



Scheda informativa (21.03.23)

## **La trasformazione della promozione cinematografica pubblica: analisi delle strutture odierne e prospettive per il futuro**

L'Ufficio federale della cultura (UFC) commissiona uno studio esterno sul paesaggio della promozione cinematografica in Svizzera intitolata «La trasformazione della promozione cinematografica pubblica: analisi delle strutture odierne e prospettive per il futuro», che sarà coordinato da un sounding board esterno. La ragione determinante che ha portato a questo studio va ricercata nella profonda trasformazione in atto nel settore audiovisivo, con effetti sul finanziamento e sulle strutture. Con ciò si intende mettere in luce le sfide a cui è sottoposta la promozione cinematografica in Svizzera e illustrare i possibili sviluppi futuri.

### **Premessa**

Il finanziamento e le strutture del settore audiovisivo stanno affrontando grandi sfide, in parte globali e in parte specifiche per la Svizzera. A livello mondiale, la fruizione dei film e dei media audiovisivi si sta spostando verso nuovi canali; il moltiplicarsi dell'offerta cinematografica determina una domanda di contenuti audiovisivi elevata e al contempo molto diversificata. Visti i temi affrontati dalle produzioni nazionali e le modalità con cui vengono realizzate, il pubblico destinatario può essere sia locale, sia internazionale. Diventerà quindi sempre più importante pensare a come posizionare un film per permetterlo di raggiungere il suo pubblico nazionale o internazionale.

Contemporaneamente appare però necessario chiedersi se e come lo schema di commercializzazione classico, nella sua forma attuale (cinema, pay-tv, video on demand, free-tv) sia ancora una scelta azzeccata in futuro.

Inoltre, con l'entrata in vigore della legge sul cinema rivista, dal 2024 i servizi televisivi e quelli di streaming contribuiranno agli investimenti nella creazione cinematografica. Le prescrizioni di legge consentono di investire nell'acquisto, nella produzione (su commissione) e nella coproduzione di film. I servizi hanno comunque la libertà di fissare le proprie priorità in merito a generi, formati e lingue nazionali in cui investire. Si crea così un dialogo tra le legittime esigenze commerciali dei servizi, che si posizionano sul mercato locale ma si rivolgono anche a un pubblico globale, e quanto proposto dalle case di produzione e da autori e autrici svizzeri, che sono tenuti a soddisfare queste esigenze. È prevedibile che i servizi investiranno in misura significativa nelle serie di fiction, finora prodotte quasi esclusivamente dalla SSR, e che vi saranno anche coproduzioni audiovisive internazionali. Nasceranno quindi un nuovo mercato di produzioni audiovisive e nuove forme di concorrenza, ma anche possibili collaborazioni.

### **Sfide**

La Svizzera vanta una situazione particolare: produzione cinematografica piccola ma funzionante, un'assenza di produzioni esclusivamente su commissione e un mercato audiovisivo piuttosto piccolo. Sviluppare quest'ultimo senza compromettere i film per il cinema e senza spostare la visibilità della creazione cinematografica verso questo nuovo mercato sarà la sfida maggiore per la politica audiovisiva della Svizzera. In proposito, si pongono in particolare le seguenti domande:

- Quale ruolo avrà la promozione cinematografica se, in un sistema di finanziamento più globale, non sarà più sempre responsabile ma forse soltanto «partecipante»? L'UFC può ancora avere un ruolo determinante o dovrebbe piuttosto concentrarsi a correggere eventuali sviluppi non auspicabili e ad avanzare proposte innovative? Si dovrebbero sviluppare nuovi modelli di finanziamento?
- In che modo si può garantire la diversità se nuovi operatori commerciali (con le proprie esigenze) investono in misura crescente nei film svizzeri?
- Un miglior coordinamento dei finanziamenti può contribuire a garantire la qualità e il successo dei film realizzati con tali fondi? L'ultimo decennio si è caratterizzato da una tendenza positiva e da successi sia al cinema, sia ai festival e in televisione. La riorganizzazione della promozione cinematografica selettiva e lo sviluppo degli strumenti automatici dell'UFC (Succès Cinéma e PICS) sono stati i principali fattori di tale successo. Il sistema di finanziamento sta diventando però sempre più complesso e richiede il coordinamento di un numero sempre maggiore di operatori partecipanti.

Comunque, queste sfide non riguardano soltanto la Svizzera: la crisi del cinema, lo spostamento del pubblico verso le offerte digitali e la mancanza di personale qualificato sono comuni a tutti i Paesi europei. Visto che i servizi di streaming operano a livello globale, è necessario anche un coordinamento tra i Paesi, seppure con realtà locali e condizioni quadro politiche ed economiche non omogenee.

### **Analisi esterna**

Data l'organizzazione decentralizzata della promozione cinematografica in Svizzera e la responsabilità federale per il cinema sancita dalla Costituzione, l'UFC ha deciso di affrontare queste sfide e, in collaborazione con i principali operatori, avviare una riflessione e avanzare proposte per misure di promozione cinematografica orientate al futuro.

L'analisi esterna sarà effettuata ancora quest'anno (2023) e sarà accompagnata da un sounding board. I suoi membri sono selezionati ad personam, non rappresentano associazioni professionali del settore cinematografico e provengono dai seguenti ambiti: Commissione federale del cinema (CFC), Ufficio federale delle comunicazioni (UFKOM), promozione regionale, emittenti televisive nazionali, industria cinematografica, statistica culturale, ricerca, diritto, innovazione, strutture di finanziamento e rete di contatti europea.

Il contributo degli operatori del settore cinematografico e audiovisivo è essenziale per la riuscita dell'analisi. È previsto il loro coinvolgimento in diversi momenti.

- **Interviste (2023)**  
Nel corso dell'analisi si prevede di coinvolgere importanti operatori del settore cinematografico mediante interviste qualitative. L'intento è garantire che le esigenze e le problematiche degli operatori cinematografici siano identificate e incluse nella formulazione delle raccomandazioni.
- **Discussione delle raccomandazioni formulate nell'analisi (2024)**  
Gli scenari e le raccomandazioni risultanti dall'analisi saranno presentati al settore cinematografico per essere discussi. Questo scambio contribuirà a fare in modo che l'UFC possa valutare più accuratamente le raccomandazioni.

Una volta completata l'analisi, i possibili o necessari aggiustamenti a breve termine saranno presi in considerazione, per quanto realizzabile, nei regimi di promozione 2025–2028. Adeguamenti/raccomandazioni a più lungo termine potranno essere affrontati durante il periodo di finanziamento del prossimo messaggio sulla cultura 2025-28.