

Comunicato Stampa

APA
ASSOCIAZIONE PRODUTTORI AUDIOVISIVI

**IL NUOVO RAPPORTO SULLA PRODUZIONE AUDIOVISIVA NAZIONALE
DEDICATO AI PROGRAMMI DI INTRATTENIMENTO**

CRESCITA DELLA PRODUZIONE ORIGINALE FINO A 340 MILIONI DI EURO

**IL 33% DEI TITOLI È PROGRAMMATO IN PRIME TIME
PER UN TOTALE DI 15.929 ORE
SULLE RETI TRADIZIONALI E MULTI CHANNEL**

IL 35% DEI PROGRAMMI È UNA NOVITÀ DELLA STAGIONE



È da oggi disponibile sulla piattaforma online “**APA Ricerche: presente e futuro dell’audiovisivo**”, il nuovo **Rapporto sulla Produzione Audiovisiva Nazionale interamente dedicato al settore dell’intrattenimento nella stagione 2018 - 2019**. Per visualizzare la ricerca, è necessario accedere dal sito dell’**Associazione Produttori Audiovisivi** www.apaonline.it, il portale che dà a tutti gli utenti la possibilità di consultare, in uno spazio in continuo aggiornamento, gli studi, le novità relative al settore e tutti quei dati in grado di fornire la reale dimensione dell’industria dell’audiovisivo nazionale.

Secondo i dati raccolti per APA dal CeRTA (Centro di Ricerca sulla Televisione e gli Audiovisivi), si calcola che, nel periodo preso in esame, su un totale di **526 contenuti** (al netto delle repliche) - di cui 422 sono programmi, 79 gli extra e 25 gli spin-off - i prodotti di intrattenimento raggiungano complessivamente **un totale di 15.929 ore**. A partire da queste stime, è possibile inoltre identificare alcune importanti tendenze positive.

L’innovazione tecnologica unita all’evoluzione del mercato e quindi al moltiplicarsi delle piattaforme e dei canali, ha prodotto una rilevante crescita del 15% dei contenuti relativi all’area dell’*unscripted* e dell’intrattenimento, tra i generi più sfruttabili «oltre il televisore», nei consumi che avvengono sui device digitali.

La varietà dell'offerta televisiva ha comportato una **crescita del ruolo della produzione indipendente**, (+2% nelle ore prodotte rispetto all'ultima rilevazione). Si calcola che, per il tessuto produttivo indipendente e il suo indotto, il prodotto *unscripted* e di intrattenimento raggiunga un **valore compreso fra i 310 e 340 milioni di euro** (stime eMedia per APA).

L'intrattenimento ricopre inoltre un ruolo decisivo sul Prime time e nelle fasce orarie pregiate (il 33% dei titoli è programmato in prima serata) e **contribuisce in modo sostanziale alla popolarità delle singole Reti**, misurata in performance d'ascolto superiori alla media.

Nonostante la televisione italiana rimanga molto cauta rispetto alla sperimentazione di contenuti, nel periodo preso in considerazione, **un terzo dei programmi di intrattenimento** (circa il 35%) è una **novità della stagione**, costituendo un notevole valore aggiunto per le Reti.

«L'intrattenimento, insieme alla fiction, si conferma il genere premium più rilevante per la produzione ed il consumo televisivo su emittenti lineari (free e pay) ed anche un genere di sempre maggior rilievo per le piattaforme on demand. Il ruolo della produzione indipendente è indispensabile per i contenuti premium in tutte le fasce orarie, con una visibilità maggiore in quelle di maggiore ascolto tra cui il prime time. È giunto il momento che le produzioni indipendenti di contenuti di intrattenimento, per il valore di quanto prodotto e per il ruolo industriale ed occupazionale che svolgono, rientrino in un progetto istituzionale che consenta l'utilizzo di strumenti e risorse anche pubbliche per favorire la ripresa di investimenti in un settore determinante per il settore audiovisivo e per tutti i suoi utenti», dichiara il Presidente dell'Associazione Giancarlo Leone.

Se da una parte i broadcaster tradizionali (**Rai1 e La7** in particolare, ma anche **Rai2, Rai3, Canale 5 e Italia1**) tendono a privilegiare in alcune fasce orarie **l'autoproduzione**, i **multi-channel** prediligono invece la produzione esterna (commissionata o coprodotta assieme a una casa di produzione indipendente). Un'emittente come **Rai1**, ad esempio, dedica all'intrattenimento **oltre la metà della propria offerta giornaliera**.

Rispetto alle fasce orarie, **nel Prime time** vincono soprattutto i *light entertainment*, i *talk*, i *talent* e i *reality*, mentre a dominare il daytime è invece il genere "contenitore".

I dati APA forniscono inoltre un'ampia panoramica relativa all'origine dei format - sottolineando il ruolo importante svolto non solo da Gran Bretagna e Stati Uniti, ma anche da paesi come Israele, Francia e Spagna - e all'attività delle case di produzione italiane in termini di programmi (di cui il 51% sono "studio based" e il 49% "non studio based"), in termini di fasce orarie e di produzione originale.

Lo studio offre infine uno scenario completo su quello che è il peso attuale del **Branded Entertainment**, che si colloca per lo più nel daytime e della **Kids TV Made in Italy**, caratterizzata per lo più dalla centralità della produzione scripted "local" e dalla predilezione per il genere live action.

Comunicazione "APA": Daniele Mignardi Promopressagency
Tel. + 39 06 32651758 r.a. - info@danielemignardi.it - www.danielemignardi.it

Seguici su:   