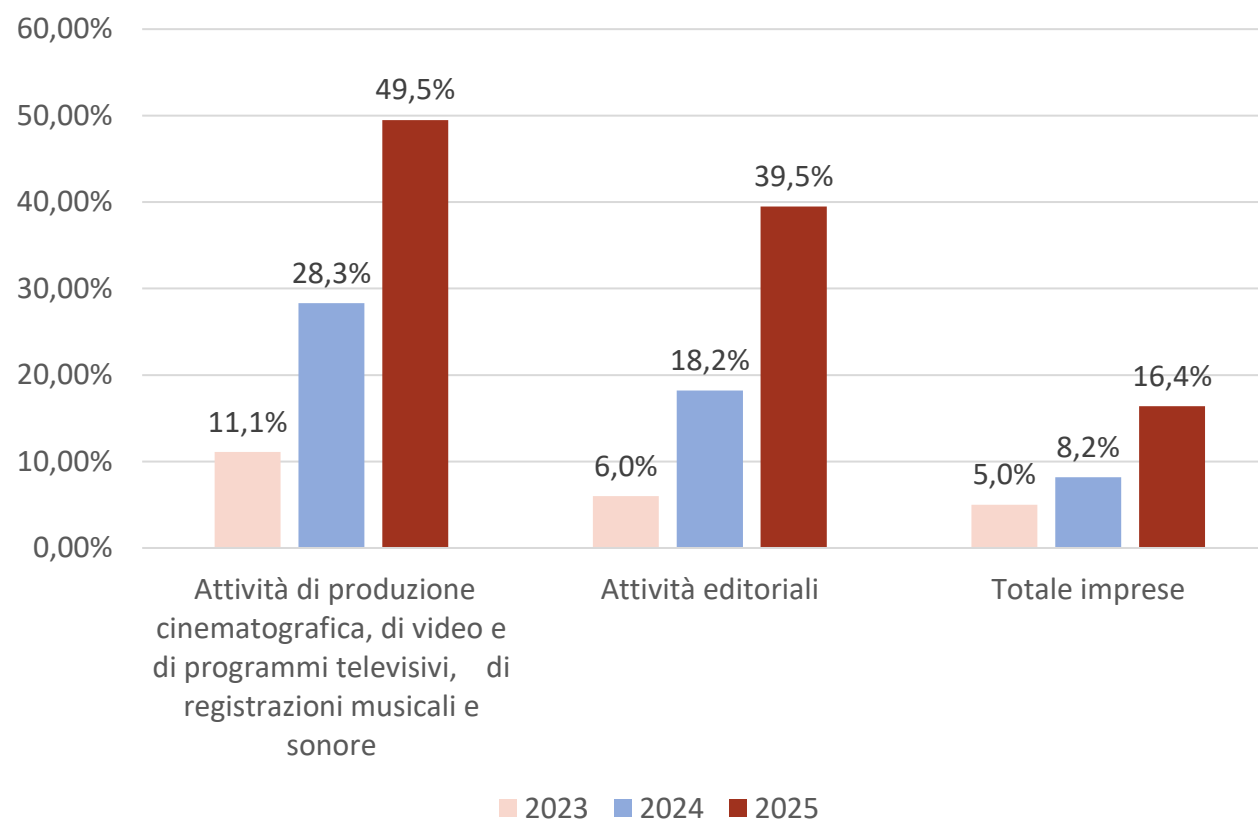
7. L'uso dell'IA nelle imprese del settore audiovisivo



L'utilizzo dell'IA nel settore audiovisivo

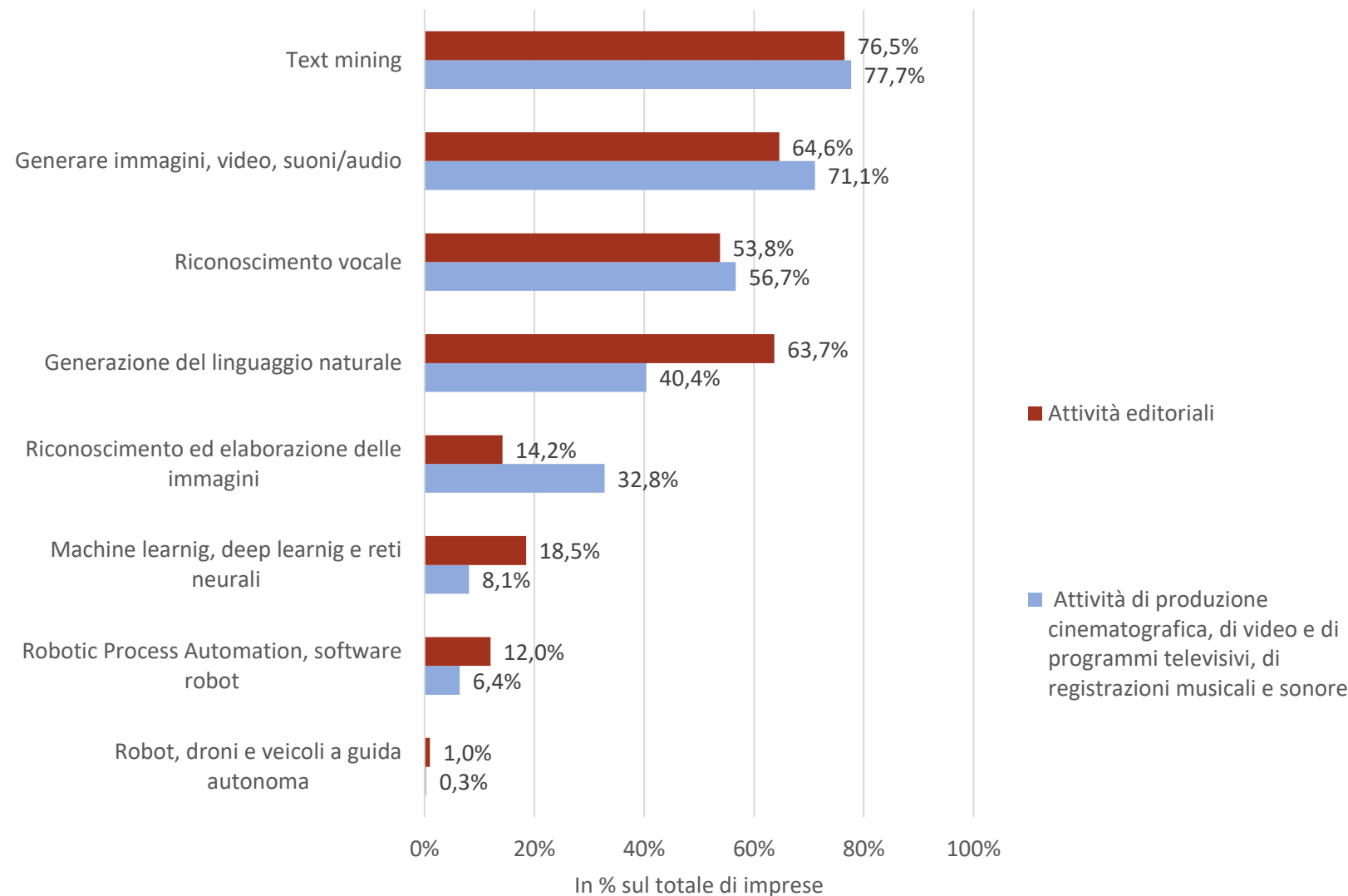
- Il settore audiovisivo italiano è oggi uno dei comparti più avanzati nell'adozione dell'intelligenza artificiale.
- Nel 2025, il 49,5% delle imprese con almeno 10 addetti attive nella produzione cinematografica, video e programmi televisivi e nelle registrazioni musicali e sonore utilizza almeno una tecnologia di IA. La crescita è particolarmente rapida: la quota era pari all'11,1% nel 2023 e al 28,3% nel 2024.
- Anche le attività editoriali mostrano una crescita significativa, arrivando a circa il 40% nel 2025.
- Per confronto, nel complesso delle imprese italiane con almeno 10 addetti l'adozione è passata dal 5% nel 2023 all'8,2% nel 2024 e al 16,4% nel 2025. L'audiovisivo presenta quindi un tasso di utilizzo superiore alla media nazionale.

Imprese che utilizzano software o sistemi di Intelligenza Artificiale (in % sul totale imprese)



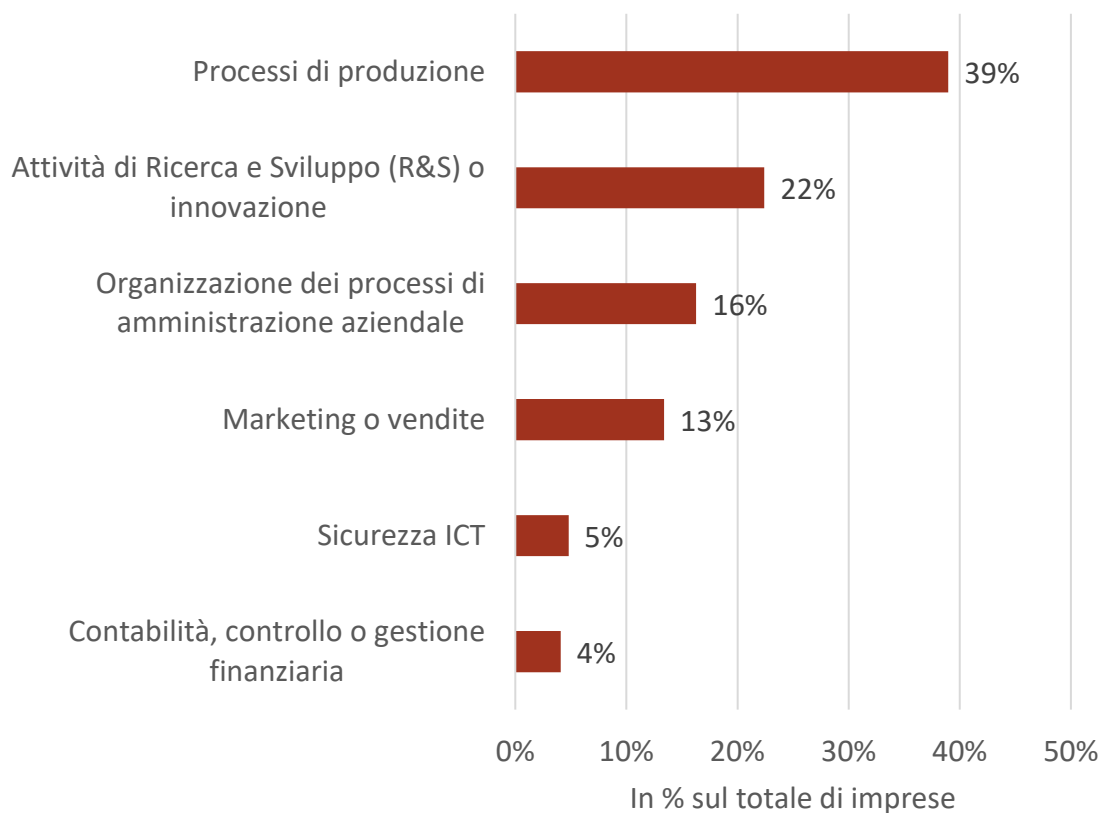
Le principali tecnologie IA utilizzate nel 2025

- Nelle imprese audiovisive l'impiego dell'intelligenza artificiale si concentra soprattutto sulle applicazioni direttamente legate alla produzione e all'elaborazione dei contenuti. Il *text mining* rappresenta la tecnologia più diffusa sia nelle attività di produzione cinematografica, video, programmi televisivi e registrazioni musicali e sonore (77,7%) sia nelle attività editoriali (76,5%).
- Nel comparto audiovisivo assume tuttavia un peso particolarmente rilevante l'utilizzo dell'IA per generare immagini, video, suoni e audio, indicato dal 71,1% delle imprese considerate, contro il 64,6% dell'editoria

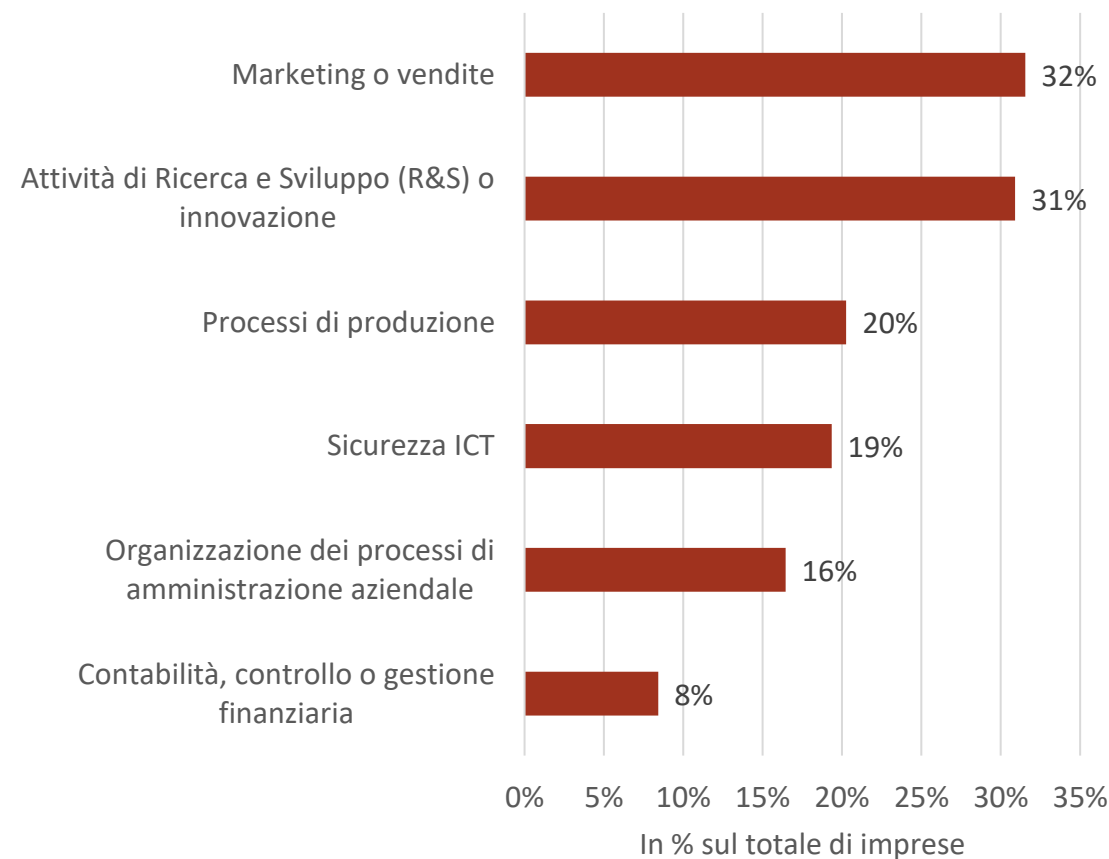


I principali ambiti di adozione dell'IA nel 2025

Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore

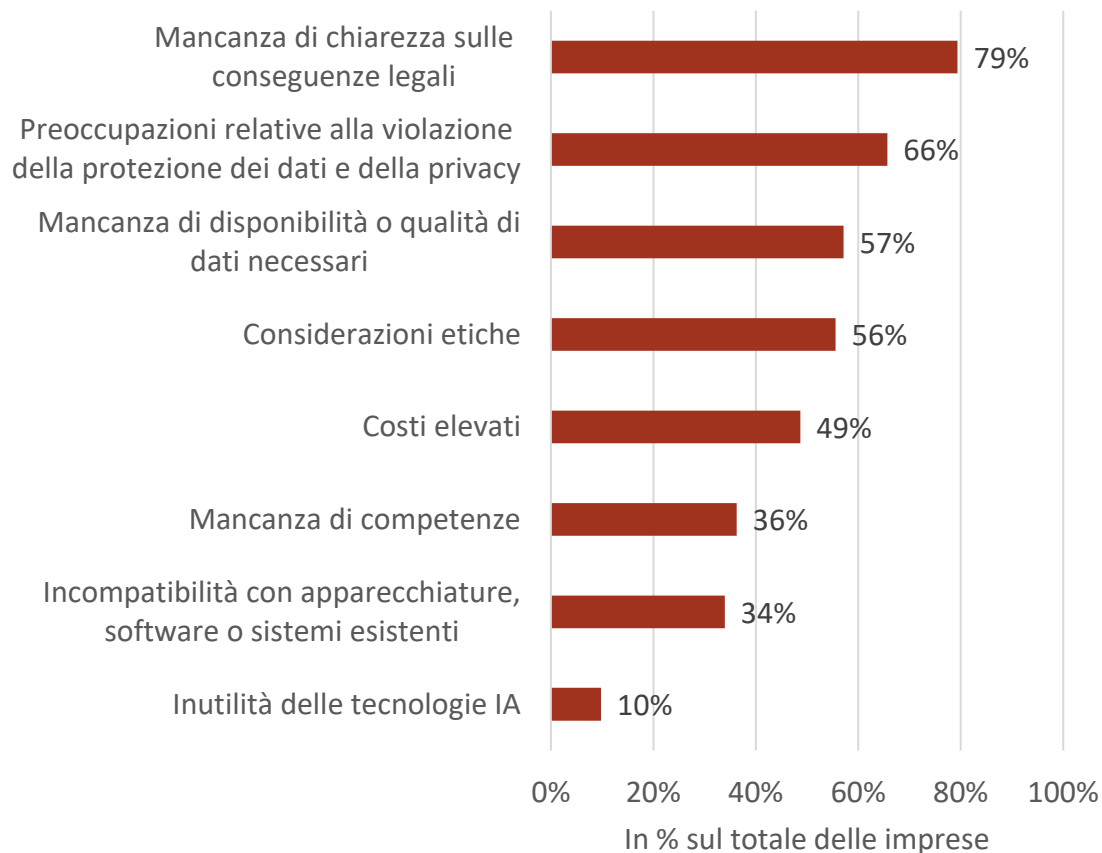


Attività editoriali

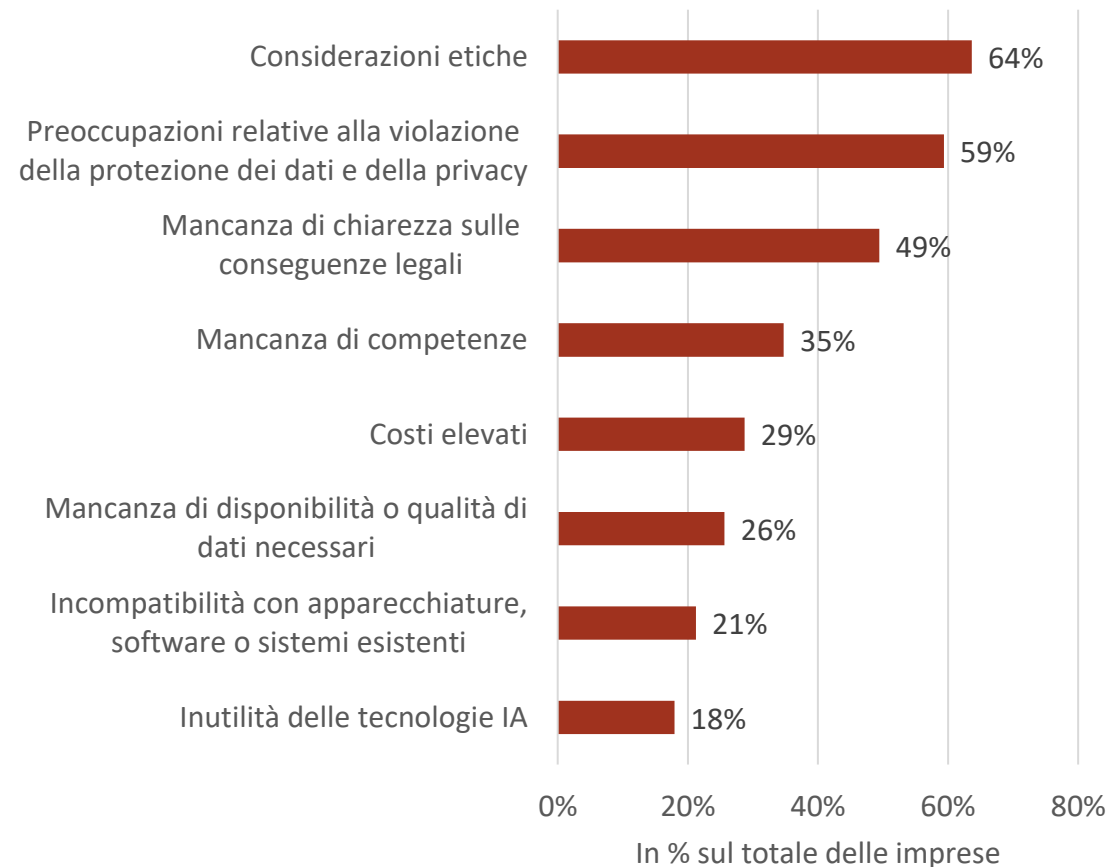


I principali motivi di non utilizzo dell'IA

Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore



Attività editoriali



8. L'INDAGINE SULL'IA NEL SETTORE AUDIOVISIVO: Adozione, investimenti e policy

L'avvio della fase pilota



La piattaforma pilota – principi di funzionamento

Le risposte al questionario mostrate nelle slide successive attraverso la visuale dell'amministratore rappresentano una simulazione, realizzata unicamente per illustrare il funzionamento della piattaforma in questa fase pilota, nonché la struttura completa del questionario.

01 SURVEY WEB

La piattaforma contiene un questionario di 18 quesiti (≈9 minuti) rivolto alle imprese: profilo, adozione dell'IA, usi creativi, investimenti, barriere e policy.

02 RACCOLTA SICURA

Invio via web e raccolta centralizzata. Le risposte sono gestite in forma anonima e aggregata, con un processo replicabile e confrontabile nel tempo.

03 DASHBOARD

Ogni domanda genera grafici, percentuali e numerosità; il confronto con il totale rende immediata la lettura dei risultati.

04 ANALISI INCROCIATA

Filtri e incroci tra domande segmentano le evidenze per dimensione, area e comportamento, facendo emergere pattern e priorità.

La piattaforma pilota – la struttura del questionario

D1–D3

PROFILO AZIENDALE

- Aree geografiche
- Fatturato medio
- Numero di addetti

D4

ADOZIONE DELL'IA

- Utilizzo di strumenti IA
- Risposta sì / no
- Filtro per il percorso

D5–D8

PROCESSI E TECNOLOGIE

- Fasi della produzione
- Modalità di utilizzo
- Sistemi e accesso

D9–D12

GOVERNANCE E BARRIERE

- Termini d'uso e opt-out
- Valutazione condizioni
- Motivi del non utilizzo

D13–D18

INVESTIMENTI E POLICY

- Piani e spesa recente
- Incidenza e crescita
- Politiche pubbliche

Percorso adattivo: le numerosità cambiano perché alcune domande si attivano in base alle risposte precedenti. La piattaforma consente di distinguere così utilizzatori, non utilizzatori e imprese che hanno già investito.

La visuale di chi risponde al questionario

survey-icom.vercel.app/survey/sv-ia-audiovisivo

 **Insight Studio**
I-Com x TechnoPolis

INDAGINE I-COM

L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NEL SETTORE AUDIOVISIVO - ADOZIONE, INVESTIMENTI E POLICY

≈ 9 minuti 18 domande Risposte trattate in forma aggregata e anonima

Inizia il questionario →

survey-icom.vercel.app/survey/sv-ia-audiovisivo

  90% 

 **Insight Studio**
I-Com x TechnoPolis

0% completato

DOMANDA 1 DI 16

In quali aree geografiche opera la tua azienda (o il gruppo, se applicabile)? (sono ammesse risposte multiple)

Puoi selezionare più risposte.

☐ Italia

☐ UE (esclusa Italia)

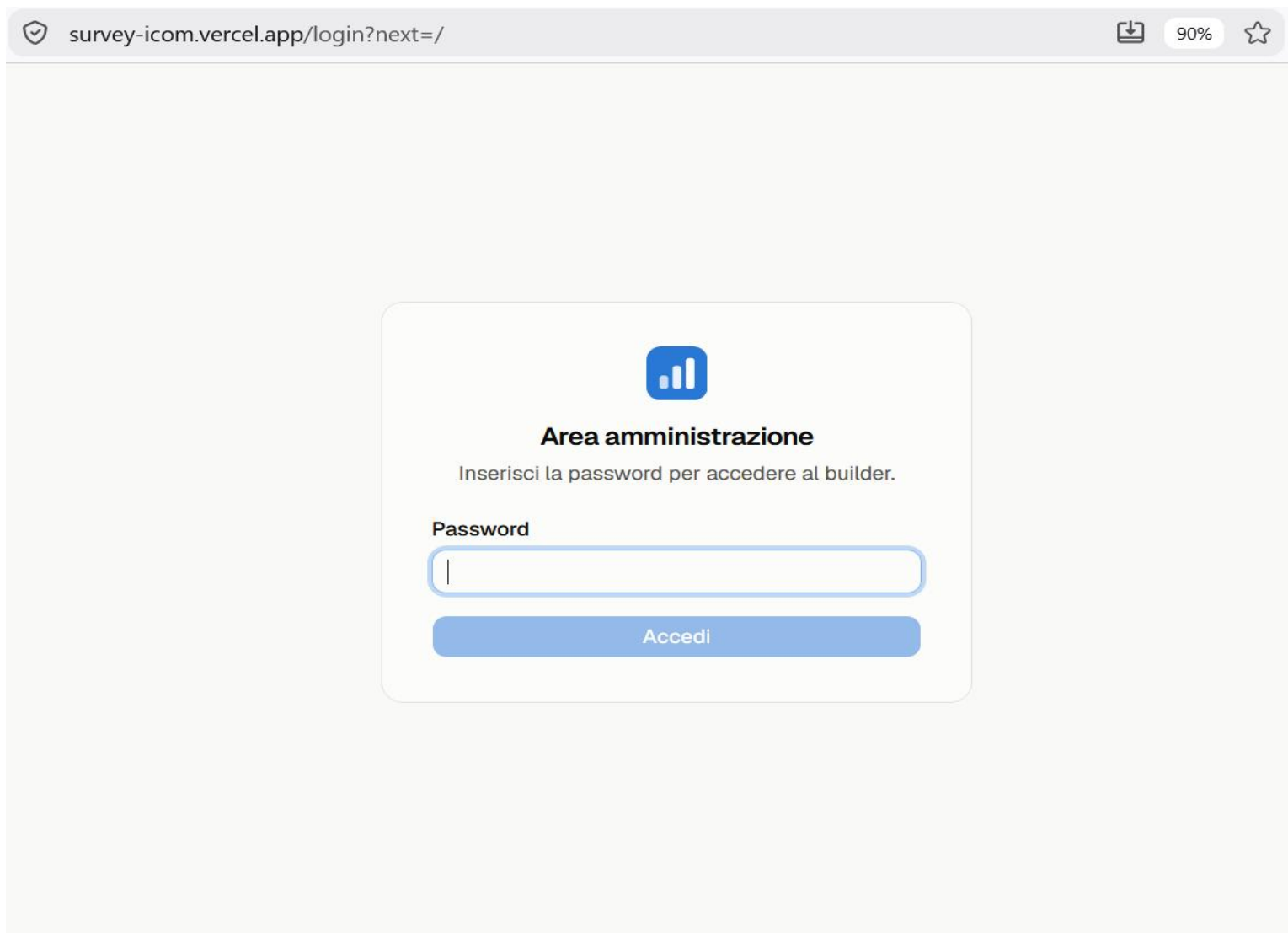
☐ Extra-UE (esclusi USA)

☐ USA

← Indietro

Avanti →

La visuale di chi ha i requisiti di amministratore



The screenshot shows a web browser window with the address bar displaying "survey-icom.vercel.app/login?next=/". The page content is centered and features a blue bar chart icon. Below the icon, the text "Area amministrazione" is displayed in bold, followed by the instruction "Inserisci la password per accedere al builder." A label "Password" is positioned above a text input field. A blue "Accedi" button is located below the input field.

survey-icom.vercel.app/login?next=/

90%



Area amministrazione

Inserisci la password per accedere al builder.

Password

Accedi

Le domande introduttive – 1/2

survey-icom.vercel.app

Insight Studio
I-Com x TechnoPolis

Indagini

Indagini

Progetta il questionario, raccogli le risposte, esplora i risultati con l'analisi incrociata.

L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NEL SETTORE AUDIOVISIVO - ADOZIONE, INVESTIMENTI E POLICY

18 domande

58
risposte ricevute

66% tasso di risposta su 88 inviate

Dashboard

Builder

Anteprima questionario →

Insight Studio
I-Com x TechnoPolis

Indagini

Analisi incrociata
Filtra tutti i grafici in base alla risposta a una domanda

Scegli la domanda filtro... ▼

...con

D1

In quali aree geografiche opera la tua azienda (o il gruppo, se applicabile)? (sono ammesse risposte multiple)

Scelta multipla

n = 58 rispondenti

Italia	100% (58)
UE (esclusa Italia)	21% (12)
Extra-UE (esclusi USA)	10% (6)
USA	9% (5)

Le domande introduttive – 2/2

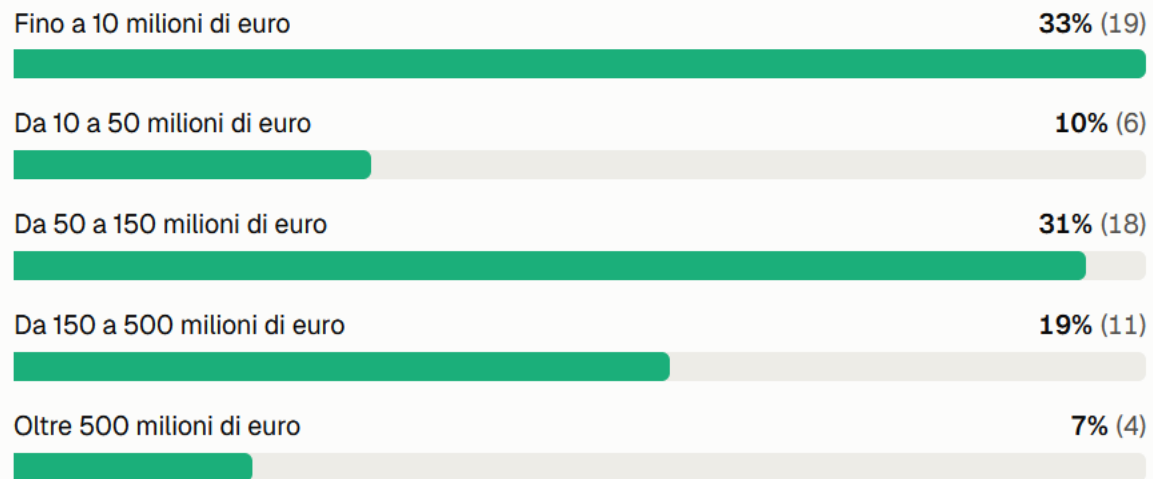
risposta ▼ [Applica filtro](#) ☒ Confronta con il totale

Builder [Compila →](#)

D2 Qual è il fatturato medio degli ultimi due anni in Italia?

Scelta singola

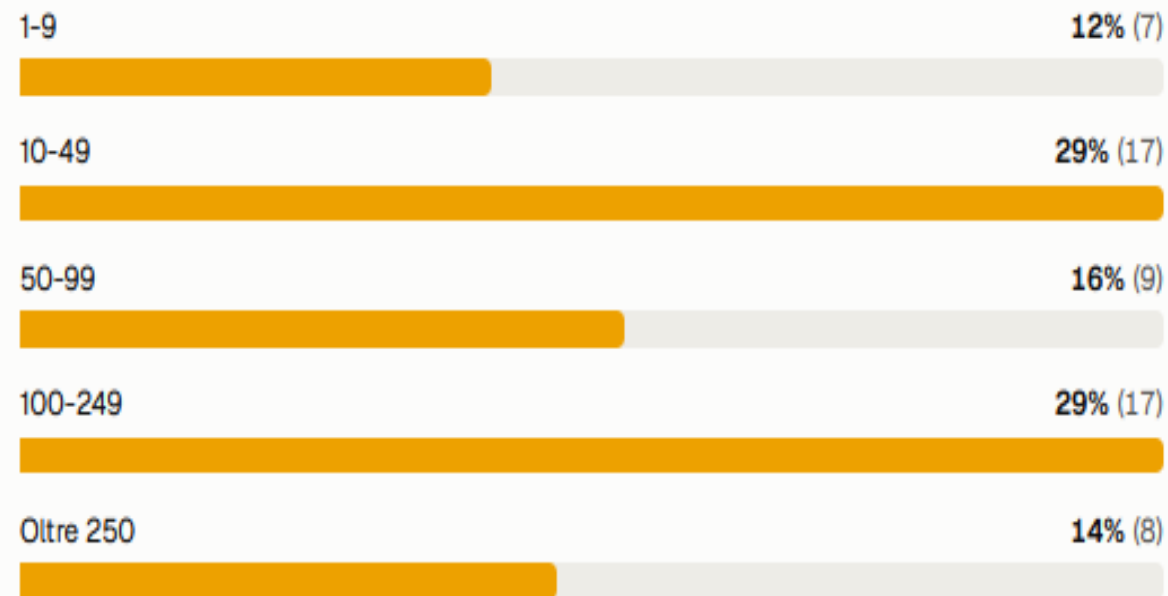
n = 58 rispondenti



D3 In Italia, quanti dipendenti conta in media negli ultimi due anni?

Scelta singola

n = 58 rispondenti



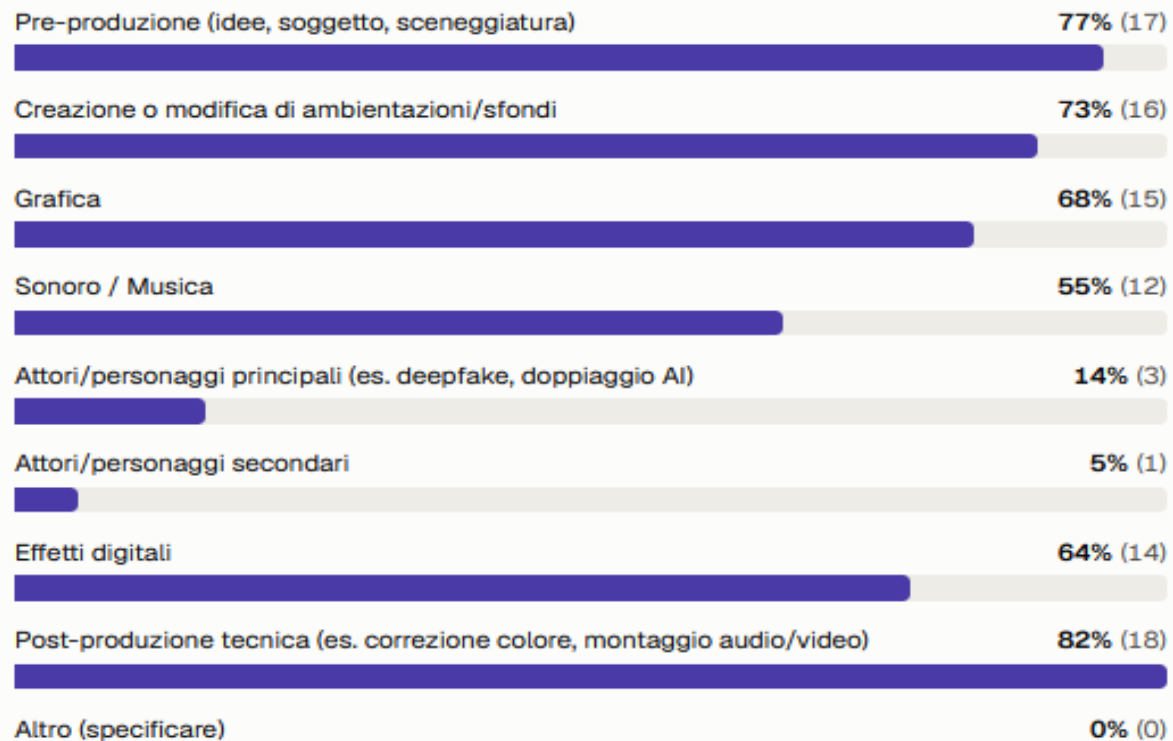


Processi e tecnologie – 1/2

D5 In quali fasi della produzione? (sono ammesse risposte multiple)

Scelta multipla

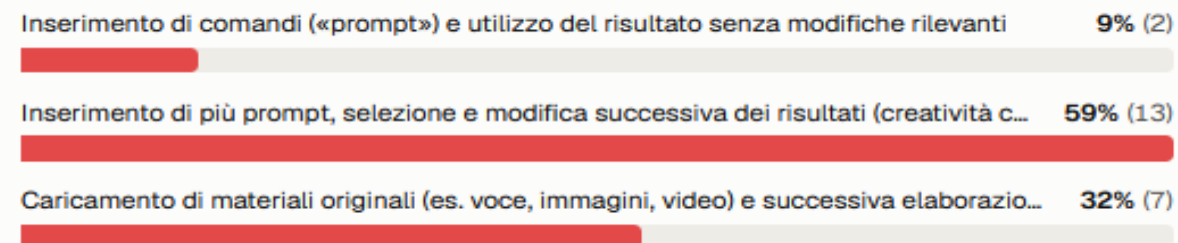
n = 22 rispondenti



D6 In che modo la tua azienda utilizza prevalentemente questi strumenti?

Scelta singola

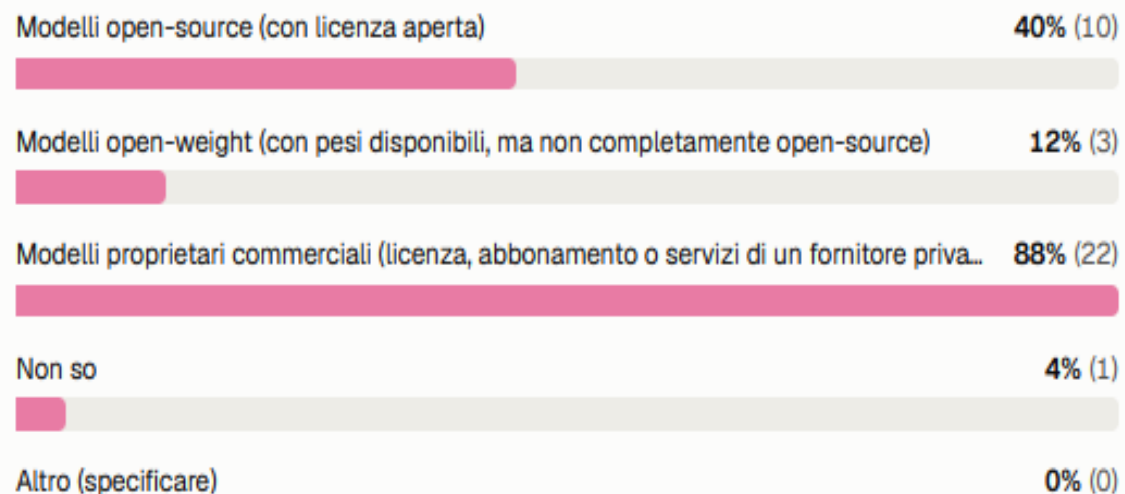
n = 22 rispondenti



D7 Quale tipologia di sistemi di IA utilizza la tua azienda nei processi creativi? (sono ammesse risposte multiple)

Scelta multipla

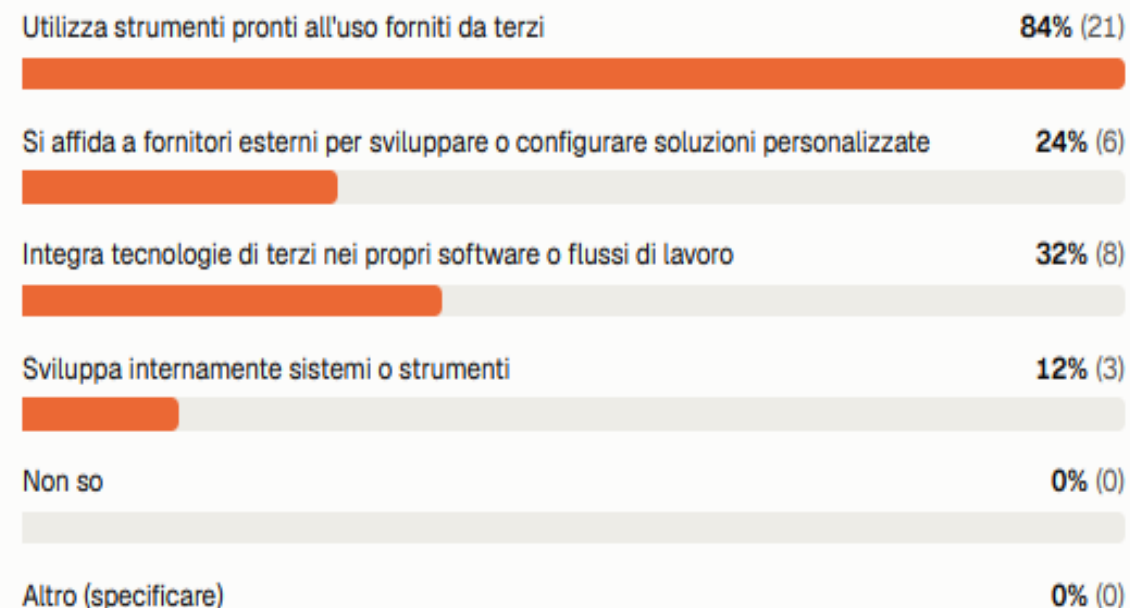
n = 25 rispondenti



D8 Con quale modalità la tua azienda accede a questi sistemi di IA? (sono ammesse risposte multiple)

Scelta multipla

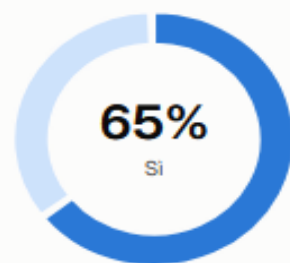
n = 25 rispondenti



Governance e barriere – 1/2

D9 Prima di usare gli strumenti di IA, nella tua azienda si prende generalmente visione dei Termini d'Uso (ToU) e delle Condizioni di Servizio (CdS)? Si / No

n = 20 rispondenti



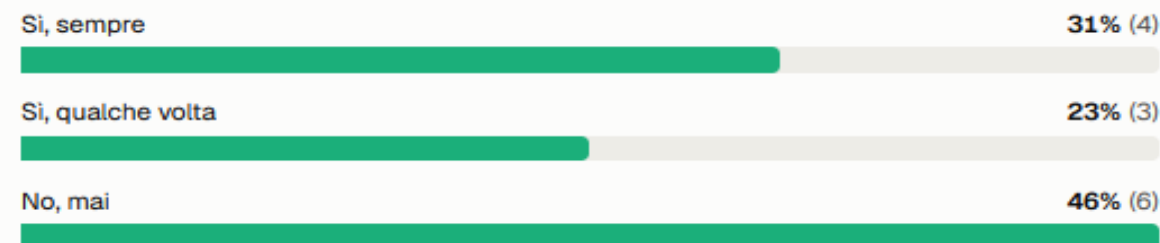
■ Si
■ No

65% (13)
35% (7)

D10 All'interno della tua azienda sono state mai trovate clausole che permettono di dire «no» all'uso dei contenuti (input e output) per addestrare l'IA? (opt-out)

Scelta singola

n = 13 rispondenti



D11 In generale, come valutate i Termini d'Uso e le Condizioni di Servizio degli strumenti di IA?

Scelta singola

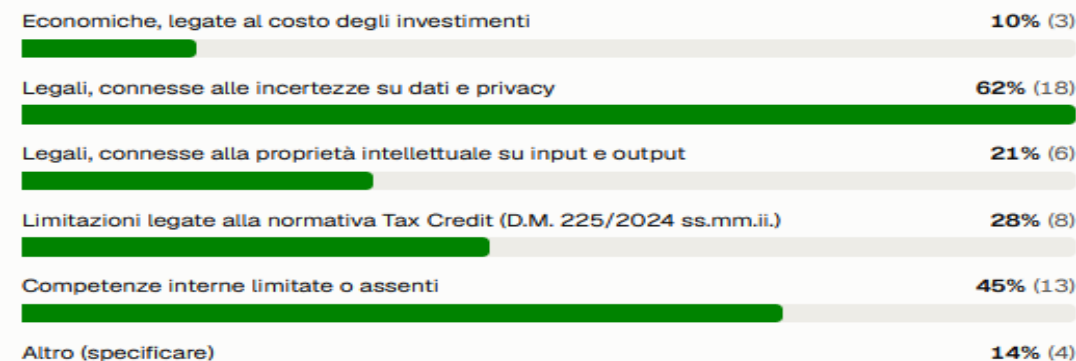
n = 13 rispondenti



D12 Quali sono le principali ragioni per cui la tua azienda non usa strumenti di IA nella produzione di contenuti? (max 3 risposte)

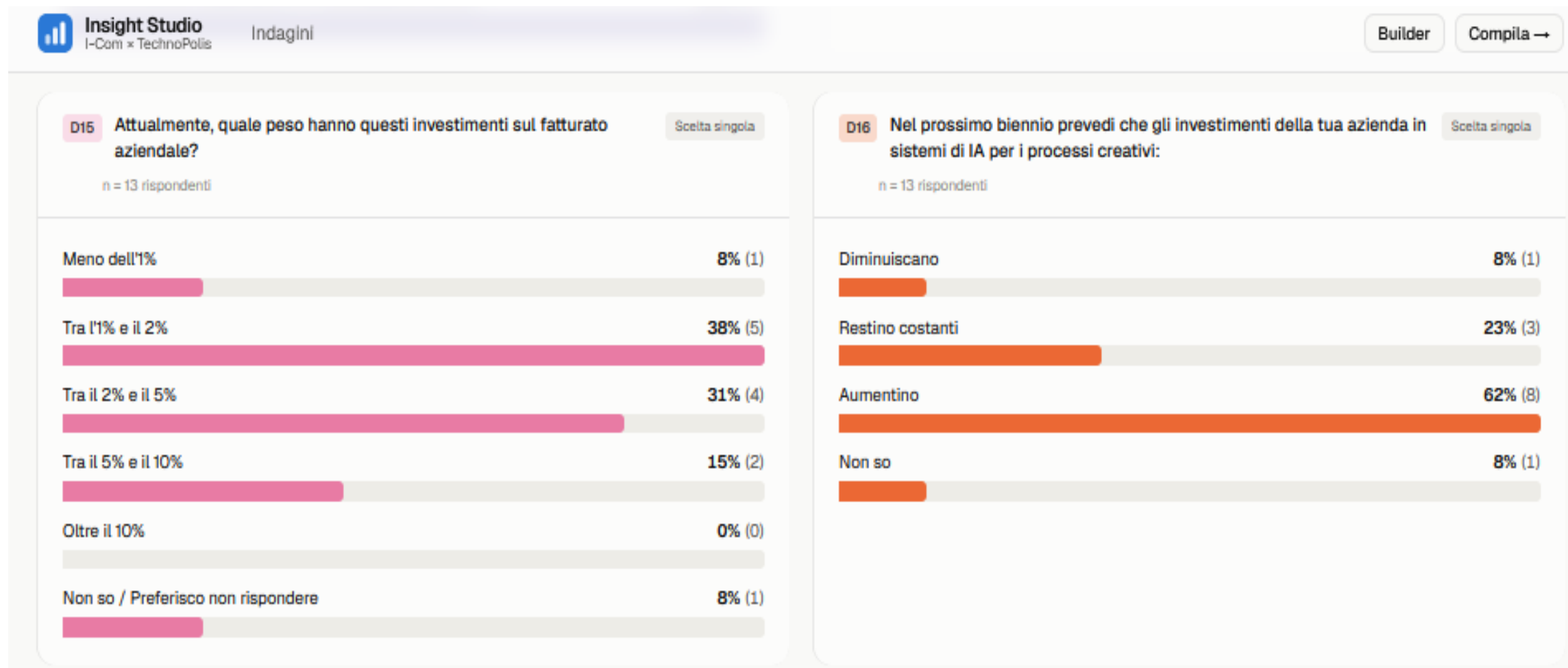
Scelta multipla

n = 29 rispondenti



▼ 4 risposte libere per «Altro»

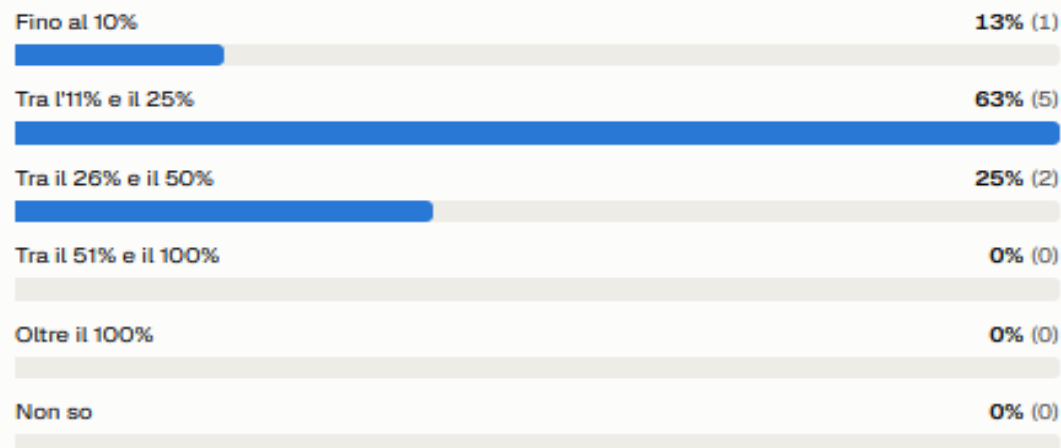
Investimenti e policy – 1/2



D17 Di quanto prevedi che aumenteranno complessivamente, nei prossimi due anni, gli investimenti in sistemi di IA per i processi creativi?

Scelta singola

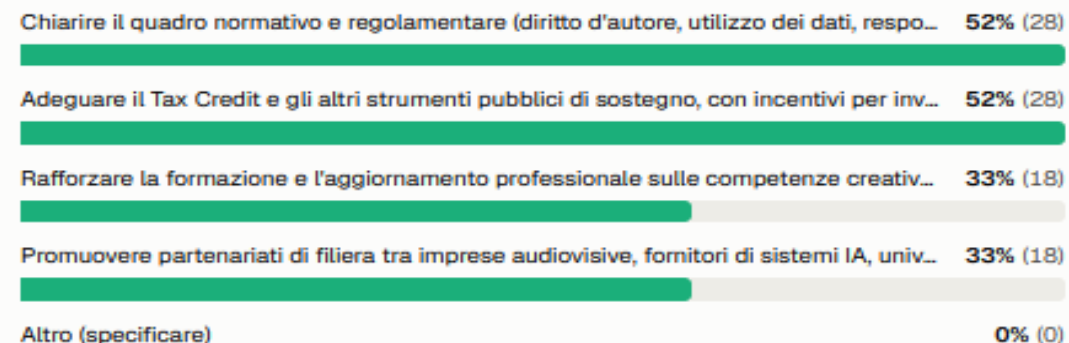
n = 8 rispondenti



D18 Quali politiche pubbliche potrebbero essere più efficaci per favorire un'adozione efficace e responsabile dell'IA nel settore audiovisivo? (max 2 risposte)

Scelta multipla

n = 54 rispondenti



COMMENTI LIBERI

12 commenti

PAROLE PIÙ FREQUENTI

● l'ia 4 ● post 4 ● produzione 4 ● flussi 3 ● l'ottimizzazione 3
● soprattutto 3 ● tema 3 ● valutiamo 3

ULTIMI COMMENTI

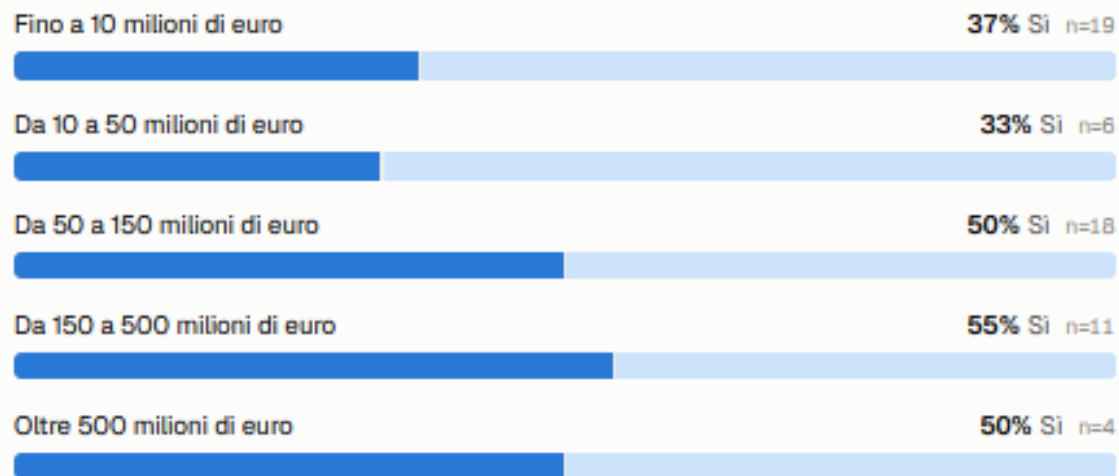
«Un credito d'imposta dedicato accelererebbe molto la transizione.»
«Sarebbe utile un tavolo permanente tra produttori e istituzioni sul tema IA.»
«Valutiamo l'IA soprattutto per l'ottimizzazione dei flussi di post-produzione.»

Un esempio di analisi incrociata – 1/2

Letture combinate

Incroci predefiniti tra domande, calcolati sull'intero campione.

D4 × D2 La tua azienda utilizza strumenti di intelligenza artificia... — per qual è il fatturato medio degli ultimi due anni i...



■ Si ■ No

D2 × D3 Qual è il fatturato medio degli ultimi due anni in Ita... × in italia, quanti dipendenti conta in media negli...

	Fino a 10 mil.	Da 10 a 50 mi.	Da 50 a 150 m.	Da 150 a 500...	Oltre 500 mil.
1-9	7				
10-49	12	5			
50-99		1	8		
100-249			10	7	
Oltre 250				4	4

intensità = numero di aziende

Un esempio di analisi incrociata – 2/2

D18 × D4 Quali politiche pubbliche potrebbero essere più efficaci per favorire un'adozione efficac... — confronto per risposta a «La tua azienda utilizza strumenti di intelligenza artificia...»

Chiarire il quadro normativo e regolamentare (diritto d'autore, utilizzo dei dati, responsabilità, condizioni d'uso dei servizi)



Adeguare il Tax Credit e gli altri strumenti pubblici di sostegno, con incentivi per investimenti e sperimentazione



Rafforzare la formazione e l'aggiornamento professionale sulle competenze creative, tecniche e legali legate all'IA



Promuovere partenariati di filiera tra imprese audiovisive, fornitori di sistemi IA, università e centri di ricerca



■ Si (n=24) ■ No (n=30)

Le percentuali sono calcolate sui rispondenti che hanno risposto a ciascuna domanda.

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

