

Miscellanea

Fotografia
Un concorso
su donne
e biosfera

» Parte «Donne e Biosfera: storie da raccontare», concorso fotografico internazionale dedicato alle donne che lavorano per la tutela dell'ambiente e lo sviluppo delle comunità. Lo promuovono le tre Riserve della Biosfera Mab Unesco dell'Emilia-Romagna con il sostegno della Regione. Candidature aperte fino al 20 gennaio 2027.

Audiovisivo Mercato trainato dall'offerta online

Un settore in continua crescita anche se il trend rallenta

» L'audiovisivo continua a crescere in Italia, ma la corsa è frenata anche dalle incertezze sul sistema di sostegno pubblico, dai volumi delle risorse ai criteri di accesso, alle tempistiche delle procedure. Nel 2025, emerge dall'8° Rapporto sulla produzione audiovisiva nazionale di Apa, il settore audiovisivo ha attratto 16,8 miliardi di euro, registrando un +3,1% rispetto all'anno precedente ma in calo rispetto al trend del 2024 (+9% sul 2023). E il 2026 è destinato a chiudersi con risultati del tutto simili. A trainare è l'online video (+15% le offerte gratuite, +10,3% quelle a pagamento). Cresce anche il dato relativo all'occupazione: la filiera continua a generare lavoro con 128.336 persone coinvolte nelle attività audiovisive nel 2026, il 3,3% in più rispetto al 2024. Questo, a fronte della prima flessione negli investimenti avvenuta dal 2018: nel 2025, infatti, la destinazione di fondi nella produzione audiovisiva per cinema, Tv e VoD cala a 2 miliardi di euro (-7,4% sull'anno precedente).

«Per difendere la creatività è importante un quadro normativo certo e se vogliamo veramente confrontarci e sfidare i nostri competitor europei abbiamo bisogno di certezze per pianificare gli investimenti: non so se il disegno di legge cinema vada proprio in questa direzione», dice Giampaolo Letta, vice direttore generale Fiction e Cinema di Rti - Mediaset ed amministratore delegato di Medusa.

Il calo degli investimenti ha



Nuove frontiere

Le novità nel settore audiovisivo, un mercato in continua evoluzione.

riguardato soprattutto i titoli scripted per Tv e VoD (-122 milioni di euro), con la produzione di fiction attestata a 740 milioni (-5,5%), non in linea con la crescita media annua (+7,7%) registrata dal 2018 al 2025. Nel rapporto Apa - che riunisce le ricerche di CeRTA-Università Cattolica, eMedia, Fondazione Symbola e OpenEconomics - è stata poi evidenziata la progressiva riduzione delle quote di mercato della Tv lineare (gratuita e a pagamento) a fronte di una continua crescita delle Global Platform: il comparto Video online valeva il 21% nel 2020, mentre ora raggiunge il 43% e nel breve-medio periodo supererà in valore la Tv lineare. Per la televisione, l'unscripted resta la spina dorsale dei palinsesti delle reti, con oltre 17mila ore originali in prima visione. La produzione indipendente firma il 59%

dei titoli. Anche l'offerta degli streamer aumenta: +51% di contenuti e +30% di ore. Il Factual è il genere che cresce di più (+36% delle ore) e raddoppiano i titoli adattati da format internazionali. Il Game guadagna terreno sulle reti generaliste tra preserale e prime time.

«I titoli consolidati della produzione indipendente continuano a portare valore alle reti - sottolinea la presidente Apa Chiara Sbarigia - 'Stasera tutto è possibile' (Endemol Shine), per esempio, vale 11,8 punti di share in più nel prime time di Rai2». Anche la produzione scripted originale cresce in termini di titoli: sono 101 i titoli della stagione (+9%), trainati dalle reti lineari (74 titoli), mentre l'offerta degli streamer si stabilizza su 27 titoli, con lo SVOD in crescita (+5%).

Il Rapporto mostra come la fiction italiana si confermi

capace di raggiungere pubblici vasti e diversificati: sul lineare Sandokan (Lux Vide) e La preside (BiBiFilm) superano i 4,6 milioni di spettatori medi, mentre nel digitale Mare Fuori (Picomedia) supera i 2,1 miliardi di minuti visti e Il paradiso delle signore arriva a 2 miliardi (Aurora tv); su Netflix Il Mostro (The Apartment) raggiunge 9,7 milioni di visualizzazioni globali nella prima settimana. E, di fronte all'IA e alla diffusione di contenuti sintetici a basso costo, il Made by Humans diventa intanto «un vero premium di autenticità, con le funzioni autoriali e artistiche umane destinate a crescere, specie per le produzioni editorialmente curate» aggiunge Sbarigia.

Dal punto di vista del format, il Rapporto Apa esamina poi per la prima volta il fenomeno dei «Microdramas», la nuova frontiera dell'intrattenimento in formato verticale che incrocia le modalità contemporanee di consumo dei contenuti tramite smartphone. «Il fenomeno della serialità verticale in pochissimo tempo ha raggiunto un mercato globale che vale 14 miliardi», precisa Sbarigia. Il rapporto ha infatti evidenziato come in Italia ReelShort, DramaBox, NetShort e DramaWave siano già tra le prime quindici app di intrattenimento per spesa degli utenti. Da sottolineare che c'è già una prima produzione originale italiana: si tratta di «Tutto in una notte» (Fascino PGT), 54 episodi distribuiti tra WittyTV e social.

Francesca Chiri

Asta a New York

Un torso romano venduto all'asta per 34,3 milioni Quotazione record

Contesa

Cinque partecipanti all'asta rilanciano e spingono il marmo oltre ogni stima. ¶

» Quattordici minuti di rilanci tra cinque collezionisti e un prezzo finale di 34,3 milioni di dollari, quasi tre volte la stima massima della vigilia.

Un torso marmoreo di imperatore romano del I secolo dopo Cristo ha stabilito a New York il nuovo record mondiale d'asta per un'antichità di epoca romana, diventando il protagonista di una vendita da Sotheby's che ha totalizzato 63 milioni di dollari con tutti i lotti che hanno trovato un nuovo proprietario.

Misterioso il soggetto, misterioso il venditore. L'unico esempio di questo livello fuori dai musei, il torso maschile con corazza decorata dal carro del sole e dalle vittorie alate raffigura un imperatore di età Giulio Claudio - Augusto, Tiberio, Claudio? mancando la testa è difficile dirlo con certezza - e Sotheby's prevedeva di venderlo con una stima tra 8 e 12 milioni di dollari.

Impeccabile la provenienza: il torso viene da Salona, a cinque chilometri da Spalato, uno dei più importanti siti archeologici romani dell'Adriatico.

Originariamente collocato in uno dei templi gemelli del foro, sarebbe stato rinvenuto assieme a un altro torso 'gemello', oggi al Museo Nazionale di Zagabria. Pur privo della testa e degli arti, il torso conserva la monumentalità intatta della statua imperiale dove il corpo si faceva veicolo della proiezione del potere.

Alessandra Baldini

Indagine I risultati di una ricerca condotta da Swg per il Forum di Impresa cultura Italia

La scena culturale dà anima alle città E così cresce il senso di appartenenza

» La cultura, per 9 italiani su 10, rafforza l'identità delle città e le rende più vive e attrattive. Il 74% è convinto che le iniziative culturali rendano il territorio più attrattivo anche per chi viene da fuori, mentre per il 71% contribuiscono a rendere la città più viva e riconoscibile, per il 68% rafforzano il senso di appartenenza alla comunità locale e per il 62% migliorano la qualità della vita. È quanto emerge dall'Osservatorio sulle esperienze culturali in Italia realizzato da Impresa Cultura Italia-Confindustria, in collaborazione con Swg, presentato in occasione del Forum di Impresa Cultura Italia che si apre oggi, 23 ottobre, a Venezia. Nell'ultimo anno, l'80% degli italiani ha partecipato ad almeno un'attività culturale, tra le espe-

Identità

La cultura rende le città più vive, attrattive e unite.



rienze più diffuse feste popolari e sagre (58%), visite a musei e siti archeologici (54%), mostre temporanee d'arte (46%) e concerti di musica leggera (41%). A fare di una città un punto di riferimento culturale sono soprattutto la presenza di monumenti e il patrimonio storico-artistico (41%) e la qualità dei

musei e dei luoghi della cultura (38%). Quando si guarda alla Capitale italiana della Cultura, però, emerge soprattutto la capacità di coniugare patrimonio storico, creatività e innovazione contemporanea (32%), seguita da una valorizzazione sostenibile della città capace di mantenere l'equilibrio tra turismo e

qualità della vita dei residenti (26%). L'indagine disegna anche una geografia culturale delle città italiane. Roma è quella che meglio rappresenta la cultura italiana nel suo complesso (74%), seguita da Firenze (62%), Napoli (55%) e Venezia (49%). Significative le differenze tra generazioni: le fasce d'età più mature indicano soprattutto città simbolo del patrimonio culturale, come Roma, Firenze e Venezia, mentre tra i giovani assumono maggior rilievo città come Milano, Torino e Bologna. Sul versante della cultura contemporanea emerge, invece, Milano (60%), davanti a Roma (41%), Napoli (33%), e Torino (27%). Un quadro che mostra come patrimonio e contemporaneità concorrano, con pesi diversi, a definire l'identità

culturale delle città italiane. «In una fase in cui cambiano rapidamente tecnologie, modelli di consumo e relazioni tra le persone - afferma Carlo Fontana, presidente di Impresa Cultura Italia-Confindustria - la cultura può essere una bussola del contemporaneo perché ci aiuta a comprendere ciò che accade e a scegliere una direzione. È uno spazio nel quale una comunità immagina ciò che può diventare. Nelle città italiane questa funzione diventa concreta, perché è lì che memoria e trasformazione si incontrano e che identità e apertura possono trovare un equilibrio. Venezia ne è un esempio emblematico. Ed è proprio a partire da questo equilibrio che le imprese culturali e creative possono contribuire a rafforzare l'economia e la competitività dei territori, generando un indotto che coinvolge filiere e servizi e facendo della cultura una leva di sviluppo, partecipazione e qualità della vita». (ANSA).