

Zeitschrift:	Studies in Communication Sciences : journal of the Swiss Association of Communication and Media Research
Herausgeber:	Swiss Association of Communication and Media Research; Università della Svizzera italiana, Faculty of Communication Sciences
Band:	4 (2004)
Heft:	1
Artikel:	La fiction televisiva nel mercato unico europeo
Autor:	Candeloro, Jean-Pierre / Richeri, Giuseppe
DOI:	https://doi.org/10.5169/seals-790959

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 30.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

JEAN-PIERRE CANDELORO* & GIUSEPPE RICHERI**

LA FICTION TELEVISIVA NEL MERCATO UNICO EUROPEO

The article explores the situation of the European television fiction production and circulation in the Common Market. The paper presents a historical excursus of the various directives and programmes carried on by EU institutions – in particular *Television without Frontier* and *Programme Media* – in order to strengthen the industrial-economical condition of the audiovisual system, and to bolster the cultural integration of common sharing and identity elements. Putting in comparison the latest statistical data relative to national production, import, and export of television fiction, the article highlights the positive elements of the support programmes – i.e. the strong increase of television fiction produced in the major EU countries –, but also the difficulties in finding new and effective ways to foster the European television fiction circulation in the Community market, and in containing the massive import of North-American audiovisual products.

Keywords: audiovisual industry, media economics, television funding, European Union.

* University of Lugano, jean-pierre.candeloro@lu.unisi.ch

** University of Lugano, giuseppe.richeri@lu.unisi.ch

1. Fattori d'orientamento dell'offerta

L'apprezzamento del telespettatore per l'intrattenimento televisivo e, in particolare, per i programmi di fiction dipende soprattutto da tre componenti che sono strettamente intrecciate: il racconto, il suo contesto di riferimento, e il modo in cui ciò viene messo "in scena" dal punto di vista artistico, tecnico, ecc. Il telespettatore non adotta certo strumenti analitici per capire le ragioni del suo interesse o per decidere cosa guardare dell'ampia offerta di fiction televisiva. È la percezione di questi elementi intrecciati che implicitamente determina il suo giudizio e orienta le sue scelte. Il telespettatore non si chiede se la fiction è prodotta nel proprio paese o altrove, molti telespettatori europei hanno però percepito nel corso degli ultimi anni che qualcosa è cambiato. Si sono resi conto che è aumentata la presenza di programmi di fiction in cui le storie, i personaggi, i contesti, e i modi di rappresentarli sono diversi da quelli che prevalevano negli anni '80.

L'intenzione di questo articolo è di mettere in evidenza come l'evoluzione della programmazione, e in particolare l'evoluzione della fiction televisiva è stata orientata non solo dal rapporto tra offerta e domanda, ma anche da fattori che riguardano obiettivi extra televisivi, extra mediatici, di natura politica, economica e sociale. Ci riferiamo a quanto è successo in Europa dall'inizio degli anni '90, fase d'avvio delle prime iniziative strategiche comunitarie in questo campo. Vedremo quindi il perché e il come di questa strategia e poi faremo alcune considerazioni su come è cambiata la circolazione dei prodotti di fiction televisiva in Europa, e quanto le iniziative comunitarie abbiano finora raggiunto gli obiettivi definiti in origine.

2. La televisione e la costruzione dell'Europa

La televisione diventa oggetto di attenzione per le istituzioni europee soltanto a partire dagli anni '80 del secolo scorso quando, in seguito alle iniziative di vari stati membri, le trasmissioni televisive via cavo e via satellite, con la conseguente moltiplicazione dei canali disponibili, stanno per coinvolgere buona parte del continente (Richeri 1981). La possibilità di sviluppare nuovi canali televisivi transfrontalieri va oltre l'esperienza di paesi come il Belgio e l'Olanda e coinvolge ormai anche i partner europei più grandi. Da una parte si teme che questa prospettiva possa creare interferenze non desiderate nei sistemi televisivi nazionali e possa destabiliz-

zare le TV pubbliche, dall'altra si guarda invece con favore alla creazione di canali televisivi a copertura europea. È proprio il Parlamento Europeo che sollecita la definizione di un progetto di canale televisivo europeo al fine di aumentare la copertura informativa e la visibilità delle istituzioni comunitarie.

La Commissione Europea s'interessa per la prima volta in modo sistematico dell'industria televisiva nel 1983 quando realizza uno studio approfondito per conoscere la situazione e le tendenze della televisione in Europa (COM 1983). Lo studio contribuisce a focalizzare i principali problemi e a prefigurare le strade da percorrere per affrontarli. Al centro della riflessione si pongono quattro temi principali:

A. Integrazione verticale:

L'industria audiovisiva europea ha molti punti deboli dovuti al fatto che la televisione è nata e si è sviluppata quasi esclusivamente in regime di monopolio impedendo da una parte la formazione di una produzione audiovisiva indipendente e di un mercato (le TV pubbliche producevano direttamente o in appalto ciò di cui avevano bisogno) dall'altra il ricorso all'industria cinematografica per la produzione di fiction televisiva, com'era successo invece negli Stati Uniti. In sostanza in Europa manca la capacità di produrre contenuti audiovisivi in grande quantità, in tempi rapidi e a costi contenuti e la produzione seriale, fino ad allora estranea all'industria audiovisiva europea, è vista da molti come una forma di americanizzazione della produzione e, implicitamente, di degradazione "commerciale" (Mattelart e altri 1983).

B. Aumento della domanda:

Si stanno preparando le condizioni per una progressiva moltiplicazione dei canali televisivi offerte da nuove infrastrutture di trasmissione come i satelliti a diffusione diretta e le reti di tele-distribuzione via cavo. Ci si attende in conseguenza un forte aumento della domanda di prodotti audiovisivi per alimentare i nuovi canali che l'industria audiovisiva europea non è in grado di soddisfare.

C. Ruolo dell'industria elettronica:

Le nuove reti di trasmissione in fase di progettazione e decollo e le nuove forme di consumo domestico di audiovisivi (videoregistratori) comportano una forte domanda di apparati terminali prodotti dall'industria elettronica di largo consumo (parabole, decodificatori, convertitori, ecc.) che

potrebbero rilanciare, almeno in parte, un settore che in Europa è da tempo in declino.

D. Fine dei monopoli:

Il trend verso la fine dei monopoli televisivi pubblici e l'apertura del settore all'iniziativa privata in Europa appare ormai evidente; i suoi possibili effetti sul mercato dei prodotti audiovisivi, in particolare di fiction, sono già osservabili in alcune realtà. L'Italia, dove lo sviluppo dei *broadcaster* privati è avvenuto in modo tanto rapido quanto privo di regole, in poco tempo è diventato il maggior importatore mondiale di prodotti di fiction da paesi extra-europei (Richeri 1986).

3. Verso una televisione europea "senza frontiere"

Dalla combinazione di questi elementi risulta evidente che l'industria audiovisiva europea non solo non è in grado di rispondere alla crescente domanda di programmi, ma che la presenza di nuovi soggetti porta una maggior competizione nei sistemi televisivi, che la programmazione è sempre più orientata alla conquista del pubblico e ha bisogno di alcuni generi televisivi, soprattutto la fiction, più adatti di altri. L'effetto in sintesi è che le risorse degli operatori televisivi destinate all'acquisto di programmi aumentano, mentre diminuiscono quelle destinate alla produzione diretta o in appalto, ed è inevitabile che gli acquisti si rivolgano al mercato internazionale extra-europeo (Sepstrup 1990). La preoccupazione che si fa strada in quel periodo è che i telespettatori europei finiscano per guardare soprattutto programmi "americani su televisori giapponesi". Questa prospettiva è determinata oltre che dalle debolezze strutturali dell'industria elettronica e audiovisiva europea, dalla qualità dell'offerta extra-europea che secondo i casi riguarda la quantità di programmi disponibili, le caratteristiche tecniche e produttive, i formati, i prezzi, ecc. (Lasagni e Richeri 1986; Hoskin e Mirus 1988; Hoskins, Mirus e Royeboom 1989). Gli effetti negativi, secondo l'opinione allora prevalente, non pesano solo sul fronte economico e industriale. L'idea che gli schermi televisivi europei siano progressivamente "invasi" da prodotti statunitensi e, più in generale, extra-europei ha almeno due altre implicazioni fortemente negative per i suoi risvolti politici e culturali. Da una parte la televisione rischia di diventare un potente mezzo di diffusione di stili di vita, di visioni del mondo, di immaginario collettivo in larga parte estranei alle varie tradizioni e realtà europee. Mentre potrebbe essere un potente mez-

zo per aumentare le reciproche conoscenze tra i partner, cosa indispensabile per costruire l'Europa. Dall'altra appare più difficile sfruttare la televisione per offrire contenuti da condividere, per promuovere la formazione di un'identità europea e una maggior integrazione politica tra i partner, per creare uno spazio di comunicazione su scala europea (Schlesinger 1988; Robins e Morley 1992).

Sulla base di questa indagine e delle riflessioni che seguono la Commissione Europea definisce le proprie strategie che vengono rese pubbliche nel Libro Verde intitolato "Creazione di un mercato unico per la radiotelevisione" (COM 1984). L'industria audiovisiva entra così a far parte del grande cantiere che si apre a metà degli anni '80 con l'obiettivo di realizzare entro il 1992 il mercato unico europeo. Per armonizzare le regole dei paesi membri al fine di eliminare tutte le barriere che impediscono la libera circolazione tra di essi delle persone, dei prodotti e dei capitali sarà necessario definire oltre 300 direttive tra le quali una delle più discusse sarà proprio quella denominata "Televisione senza frontiere" (TsF).

4. La produzione dell'industria audiovisiva europea

L'iniziativa europea ha quindi due obiettivi principali da raggiungere in questo campo: non si tratta solo di definire alcune regole che devono essere condivise affinché le trasmissioni generate in un paese possano essere ricevute senza traumi negli altri paesi partner europei, ma anche di aiutare il rafforzamento dell'industria audiovisiva europea. Nel primo caso interviene la direttiva TsF con il compito di armonizzare certe regole che in alcuni paesi sono meno vincolanti rispetto ad altri, come nel caso delle modalità di trasmissione e dei contenuti della pubblicità, la protezione dei minori dalle trasmissioni a contenuto violento e pornografico, il copyright. Nel secondo caso la Comunità definisce programmi di sostegno alla produzione e alla diffusione di prodotti audiovisivi europei in particolare nell'area della fiction che ha già mostrato preoccupanti segni di debolezza. In realtà l'azione comunitaria non vuole (e non può) sovrapporsi alle competenze di regolazione delle attività audiovisive dei singoli Stati membri e la direttiva formalmente dev'essere compresa nell'ambito stabilito dal Trattato di Roma. Il suo solo obiettivo, e il suo ambito d'azione legittimo, è di armonizzare le politiche e le normative nazionali in modo da rispettare l'obiettivo su cui si è fondato il Trattato: la libera circolazione di beni e servizi e la creazione di un Mercato Comune Euro-

peo. Ma la direttiva favorisce di fatto anche la presenza di programmi di origine europea nelle programmazioni televisive dei singoli Stati. Oltre a questa forma di protezione commerciale, implicita nella direttiva, a livello comunitario si aggiungono poi altri strumenti destinati in particolare a sostenere, senza modificare le legislazioni nazionali, la produzione di fiction europee e la loro distribuzione nel mercato comune. Quest'ultimo aspetto appare di particolare importanza se si pensa che alla fine degli anni '80 in media meno del 10% dei prodotti realizzati in singoli stati membri varcavano le frontiere nazionali d'origine per essere trasmessi in altre televisioni europee. Favorire la loro circolazione in Europa avrebbe determinato tre effetti positivi, rispetto alle preoccupazioni che muovevano la Commissione Europea:

- a) rispondere con prodotti europei alla domanda crescente di fiction, riducendo il ricorso ai prodotti extra-europei;
- b) creare un secondo mercato per i prodotti di fiction europei, favorendo nuovi sbocchi commerciali nei paesi della Comunità;
- c) aumentare la diffusione di contenuti televisivi europei, promuovendo una migliore conoscenza reciproca e la formazione di un'identità condivisa.

5. Le "quote" a difesa della fiction europea

Il contenuto principale della direttiva TsF che qui c'interessa riguarda le quote di programmazione televisiva che ogni Stato membro deve rispettare ovvero la percentuale di prodotti di fiction di origine europea che dev'essere garantita nelle trasmissioni di ogni televisione europea. Si tratta di un aspetto della direttiva che ha suscitato molte critiche e di vario genere, soprattutto da parte degli Stati più piccoli che non avevano un'industria audiovisiva nazionale da difendere. Questo aspetto solo dopo un lungo dibattito e una difficile mediazione troverà una soluzione permettendo così l'approvazione della direttiva nell'autunno del 1989 (Marchetti 1996; Krebber 2001). Anche gli Stati Uniti hanno reagito negativamente e hanno cercato per via diplomatica di far rimuovere, senza però riuscirci, le quote che danneggiavano la circolazione dei prodotti audiovisivi americani in Europa. L'articolo 4 della direttiva dispone:

Gli stati membri vigilano, ognualvolta sia possibile e ricorrendo ai mezzi appropriati, che le emittenti televisive riservino ad opere europee la maggior parte del loro tempo di tra-

smissione, escluso il tempo dedicato ai notiziari, manifestazioni sportive, giochi televisivi, pubblicità o servizi di teletext [...] questa proporzione dovrà essere raggiunta gradualmente secondo criteri appropriati.

L'articolo 5 riguarda invece le quote riservate ai produttori indipendenti europei: le reti televisive devono riservare il 10% del loro tempo di trasmissione o il 10% del loro budget di programmazione a opere europee realizzate da produttori indipendenti. Le quote saranno poi rese più vincolanti nella revisione della direttiva realizzata, come previsto nel 1997.

Il recepimento della direttiva nelle legislazioni nazionali ha visto in alcuni casi l'applicazione di vincoli più forti di quelli previsti su scala comunitaria (è il caso per esempio della Francia e dell'Olanda) e ha spinto le autorità nazionali a comminare in vari casi sanzioni economiche anche pesanti ai trasgressori. In generale le critiche alla direttiva sono state molto forti sia da parte del governo e dei rappresentati delle industrie audiovisive statunitensi, che hanno fatto anche pressioni diplomatiche per ridurre la portata "protezionistica" della decisione, sia da parte delle televisioni commerciali europee per cui il facile accesso al prodotto americano facilitava le scelte di programmazione e riduceva sensibilmente i rischi economici. Nonostante ciò la direttiva è stata sostanzialmente applicata in tutti i paesi membri e nel 1997 è stata aggiornata senza sostanziali modifiche. In particolare, le quote sono state rispettate ovunque, salvo alcuni casi in cui è stato necessario un intervento sanzionatorio.

Il nostro interesse ora è quello di valutare quanto le iniziative europee (direttiva e *Programme Media*) siano riuscite a risolvere i problemi di partenza: scarsa produzione europea di fiction, scarsa circolazione dei prodotti europei dal paese d'origine agli altri paesi partner europei, eccessiva presenza di prodotti di fiction statunitense nel mercato europeo.

6. Il *Programme Media* a sostegno della fiction

L'imposizione di quote di fiction europea nella programmazione televisiva di tutti i paesi appartenenti alla Comunità ha fatto progressivamente crescere la domanda di prodotti europei incentivando così la produzione realizzata direttamente dai principali *broadcaster* così come quella realizzata in appalto e quella dei produttori indipendenti. Ma le istituzioni europee e nazionali sono intervenute anche per aiutare in vario modo l'attività produttiva sia sul fronte della fiction cinematografica che televisiva.

Su scala europea i principali programmi di sostegno in questo campo sono *Euroimages*, un fondo creato dal Consiglio d'Europa per incentivare le co-produzioni europee, *Eureka Audiovisuel*, iniziativa intergovernativa destinata a promuovere la cooperazione tra industrie e professionisti europei dell'audiovisivo su progetti concreti, e *Programme Media* (Marchetti, 1997). Quest'ultimo costituisce l'intervento comunitario di maggior spessore sia in termini finanziari sia in termini strategici dal momento che copre l'insieme dell'attività audiovisiva: dalla concezione allo sviluppo dei progetti di produzione alla distribuzione cinematografica e televisiva su scala europea e alla formazione delle principali figure professionali del settore. L'iniziativa è stata creata nel 1987 con un finanziamento minimo e solo dall'inizio degli anni '90 ha potuto svolgere un ruolo strategico. Attraverso una serie di verifiche, valutazioni e messe a punto, oggi è alla sua terza edizione. La prima è stata *Media 1* (1991-1995) che ha avuto un finanziamento equivalente a circa 200 milioni di euro, seguita da *Media 2* (1996-2000) con un finanziamento equivalente a circa 310 milioni di euro. Nel 2000 si è deciso di dividere il nuovo *Programme Media* in due settori. *Media Formazione* ha un finanziamento di 59 milioni di euro e una durata di 6 anni, mentre *Media Plus*, che riguarda le iniziative a sostegno dello sviluppo di progetti audiovisivi, della distribuzione e della promozione di prodotti, ha un finanziamento di 454 milioni di euro e una durata di 5 anni (2001-2005). La maggior parte del finanziamento di *Media Plus* dev'essere destinato alle attività di sviluppo (almeno il 20%) e di distribuzione (almeno il 57%).

In tutte e tre le fasi del *Programme Media* i due obiettivi fondamentali hanno riguardato la cooperazione delle industrie su scala europea per rafforzare i prodotti europei sia sul mercato interno che su quello extra-europeo e, soprattutto la distribuzione dei prodotti europei tra i paesi membri. L'obiettivo prefissato di *Media 1* era quello di arrivare a distribuire annualmente almeno il 20% della produzione europea anche fuori dai paesi d'origine. Ma i risultati sono stati deludenti soprattutto sul piano della produzione e della distribuzione televisiva e anche le varie verifiche dei risultati delle iniziative successive hanno messo in evidenza la difficoltà che in generale il *Programme Media* ha finora avuto nel condizionare la struttura del mercato audiovisivo europeo. D'altra parte emerge con evidenza la contraddizione di fronte a cui l'Unione Europea si trova ad operare in questo campo. Il mercato europeo è caratterizzato da un settore audiovisivo molto frammentato sul piano linguistico, culturale e, di conseguenza, professionale e debole sul piano della struttura industriale co-

stituita prevalentemente da piccole e medie imprese. Favorire la formazione di grandi imprese in grado di competere con le imprese statunitensi che dominano tuttora il mercato europeo significherebbe sostenere processi di concentrazione della produzione europea e di marginalizzazione di molte piccole e medie imprese con effetti negativi sull'occupazione, sulla diversificazione della produzione tra i vari partner europei. Inoltre per poter incidere sensibilmente sulla struttura del mercato sarebbero necessari investimenti di dimensioni assai più grandi di quelle attuali. Ma in tal caso l'intervento pubblico dovrebbe superare largamente le dimensioni compatibili con la "filosofia" economica che orienta l'azione dell'Unione Europea.

La doppia linea d'azione dell'Unione Europea, insieme alle iniziative nazionali, ha sicuramente avuto effetti positivi e ha inciso in particolar modo sulla produzione e la diffusione di fiction europea. Ma i grandi problemi del mercato audiovisivo europeo e in particolare di quello dei programmi di fiction destinati alla diffusione televisiva non sembrano sensibilmente migliorati dal 1990 a oggi. I due obiettivi che restano lontani da raggiungere riguardano la circolazione di prodotti europei ed extra europei nel mercato "unico" europeo e la presenza di prodotti di fiction statunitensi nella programmazione televisiva europea. Infatti continua ad essere insolito vedere sugli schermi televisivi di un paese europeo programmi di fiction provenienti da un altro paese della Comunità (unica eccezione quella della fiction tedesca). Mentre negli ultimi anni l'Europa ha progressivamente aumentato le risorse economiche destinate all'acquisto di prodotti audiovisivi di fiction dagli Stati Uniti, senza incrementare le sue esportazioni in quella direzione. Sembra che le barriere all'entrata in Europa dei prodotti statunitensi continuino ad essere facilmente valicabili, ma quelle nazionali europee per i prodotti di fiction europei continuano ad essere molto elevate.

7. La produzione di fiction

Incrementare la circolazione dei programmi audiovisivi di produzione europea entro il mercato televisivo comunitario, con prodotti che siano capaci di proporsi con successo ai diversi pubblici nazionali, diventa una questione economica e culturale di rilevanza strategica anche per il consolidamento di un vero sistema industriale di produzione televisiva, altamente capitalizzato e professionalizzato. A partire dalla metà degli anni '90 la capacità produttiva dell'industria televisiva europea si è rafforzata

sensibilmente, e ha permesso ai diffusori – sia di servizio pubblico che privati – di riempire i propri palinsesti con prodotti nazionali sempre più numerosi. In particolar modo la fiction di lunga serialità (soprattutto soap opera) ha visto una forte espansione, per ragioni che sono da ricerarsi nella sua ineguagliabile capacità di strutturare gli orari dei palinsesti, fidelizzare un ampio pubblico sul lungo periodo e creare vantaggiose economie di scala senza sacrificare la qualità produttiva.

Nei cinque principali mercati europei di riferimento – Germania, Francia, Gran Bretagna, Italia e Spagna, rappresentanti oltre l’80% del mercato comunitario – tra il 1996 e il 2002 la produzione di fiction televisiva è passata da 4'120 ore annuali a oltre 5'700 (+38.7%), mentre i titoli prodotti sono saliti da 760 a 871 (+14.6%), per un valore complessivo di oltre 3 miliardi euro.

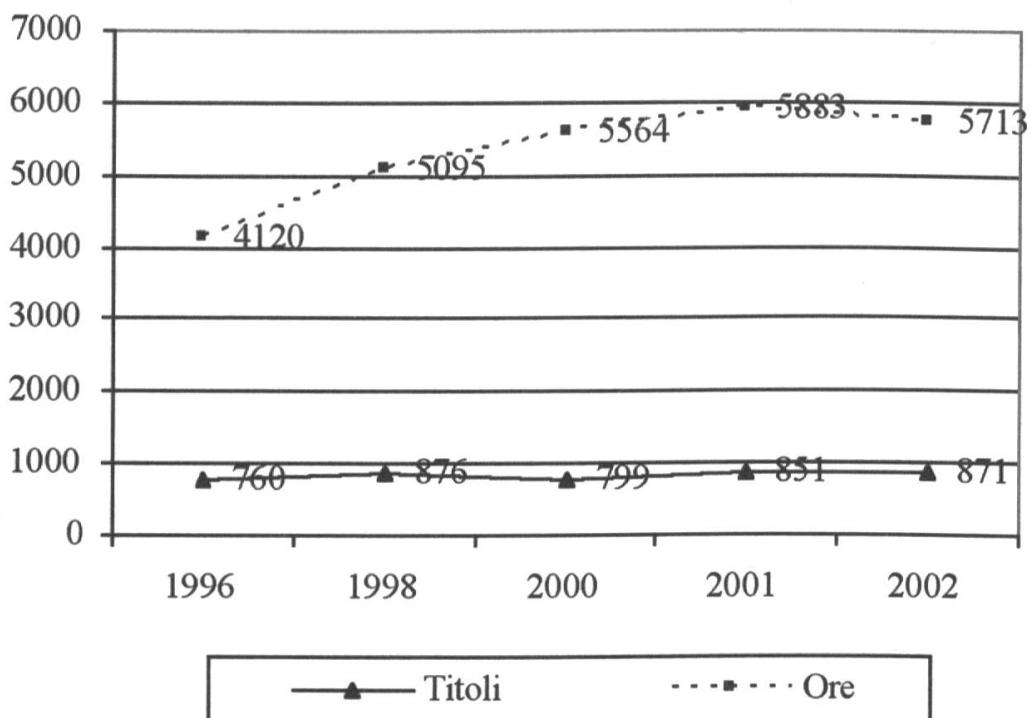


Fig. 1: Produzione di fiction europea, in ore e titoli (1996-2002)
Fonte: European Audiovisual Observatory/Eurofiction (in seguito EAO)

La forte crescita della produzione europea nasconde però sensibili disparità nazionali:

- l'Italia e la Spagna, che nel 1996 rappresentavano gli anelli deboli del sistema produttivo europeo, nel 2002 hanno visto un enorme sviluppo dei rispettivi volumi produttivi, portando la propria produzione a 761 e 1'029 ore rispettivamente. Tra il 1996 e il 2002, il contributo italiano alla massa produttiva europea è più che triplicato (+244.3%), mentre quello spagnolo è raddoppiato (+124.2%). Sin dal 1999 la Spagna è stata in grado di assestarsi la propria capacità produttiva oltre la soglia delle 1'000 ore annuali.
- La produzione di Germania e Gran Bretagna, le maggiori produttrici europee, considerando i già alti livelli produttivi del 1996 (rispettivamente 1'690 e 1'059 ore annuali) è cresciuta piuttosto lentamente: +8% per la Germania (1'826 ore complessive) e +38.9% per la Gran Bretagna 1'471 ore prodotte).
- Con sole 626 ore prodotte nel 2002, la Francia scende addirittura al di sotto del volume del 1996 (691 ore). Il regime produttivo francese risulta molto discontinuo: periodi di recessione (1997, 576 ore; 2000, 615 ore; 2001, 553 ore) sono ciclicamente alternati da fasi di ripresa (1998, 621 ore; 1999, 665 ore; 2002, 626 ore). Secondo Milly Buonanno il motivo delle difficoltà francesi è legata all'assenza di fiction nel *daytime*, e nella riluttanza dei diffusori a prendere la strada della fiction di lunga serialità (Buonanno 2002).

Il confronto tra i regimi produttivi del 1996 e del 2002 ben esemplifica quanto sia cambiato il settore europeo: la crescita fino al 1998 della produzione tedesca e il suo successivo rallentamento, la costante ma cauta crescita di quella inglese, la forte espansione dell'industria italiana e spagnola e l'instabilità di quella francese.

Tra i paesi anglosassoni e quelli mediterranei è possibile riscontrare marcate differenze: nel 1996 quelli mediterranei non arrivavano che ad un terzo della produzione europea complessiva, mentre nel 2002, di 10 ore prodotte sul mercato europeo, 4 erano originate dalle televisioni latine (42.3%). Sia che si tratti dei paesi anglosassoni che di quelli mediterranei, l'aumento della produzione oraria è però dovuto al medesimo motivo: l'incremento dalla produzione nazionale di fiction seriale. La Francia è l'unico paese che fino al 2002 non produceva soap opera e fiction di lunga serialità, ed è anche quello il cui volume produttivo è stato meno profittevole nel corso degli anni.

I principali problemi con cui l'industria della fiction televisiva ha dovuto confrontarsi nel corso degli ultimi anni sono di triplice natura. Innanzitutto l'introduzione e la crescente competizione dei *reality shows* e dei *reality games* nei palinsesti europei, programmi che sembrano essere diventati di priorità strategica per i diffusori. Rispetto alla fiction tradizionale questi *format* televisivi presentano diversi vantaggi competitivi: hanno un costo di produzione nettamente inferiore rispetto ad una fiction media, possono raccogliere altrettanto successo (se non maggiore) presso il pubblico, e i diffusori hanno la possibilità di ridurre i rischi commerciali ricorrendo a modelli internazionali già sperimentati positivamente. Secondariamente, la produzione televisiva indipendente resta un settore debole con poca forza contrattuale (insufficienti capacità finanziarie, perdita dei diritti sulle proprie produzioni, ecc.). Infine, i produttori di fiction televisiva non sono ancora pienamente riusciti ad adottare logiche di rinnovamento di forma e contenuto, preferendo consolidare la staticità del panorama televisivo in cui prevalgono formati già testati e sperimentati con successo in precedenza, ma che sul medio-lungo termine rischiano di diventare poco competitivi. La produzione di fiction televisiva deve però fare i conti anche con la difficile situazione delle televisioni europee, evidenziata dalla chiusura di alcune iniziative – *ITV Digital* in Gran Bretagna e *Quiero* in Spagna – alla fusione sempre in Spagna di *VIA DIGITAL* e *Canal Satellite*, in Italia di *Stream* e *Telepiù*, a cui si aggiungono le difficoltà finanziarie delle televisioni pubbliche Belgio, Spagna, Portogallo e Scandinavia, e il fallimento del gruppo Kirch in Germania.

8. La circolazione dei prodotti europei

La circolazione europea e internazionale dei prodotti audiovisivi di origine europea – della fiction televisiva in particolar modo – è tanto limitata che le esportazioni generano di regola solo il 10-20% dei ricavi complessivi. Nonostante la fiction abbia ripreso vigore più o meno ovunque, è importante sottolineare come essa continui ad essere essenzialmente un genere *locale*. Questa è infatti fortemente incentrata sulle singole specificità nazionali ed è capace di instaurare una stretta relazione solo con i propri spettatori locali (argomenti, attori, ambientazioni, ecc.). Tali elementi sanciscono tanto il successo dei programmi nazionali, quanto ne costituiscono il maggiore limite: la fiction locale, salvo rare eccezioni, non è competitiva sul piano trans-nazionale proprio a causa della distanza culturale e della scarsa familiarità che i pubblici dei secondi mercati hanno

con esso. Ragion per cui, mentre il volume della fiction importata e diffusa dai canali televisivi europei tra il 1994 e il 2002 è aumentato da 250'000 a oltre 332'000 ore (+32.8%, inclusi i prodotti cinematografici), l'incremento è legato in larga misura alla crescita delle importazioni di programmi nord-americani, che sono passati da 178'000 a quasi 222'000 ore (+23.6%), mentre il volume della fiction europea circolata all'interno del mercato comunitario è caduto in 8 anni da 46'000 a 37'000 ore (-19.6%). Lo scenario delle esportazioni nazionali si presenta quindi alquanto allarmante: dal 1997 al 2002 tutte le industrie audiovisive nazionali europee hanno subito un vero e proprio crollo delle esportazioni verso il mercato comunitario. Ciò è avvenuto in maniera più contenuta in Germania, dove le esportazioni sono diminuite nel periodo considerato del 13.5%, mentre in modo assai più marcato in Spagna, dove la riduzione è stata del 49.1% (-227 ore), in Francia del 52.5% (-1'269 ore), in Gran Bretagna del 63.8% (-3'040 ore), e in Italia del 82.3% (-1'274 ore). Nella Figura 2 possiamo vedere la situazione delle esportazioni e delle importazioni nei maggiori paesi europei riferita al 2002, esclusivamente per quello che riguarda i prodotti televisivi.

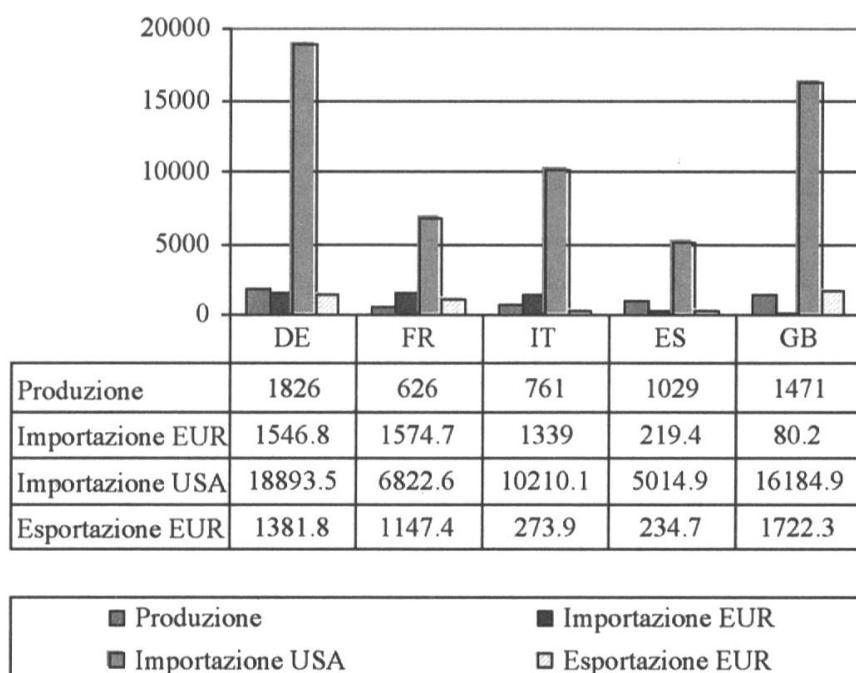


Fig. 2: Origine della fiction europea importata per paese, in ore, sul 100% delle importazioni (2002)

Fonte: Essential Television Statistics in EAO

Secondo i dati dell'Osservatorio Europeo dell'Audiovisivo, sul fronte delle importazioni dal resto d'Europa il paese più attivo è la Francia, che nel 2002 ha importato dagli altri principali partner europei 1'574.7 ore di fiction, seguita dalla Germania con 1'546 ore importate e dall'Italia con 1'339 ore. Particolarmenete deboli nell'attingere alle produzioni europee sono la Spagna (219.4 ore), e la Gran Bretagna, con sole 80.2 ore di fiction europea importata nel 2002.

Sul fronte delle esportazioni i paesi più forti sono invece la Gran Bretagna (1'722.3 ore), la Germania (1'381 ore) e la Francia (1'147 ore), seguite a grande distanza dall'Italia, con 273.9 ore, e dalla Spagna, con 234.7 ore.

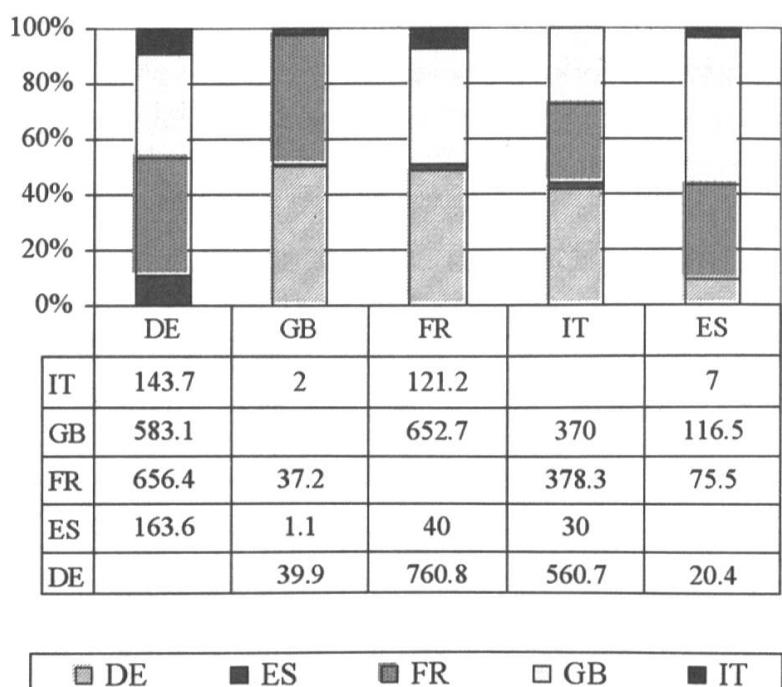


Fig. 3: Produzione - Importazione EUR/USA - Esportazione, in ore (2002)
 Fonte: Essential Television Statistics in EAO

Come per lo sviluppo dei volumi produttivi nazionali, anche sul piano delle esportazioni e delle importazioni nazionali è possibile riscontrare

forti squilibri, di segno opposto, nella gran parte dei mercati di riferimento. Osserviamo ora da vicino alcune caratteristiche dei mercati audiovisivi nazionali di riferimento.

Germania

La produzione tedesca di fiction televisiva è per la maggior parte fornita da un ristretto numero di società di produzione, a cui i diffusori si rivolgono per la produzione delle loro 1'826 ore annue (2002) di programmazione di fiction nazionale. La Germania è la maggior produttrice di fiction televisiva europea, ed è – dopo la Francia – la seconda maggior importatrice di fiction europea: 1546.8 le ore importate nel 2002, soprattutto dalla Francia (656.4 ore) e dalla Gran Bretagna (583.1 ore). Per quanto riguarda le esportazioni sul resto del mercato comunitario, con le sue 1'381.8 ore la Germania è seconda solo alla Gran Bretagna; Francia e Italia costituiscono in questo senso destinazioni privilegiate, con 760.8 e 560.7 ore rispettivamente esportate nel 2002. Il caso tedesco è di particolare importanza per quanto riguarda la questione dell'esportabilità della fiction nazionale; infatti, nonostante una contenuta riduzione delle esportazioni negli ultimi anni (-13.5%, pari a 216 ore), essa offre l'esempio più rilevante di come una fiction nazionale possa avere successo anche sugli altri mercati europei, cosa che contraddice la convinzione diffusa tra gli operatori del settore, per cui i prodotti nazionali siano fondamentalmente incapaci di suscitare interesse oltre frontiera. I film e le serie televisive tedesche circolano con successo in tutta Europa, in particolar modo in Francia ed in Italia dove oltre il 40% della fiction europea in programmazione è di produzione tedesca (48% e 42% rispettivamente).

Gran Bretagna

L'industria inglese dell'audiovisivo, con le sue 1'471 ore prodotte nel 2002, si situa al secondo posto nella graduatoria dei maggiori produttori europei di fiction televisiva. A partire dal 2001 la produzione nazionale ha registrato un nuovo slancio: rispetto all'anno precedente, vi è stato un aumento di oltre il 10% (141 ore) del proprio volume produttivo. Aumento legato primariamente alla decisione di introdurre nuovi serial, quali *Crossroads* e *Night and Day*. È anche la prima maggiore esportatrice di fiction televisiva, la sua bilancia delle esportazioni europee è l'unica ad essere in attivo rispetto agli altri paesi di riferimento: nel 2002 la Gran Bretagna ha esportato sui mercati europei 1'722.3 ore di fiction, in par-

ticolar modo verso la Francia (652.7 ore) e la Germania (583.1 ore). Nonostante sia prima esportatrice, la Gran Bretagna importa pochissimo dagli altri paesi europei – solo 80.2 ore nel 2002, soprattutto dalla Germania (39.9 ore) e dalla Francia (37.2 ore) –, preferendo ricorrere ai prodotti statunitensi (75.7% della programmazione di fiction televisiva), linguisticamente più affini. La Gran Bretagna, da sempre riluttante a ricorrere a co-produzioni con l'Europa continentale, sembra aver iniziato nel 2001 a muovere piccoli passi verso questa forma di finanziamento, con 6 titoli co-prodotti (3.5% del volume complessivo).

Francia

Nel 2002 la produzione audiovisiva francese ha prodotto 626 ore di fiction televisiva, pari al 13.4% della propria produzione audiovisiva complessiva (4'658 ore). A conferma della tendenza degli anni precedenti, pressoché un quinto della programmazione francese è dedicata alla fiction televisiva (18.2%), ma la produzione nazionale non è in grado di coprire i numerosi spazi per la fiction previsti dai palinsesti, in particolar modo durante la programmazione diurna. In parte a causa della sua industria in difficoltà, in parte per effetto delle sue più severe regolamentazioni, è quindi maggiormente aperta ad assorbire prodotti europei, rappresentanti ben il 13.6% (1'574.7 ore) delle importazioni complessive. L'importazione di fiction televisiva dal mercato comunitario vede nella Germania e nella Gran Bretagna i principali punti di riferimento, con 760.8 e 652.7 ore da loro importate. Con 1'147.4 ore di fiction televisiva francese immessa sui mercati europei, le esportazioni francesi si collocano subito dietro a quelle tedesche (1'381.8 ore) e inglesi (1'722.3 ore). Anche per l'esportazione dei prodotti francesi, la Germania si rivela un partner privilegiato: con 656.4 ore esportate nel 2002. Seguono l'Italia (378.3 ore) e, a distanza, la Spagna (75.5 ore) e la Gran Bretagna (37.2 ore).

Italia

L'Italia, caratterizzata sino alla metà degli anni '90 da un sistema produttivo alquanto precario, dal 1996 è riuscita velocemente a dar vita ad un sistema industriale capace di produrre più del triplo del volume iniziale (+244.3%), superando addirittura la Francia, quando inizialmente non produceva neppure un terzo di quanto prodotto da questa. Il 2002 conferma l'esplosione produttiva dell'anno precedente, con 761 ore prodotte, a riprova del successo della scelta editoriale dei diffusori nazionali di

investire massicciamente nella produzione industriale di fiction seriale (*Vivere*, *Un posto al sole*, ecc.). L'Italia è tra le prime importatrici di fiction europea (1'339 ore, pari all'8.6% delle importazioni complessive di fiction televisiva), attingendo in particolar modo a prodotti tedeschi (560.7 ore) e francesi (378.3 ore). Le sue esportazioni sono ancora fortemente limitate (273.9 ore), e vedono sempre nella Germania e nella Francia le principali destinazioni, con 143.7 e 121.2 ore rispettivamente acquistate. Rispetto agli altri sistemi europei, quello italiano è penalizzato da un eccesso di concentrazione delle società di produzione, in particolar modo la produzione delle soap opera è appaltata a due sole grosse società – tra l'altro pan-europee – la *Aran-Endemol* e la *Grundy Pearson*.

Spagna

Pur avendo superato già dal 1999 la soglia delle 1'000 ore auto-prodotte, l'evoluzione dei suoi volumi produttivi si rivela molto volubile. Nel 2002 subisce una flessione del 21.3% (pari a 277 ore) rispetto all'anno precedente, in controtendenza con l'aumento registrato nel 2001 rispetto al 2000 (+8.9%). Produttrice di primo piano (oltre 1'000 ore annue), fa poco riferimento agli altri mercati europei: dopo la Gran Bretagna è la più debole importatrice di prodotti europei, con sole 219.4 ore importate nel 2002. Anche sul versante delle esportazioni la Spagna si rivela particolarmente debole, con sole 234.7 ore immesse sugli altri mercati di riferimento; addirittura meno dell'Italia, nei confronti della quale può vantare una notevole superiorità produttiva. Pur confermandosi il netto predominio della fiction americana in tutti palinsesti europei, in Spagna i prodotti nazionali godono di una posizione privilegiata rispetto a quanto avviene nel resto del mercato comunitario, sia dal punto di vista quantitativo che qualitativo. Per ogni 5 ore di fiction statunitense offerte dai canali spagnoli, 1 è infatti di produzione nazionale, mentre nel resto d'Europa la media è ovunque al di sotto del rapporto di 1 a 10. Inoltre, in Spagna l'occupazione e il successo del *prime time* è legato quasi esclusivamente alle fiction domestiche; quelle americane ed europee sono relegate per lo più nelle fasce *off*.

In generale va notato che in Europa circolano molti più prodotti di origine nord-americana che europea. Il dato del 2002 esemplifica una situazione consolidata da anni, che vede un'importazione dagli Stati Uniti di oltre 57'126 ore di fiction televisiva, contro un'importazione com-

plessiva degli altri paesi europei di fiction comunitaria di sole 4'760 ore. Questo dato mette in evidenza come lo squilibrio tra la circolazione della fiction statunitense e comunitaria nelle televisioni europee sia ancora molto forte nonostante ormai da molti anni le istituzioni europee si interessino al problema. Si noti come Francia, Spagna e Italia siano i paesi meno dipendenti dalle importazioni di prodotti di origine statunitense, con il 59.1%, 63% e il 63.1% delle importazioni complessive; e che Francia e Gran Bretagna tendano ad esportare negli altri Paesi europei più di quanto producano annualmente. Il motivo è da ricercarsi con ogni probabilità nel fatto che i cataloghi costituiti negli anni precedenti rappresentano una parte significativa della vendita di fiction. Sono riscontrabili delle sensibili asimmetrie anche per quanto riguarda gli scambi nazionali: la maggior parte dei prodotti circolanti nei paesi latini sono infatti di origine nordica (in particolar modo tedesca), anziché mediterranea. Uno squilibrio, questo, non dissimile da quello esistente tra gli stessi paesi europei e gli Stati Uniti.

9. Il trend delle co-produzioni

Nonostante i numerosi trattati internazionali, accordi tra operatori del settore, il sostegno delle diverse istituzioni europee, e il forte aumento dei costi di produzione degli ultimi anni, il volume delle co-produzioni (inter-europee e con paesi terzi) non è riuscito ad aumentare nel periodo osservato in maniera significativa: in rapporto alla produzione complessiva, le co-produzioni del 2002 rappresentano il 17.2% del complesso dei titoli programmati dai diffusori europei (150 titoli su 871), pressoché pari a quelle del 1996, il 17%, ovvero 129 titoli su 760 complessivi. Nel suo complesso, nel 2001 le co-produzioni dei cinque paesi di riferimento rappresentano un valore di circa € 87 milioni, di cui il 30% (€ 25.8 milioni) circa è composto da co-produzioni con il Nord-America, mentre il restante 70% (€ 61.2 milioni) è il risultato di partenariati tra paesi europei (inclusi sia i 5 mercati di riferimento che il resto del mercato comunitario).

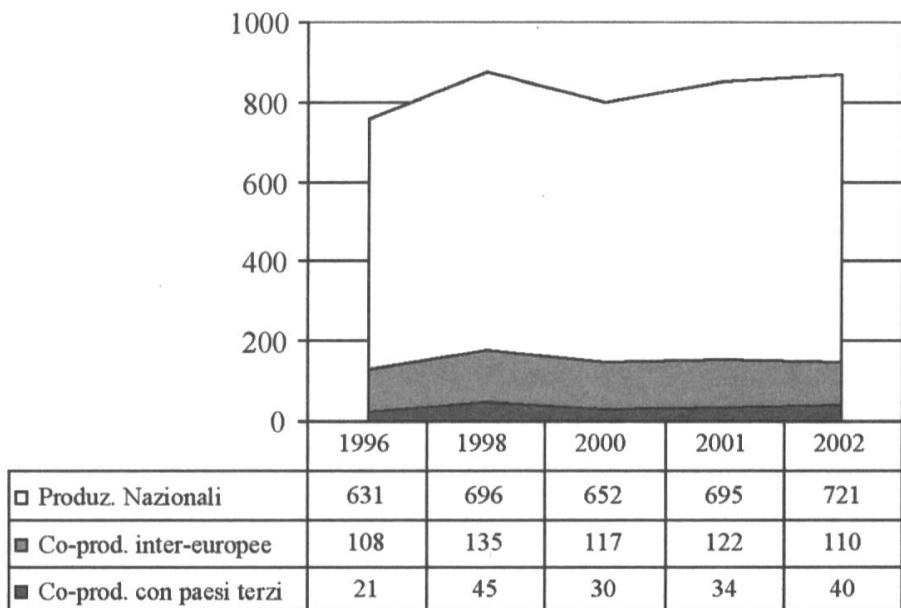


Fig. 4: Confronto tra produzioni e co-produzioni nei 5 principali paesi di riferimento, in titoli (1996-2002)

Fonte: EAO

Dopo i massimi raggiunti nel 1998 (135 titoli), le co-produzioni inter-europee si sono assestate nel 2002 a 110 titoli, segnando nel corso degli ultimi 6 anni una produzione media di 115 titoli. Nel corso degli ultimi 7 anni presi in analisi, le co-produzioni con paesi terzi – prevalentemente con il Nord-America – hanno mostrato un una tendenza in crescita: dopo il triennio 1996-1998 di forte espansione (da 21 a 45 titoli) è seguito un rallentamento, e più recentemente – a partire dal 2001 – una ripresa. Caso a parte quello francese, che nel 2002 ha segnato una recessione anche delle co-produzioni con partner stranieri, soprattutto a causa dell'assenza di serie realizzate in collaborazione con gli Stati Uniti ed il Canada (quali *Highlander* e *Relic Hunter*) e di operazioni eccezionali come *Napoléon*. Le co-produzioni tedesche rappresentano la quota maggiore dei 110 titoli coprodotti in Europa: il 57.3% di questi è promosso dalla Germania (63 titoli). Seguono la Francia, con 34 titoli (30.1%) e l'Italia (9.1%). Quando hanno luogo, le co-produzioni seguono tendenzialmente il criterio della prossimità geografica e culturale – privilegiando cioè i paesi confinanti – o delle affinità linguistiche: la Germania tenderà quindi a rivolgersi all'Austria e alla Svizzera, la Francia al Belgio e la Gran Bretagna all'Irlanda.

I motivi di tale debole evoluzione sono di duplice natura: la complessità e la lunghezza delle trattative – caratteristiche di ogni iniziativa che vede coinvolti due o più partner commerciali – rappresentano una prima naturale barriera all’entrata, a cui si aggiunge il maggiore rischio commerciale insito nelle co-produzioni. Queste infatti presentano un tasso di incertezza molto superiore rispetto alle tradizionali produzioni nazionali, in quanto risulta molto più difficile creare un’alchimia di successo tra elementi nazionali e internazionali; produrre una fiction che sia localmente riconoscibile dal pubblico del principale mercato di riferimento, o che abbia una valenza esotica per quello del mercato secondario, è infatti un’operazione molto più incerta e complessa (Buonanno 2002). Non mancano però titoli di successo, rappresentativi di come le co-produzioni europee possano essere fenomeni in grado raccogliere consenso e popolarità trans-nazionali, quali le recenti fiction *The Count of Montecristo* e *Les Misérables*.

L’importanza delle co-produzioni non è però solo di natura qualitativa, ma anche quantitativa. Grazie alle co-produzioni i sistemi produttivi nazionali vengono infatti agevolati dagli investimenti finanziari internazionali, e contribuiscono a ridurre il deficit nazionale dei prodotti esportati, e il conseguente deflusso finanziario.

10. Conclusione

In conclusione, abbiamo visto come l’industria della fiction televisiva in Europa sia stata favorita dalla direttiva “Televisione senza frontiere” e sostenuta con vari programmi ad hoc, in particolar modo dal *Programme Media*. I due obiettivi principali di queste iniziative erano in origine quelli di migliorare la situazione economica e industriale (aumentare la competitività dei prodotti europei rispetto a quelli statunitensi), e quella culturale (far circolare maggiormente elementi di condivisione e di identità a livello europeo). I risultati ottenuti presentano aspetti indubbiamente positivi che riguardano soprattutto il forte aumento della produzione di fiction televisiva nei singoli paesi di riferimento, ma mettono anche in evidenza le difficoltà nel trovare modalità efficaci per far circolare i prodotti nazionali entro il mercato comunitario e nel contenere se non ridurre i flussi d’importazione dei prodotti statunitensi. Da questo punto di vista la strada da percorrere appare assai più difficile e i risultati nettamente al di sotto delle aspettative.

Bibliografia

BUONANNO, MILLY (ed.) (2002). *Television Fiction in Europe. Eurofiction 2002*, Strasbourg: European Audiovisual Observatory.

COMMISSIONE EUROPEA (1983). Rapporto intermedio sulla realtà e le tendenze della televisione in Europa. *Prospettive e opinioni*, Bruxelles.

COMMISSIONE EUROPEA (1984). *Libro Verde sulla creazione di un mercato unico per la radiotelevisione*, Bruxelles.

EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY YEARBOOK (2003). *Film, Television, Video and Multimedia in Europe*, Strasbourg: European Audiovisual Observatory.

HOSKINS, COLIN & MIRUS, ROLF K. (1988). Reasons for the U.S. Dominance of the International Trade in Television Programmes. *Media, Culture & Society* X, 4: 499-515.

HOSKINS, COLIN, MIRUS, ROLF K. & ROZEBOOM, WILLIAM (1989). U.S. Television Programs in the International Market. *Unfair Pricing?* *Journal of Communication* XXXIX, 2: 55-75.

KREBBER, DANIEL (2001). *Europeanisation of Regulatory Television Policy*, Baden Baden: Nomos.

LASAGNI, CRISTINA & RICHERI, GIUSEPPE (1986). *L'altro mondo quotidiano. Telenovelas, TV brasiliiana e dintorni*, Roma: ERI-RAI.

LES COMPOSANTES INTERNATIONALES DE LA PRODUCTION (2002). *Synthèse*, Bry sur Marne: INA.

MARCHETTI, PASCAL (1997). *La production d'oeuvres audiovisuelles dans l'Union Européenne*, Paris: Economica.

MATTELART, ARMAND; DELCOURT, XAVIER & MATTELART, MICHELE (1983). *La culture contre la democratie? L'audiovisuel à l'heure transnationale*, Paris: Ed. La Découverte.

RICHERI, GIUSEPPE (ed.) (1981). *Il video negli anni '80*, Bari: de Donato.

RICHERI, GIUSEPPE (1986). Television From Service to Business. European Tendencies and the Italian Case. In: DRUMMOND, PHILLIP & PATERSON, RICHARD (eds.). *Television in Transition*, London: BFI.

RICHERI, GIUSEPPE (1990). Hard Times for Public Service Broadcasting. The RAI in the Age of Commercial Competition. In: BARANSKY, Z. & LUMLEY, R. (eds.). *Culture and Conflict in Postwar Italy*, Oxford: Macmillan.

ROBINS, KEVIN & MORLEY, DAVID (1992). What Kind of Identity for Europe? *Intermedia* XX: 4-5.

SEPSTRUP, PREBEN (1990). *Transnationalization of Television in Western Europe*, London: John Libbey.

SCHLESINGER, PHILIP (1988). L'identité culturelle européenne: au delà du slogan. *Médiaspouvoir* XII: 54-63.

