

La promozione del cinema italiano in Germania

Andamento del mercato

Il prodotto cinematografico italiano ha oggi, sul mercato tedesco, una quota di gran lunga inferiore all'1%. Nel 2006 le pellicole in circolazione nelle sale cinematografiche rappresentavano lo 0,1% del totale contro ca. l'1,0% della Francia, il 25% della Germania e ca. 70% degli Stati Uniti.

Con uno sguardo al passato si nota che l'anno di massima penetrazione del prodotto italiano è stato il 1973 quando la quota del nostro paese ha toccato il 17,6%. Veniva superata la quota del 4,4% della Francia ma la Germania e gli Stati Uniti conseguivano migliori risultati rispettivamente con il 26,3% ed il 35,5%.

Fino al 1980 la posizione dell'Italia si è mantenuta intorno al 10% ed al 13% del mercato distaccandosi nettamente dalla Francia e, in alcuni anni, anche dalla stessa Germania. Negli anni successivi ha iniziato a regredire, con passo regolare, rispetto ai concorrenti europei toccando il 5% nel 1984 e l'1,3% nel 1987.

Negli anni '90 non ha mai superato lo 0,3% del mercato, fatta eccezione per il 1999 quando, con "La vita è bella", è riuscita a sollevarsi fino all'1%.

I dati riferiti alla Gran Bretagna ci mostrano come la presenza di questo paese si mantiene, dal 1970 ad oggi, ad un livello costante tra il 5% e l'8%.

Appare superfluo sottolineare che la produzione cinematografica americana è riuscita ad espandere ed a consolidare, in meno di trenta anni, la sua posizione a livelli che oggi possono, con ragione, ritenersi da record se si considera che, lo scorso anno, ha raggiunto la quota del ca. 70% del mercato.

La distribuzione

Le imprese di distribuzione tedesche sono in totale ca 130 di cui i 46 distributori principali fanno parte della associazione di categoria - compresi i cinque americani - il "Verband der Filmverleiher" di Berlino.

I distributori che si occupano del cinema europeo in generale ed anche del cinema italiano in particolare sono ca. 12-15.

La mappa della presenza sul territorio di queste imprese mostra la loro concentrazione in due grandi città: Monaco e Berlino.

Il progetto di promozione

Il progetto di promozione del cinema italiano in Germania si è posto sin dall'inizio l'obiettivo di aumentare la presenza del prodotto cinematografico italiano sul mercato tedesco puntando sulle sue caratteristiche di qualità professionale e culturale. Tenuto conto della situazione attuale del mercato che vede il predominio della produzione americana e nazionale e che la quota residua da ripartire tra le posizioni marginali dei concorrenti europei è inferiore di 5 % del totale si ritiene che la quota dell'Italia - attualmente attestata sullo 0,1% - possa essere ampliata solo mediante l'impiego di risorse cospicue e l'intervento coordinato di organismi pubblici e privati.

In questo senso l'ICE di Berlino ha realizzato in primo luogo la realizzazione di iniziative di comunicazione proprio al fine di sopperire alle carenze strutturali evidenziate dai distributori, inoltre è intervenuto a sostegno della commercializzazione del prodotto sul mercato. Un altro obiettivo del progetto è la promozione dell'industria dell'indotto che ruota intorno al cinema italiano e il tentativo di favorire la realizzazione di progetti di collaborazione con partner sia tedeschi che italiani.

Le iniziative del 2001-2006

Dall'inizio del progetto nel 2001 l'ICE ha realizzato numerose iniziative:

- 3 vetrine (presentazione di due nuovi film italiani per la distribuzione locale)
- partecipazione alle ultime quattro edizioni del Filmfestival di Monaco con nuovi film italiani
- collaborazione con ANICA e stand italiano presso lo European Film Market della Berlinale

- 9 numeri speciali (12-16 pagine) sul cinema italiano in riviste specializzate
- pubblicazione e distribuzione della online-newsletter FILMARE
- sostegno alla distribuzione locale per film italiani
- collaborazione con istituzioni europee (European Film Academy, Club de Producteurs) e tedesche (Associazione dei distributori) per l'organizzazione di seminari/workshops sulle coproduzioni
- organizzazione di missioni di operatori in Italia a festivals e screenings

Grazie a queste iniziative l'ICE si è affermato come partner dell'industria cinematografica in Germania interessata ai prodotti italiani, importanti distributori di film sono stati contattati e con essi l'ufficio ha un rapporto costante.

Le iniziative del 2007-2008

Tra il 2007 e il 2008 si prevede di intensificare e consolidare ulteriormente i contatti con l'industria cinematografica tedesca in quanto questa rimane la condizione per sensibilizzare il difficile mercato tedesco del film nei confronti del cinema italiano.

Le manifestazioni e il supporto dei distributori servono soprattutto a questo scopo.

È necessario continuare a promuovere l'Italia come paese del cinema anche attraverso azioni di comunicazione con lo scopo di sensibilizzare e incuriosire gli operatori del settore.

Le singole iniziative previste sono:

- partecipazione al Filmfest di Monaco: presentazione di film italiani, incontri con operatori
- partecipazione al European Film Market durante la Berlinale: incontri con operatori
- realizzazione di supplementi speciali dedicati all'Italia su riviste specializzate: Blickpunkt:Film in febbraio, Filmecho in novembre
- Sostenere la distribuzione dei film italiani in collaborazione con i distributori locali: Avant-Premiere, azioni di comunicazione, ecc
- Proseguimento della online-newsletter FILMARE