

L'impatto economico dell'industria audiovisiva in Italia



Distretto dell'Audiovisivo e dell'ICT

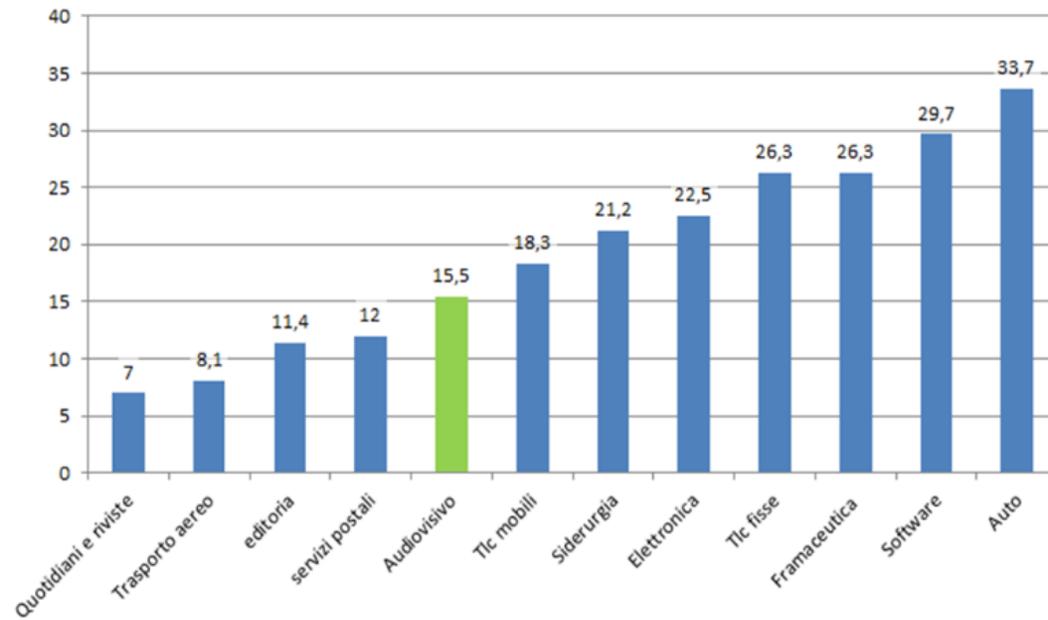
Giandomenico Celata



L'industria dell'audiovisivo

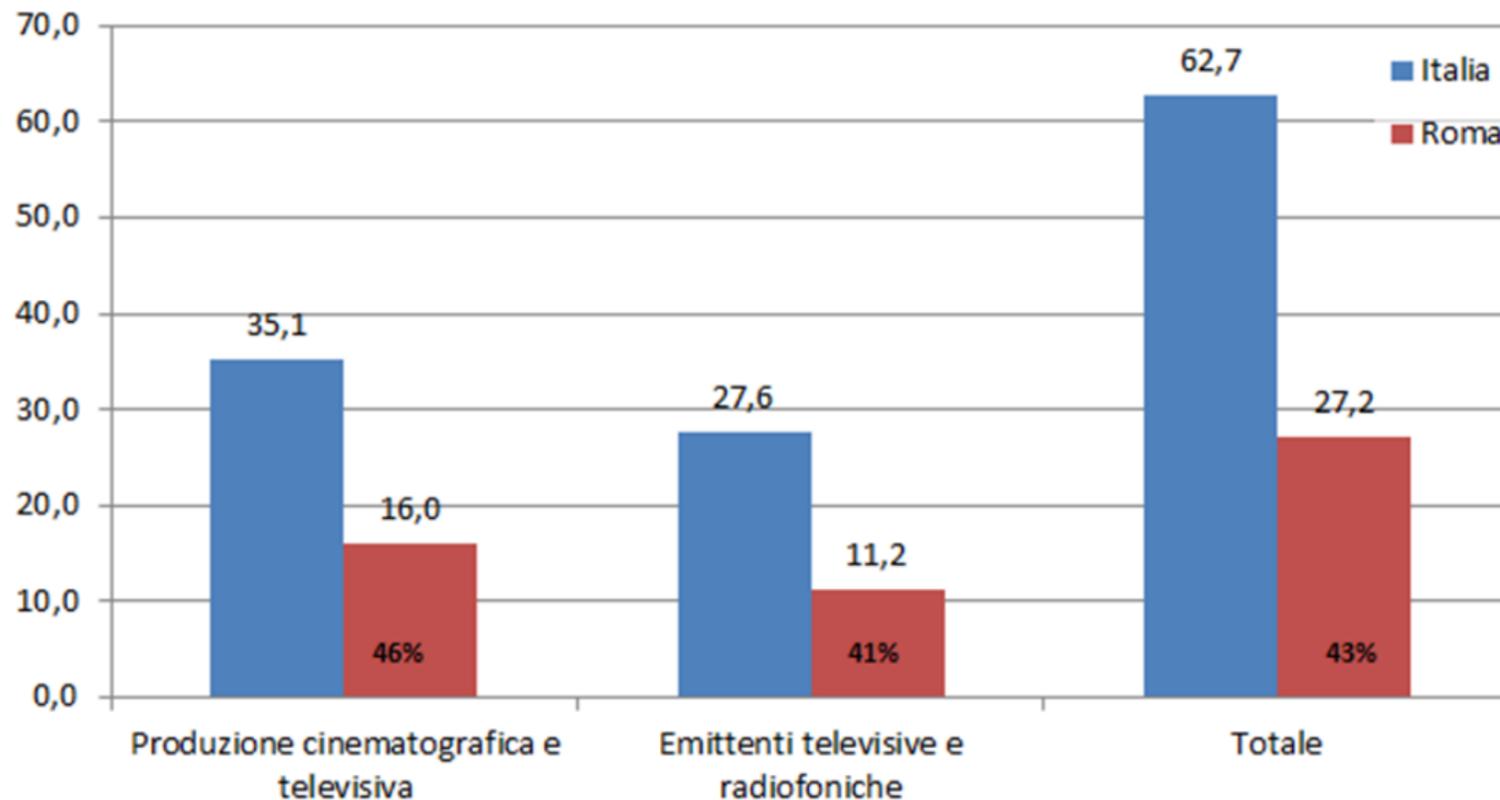
Un'industria vera...

Fatturato industrie italiane (Miliardi di euro - 2010)



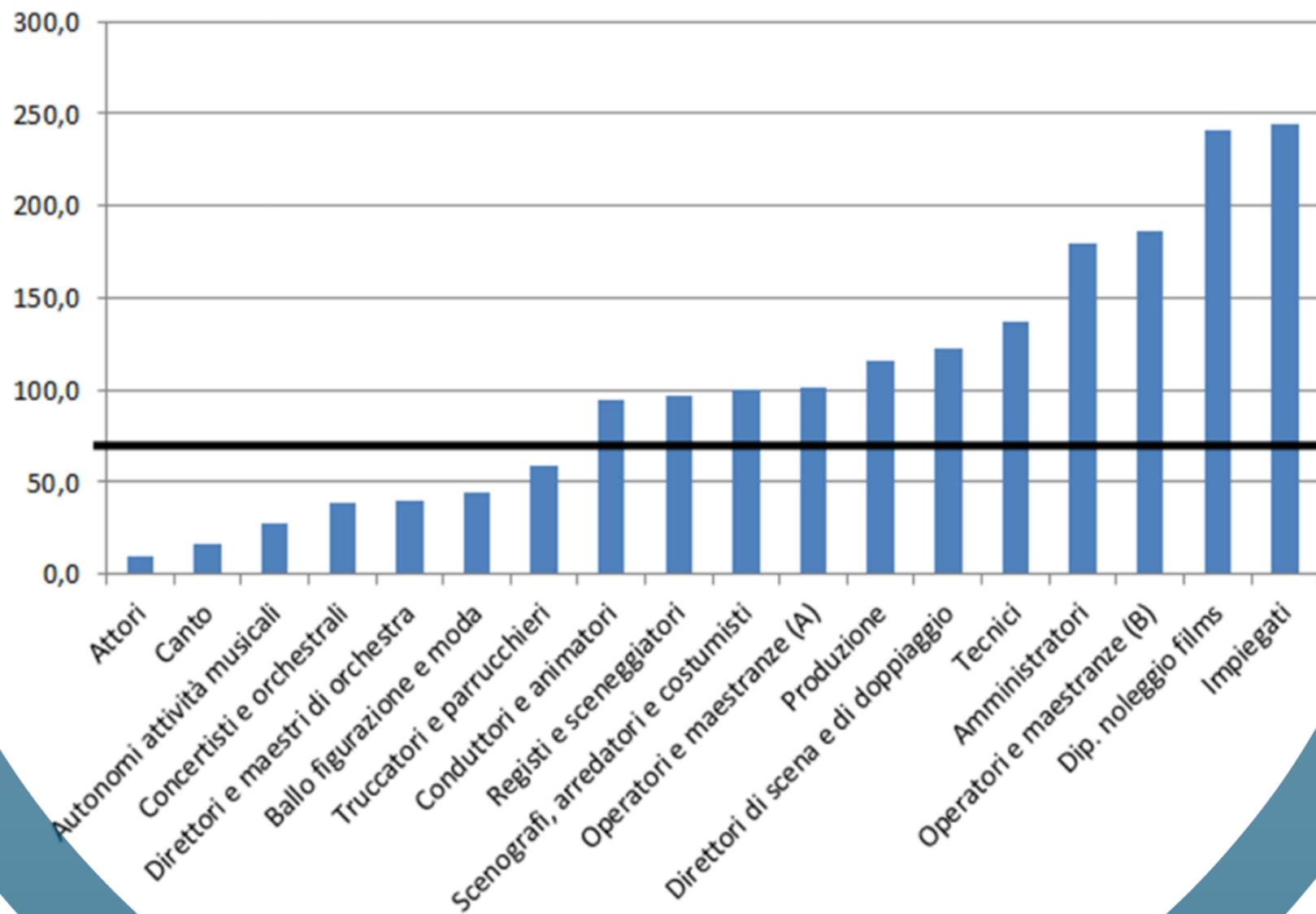
..con un'occupazione importante e liquida

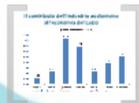
Numero occupati (Valori assoluti in migliaia e percentuali - 2010)



L'occupazione liquida del cinema e della produzione televisiva

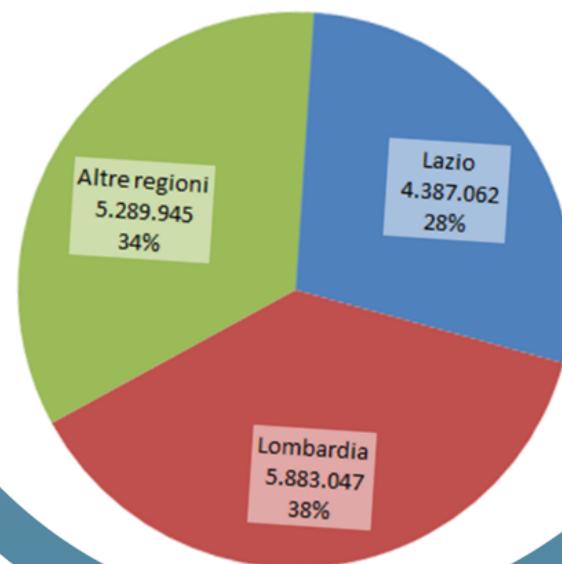
Giorni di lavoro medi per contribuente Enpals - numero medio annuo - 2011.





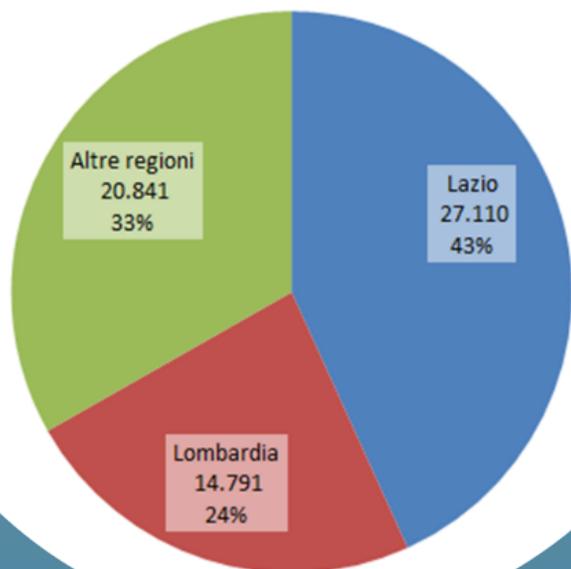
Il fatturato dell'audiovisivo

(Valori assoluti in migliaia di euro e percentuali, 2010)



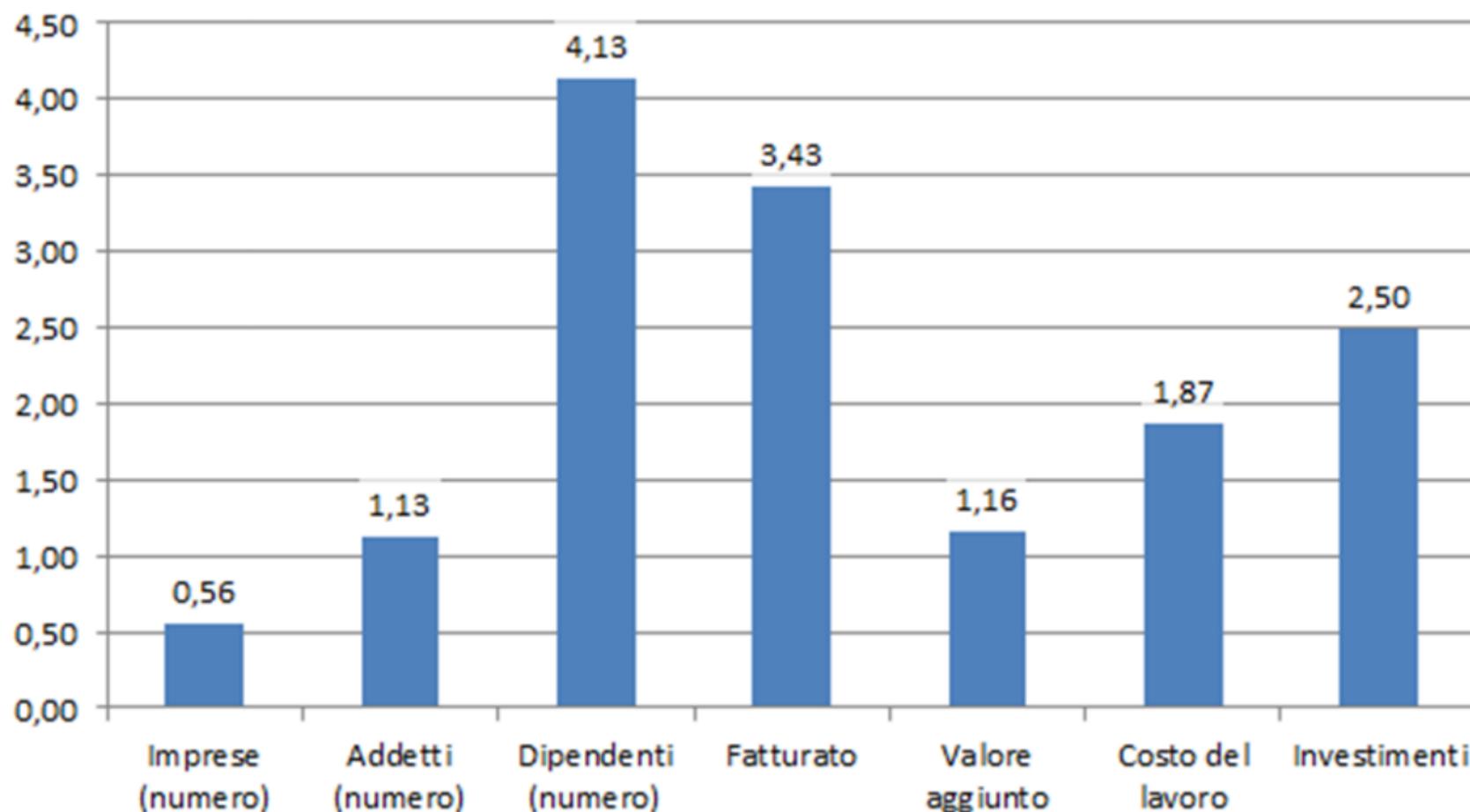
Gli occupati dell'audiovisivo

(valori assoluti e percentuali, 2010)



Il contributo dell'industria audiovisiva all'economia del Lazio

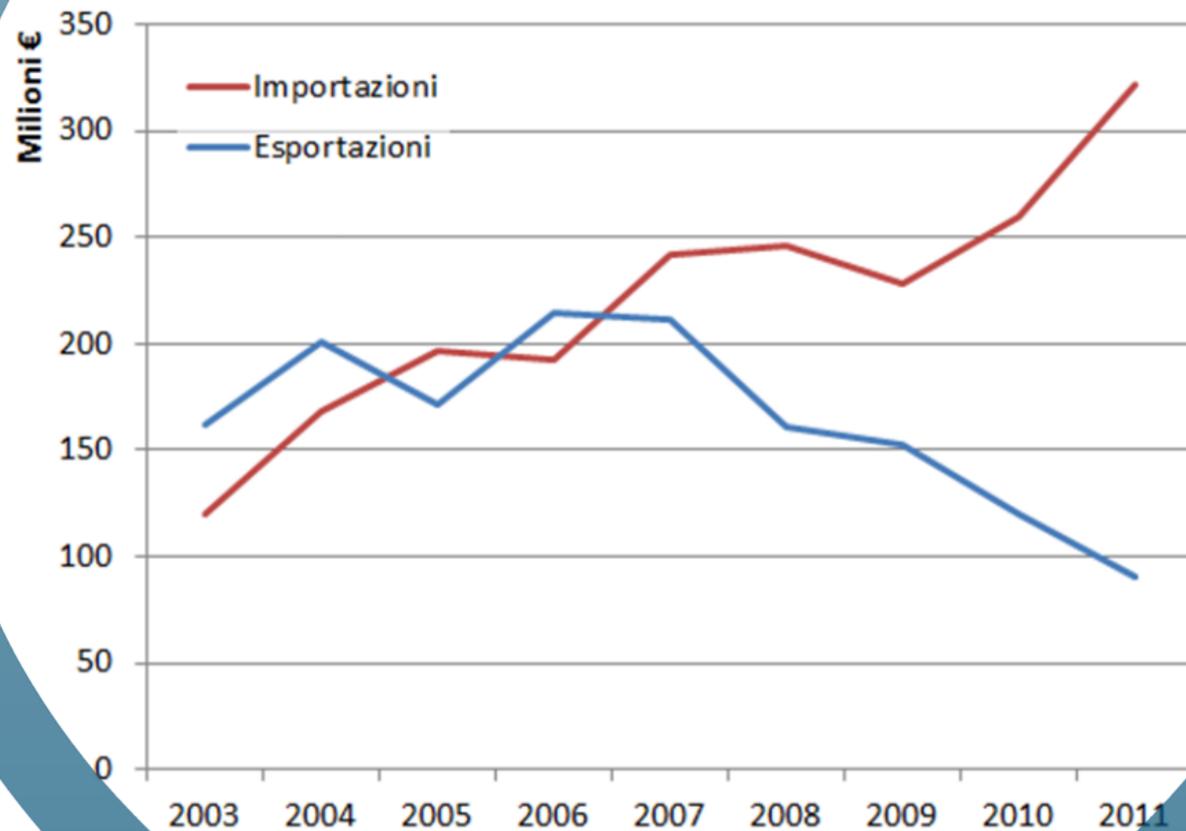
(Valori percentuali - 2010)





La bilancia commerciale insoddisfacente

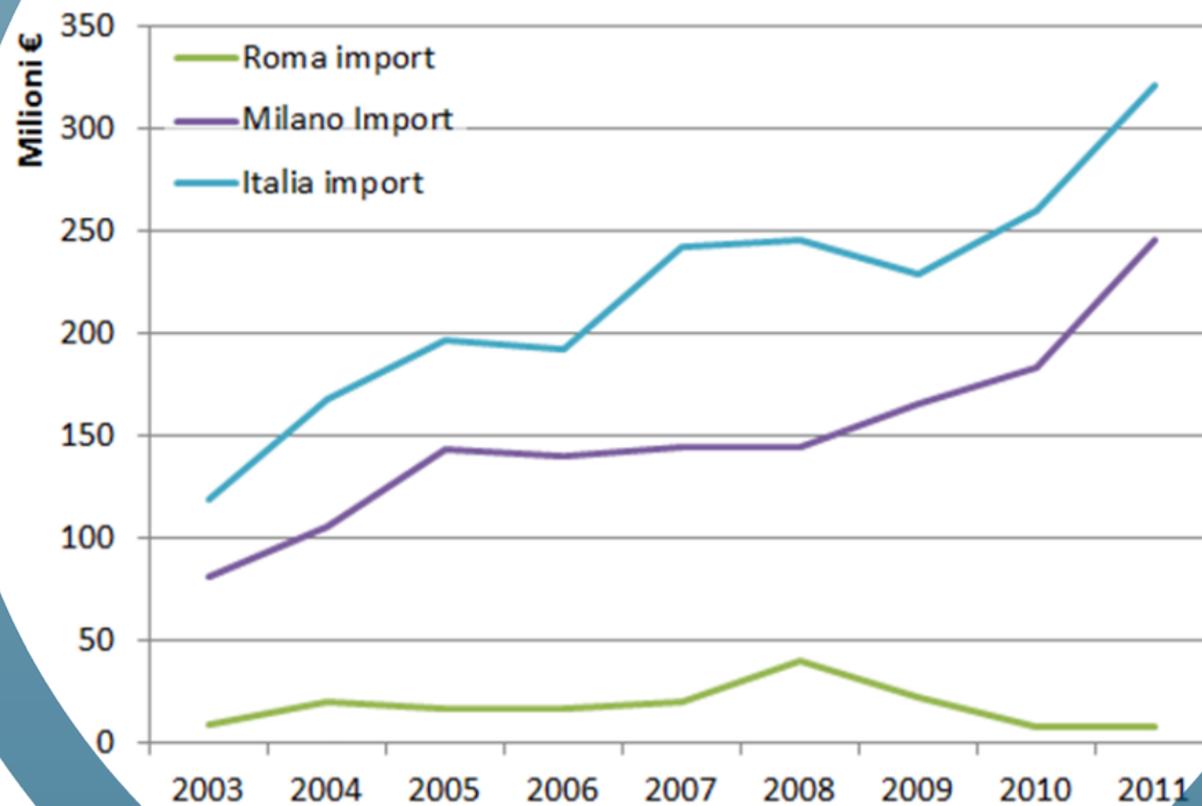
Il profondo rosso della bilancia commerciale



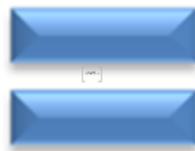
Le esportazioni di audiovisivi



Le importazioni di audiovisivi

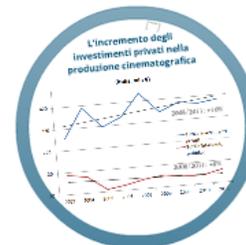


Il moltiplicatore di reddito



Sul territorio

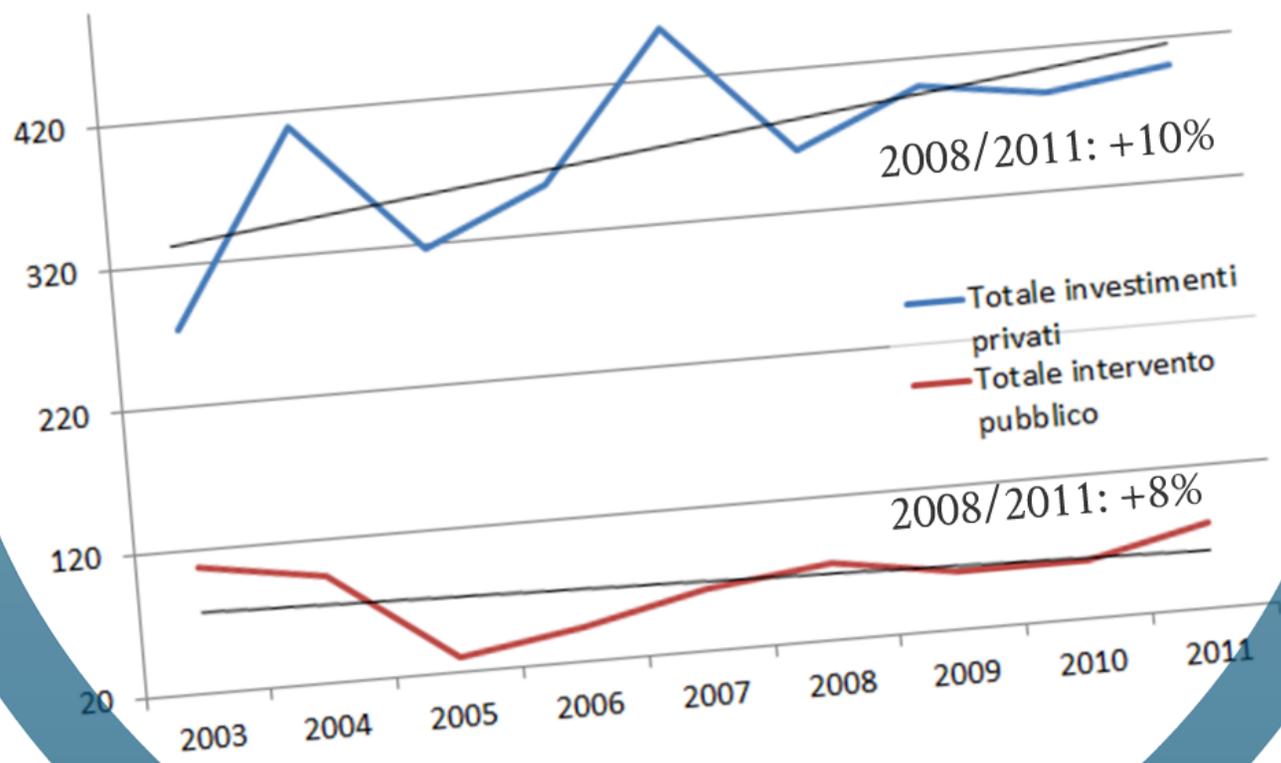
Investito in cinema



$$m = 1/1 - PMaC;$$
$$\Delta Y = (1/1 - PMaC) * (\Delta I + \Delta NX)$$

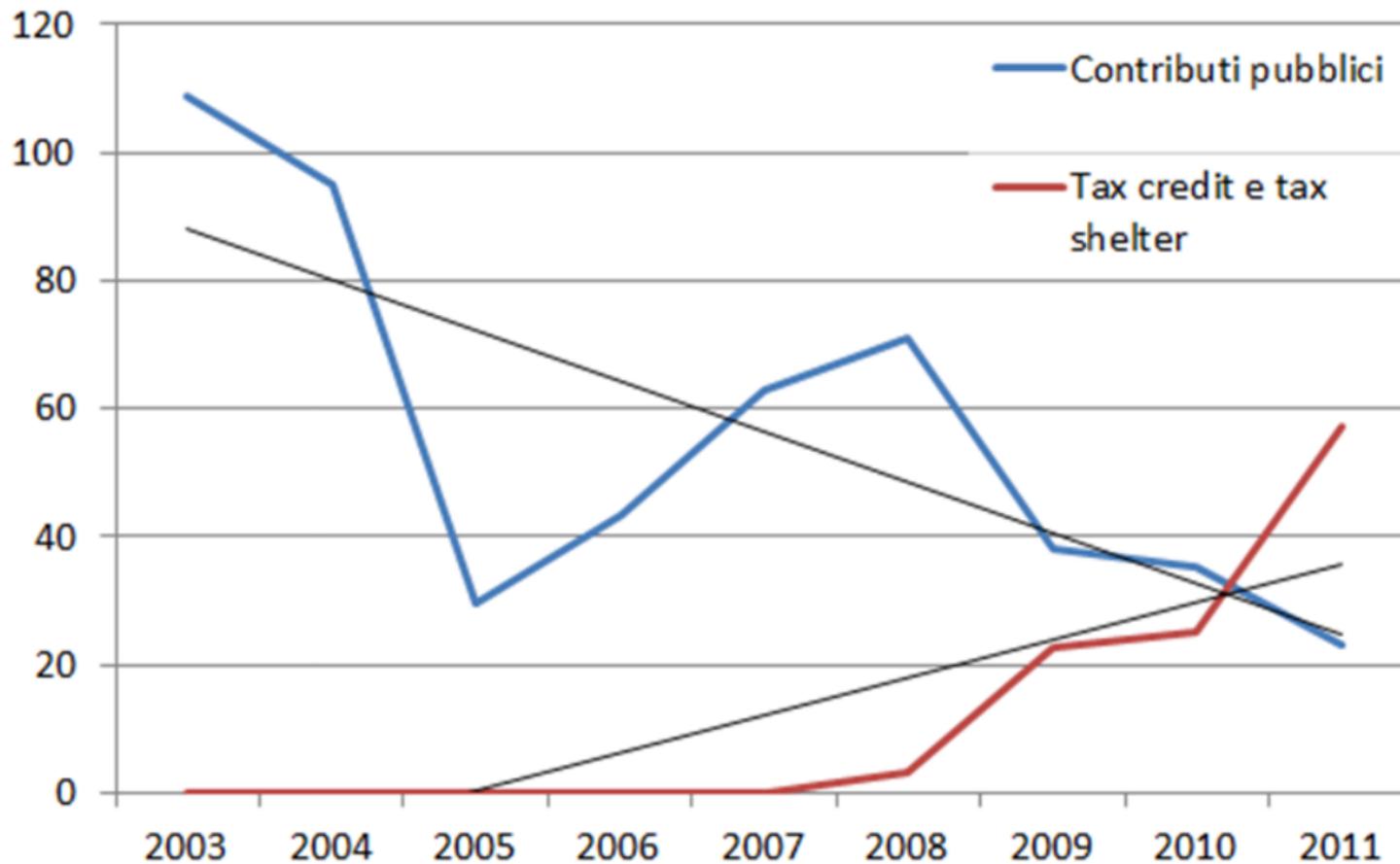
L'incremento degli investimenti privati nella produzione cinematografica

(Italia, mln €)



Un intervento pubblico sapientemente rimodulato

(Italia, mln €)



Il contributo per l'Erario



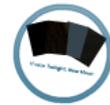
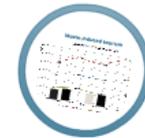
Audiovisivo e turismo



La comunicazione ha un ruolo decisivo nella creazione dell'Immaginario Turistico che è alla base delle scelte di viaggio. L'audiovisivo è, a questo fine, lo strumento più importante.



La comunicazione ha un ruolo decisivo nella creazione dell'Immaginario Turistico che è alla base delle scelte di viaggio. L'audiovisivo è, a questo fine, lo strumento più importante.



85%

L'Italia è un
luogo da
visitare*

Sono i film a dare
un'immagine positiva
dell'Italia

80%

Il desiderio d'Italia è
aumentato dopo la
visione di un film

72%

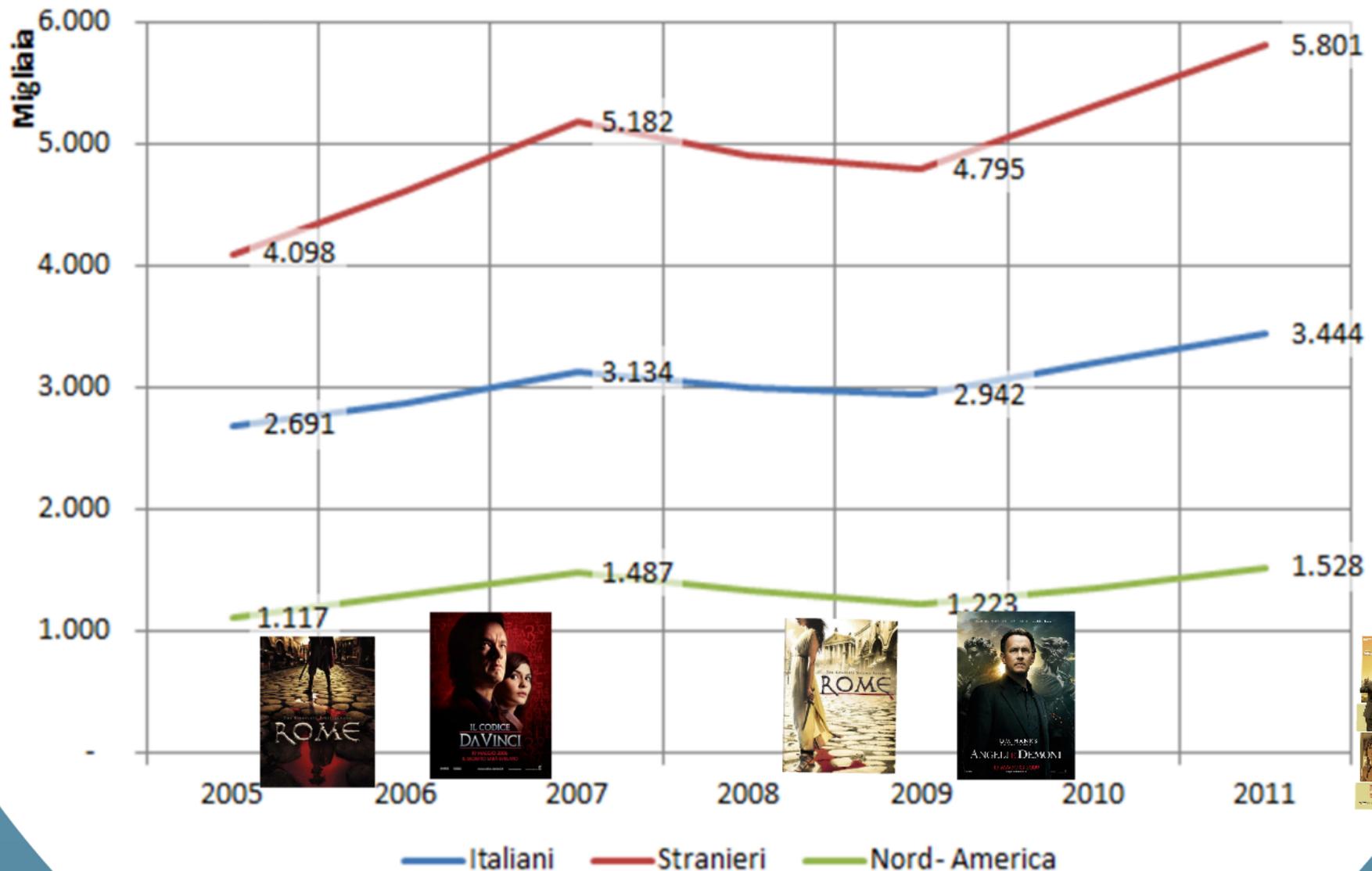
33%

La visione del film
ha influito sulla
scelta dell'Italia
come destinazione
di viaggio

* Secondo la ricerca "L'Italia sullo
schermo, Cinema e scelta dell'Italia
da parte dei turisti stranieri",
realizzata da Luoghi & Locations
per Bit 2006

Movie-induced tourism

Arrivi nel Comune di Roma (valori assoluti)





Il caso Twilight: New Moon

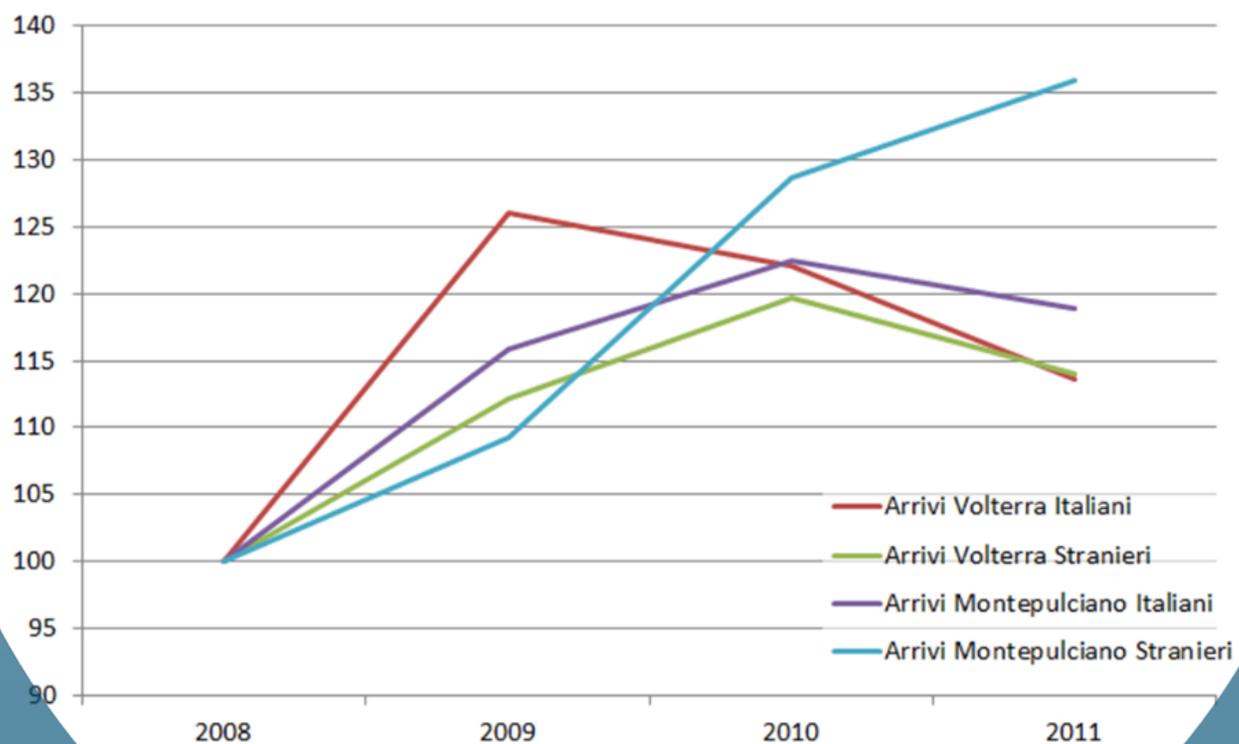
Arrivi a Montepulciano

Visitatori italiani e stranieri



Arrivi a Montepulciano e Volterra

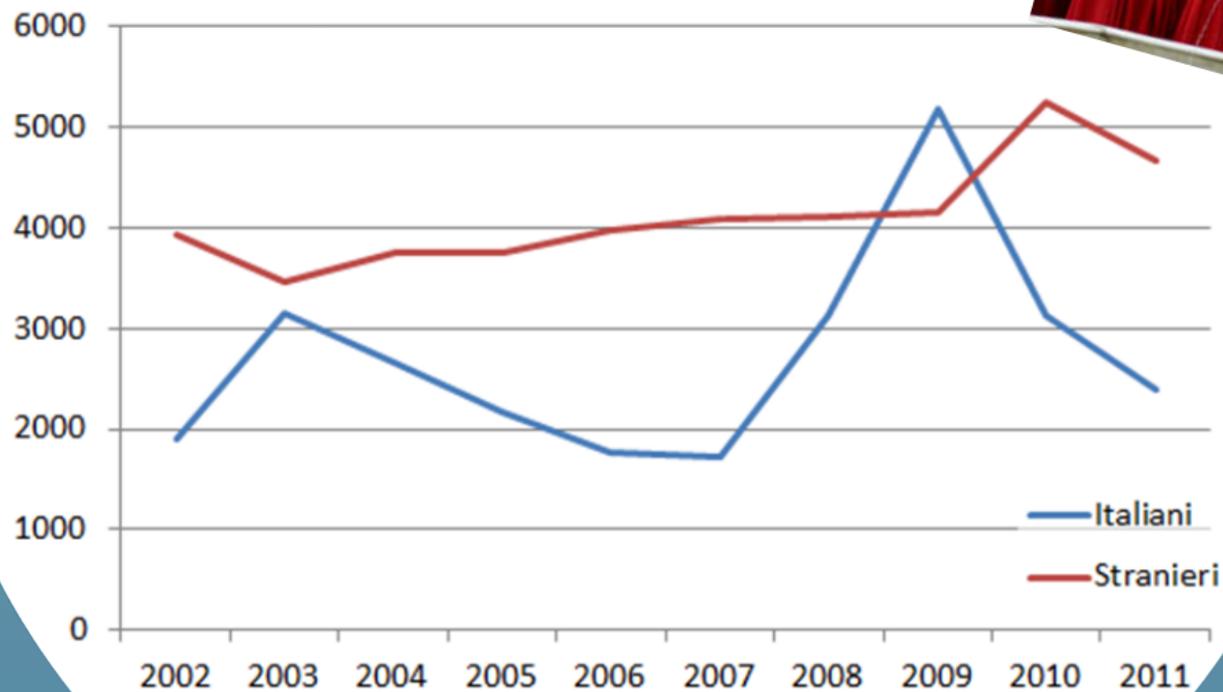
Numero indice (2008 = 100)



6000
5000
4000
3000
2000
1000
0

Arrivi a Montepulciano Maggio 2009

Visitatori italiani e stranieri (2002-2011)



L'Italia nell'immaginario



Audiovisivo e turismo sono i due elementi principali che definiscono, spesso contro gli stereotipi consolidati, l'immagine di un Paese all'estero.

L'immagine di un Paese, a sua volta, si ripercuote sul valore delle sue merci e dei suoi servizi e sull'attrattività degli investimenti esteri.

Da qui l'importanza e la delicatezza del settore audiovisivo e di quello turistico, per il ruolo diretto che svolgono nella costruzione dell'immaginario collettivo

Audiovisivo e turismo sono i due elementi principali che definiscono, spesso contro gli stereotipi consolidati, l'immagine di un Paese all'estero.

L'immagine di un Paese, a sua volta, si ripercuote sul valore delle sue merci e dei suoi servizi e sull'attrattività degli investimenti esteri.

Da qui l'importanza e la delicatezza del settore audiovisivo e di quello turistico, per il ruolo diretto che svolgono nella costruzione dell'immaginario collettivo

Grazie dell'attenzione!

Giandomenico Celata
celata.innovazione@gmail.com