

# PMS

# Estudio de Mercado Servicios Audiovisuales en Italia

2017

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Milán - ProChile

**pro|CHILE**  
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



# Tabla de contenido

.....	1
<b>Tabla de contenido</b> .....	<b>2</b>
<b>I. Resumen Ejecutivo</b> .....	<b>4</b>
1. Nombre y descripción del servicio.....	4
2. Estrategia recomendada.....	6
<b>II. Identificación del servicio</b> .....	<b>12</b>
1. Nombre del servicio .....	12
2. Descripción del servicio .....	12
<b>III. Descripción sectorial del mercado importador</b> .....	<b>13</b>
1. Tamaño del mercado Italiano .....	13
2. Incentivos Gubernamentales para Servicios Audiovisuales .....	15
3. Otros Incentivos en Italia para los servicios audiovisuales .....	16
4. Crecimiento en los últimos años .....	18
5. Disponibilidad de instrumentos financieros locales para la adquisición de servicios desde el exterior.....	20
6. Políticas y normativas respecto de las compras públicas de servicios .....	22
<b>IV. Descripción sectorial del mercado importador</b> .....	<b>24</b>
1. Crecimiento en los últimos años .....	24
2. Estadísticas - Cantidad de Películas según su Presupuesto .....	25
3. Estadísticas – Tipo de Aporte (financiamiento).....	28
4. Estadísticas – Beneficios fiscales en 2013, 2014 y 2015 .....	29
5. Estadísticas – Estacionalidad de Estrenos .....	29
6. Proporción de servicios importados por canales de distribución .....	30
7. Dinamismo de la demanda .....	33
<b>V. Competidores</b> .....	<b>35</b>
1. Principales proveedores externos .....	35
<b>VI. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios</b> .....	<b>36</b>
<b>VII. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado</b> .	<b>37</b>
<b>VIII. Contactos relevantes</b> .....	<b>39</b>
<b>IX. Fuentes de información</b> .....	<b>40</b>
<b>X. Anexos</b> .....	<b>42</b>

*El presente documento, de investigación de mercado e informativo, es propiedad de ProChile, organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. El acceso a este documento es de carácter público y gratuito. No obstante lo anterior, su reproducción íntegra o parcial sólo podrá ser efectuada citándose expresamente la fuente del mismo, indicándose el título de la publicación, fecha y la oficina o unidad de ProChile que elaboró el documento. Al ser citado en una página Web, deberá estar linkeado al sitio de ProChile para su descarga.*

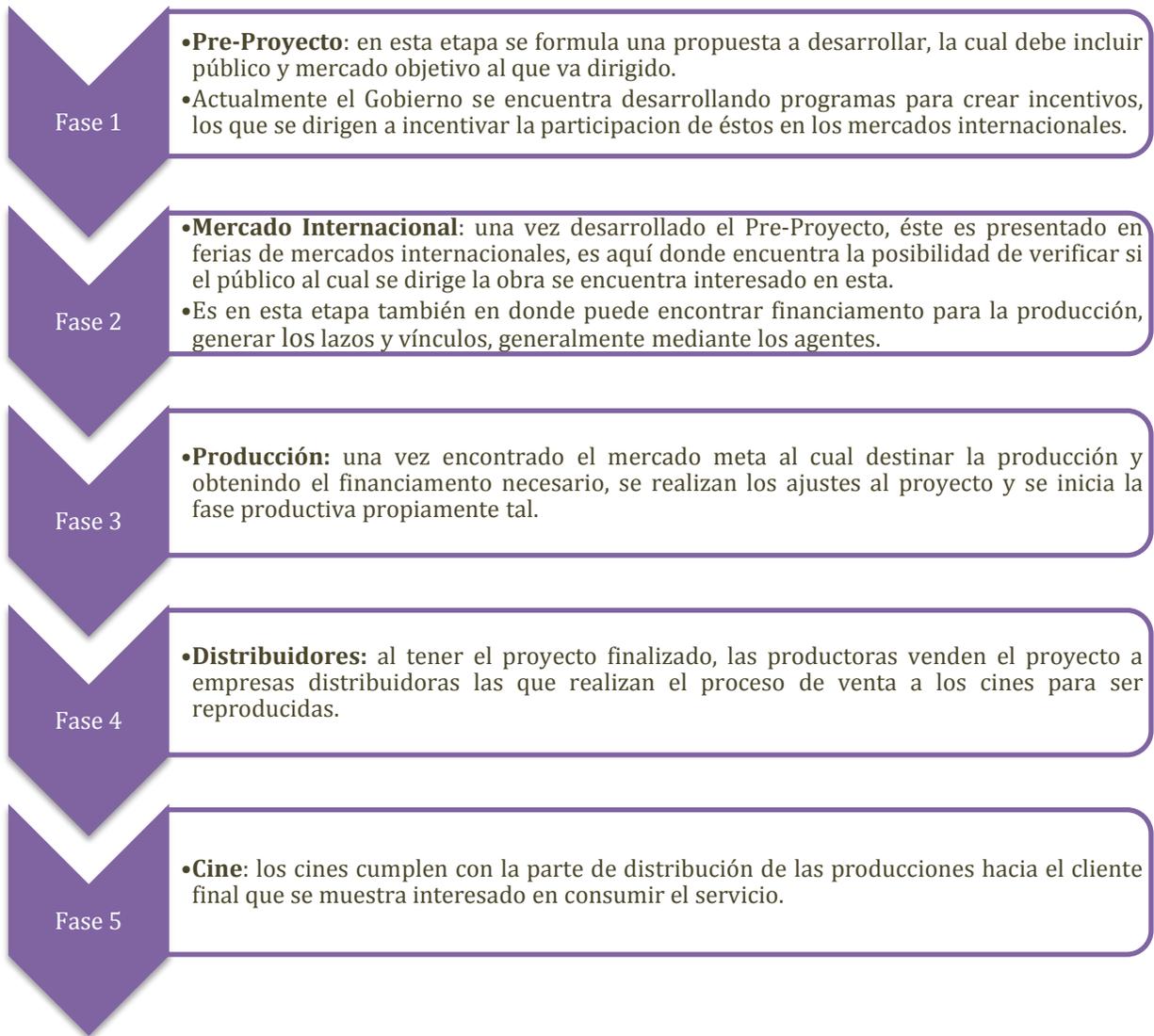
# I. Resumen Ejecutivo

## 1. Nombre y descripción del servicio.

Los servicios audiovisuales son, como lo dice su nombre, productos que comprenden el sentido auditivo y visual. Estas producciones varían mucho unas de otras, según el estilo y modalidad de la producción, pueden ser transmisiones en vivo o grabadas, de eventos deportivos, eventos musicales, largometrajes o cortometrajes, video clips musicales, entre otros.

Definiremos como *producción audiovisual* aquella realizada sobre contenidos creados específicamente para los medios de comunicación audiovisuales, para cine y televisión en su gran mayoría. Estos abarcan la utilización de distintos tipos de soporte como por ejemplo film, video, video digital y los distintos géneros asociados como documentales, cortometrajes, reportajes y largometrajes.

Para entender el particular “proceso productivo” de éste sector, se puede esquematizar, de forma simplificada, en las siguientes 5 fases principales:



Otro aspecto a tener presente en esta industria, es la evolución en cuanto a los medios de comunicación, a nivel tecnológico, que han cambiado diversos aspectos. Por una parte no existe más un material físico de intercambio, hoy en día funciona todo a nivel digital, lo cual ha provocado un ahorro en tiempo, ya que no existe un material físico propiamente tal que debe ser transportado, en este caso de Chile a Italia, por lo que ya no aplican costos de transporte físico. Por otra parte, los contratos entre las Partes, sociedad productora con la sociedad distribuidora, son contratos de licencias por un determinado período y para un lugar específico definido en el contrato, de este modo se adquieren los derechos sobre la explotación de la obra, en este caso Italia, en donde es posible determinar algunas condiciones, como por ejemplo, se cobrará sólo un precio fijo o se agregará un pago variable.

## 2. Estrategia recomendada

### 2.1. Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas)

Estrategia de ingreso al mercado:		Factores Internos	
		Fortalezas (del servicio chileno)	Debilidades (del servicio chileno)
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Participación en festivales italianos de la industria.</li> <li>➤ Cofinanciamiento entre Chile e Italia para la realización de producciones audiovisuales.</li> <li>➤ Formar alianzas con plataformas digitales, para la realización de producciones chilenas para ser vistas en otros mercados.</li> <li>➤ Uso de localidades chilenas para producciones internacionales.</li> </ul>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reciente notoriedad Internacional de la Industria Chilena.</li> <li>2. Recientes Convenios de Chile con el Mundo para esta Industria.</li> <li>3. Acuerdo de Doble Tributación Chile-Italia.</li> <li>4. Acceso a más Financiamiento del Estado de Chile.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bajo presupuesto de las producciones chilenas por falta de financiamiento.</li> <li>2. Poca experiencia y conocimiento internacional de la industria nacional.</li> </ol>
Factores Externos	<p><b>Oportunidades de la industria italiana y mundial</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Italia cuenta con renombrados festivales (el de Venecia por ejemplo) que otorgan reconocimientos internacionales.</li> <li>2. Equipamiento necesario para la realización de registros audiovisuales.</li> <li>3. Nuevas Plataformas de Distribución de Contenidos Audiovisuales.</li> <li>4. Acceso a Financiamiento en Italia</li> </ol>	<p><b>Cómo usar las fortalezas del servicio chileno para aprovechar las oportunidades del mercado italiano</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ El reciente premio Oscar recibido por el corto chileno “Historia de un Oso”, por dar un ejemplo, y otros reconocimientos a la industria chilena abren la posibilidad para entrar a la industria italiana e internacional.</li> <li>➤ Utilizar los convenios de Chile con el mundo para esta industria para buscar financiamiento en Italia y el mundo.</li> <li>➤ Utilizar el Acuerdo de Doble Tributación Chile-Italia para conseguir acuerdos de financiamiento.</li> <li>➤ Aprovechar la reciente notoriedad y premios de la industria nacional para que plataformas como Netflix o youtube tengan estas producciones disponibles para otros mercados.</li> </ul>	<p><b>Cómo resolver las debilidades del servicio chileno, que limitan el aprovechamiento de las oportunidades del mercado italiano</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Apoyarse en los recientes reconocimientos internacionales para lograr acuerdos de coproducción con países con mayor trayectoria, reconocimiento internacional y acceso a financiamiento.</li> </ul>
	<p><b>Amenazas de la competencia internacional</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mayor desarrollo de la industria audiovisual en otros países que en algunos casos han reemplazado producciones nacionales.</li> <li>➤ Diferencia horaria.</li> <li>➤ Preferencia europea por producciones locales.</li> <li>➤ Algunos países europeos cuentan con Socios a la hora de hacer coproducciones.</li> <li>➤ Barreras culturales entre ambos países.</li> </ul>	<p><b>Cómo usar las fortalezas del servicio chileno, para reducir el impacto de las amenazas del mercado italiano</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Desarrollar una mayor cantidad de acuerdos con distintos países de la región y el mundo para realizar coproducciones de calidad.</li> <li>➤ Desarrollo de planes de comunicación efectivos.</li> <li>➤ Realizar una penetración de mercado para competir con actuales socios de otros países.</li> <li>➤ Ejecución de una buena política de protección por efecto cambiario.</li> </ul>	<p><b>Cómo minimizar las debilidades del servicio chileno, que pueden hacer las amenazas del mercado italiano una realidad</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Invertir en formar profesionales con capacidades y conocimiento en el sector, realizar convenios de colaboración y capacitación con otras naciones.</li> <li>➤ Fomentar una mejora tecnológica en las agencias productoras, con la finalidad de obtener productos de calidad a nivel internacional.</li> <li>➤ Las diferencias horarias pueden repercutir en dificultad para comunicarse con fluidez en casos en</li> </ul>

<p>➤ Impuestos o tasas arancelarias que puedan ser aplicadas a producciones extranjeras en Italia.</p>		<p>que se deban resolver problemáticas urgentes, es por esto que se debe contar con equipos aptos para tomar decisiones en ambas partes, clara definición de roles y responsabilidades</p>
--	--	--

Factores internos

➤ Fortalezas:

**1- Reciente Notoriedad Internacional de la Industria Chilena**

La industria cinematográfica chilena en los últimos años ha comenzado a experimentar una evolución. La participación de las producciones y coproducciones chilenas en distintos festivales internacionales de cine ha generado mayor interés internacional por la industria chilena. En los premios Oscar 2013 la cinta “No” del cineasta Pablo Larraín disputó el galardón a mejor película extranjera. También en los premios Oscar 2013 Claudio Miranda ganó Mejor Dirección de Fotografía, por “Una aventura extraordinaria”. En 2009 estuvo nominado al mismo premio por la película “El curioso caso de Benjamín Button”. En 2016 el corto chileno ganó el premio Oscar por Mejor Cortometraje Animado con la animación de “Historia de un oso” dirigido por Gabriel Osorio y producido por Patricio Escala.

En general Chile ha tenido una cierta presencia en el certamen de los Premios Oscar, certamen en donde se hace un reconocimiento a los mejores a nivel mundial en cuanto al cine.

Los chilenos que han tenido la oportunidad de estar cerca del premio Oscar son el director Miguel Littin, con “El chacal de Nahueltoro”, “Tierra del Fuego” y “Dawson, isla 10”, además sobresalió al mando de la película “Actas de Marusia” y “Alsino y el cóndor” como mejor película extranjera en el año 1983.

Por otra parte es destacable la participación de la directora Vanessa Schwartz quien estuvo en la nómina de los premios en el año 1995, como mejor cortometraje animado por “The janitor”.

La mayor presencia de Chile a los Premios Oscar, con buenos resultados, ha generado un mayor interés por parte de países que cuentan con mayor experiencia en producciones audiovisuales, en generar lazos y convenios de producción.

En Italia la producción chilena ha estado presente en el certamen de Cine Latinoamericano realizado en Trieste. En 2016 se presentaron cuatro largometrajes, los cuales son “Alma” del cineasta Diego Rougier; “Días de Cleo” de la cineasta María Elvira Reymond; “La salamandra” del cineasta Sebastián Araya; y “Mangoré, por amor al arte” del cineasta Luis Vera, producción realizada en conjunto con Paraguay.

La presencia de Chile en estos certámenes italianos ha generado en la práctica un interés por parte de la asociación de cine de Roma en invitar a Chile para participar en sus eventos anuales.

## 2- Recientes Convenios de Chile con el Mundo

Chile ha comenzado a desarrollar estrategias para poder impulsar la industria audiovisual, entre estas se encuentran los acuerdos de convenio para fomentar las coproducciones con algunos países socios como Argentina, Brasil, Canadá, Francia, Venezuela e Italia. Estos acuerdos bilaterales, normados con el decreto número 42, promulgado el 25/04/2013, con cada uno de estos países, regula gran parte de los aspectos contractuales que se deben acordar para la realización de coproducciones, como la participación mínima que debe tener cada país, en términos porcentuales de aporte para la realización de la coproducción, el material debe estar disponible en ambos idiomas en caso éste sea distinto, entre otros. Para mayor información sobre esta ley dirigirse al Capítulo III, punto número 6 del presente informe<sup>1</sup>.

## 3- Acuerdo de Doble Tributación Chile-Italia.

Existe un acuerdo bilateral, ya firmado entre Chile e Italia, el cual busca de evitar los problemas de doble tributación, pero éste no ha entrado en vigencia aún. Para más información sobre este acuerdo visitar el sitio web del Servicio de Impuestos Internos:

[http://www.sii.cl/pagina/jurisprudencia/convenios/doble\\_tributacion\\_italia\\_espanol.pdf](http://www.sii.cl/pagina/jurisprudencia/convenios/doble_tributacion_italia_espanol.pdf)

## 4- Acceso a Financiamiento del Estado de Chile

El Estado de Chile entrega fondos para producciones audiovisuales, los cuales pueden ser usados en las distintas etapas del proceso de creación. Se puede encontrar algunos dirigidos a la parte inicial del proyecto, con la finalidad de ayudarlos a encontrar fondos en otras fuentes no públicas, a veces con agentes internacionales<sup>2</sup>.

Hay un fondo para la parte productiva, y en específico con coproducciones que se realicen en conjunto con Italia, en donde la parte mayoritaria debe ser chilena y no postular a otras fuentes entregadas por el gobierno italiano.

<sup>1</sup> Acuerdo Bilateral completo adjunto en los anexos 1 y 2.

<sup>2</sup> La figura del agente internacional es quien puede entregar fondos o conseguir fondos para una producción y, además, introducir la película en otros mercados extranjeros.

Las convocatorias se encuentran en constante desarrollo, es por esto que es conveniente realizar un seguimiento continuo a los distintos fondos a los cuales es posible aplicar, se puede controlar en el siguiente link <http://www.cultura.gob.cl/audiovisual/convocatorias/> y en <http://www.fondosdecultura.gob.cl>.

## Factores Externos

### ➤ Oportunidades

#### 1- Reconocidos Festivales Italianos

Italia cuenta con reconocidos festivales (Festival de Cine de Venecia, por ejemplo) que otorgan reconocimientos internacionales.

#### 2- Equipamientos

Los equipos e implementos necesarios para la producción son variados y con la constante evolución y desarrollo de nuevas tecnologías para las producciones audiovisuales, permiten realizar a las casas productoras material audiovisual de óptima calidad aún cuando el equipamiento utilizado no sea del mismo nivel que el usado por las grandes productoras internacionales. Este equipamiento alternativo ha generado buenos resultados a un menor costo de producción<sup>3</sup>.

#### 3- Nuevas Plataformas para la Distribución de Contenidos Audiovisuales

Nacen como alternativa a la televisión cable o satelital. Propuestas como Netflix y la oferta de Youtube a pago, los cuales entregan un servicio distinto, en donde es el mismo consumidor que elige qué ver y en qué momento. Estos financian proyectos de producción propios en los países en los que se encuentran presente.

#### 4- Acceso a Financiamiento en Italia

La generación de tratados de coproducción con distintos países como aquel firmado entre Chile e Italia, favorecen el acceso a créditos de beneficio fiscal otorgados por el gobierno italiano entre otros incentivos a los que se puede aplicar sean estos gubernamentales o no.

### ➤ Debilidades

#### 1- El mayor Desarrollo de la industria Audiovisual en otros Países

El desarrollo de la industria en otros países, ha desincentivado la generación de propuestas audiovisuales chilenas. Por ejemplo, las teleseries chilenas han sido reemplazadas por producciones brasileras o turcas por la menor inversión que conllevan.

---

<sup>3</sup> Esto se condice con los dichos de la actriz chilena Ignacia Allamand en entrevista realizada el 06/01/2016 en UCV programa "Algo personal".

**2- Diferencia Horaria**

La diferencia horaria puede jugar en contra en cuanto a la organización y para tener una comunicación fluida, se debe considerar el aspecto que se tienen entre 4 a 6 horas de diferencia dependiendo de la época del año. Para esto se debe contar con equipos de trabajo aptos para tomar decisiones en ambas partes: una mala organización sumada a la diferencia horaria genera mayores dificultades.

**3- Preferencia por lo nacional en Europa**

La preferencia por la producción nacional es un aspecto muy fuerte en gran parte de los países de Europa en donde se protege y fomenta fuertemente a la industria local

**4- Socios Consolidados a la Hora de Hacer Coproducciones**

Por ejemplo, Italia tiene a Francia como principal socio para la realización de coproducciones.

**5- Fluctuaciones del Tipo de Cambio**

Las fluctuaciones de tipo de cambio (peso respecto al Euro) deben ser tomadas en consideración a la hora de acordar la coproducción de contenido entre Chile y países Europeos.

**6- Barreras Culturales**

Barreras culturales, como por ejemplo el idioma, podrían dificultar una organización fluida. El lenguaje utilizado en los largometrajes fue establecido en el acuerdo bilateral entre Chile e Italia<sup>4</sup> donde se debe disponer del material en ambos idiomas, es decir, si se decide realizarlo en español se debe considerar el doblaje o subtítulos en italiano en este caso. Otras barreras importantes a considerar son: la puntualidad, la formalidad al generar un contrato y el valor que se le debe dar a los acuerdos, sean éstos estipulados por escrito o en forma verbal.

**7- Impuestos a la importación**

Los impuestos a la importación italiana aplicables a una exportación chilena son una parte importante que debe ser considerada al realizar cualquier tipo de exportación de bienes y servicios. Se sugiere revisar previamente el Acuerdo Chile-UE, puesto que no todos los bienes y servicios están exentos de pago. En el caso del audiovisual, ocurre algo particular al tratarse de un posible servicio de modo digital. Así en Italia existen impuestos sobre estos servicios importados, los que dependerán del valor de venta, si éste es compuesto solo con un precio fijo o si incluye también un porcentaje variable.

---

<sup>4</sup> <http://www.cultura.gob.cl/institucional/chile-firma-importante-acuerdo-de-coproduccion-cinematografica-con-italia/>

## 2.2. Recomendaciones para el proveedor nacional

Las estrategias a seguir por la industria audiovisual chilena pueden ser variadas. Se recomienda principalmente continuar el desarrollo de proyectos concretos con los países en los cuales se han realizado políticas de trabajo<sup>5</sup>, como lo es Italia, en donde se cree se podrían obtener aún mayores beneficios. Esto además permite crear nuevos acuerdos si se es capaz de demostrar un trabajo profesional, creando una imagen positiva en la industria audiovisual internacional.

Actualmente, el Gobierno de Chile a través del Ministerio de la Cultura se encuentra en un plan que entrega apoyo y guía inicial para proyectos audiovisuales, el cual consiste en llevar el pre-proyecto a distintos mercados internacionales en los cuales se puede encontrar financiamiento. Además, el Ministerio de Cultura, entrega fondos a producciones nacionales, que si bien generalmente no alcanzan a cubrir todos los costos y gastos totales, es un apoyo para poder llevar a cabo estos proyectos.

Asimismo, el Gobierno de Chile está realizando programas de incentivos para llevar los pre-proyectos a ferias internacionales en donde se financia la participación en mercados internacionales, para que, quienes estén desarrollando un proyecto, puedan generar lazos con agentes internacionales<sup>6</sup> quienes además pueden entregar o conseguir fondos para financiar la producción.

Una vez obtenidos los fondos y realizado el proyecto, comienza el proceso de distribución en cines, el cual es llevado a cabo en el exterior por los agentes extranjeros contactados en las ferias.

En Italia el principal mercado es MIA, International Audiovisual Market, The Business Street, Festival Internacional de Cine de Roma, se realiza en octubre y el Ministerio de la Cultura de Chile entrega fondos para cuatro cupos para asistir. Para más información ver el sitio web [www.miamarket.it/en/presentazione-2/](http://www.miamarket.it/en/presentazione-2/)

Otra posibilidad es la creación de alianzas con plataformas digitales, como por ejemplo Netflix, para la realización de producciones chilenas para ser vistas en otros mercados.

Para finalizar, creemos de gran utilidad mostrar lo más posible los distintos paisajes o escenarios que Chile posee (desierto, nieve, playas, montañas, la Patagonia, etc.), haciéndolo un lugar atractivo para filmar para la industria internacional.

Esta fórmula podría ser compatible con otras iniciativas, en donde se busca fomentar la utilización de localidades chilenas para utilizar en producciones internacionales. Por lo que sería interesante analizar la posibilidad de obtener fuentes de financiamiento mediante esta vía para la industria audiovisual.

---

<sup>5</sup> <http://www.cultura.gob.cl/publicaciones/politica-audiovisual-2017-2022/>

<sup>6</sup> La figura de Agente Internacional no existe actualmente en Chile, son ellos quienes toman un proyecto (película, corto, etc.) y lo ofrecen en distintos mercados internacionales.

## II. Identificación del servicio

### 1. Nombre del servicio

Servicios audiovisuales en Italia.

### 2. Descripción del servicio

En Chile, el Servicio Nacional de Aduanas ha establecido que los servicios considerados de exportación por concepto de servicios audiovisuales poseen el código general 1110, el cual se subdivide en nueve ítems:

**Clasificación Servicios audiovisuales según el Servicio Aduanero Chileno**

Código SACH	Descripción ítem
<b>1110</b>	<b>Servicios Audiovisuales</b>
11100010	Servicios de grabación de sonido
11100020	Servicios de postproducción de sonido
11100030	Servicios de filmación de películas (largometrajes, documentales, series, dibujos animados, etc.), para su proyección en salas de cine y televisión
11100040	Servicios de filmación de películas cinematográficas para la producción o publicidad (comerciales)
11100050	Servicios de postproducción de películas cinematográficas y cintas de video
11100055	Servicios de difusión de televisión satelital por cuenta de empresas de distribución de televisión satelital extranjeras
11100060	Servicios de producción de originales de programas de televisión
11100070	Servicios de producción de originales de programas de radiodifusión
11100080	Servicios de animación

Fuente: Servicio Nacional de Aduana, Chile [www.aduana.cl](http://www.aduana.cl)

Se especifica también, bajo la categoría general de otros servicios (1120), el sub-código de servicios de agencias de prensa para medios audiovisuales (11200200) el cual detalla el servicio de recopilación, investigación y suministro de noticias, para emisoras de radio o televisión y compañías cinematográficas, además de servicios prestados por periodistas independientes y fotógrafos de prensa.

# III. Descripción sectorial del mercado importador

## 1. Tamaño del mercado Italiano

### Producción de películas en Italia

	<i>Número películas italianas producidas</i>	<i>Número películas italianas producidas admisibles*</i>	<i>Número películas por iniciativa italiana**</i>
<b>2016</b>	223	165	155
<b>2015</b>	185	141	135

\*con “películas italianas producidas admisibles” se entiende el largometraje que ha presentado regularmente DIL (Denuncia de Inicio de Trabajo) a la DGCinema – MiBACT.

\*\*con “películas de iniciativa italiana” se entiende la película producida por el 100% con capitales italiano o en coproducción mayoritaria o en coproducción de paridad.

Fuente: ANICA<sup>7</sup>

Al analizar la tabla de arriba, se puede observar que el número total de las películas italianas producidas en el 2016 y en el 2015 es de 223 y 185 respectivamente, cifras que incluyen las películas italianas admisibles y las producidas por iniciativa italiana. Pertener a una u otra categoría no es excluyente, es decir la primera no excluye a la segunda y viceversa, de hecho el número de las películas italianas producidas en total por año no corresponde a la suma de las dos.

### Obras audiovisuales admisibles por género y plataforma de difusión: años 2015 y 2016

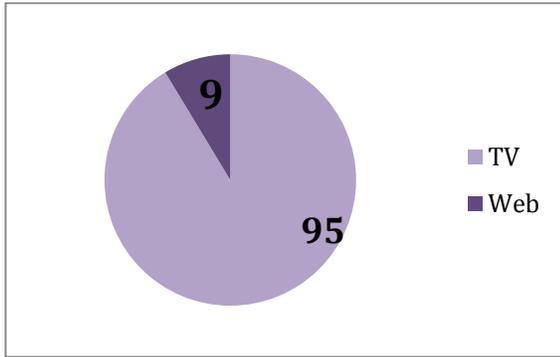
Género	2015		2016	
	TV	Web	TV	Web
<b>Ficción</b>	76	8	47	3
<b>Documental</b>	12	1	22	-
<b>Animación</b>	7	-	4	-
<b>Total por plataforma</b>	95	9	73	3

Fuente: ANICA

<sup>7</sup> <http://www.anica.it/>

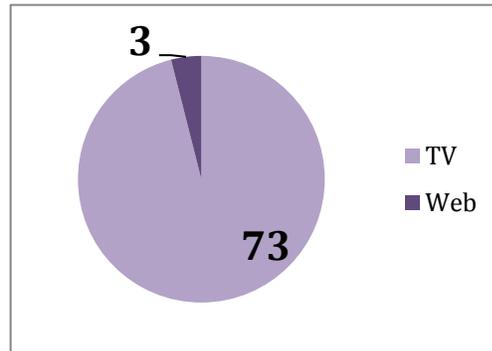
### Obras audiovisuales admisibles, 2015

Repartición por plataforma de distribución



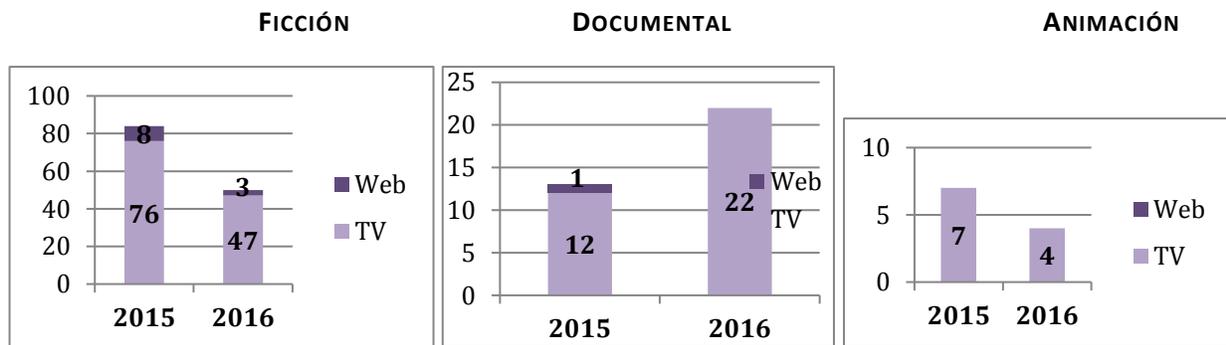
### Obras audiovisuales admisibles, 2016

Repartición por plataforma de distribución



Fuente: ANICA

### REPARTICIÓN POR PLATAFORMA DE DISTRIBUCIÓN Y GÉNERO



Observando el mercado audiovisual italiano, podemos analizar ante todo los datos sobre la producción de películas, y después sobre la producción y la distribución de otras obras audiovisuales, como ficción, documentales y obras de animación.

Las películas producidas en Italia en el 2015 en total fueron 185, según datos elaborados por ANICA. De estas 135 fueron por iniciativa italiana. Desde 2016, el número de películas aumentó, de hecho en este año las películas producidas fueron 223, y 155 son producidas por el 100% de capitales italianos o en coproducción mayoritaria o en coproducción de paridad.

Con respecto a las otras obras audiovisuales admisibles, el número total entre ficción, documentales y animaciones en el 2015 son 104, dividida entre las transmitidas por web y televisión. La mayoría de estas obras en el 2015 fueron ficción, que para el 90% fueron transmitidas por TV y la parte restante por web. Siguen los documentales, con un total de 13, con más del 90% transmitido por televisión. Las obras de animación fueron solamente 7, y todas estas tienen como canal de transmisión la TV. A diferencia de las películas, este sector de las obras audiovisuales sufrió una reducción en el tiempo, de hecho en el 2016

el número total de obras audiovisuales admisibles bajó a 76. Sin embargo, la distribución entre plataformas y géneros se mantiene parecida a la del año anterior.

## 2. Incentivos Gubernamentales para Servicios Audiovisuales

En Italia existe una legislación sobre inversiones en el sector cinematográfico con la finalidad de fomentar éstas, ofreciendo un beneficio tributario mediante un crédito fiscal. Estos fondos deben ser dirigidos a empresas de producción y distribución cinematográficas, entes que ejerzan la cinematografía, empresas de producción ejecutiva y postproducción (industria técnica) y empresas que no pertenecen al sector cine-audiovisual que se encuentren asociados en participación de las utilidades de una producción cinematográfica.

### Para producciones italianas

La ley que regula estos beneficios es en el art. 1 comma 327, ley 244/2007 bajo el decreto 7.5.2009 que lleva el nombre de “Crédito Fiscal Productores”<sup>8</sup>.

Dicho crédito tributario puede ser pedido por parte de:

- Empresas de Producción Cinematográficas, siendo estas igual al 15% del costo global de las producciones con un tope máximo de € 3.500.000 por periodo impositivo.
- Productores Asociados. El beneficio se calcula en relación a los gastos de producción directamente asociado a la realización de la película y en proporción a las cuotas efectivas de participación.
- Productor Ejecutivo (en el caso de contratar una sociedad para la producción y ejecución de la película) y el Contratante. Manteniendo la relación porcentual de los gastos sostenidos por cada uno de ellos.

Son beneficiarios del crédito sobre los impuestos:

- I. Producciones de nacionalidad italiana, regidas bajo el art. 5 de la “ley cine” (decreto legislativo nº 28 del 2004) llamado “Crédito Fiscal Productores”.
- II. Largometrajes reconocidos de interés cultural por la “Comisión por la Cinematografía”, art. 7 de la “ley cine”.

Para acceder a este beneficio fiscal, es necesario pedir a la Dirección General del Cine en Italia (MiBACT)<sup>9</sup> la legitimidad cultural de la producción, es decir que el consejo evaluador determine que el contenido es cultural y aplica como una obra cultural.

<sup>8</sup> Crédito fiscal otorgado a productores cinematográficos.

<sup>9</sup> [www.beniculturali.it](http://www.beniculturali.it)

Se requiere que por lo menos un 80% del beneficio fiscal recibido sea utilizado dentro del territorio italiano, como parte del vínculo de territorialidad.

#### Para producciones ejecutivas extranjeras

En el caso de las producciones ejecutivas extranjeras, estas vienen normadas en el art. 1, 335, de la ley 244/2007 “Crédito Fiscal Productores”. Con este crédito sería posible para un inversionista chileno tener un beneficio fiscal para operar en Italia.

En este caso el beneficio fiscal se aplica para producciones extranjeras realizadas, completa o parcialmente, en territorio italiano.

En este caso el beneficio fiscal es:

- I. Es para el 25% del costo de producción de la obra.
- II. Es aplicable para los gastos de producción, efectuados en Italia, los cuales no pueden exceder el 60% del presupuesto global.
- III. Tiene un límite máximo de 5 millones de euros para cada película.
- IV. No es acumulable con los créditos fiscales de producción de películas nacionales.

Estas producciones también son sujetas a evaluación de la legitimidad que asegure le matriz cultural italiana o europea.

Gozan de este beneficio inversionistas externos a la industria, que realicen un aporte de capital de financiamiento para la realización de la película. Viene normado en el art. 1, 325, ley 244/2007 “crédito fiscal inversionistas externos y distribuidores”<sup>10</sup>.

El objetivo de este beneficio fiscal es que sea utilizado para cubrir las tasas generadas con el impuesto al valor agregado (IVA), impuesto sobre las utilidades sobre las personas jurídicas, impuesto sobre las utilidades como persona natural e impuestos regionales por la producción<sup>11</sup>.

### 3. Otros Incentivos en Italia para los servicios audiovisuales

#### Incentivos gubernamentales<sup>12</sup>

- *Contribución Nacional de la Producción<sup>13</sup>*:  
En 2015, de un total de 141 películas inscritas regularmente en el mercado italiano, es decir en el plazo determinado para que sean revisadas por el Ministerio de Cultura, 35 fueron declaradas de Interés Cultural, por aportar a la cultura y recibieron la Contribución Nacional de la Producción equivalente a fondos por más de 14 millones de euros.

<sup>10</sup> Fuente: Ministerio de Bienes e de las Actividades Culturales e del Turismo, Dirección General de Cine.

[www.cinema.beniculturali.it](http://www.cinema.beniculturali.it)

<sup>11</sup> Fuente: “Asociación Nacional Industria Cinematográfica, Audiovisual y Multimedia” (ANICA).

<sup>12</sup> Es posible que producciones chilenas apliquen.

<sup>13</sup> Fondo completamente autónomo para el apoyo de la industria cinematográfica y audiovisual; a través de instrumentos de financiación automática con fuertes incentivos para autores jóvenes y aquellos que invierten en nuevas salas y en la protección del cine.

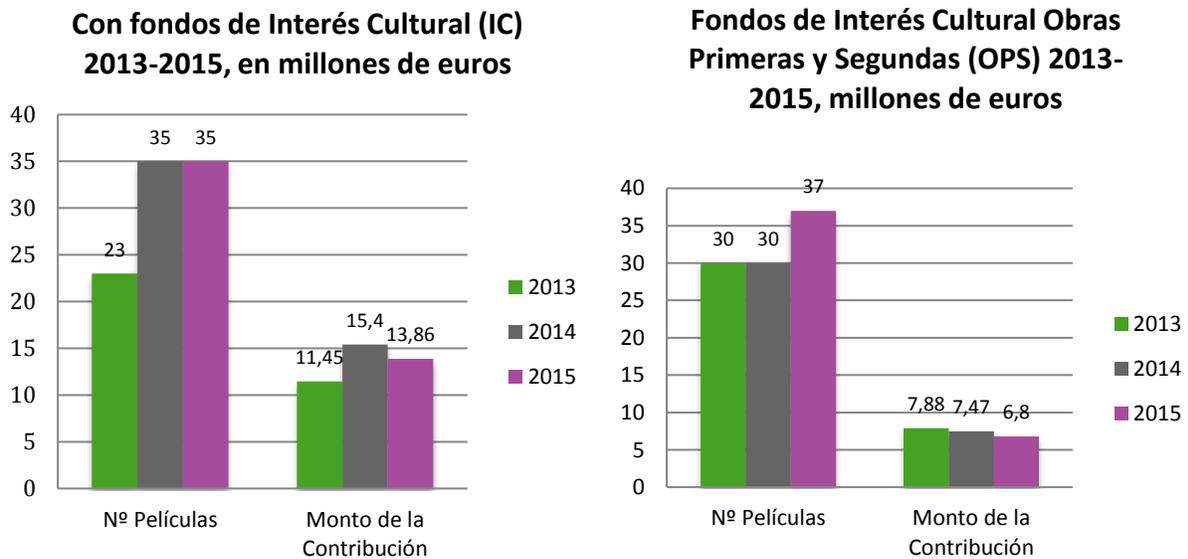
- **Obras Primeras y Segundas:**

Otorgado por el Gobierno italiano para el fomento de nuevos directores de cine incentivándolos a producir su primer (obra primera) o segundo (obra segunda) largometraje reduciendo los costos de producción. Se permite que los directores italianos se asocien con talentos extranjeros.

En 2015 fueron 37 Obras Primeras y Segundas que recibieron fondos por un monto cercano a los 7 millones de euros. Gracias a este beneficio fiscal durante 2015 la cantidad de Obras Primeras y Segundas aumentaron un 23 % respecto a las producidas en 2014.

El número de producciones de “*Interés Cultural*” se mantuvo constante, fenómeno particular ya que los fondos de las contribuciones disminuyeron en 2015.

En la siguiente tabla es posible encontrar las películas italianas debidamente inscritas y consideradas de *interés cultural* , periodo 2013-2015, divididas según la categoría por la que se realizó el aporte, si ésta es de Interés Cultural (IC) o de Interés Cultural para Obras Primeras y Segundas (OPS).



Incentivos privados

En general los respaldos entregados por asociaciones no pertenecientes a instituciones públicas italianas, para películas debidamente inscritas, se mantuvieron constantes durante 2015 respecto 2014. Producciones chilenas podrían acceder a este tipo de incentivos vía las coproducciones.

- *Europa Creativa*<sup>14</sup> es una entidad perteneciente a la Unión Europea cuyo objetivo es fomentar y desarrollar la cultura entre los países miembros.

<sup>14</sup> [http://ec.europa.eu/culture/index\\_es.htm](http://ec.europa.eu/culture/index_es.htm)

Los aportes de Europa Creativa- subprograma Media, se mantuvieron constantes en 2015 respecto al periodo anterior.

- *Eurimages*<sup>15</sup> es otra entidad perteneciente a la Unión Europea cuyo objetivo es fomentar y desarrollar el cine entre sus países miembros.

Los aportes de Eurimages presentan un leve aumento entre el periodo 2014-2015, que asciende a nueve coproducciones por un total cercano a los 3 millones de euros.

#### 4. Crecimiento en los últimos años

A continuación, se presenta cómo el “Crédito Fiscal <sup>16</sup>” ha influido en la industria, destacando el aporte en porcentaje sobre el total de los montos otorgados según tipo de empresa que participan en la cadena de producción de una película, sea esta empresas productoras que pertenecen a la industria cinematográfica, empresas pertenecientes a otras industrias relacionadas al sector y empresas que se dedican a la distribución de películas que inician una introducción en el mercado.

El “Crédito Fiscal” en 2015 registró un alza de proyectos por parte de inversionistas externos al sector audiovisual incluyendo el “Crédito Fiscal” para los distribuidores.

Crédito fiscal solicitado y Nº de películas - 2015				
Crédito Fiscal requerido para los ítems:	Valor en millones de euros	% del total	Nº películas	% total películas aprobadas
Producción perteneciente a la industria	35,29	47%	121	86%
Sector externo a la industria	32,91	44%	90	64%
Distribución	6,39	9%	73	52%
<b>Total</b>	<b>74,58</b>	<b>100%</b>	<b>123</b>	<b>87%</b>

Fuente: Dirección General de Cine (Italia) - MiBACT<sup>17</sup>.

Crédito fiscal solicitado y Nº de películas - 2014				
Crédito Fiscal requerido para los ítems:	Valor en millones de euros	% del total	Nº películas	% total películas aprobadas
Producción perteneciente a la industria	33,07	51%	123	84%
Sector externo a la industria	27,18	42%	86	59%

<sup>15</sup> [http://www.coe.int/t/dg4/eurimages/default\\_en.asp](http://www.coe.int/t/dg4/eurimages/default_en.asp)

<sup>16</sup> Ver Capítulo III párrafo 2. Crédito Fiscal, o “Tax Credit” es la devolución de impuestos pagados.

<sup>17</sup> <http://www.beniculturali.it>

<b>Distribución</b>	4,47	7%	51	35%
<b>Total</b>	64,71	100%	125	85%

Fuente: Dirección General de Cine (Italia) - MiBACT<sup>18</sup>.

<b>Crédito fiscal producción de inversionistas no pertenecientes a la industria por clase de costo</b>				
	2014		2015	
	Cantidad de producciones	% sobre total*	Cantidad de producciones	% sobre total*
<b>Menor o igual a €200.000</b>	7	41%	6	35%
<b>Mayor €200.000 menor de 800.000</b>	34	83%	29	81%
<b>Mayor €800.000 menor de 1.500.000</b>	25	96%	27	96%
<b>Mayor €1.500.000 menor de 2.500.000</b>	18	95%	17	100%
<b>Mayor €2.500.000 menor de 3.500.000</b>	12	100%	8	100%
<b>Mayores de €3.500.000</b>	25	100%	29	100%
<b>Total</b>	121	86%	116	86%

\*Porcentaje de películas que pidieron el crédito fiscal dentro del total de películas producidas en dicha categoría.

Fuente: Dirección General de Cine (Italia) - MiBACT.

Todas las iniciativas de producciones con costos superiores a €1.500.000 presentaron requerimiento para poder obtener el crédito fiscal en 2015.

La cantidad de producciones con costos entre €200.000 y €1.500.000 permanecen estables en el periodo 2015-2014 en donde una gran parte de ellas presentaron una petición de crédito fiscal.

Las producciones con costos menores o iguales a €200.000 presentan un registro en cuanto a la petición del beneficio fiscal de un tercio del total de producciones realizadas, cifra menor respecto al mismo índice del año 2014.

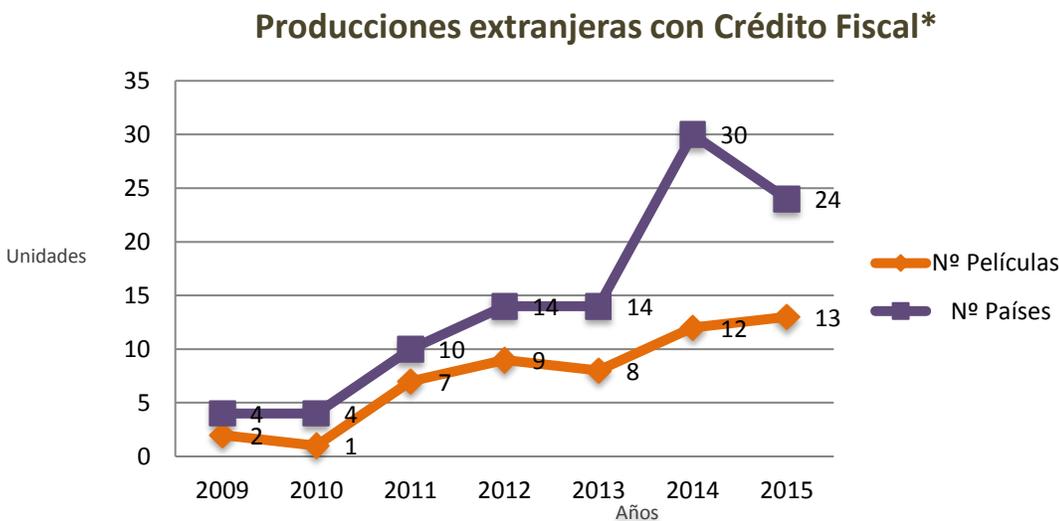
<sup>18</sup> <http://www.beniculturali.it>

## 5. Disponibilidad de instrumentos financieros locales para la adquisición de servicios desde el exterior.

La utilización del Crédito Fiscal para iniciativas extranjeras en el territorio italiano tuvo un importante incremento en 2014 y una posterior disminución en 2015.

Gracias a la presencia del Crédito Fiscal, desde 2009 existe una tendencia al alza en cuanto al número de países y número de producciones, destacando en esta muestra los años 2011 y 2014 con una mayor cantidad respecto al año anterior.

En el siguiente gráfico se muestra el crédito fiscal que fue requerido para producciones extranjeras, durante el período 2009-2015, mostrando el número de producciones realizadas en cada año, al igual que el número de países que participan en cada año.

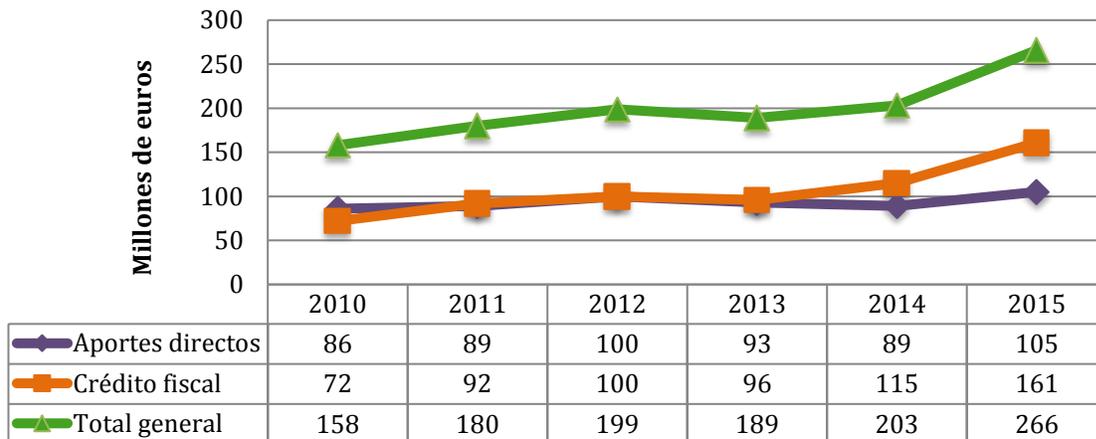


\* La nacionalidad de las producciones fue determinada según la base del país.

Fuente: Dirección General de Cine (Italia) - MiBACT.

Analizando el comportamiento de todos los créditos fiscales entregados durante el período 2009-2015, es posible observar que éstos mantienen una tendencia creciente alcanzando un máximo en 2015, generado en parte por la incorporación de las producciones audiovisuales independientes. En 2015 se destaca el aumento de los aportes directos, aspecto que contrasta con la tendencia que se venía generando en los años anteriores, alcanzando en esta variable un total mayor durante el 2014. En 2015, el Estado italiano aportó en total al sector audiovisual la suma de 266 millones de euros, monto que supera en un 31% al monto alcanzado durante el 2013 y un 70% superior respecto al 2010.

## Aportes fiscales en la industria audiovisual (Millones de euros\*)



\* Se analizan en este gráfico los aportes entregados directamente y el crédito fiscal utilizado en la cadena productiva.

**Fuente:** Dirección General de Cine (Italia) – MiBACT en conjunto con el Servicio de Impuestos Internos.

El siguiente cuadro nos muestra la composición de los aportes estatales a la industria audiovisual en 2015:

Aportes Crédito Fiscal durante el 2015 en millones de euros según categoría* (Millones de euros)			
Directos		Crédito Fiscal	
Producción	€ 43,35	Producción	€ 95,84
Distribución	€ 1,00	Distribución	€ 5,20
Difusión	€ 9,90	Difusión	€ 33,72
Promoción	€ 12,41	Audiovisual: TV	€ 25,87
Organismos del sector	€ 38,8	Audiovisual: Web	€ 0,01
<b>Total: € 266,10</b>			

\*Se analizan en esta tabla los aportes entregados directamente y en crédito fiscal durante el 2015 utilizado en la cadena productiva. En el caso de los créditos fiscales estos pueden ser utilizados también para las coproducciones con otros países.

**Fuente:** Dirección General de Cine (Italia) – MiBACT en conjunto al Servicio de Impuestos Internos de Italia.

En 2015 fue el primer período en el cual se extendió el crédito fiscal para el resto de la industria audiovisual y no sólo a las producciones cinematográficas. Esta inclusión del resto de los servicios vinculados a la industria audiovisual generó en total durante este primer periodo del 2015 104 proyectos relacionados a industria audiovisual sin contar la cinematografía, divididos en 9 proyectos destinados a plataformas Web, y 95 proyectos para la televisión. Estos proyectos se dividen principalmente en producciones de temática de ficción (81%); documentales (12,5%) y animación

(6,5%). El crédito total requerido al Estado fue de 54,2 millones de euros, para un total de inversión de 360 millones de euros.

- **Situación hipotética de uso de crédito fiscal en coproducción en territorio italiano.**

A continuación, se presenta a modo de ejemplificación cómo se desarrolla una coproducción.

Supongamos que tenemos una coproducción entre Chile, Francia e Italia.

**Lugar de producción del film:** Santiago (40% del rodaje), Roma (30% del rodaje) y París (30% del rodaje).

**Presupuesto total:** € 10.000.000

**Recuperación máxima de costos de producción aprobados:** 25%

**Productor ejecutivo:** De nacionalidad italiana.

**Costos aprobados y pertinentes al Crédito Fiscal:** € 3.000.000 en Roma y € 3.000.000 en París = € 6.000.000

En este caso, dado que se consideran los costos de producción realizados en Italia y Francia, con un costo total de € 6.000.000, el beneficio es de € 1.500.000 (€ 6.000.000 x 25% de recuperación máxima admitida de los costos aprobados de producción) por lo que los costos netos de producción total disminuyen a € 8.500.000, con un ahorro en la producción de € 1.500.000, el cual puede ser utilizado para cubrir impuesto al valor agregado (IVA), impuesto sobre las utilidades sobre las personas jurídicas, impuesto sobre las utilidades como persona natural e impuestos regionales por la producción. No aplica al caso de una producción audiovisual importada.

## 6. Políticas y normativas respecto de las compras públicas de servicios

### ***Acuerdo de Coproducción entre Chile e Italia<sup>19</sup>:***

Normado con el decreto número 42 y promulgado el 25/04/2013, con cada uno de estos países, regula gran parte de los aspectos contractuales que se deben acordar para la realización de coproducciones.

Cabe destacar los siguientes puntos tratados en el acuerdo:

**Artículo 4:** *“La proporción de los aportes respectivos de los productores de los dos países podrán variar en cada película desde el veinte (20) al ochenta (80) por ciento. El aporte de coproducción minoritario deberá en lo posible incluir una participación técnica y artística efectiva.*

---

<sup>19</sup> El Acuerdo de Coproducción entre Chile e Italia se encuentra disponible en el anexo 1 de este estudio.

*Se podrán establecer excepciones a lo dispuesto en el párrafo precedente en concordancia con las autoridades competentes de los dos países, según y de acuerdo a los procedimientos de la legislación vigente.”*

**Artículo 7:** *“Las dos partes facilitarán, con la debida antelación, la importación temporal y la re-exportación del equipamiento cinematográfico necesario para la producción de las películas que se realizarán en el marco del presente Acuerdo. Cada parte contratante le permitirá al personal técnico y artístico de la otra parte entrar y residir en el propio territorio sin ninguna restricción, con el objeto de participar en la realización de las películas.”*

**Artículo 18:** *“No se aplicará ninguna restricción para la importación, distribución y programación de producciones cinematográficas, de televisión y de video chilenas en Italia o italianas en Chile, fuera de aquellas previstas por las leyes y los reglamentos existentes en cada uno de los dos países, incluidas, en relación con Italia, las obligaciones que derivan de la normativa de la Unión Europea. Además, las partes afirman la voluntad de favorecer con todos los medios la distribución en sus respectivos países de producciones provenientes del otro país.”*

Para poder ser beneficiario de estos acuerdos de coproducción se requiere postular un proyecto el cual requerirá diversos certificados y aprobaciones<sup>20</sup>.

Es necesario para este propósito obtener una clasificación adecuada bajo el parámetro de medición que las instituciones chilenas han estimado pertinente a para poder aplicar a estos beneficios<sup>21</sup>.

---

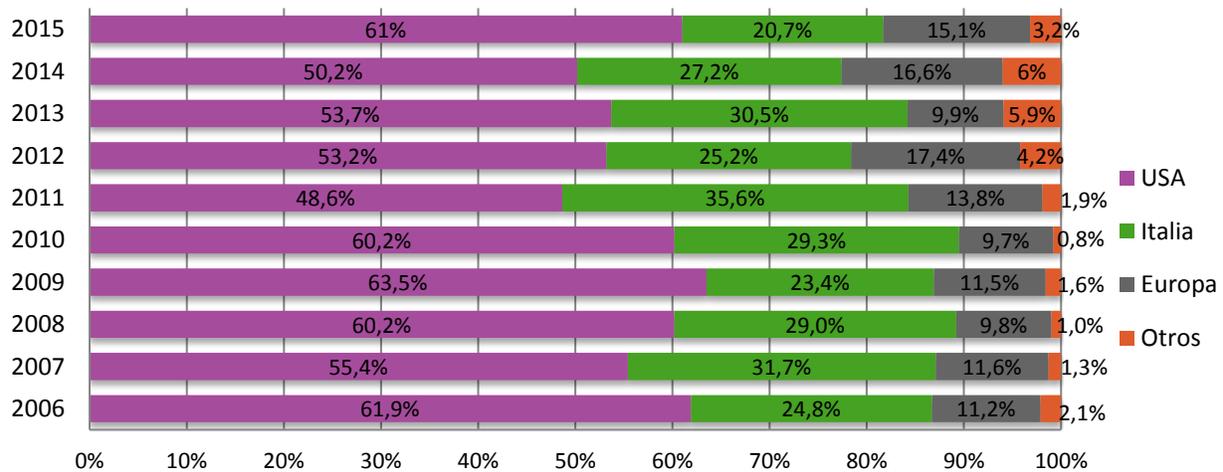
<sup>20</sup> Los requisitos solicitados es posible encontrarlo en el Anexo 2: “solicitud certificado nacionalidad y coproducción”.

<sup>21</sup> En el anexo 3 se expone el modelo de clasificación regulado por las autoridades chilenas.

# IV. Descripción sectorial del mercado importador

## 1. Crecimiento en los últimos años

Cuotas de mercado de películas en el mercado italiano



Fuente: ANICA<sup>22</sup> con datos de Cinetel<sup>23</sup>.

Durante 2015, las producciones cinematográficas totales realizadas en Italia disminuyeron respecto al año anterior, con 185 producciones respecto a las 201 producciones realizadas en 2014. Se registra un aumento en la categoría “Películas regularmente inscritas”<sup>24</sup> alcanzando un 76% del total de títulos en 2015 (141 producciones) respecto al 73% en 2014 (147 producciones). Las producciones en la categoría “Películas de iniciativa italiana”<sup>25</sup> percibe un leve aumento con un 72% del total en 2015 (135 títulos), respecto al 69% en 2014 (140 títulos).

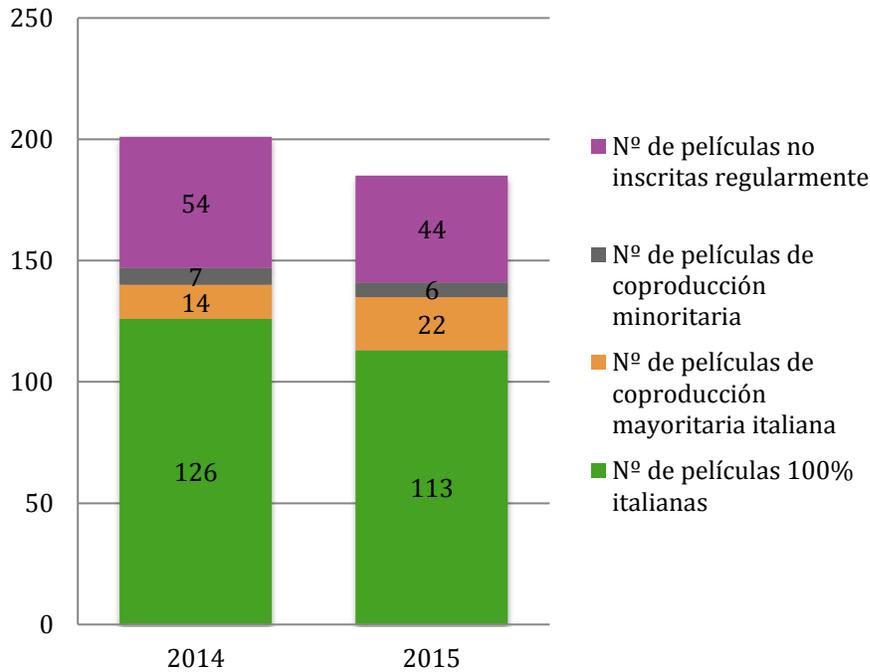
<sup>22</sup> <http://www.anica.it/>

<sup>23</sup> <http://www.cinetel.it/>

<sup>24</sup> “Películas regularmente inscritas”: las que presentaron la debida inscripción de inicio del trabajo de producción en la Dirección General de Cine, cumpliendo con el reglamento.

<sup>25</sup> “Películas de iniciativa italiana”: conjunto de producciones creadas sólo con capital italiano o las coproducciones en las que el capital italiano fue mayoritario o de relevancia.

**Producción de cine en Italia por categorías, 2014-2015**



Fuente: Dirección General Cine (Italia) MiBACT<sup>26</sup>.

## 2. Estadísticas - Cantidad de Películas según su Presupuesto

Las producciones de cine pueden ser analizadas según el presupuesto. En la siguiente tabla se individualizan las *Producciones de iniciativa italiana*<sup>27</sup> según su presupuesto.

<sup>26</sup> <http://www.beniculturali.it>

<sup>27</sup> "Películas de iniciativa italiana": conjunto de producciones creadas sólo con capital italiano o las coproducciones en las que el capital italiano fue mayoritario o de relevancia.

Cantidad de Películas según su Presupuesto			
Producciones de iniciativa italiana año 2015 <sup>28</sup>			
Clase de Costo	Nº de películas	Costo total	Costo promedio <sup>29</sup>
Menores o iguales a €200.000	17	2.204.007	129.647
Mayores de €200.000 y menores o iguales a €800.000	36	17.584.667	488.463
Mayores de €800.000 y menores o iguales a €1.500.000	28	31.764.394	1.134.443
Mayores de €1.500.000 y menores o iguales a €2.500.000	17	32.324.359	1.901.443
Mayores de €2.500.000 y menores o iguales a €3.500.000	8	24.280.373	3.035.047
Mayores de €3.500.000	29	167.058.520	5.760.639
<b>TOTAL</b>	<b>135</b>	<b>275.216.320</b>	<b>2.038.639(*)</b>

(\*) = Suma de los costos totales dividido por el total de películas

Fuente: Dirección General Cine (Italia) MiBACT30.

De esta tabla se puede desprender que considerando los costos medios de producción se arroja un promedio de 2 millones de euros en la producción de películas, promedio ligeramente mayor respecto del año anterior (1,9 millones de euros).

Es posible observar que el 60% de los costos de producción son inferiores a 1,5 millones de euro, haciendo subir la media antes calculada. Las producciones que se encuentran en el rango más alto (29 películas en 2015) cuentan con un costo medio de 5,76 millones de euros.

<sup>28</sup> Esta categoría considera películas que cumple completamente con la regulación de inscripción, coproducciones con mayoría italiana y coproducciones divididas en parte iguales.

<sup>29</sup> Costo Promedio = Nº de películas / Costo Total

<sup>30</sup> <http://www.beniculturali.it>

Cantidad de Películas según su Presupuesto			
Producciones de iniciativa italiana año 2014 <sup>31</sup>			
Clase de Costo	Nº de películas	Costo total	Costo medio
Menores o iguales a €200.000	17	1.951.648	114.803
Mayores de €200.000 y menores o iguales a €800.000	41	18.660.781	455.141
Mayores de €800.000 y menores o iguales a €1.500.000	26	30.532.428	1.174.324
Mayores de €1.500.000 y menores o iguales a €2.500.000	19	35.502.121	1.868.533
Mayores de €2.500.000 y menores o iguales a €3.500.000	12	35.500.006	2.958.334
Mayores de €3.500.000	25	144.231.110	5.769.244
<b>TOTAL</b>	<b>140</b>	<b>266.378.094</b>	<b>1.902.701(*)</b>

(\*) = Suma de los costos totales dividido por el total de películas

Fuente: Dirección General Cine (Italia) MiBACT.

<sup>31</sup> Esta categoría considera películas que cumple completamente con la regulación de inscripción, coproducciones con mayoría italiana y coproducciones divididas en parte iguales.

### 3. Estadísticas – Tipo de Aporte (financiamiento)

Tipos de Financiamiento (en millones de euros <sup>32</sup> )			
Películas de iniciativa italiana producidas durante 2014 y 2015 <sup>33</sup>			
	2015	2014	%
Aportes de inversionistas externos con aplicación del crédito fiscal	82,28	67,08	29,9%
Crédito aplicable sobre los gastos de producción requeridos por empresas pertenecientes a la industria.	35,29	32,47	12,8%
Aporte a largometrajes de interés cultural (IC)	13,35	14,80	4,8%
Aportes regionales <sup>34</sup> (fondos regionales y del Italian Film Commissions)	10,63	10,68	3,8%
Cuota coproductores externos minoritarios	16,10	7,39	5,8%
Aporte largometrajes de interés cultural obras primeras y segundas (OPS)	6,45	7,37	2,3%
Aportes Eurimages	2,83	1,22	1,0%
Aporte Europa Creativa – media	0,22	0,23	0,1%
Aporte desarrollo guiones originales	0,17	0,11	0,6%
Otros <sup>35</sup>	107,90	125,03	39,2%
<b>Total</b>	<b>275,22</b>	<b>266,38</b>	<b>100%(**)</b>

(\*) Porcentaje del aporte respecto al total de los distintos aportes anuales.

(\*\*) La suma de los porcentajes es superior a 100 debido a las aproximaciones

Fuente: Dirección General de Cine Italiano – MiBACT <sup>36</sup>, Eurimage <sup>37</sup>, Europa Creativa-Media <sup>38</sup>, Italian Film Commissions <sup>39</sup>, Región Lazio.

Nota: Las producciones que se iniciaron durante el 2015 pero las cuales no fueron finalizadas dentro del año calendario no se consideran dentro de las producciones de un año, por lo que no ingresan en los datos analizados.

<sup>32</sup> Valores Estimados.

<sup>33</sup> Esta categoría considera películas que cumplen completamente con la regulación de inscripción, coproducciones con mayoría italiana y coproducciones divididas en parte iguales.

<sup>34</sup> Los aportes regionales generales otorgados para todas las películas de origen italiano incluyendo las coproducciones menores, alcanzan los € 10,79 millones de Euros.

<sup>35</sup> Otros fondos locales, aportes de sociedades, preventa de los derechos, emisiones de inversión.

<sup>36</sup> <http://www.beniculturali.it>

<sup>37</sup> <https://www.coe.int>

<sup>38</sup> <http://www.europamedia.org/>

<sup>39</sup> <http://www.italianfilmcommissions.it>

Al analizar la tabla, se puede observar como el total de los aportes públicos (Aporte a largometrajes de interés cultural, Aportes regionales, Aporte largometrajes de interés cultural obras primeras y segundas, Aporte Eurimages, Aporte Europa Creativa -Media y Aporte desarrollo guiones originales), en el 2015 ha representado el 12,6% del monto total de los financiamientos. Si a estos agregamos la cuota del 12,8% del crédito que el Estado reconoce a los externos que intervienen en la producción, vemos como en 2015 el aporte estatal directo o indirecto correspondió al 25,4% de los costos de producción de las películas de iniciativa italiana.

#### 4. Estadísticas – Beneficios fiscales en 2013, 2014 y 2015

La Dirección General de Cine<sup>40</sup> en Italia decidió otorgar los siguientes beneficios fiscales correspondientes a reducción en el pago de los impuestos. Las cantidades señaladas en esta tabla no reflejan las cantidades producidas, sino la cantidad de proyectos aprobados durante el año.

Aportes Directos				
ÍTEM	Nº proyecto	Monto total	Media aportes	Año
De Interés Cultural	43	€14.500.000	€337.209	2015
Obras Primeras y Segundas	22	€3.000.000	€136.363	
Cortometrajes	36	€900.000	€25.000	
Desarrollo de guiones originales	23	€450.000	€19.565	
Jóvenes autores				
De Interés cultural no terminados	3	€900.000	€300.000	
Obras Primeras y Segundas no terminadas	21	€4.050.000	€192.857	
Cortometrajes no terminados	27	€670.000	€24.814	
De Interés Cultural	40	€13.000.000	€337.500	2014
Obras Primeras y Segundas	42	€6.750.000	€160.714	
Cortometrajes	44	€900.000	€20.454	
Desarrollo de guiones originales	17	€350.000	€20.588	
De Interés Cultural	35	€13.800.000	€394.000	2013
Obras Primeras y Segundas	44	€6.900.000	€157.000	
Cortometrajes	36	€900.000	€25.000	
Desarrollo de guiones originales	15	€450.000	€30.000	

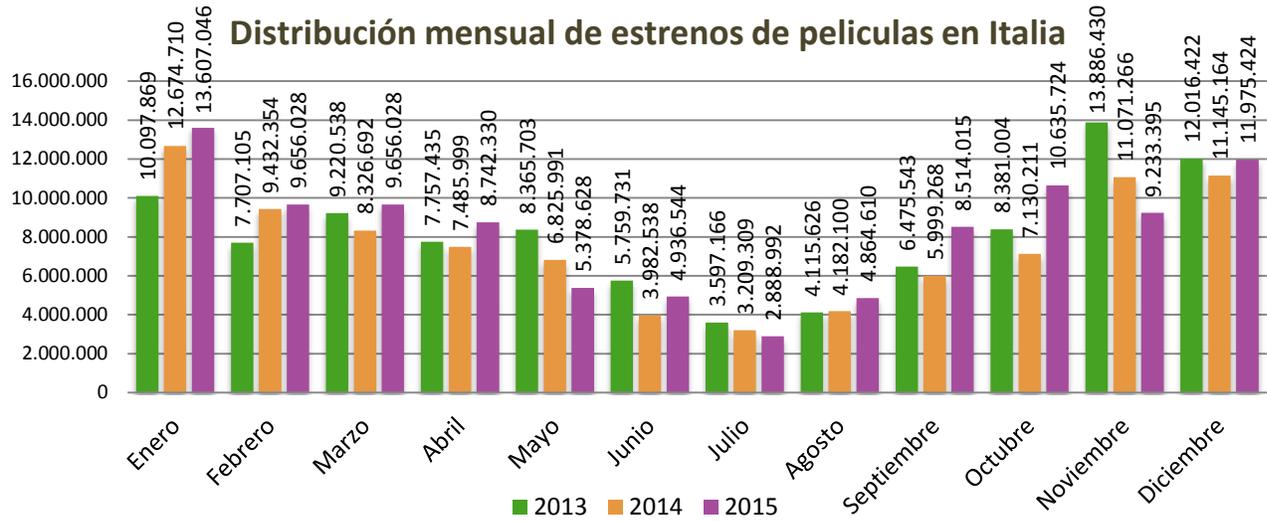
**Fuente:** Dirección General de Cine (Italia) - MiBACT.

#### 5. Estadísticas – Estacionalidad de Estrenos

La estacionalidad es un factor a considerar en la industria cinematográfica. En Italia, los meses de verano son, normalmente, meses en los que se produce una baja en la cantidad de personas que van al

<sup>40</sup> <http://www.cinema.beniculturali.it/>

cine. Los meses de noviembre, diciembre y enero (fin del otoño e inicio del invierno en el hemisferio norte) son los meses que presentan una mayor concentración de ventas de entradas.



Fuente: Información entregada por ANICA<sup>41</sup> con datos de Cinetel<sup>42</sup>.

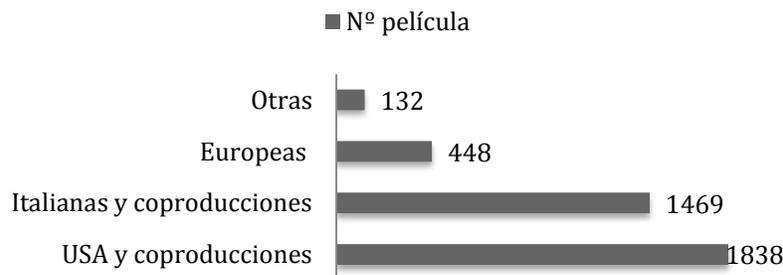
## 6. Proporción de servicios importados por canales de distribución

Existen tres principales canales de distribución los cuales son:

### Cine en televisión abierta:

Según Studio Frasi<sup>43</sup> y ANICA<sup>44</sup> durante 2015 la mayor cantidad de producciones reproducidas en los principales canales públicos de Italia, fueron de origen estadounidense (47%) con producciones propias o co-producciones, seguido por las producciones y coproducciones de origen italiano (38%)<sup>45</sup>.

### Origen de las producciones difundidas en televisión durante 2015



Fuente: Elaboración sobre datos de estudios Frasi y ANICA.

<sup>41</sup> ANICA. Asociación Nacional Industria Cinematográfica Audiovisual y Multimedia.

<sup>42</sup> Institución Asociación Nacional de Expositores Cinematográficos de Italia <http://www.cinetel.it/>

<sup>43</sup> Sociedad especializada en procesamiento de datos y análisis de audiencia mediática <http://www.studiofrasi.it/>

<sup>44</sup> <http://www.anica.it/>

<sup>45</sup> El porcentaje de películas italianas y extranjeras no está disponible

Según Frasi y ANICA, en Italia diariamente se exhiben 112 películas en las cinco principales cadenas de televisión abiertas. “Mediaset” es la principal cadena distribuidora de largometrajes<sup>46</sup> dentro de su programación con más del 60% del total, siendo ésta dueña de distintos canales como “Canale 5”, “Italia 1” y “Rete 4”, entre otros.

“RAI” muestra un 25% de largometrajes extranjeros en su programación total, los cuales se dividen en tres canales (“RAI 1”, “RAI 2” y “RAI 3”).

#### Cine en la televisión satelital y multiplataforma:

Auditel es la empresa italiana que mide el nivel de audiencia que registran distintas plataformas audiovisuales, en donde Sky es la única empresa de televisión satelital que cuenta con este medio de medición. Cuenta con más de 2.000 títulos propios y más de 50.000 títulos totales disponibles. El 64% del total pertenecen a producciones o coproducciones provenientes de Estados Unidos; mientras que sólo un 21% de la oferta pertenece a producciones y coproducciones de origen italiano.

En cuanto a los canales pertenecientes a los multiplataforma<sup>47</sup>, encontramos la “RAI” como el grupo con mayor cantidad de títulos entre sus canales “RAI 4”, “RAI 5” y “RAI Movie” con 4.521 títulos en 2015. En la segunda posición se encuentra el grupo “Mediaset” el cual cuenta con los canales “Iris”, “La5”, “Italia 2” y “Top Crime”. Esta jerarquía se establece considerando la cantidad total de títulos pertenecientes a cada uno de los grupos, pero si analizamos los títulos de origen italiano las posiciones se invierten, dejando a “Mediaset” primero con un total de 1.143 películas contra “RAI” con 829<sup>48</sup>.

#### Salas de cine:

El mercado de la distribución cinematográfica en sala durante 2015 registró un incremento de las ventas totales al público 11% respecto al año 2014, mientras que analizando la cantidad de entradas vendidas el aumento fue de un 9%. Esta diferencia es explicada por un ligero aumento en los precios promedio de la venta de entradas.

Según datos oficiales entregados por la Cinetel<sup>49</sup>, los gastos totales del público en salas durante 2015 fueron de 637 millones de euros, para 99 millones de entradas vendidas, como se muestra en la tabla a continuación, alcanzando el tercer mejor lugar entre los diez años presentados.

---

<sup>47</sup> Agrupación de canales que ofrecen programación diferenciada y además por distintas plataformas como radio e internet.

<sup>48</sup> El desglose entre películas italianas y extranjeras no está disponible.

<sup>49</sup> Cinetel es una entidad encargada de agrupar la información sobre la industria del cine y ponerla a disposición del mercado.

<http://www.cinetel.it/>

<b>SÍNTESIS DEL MERCADO NACIONAL DEL CINE EN ITALIA 2015-2013, VALORES EN EUROS</b>					
<b>Total producciones</b>	2015	2014	2013	Var. 2015/2014	Var. 2015/2013
<b>Monto total</b>	637.265.704	574.839.395	618.353.030	10,78%	3,06%
<b>Cantidad de espectadores</b>	99.362.667	91.465.599	97.380.572	8,63%	2,04%
<b>Estrenos</b>	473	470	453		
<b>Contenidos complementarios*</b>	118	53	69		

\*Contempla eventos especiales, reediciones y ediciones restauradas.

Fuente: Información entregada por ANICA, con datos de Cinetel.

<b>SÍNTESIS DEL MERCADO CONSIDERANDO SÓLO PRODUCCIONES Y COPRODUCCIONES ITALIANAS AÑOS 2015-2013, VALORES EN EUROS</b>					
<b>Total producciones</b>	2015	2014	2013	Var. 2015/2014	Var. 2015/2013
<b>Monto total</b>	132.155.876	156.314.446	188.272.735	-15,46%	-29,81%
<b>Cantidad de espectadores</b>	21.218.198	25.387.642	30.208.422	-16,42%	-29,76%
<b>Estrenos</b>	187	171	161		
<b>Cuota de mercado monto total</b>	20,74%	27,19%	30,45%		
<b>Cuota de mercado espectadores</b>	21,35%	27,76%	31,02%		

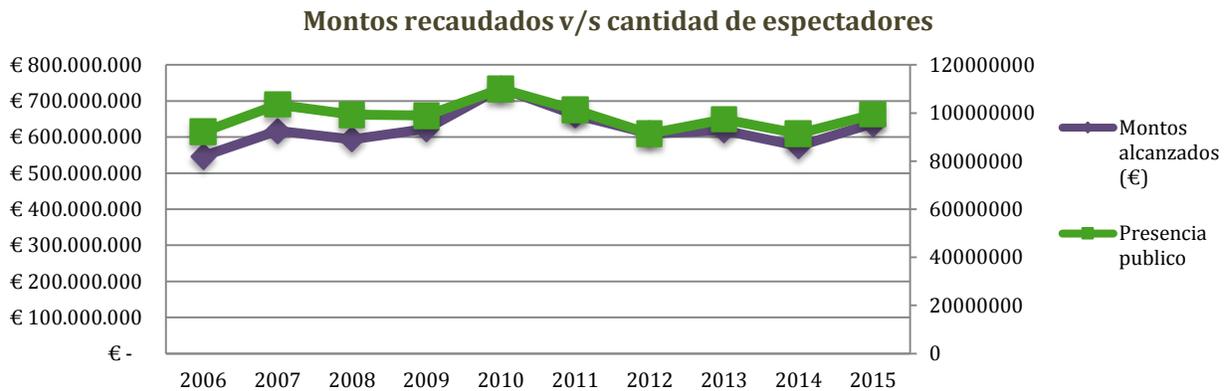
Fuente: Información entregada por ANICA, con datos de Cinetel.

<b>SÍNTESIS DEL MERCADO CONSIDERANDO SÓLO PRODUCCIONES EXTRANJERAS AÑOS 2015-2013, VALORES EN EUROS</b>					
<b>Total producciones</b>	2015	2014	2013	Var. 2015/2014	Var. 2015/2013
<b>Monto total</b>	505.109.828	418.524.949	430.080.295	20,69%	17,45%
<b>Cantidad de espectadores</b>	78.144.469	66.077.957	67.172.150	18,26%	16,33%
<b>Estrenos</b>	286	299	292		

Fuente: Información entregada por ANICA, con datos de Cinetel.

## 7. Dinamismo de la demanda

Para poder analizar mejor los datos se presenta el siguiente gráfico que muestra el comparativo de los montos recaudados por las ventas de entradas versus la cantidad de espectadores que asistieron a las salas de cine desde el año 2006 hasta el 2015.



Fuente: ANICA<sup>50</sup> con datos de Cinetel<sup>51</sup>.

En el gráfico, el eje vertical de la izquierda corresponde a los volúmenes de venta (en euros) y el eje vertical derecho corresponde a la cantidad de entradas al cine que fueron vendidas durante cada año. Tendencialmente se mueven en sincronía, por lo que no existen grandes alzas de precio que incentiven una disminución de la asistencia al cine como tampoco el caso contrario.

<sup>50</sup> <http://www.anica.it/>

<sup>51</sup> <http://www.cinetel.it/>

### Utilidades de largometrajes en salas italianas según procedencia, 2014-2016



	2014	2015	2016
■ Italia	€ 9.984.927	€ 7.056.657	€ 18.229.638
■ Coproducciones	€ 117.230	€ -	€ 25.222
■ USA	€ 13.453.423	€ 15.644.003	€ 17.236.984
■ Europa	€ 5.003.502	€ 5.800.123	€ 3.026.035
■ Otros	€ 1.819.661	€ 160.426	€ 825.666

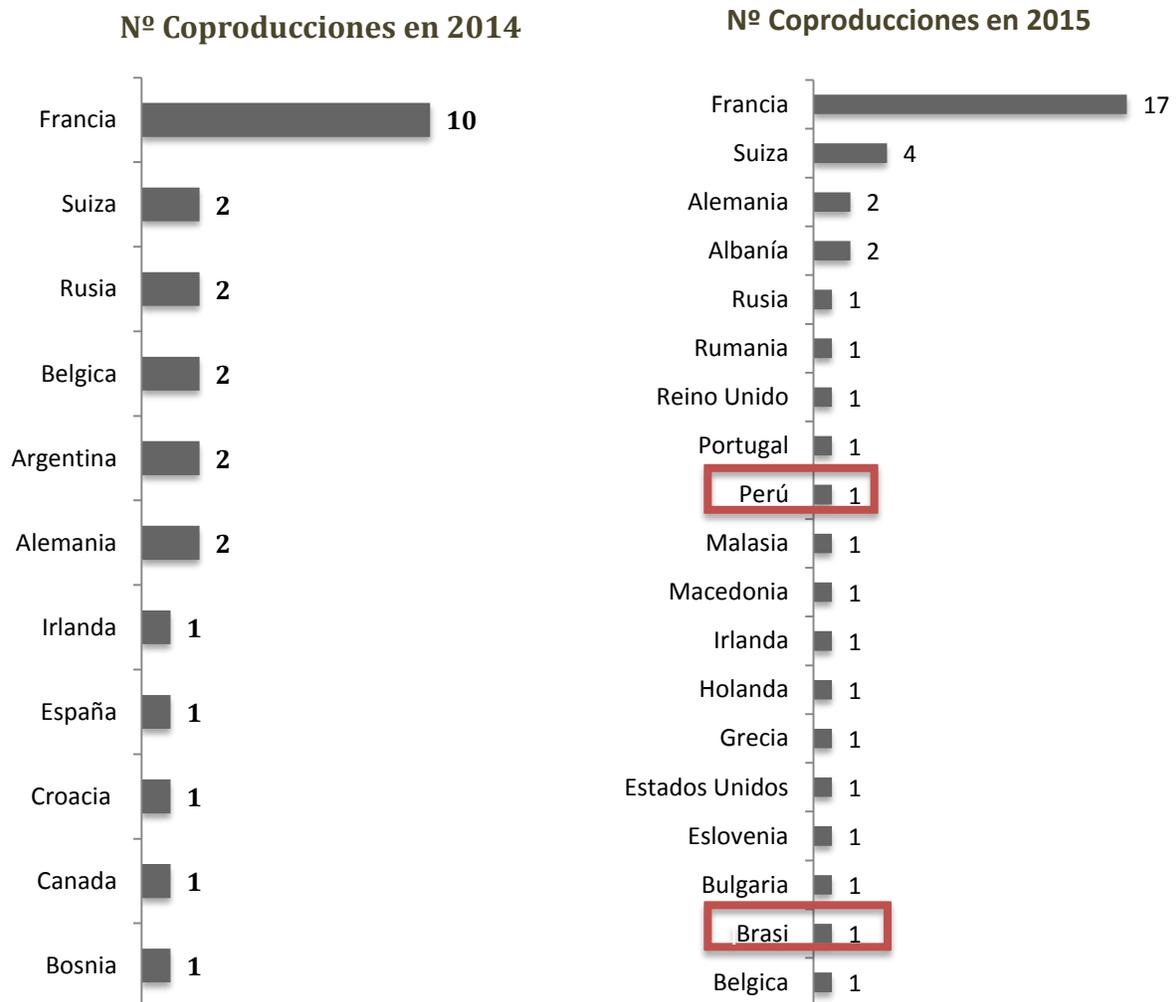
Fuente: ANICA<sup>1</sup> con datos de Cinetel<sup>1</sup>.

# V. Competidores

## 1. Principales proveedores externos

En 2015 Italia realizó 28 coproducciones (contra 21 coproducciones en 2014) por una mayor cantidad de asociaciones realizadas con otros países. De todos los países, Francia es el que más coproducciones hace con Italia.

Además, en 2015 comienzan a generarse coproducciones con países de América Latina: Perú y Brasil, países que cuentan con una importante colonia italiana.



Fuente: Dirección General Cine (Italia) MIBACT<sup>52</sup>.

<sup>52</sup> <http://www.beniculturali.it>

## VI. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios

El mercado italiano se encuentra abierto a la inserción de nuevos actores en el mercado. Durante 2015, ingresaron al mercado de las coproducciones italianas Perú y Brasil, por lo que Italia se abre a la posibilidad de coproducir material audiovisual con otros países.

Se hace necesario poder generar una estrategia para lograr obtener fondos destinados a la producción, sean estos por parte de privados que captan un beneficio de retorno de la inversión o beneficios fiscales, como aquellos entregados en modalidad “Tax Free” por parte del gobierno italiano.

Otro obstáculo será el lograr quitarle mercado a los actuales “líderes” de mercado, que en este caso serían para las coproducciones Francia y para la distribución de producciones extranjeras el líder indiscutido es Estados Unidos, tanto en cine y televisión.

Un aspecto relevante a tener en consideración es el idioma. Para facilitar el ingreso en el mercado italiano es importante saber que la comunicación tanto escrita como oral se realice preferentemente en italiano. En caso que esto no sea posible es indispensable hablar inglés a muy buen nivel.

En la cultura de negocios hay que tener presente que el empresario italiano es muy trabajador y cauto y, en general, conoce poco Chile. Suele confundirlo con algún otro país latinoamericano, algunos de los cuales no tienen una buena imagen. Todavía, en los últimos años la imagen de Chile ha ido cambiando, en la medida que ha habido mayor presencia en los medios de comunicación, mayor contactos entre empresas y presencia en ferias.

El empresario italiano es exigente en cuanto a calidad y cumplimiento y tiene bastante experiencia en hacer negocios y es fundamental mostrar ventajas y capacidades reales que se tienen, a través de material técnico informativo y muestras de calidad y ser flexible para aceptar modificaciones y condiciones comerciales.

## VII. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado

La industria cinematográfica italiana ha mostrado interés en el mercado chileno, firmándose un convenio bilateral entre ambas naciones, el cual busca fomentar y facilitar la realización de coproducciones.

Es por esto que a los realizadores de producciones audiovisuales se les recomienda principalmente informarse sobre fondos disponibles y cuáles son los focos de fomento que entrega el Gobierno y participar en los mercados internacionales, en donde los fondos son para toda la industria, no solo para el cine.

La creación de contactos internacionales, que puedan abrir el mercado hacia uno más global, es uno de los focos principales en los que las instituciones se encuentran trabajando.

Sin embargo, cabe señalar que en Italia suele ocurrir que, si bien se aprueban leyes y tratados, éstos no siempre cuentan con los fondos para poder ser realizados en la práctica, por lo que habría que consultar cada año su validez.

Durante las negociaciones de los acuerdos para la distribución de las películas en Italia, se debe tener presente que en este mercado todas las películas son dobladas al italiano y se recomienda contratar la asesoría de un experto en tributación y acceso impositivo, conocedor del Acuerdo Chile – UE dado que en su texto no hay claridad respecto a éstos para el sector audiovisual.

Por lo general, entrando en contacto con el mercado de Italia se debe observar atención en el vestir, porque este elemento refleja para los italianos los valores internos. Se considera una forma de mostrar respeto e interés por la contraparte. Además, es importante cumplir estrictamente los horarios y la solicitud anticipada de reuniones o encuentros. Aunque el interlocutor italiano parezca informal en modos y actitudes, apreciará siempre un trato coloquial respetuoso.

Italia no es un mercado homogéneo, cada una de las 20 regiones tiene características diferentes. Sin embargo, por sus características y tamaño de empresas ofrece amplias oportunidades a las empresas chilenas, no sólo de vender, sino de lograr encadenamientos productivos y proyectos de transferencia tecnológica y de Know-How.

Con referencia al sector audiovisual, para entrar en el mercado italiano es importante participar y/o asistir constantemente a las ferias, festivales y *marketplace* del sector audiovisual. Esto permite conocer la demanda y tendencias del consumidor italiano, actualizarse sobre producciones y know-how y realizar redes de contactos que son importantes para generar confianza en el empresario italiano, que generalmente es desconfiado cuando no conoce su interlocutor.

Una vez conquistado el cliente italiano, es importante implementar una política de mantención de mercado. Esto significa contacto permanente y visitas periódicas para conocer y estar al día respecto a sus necesidades, las tendencias del mercado y los nuevos requisitos.

Una correcta política de mantención de clientes facilitará el posicionamiento, permanencia y expansión en Italia: la buena opinión de un cliente es una excelente propaganda.

La política de mantención de clientes es un aspecto muy importante a cuidar para ingresar a este mercado. Como indicamos en el Capítulo VI, Italia tiene tradicionalmente relaciones con los Estados Unidos y con Europa, sobre todo Francia, Alemania y Bélgica y no es fácil para un empresario chileno entrar en este sector. Sin embargo, el mercado italiano en los últimos años se está abriendo y han ingresado a la coproducción italiana países de América Latina, como Perú y Brasil. Por lo tanto, aunque el mercado audiovisual italiano ya tiene una tradición muy fuerte, como muchos otros sectores, recientemente está viendo una transformación hacia una forma más global e intercultural y es posible encontrar contrapartes con las cuales colaborar aunque aún pueden ser escasas.

## VIII. Contactos relevantes

- **Festival de Venecia La Biennale**  
[www.labiennale.org](http://www.labiennale.org)  
Teléfono: 041-5218711  
Fax: 041-5218854  
E-Mail: [cinema@labiennale.org](mailto:cinema@labiennale.org)  
Dirección: Ca' Giustinian, San Marco 1364/A 30124 Venecia
- **Festival de Cine Latino Americano, Trieste**  
[www.cinelatinotrieste.org](http://www.cinelatinotrieste.org)  
Teléfono: 040-3754350  
Celular: 347-2364535  
E-Mail: [Latinotrieste@yahoo.com](mailto:Latinotrieste@yahoo.com)  
Dirección: A. Diaz 27, 34100 Trieste
- **Festival de cine de Roma**  
[www.romacinemafest.it](http://www.romacinemafest.it)  
Teléfono: 064-0401900  
Fax: 064-0401700  
E-Mail: [info@romacinemafest.org](mailto:info@romacinemafest.org)  
Dirección: Via degli Scialoja 3 00196, Roma
- **Ministerio de actividad cultural y turismo**  
[www.beniculturali.it](http://www.beniculturali.it)  
Teléfono: 066-7235338
- **Cinetel**  
[www.cinetel.it](http://www.cinetel.it)  
Teléfono: 069-9585252  
E-Mail: [realtime@cinetel.it](mailto:realtime@cinetel.it)
- **Anica**  
[www.anica.it](http://www.anica.it)  
Teléfono: 064-425961  
E-Mail: [anica@anica.it](mailto:anica@anica.it)

# IX. Fuentes de información

## Chilenos

- Chile Audiovisual  
Institución dependiente del Consejo Nacional de Cultura y las Artes, Gobierno de Chile, el cual tiene como rol dar a conocer y fomentar los beneficios entregados por el gobierno para el fomento del sector.  
[www.chileaudiovisual.cl](http://www.chileaudiovisual.cl)
- Asociación de Productoras de Cine Publicitario.  
[www.apcp.cl](http://www.apcp.cl)
- Servicio Nacional Aduanero de Chile.  
[www.aduana.cl](http://www.aduana.cl)
- Archivo de leyes chilenas, Biblioteca Nacional.  
[www.leychile.cl](http://www.leychile.cl)
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes  
Fondos disponibles para distintos proyectos artísticos.  
[www.fondosdecultura.gob.cl](http://www.fondosdecultura.gob.cl)
- Servicio Impuestos Internos Chile.  
[www.sii.cl](http://www.sii.cl)

## Italianos

- Asociación Nacional de Industria Cinematográfica, Audiovisual y Multimedia.  
[www.anica.it](http://www.anica.it)
- Unión de Industrias y de las Empresas de Roma, Frosinone, Rieti y Viterbo.  
[www.un-industria.it](http://www.un-industria.it)
- CINETEL. Entidad que estudia el mercado del cine en Italia.  
[www.cinetel.it](http://www.cinetel.it)

- Ministerio de Cultura y bienes Artísticos.  
[www.beniculturali.it](http://www.beniculturali.it)
- Eurimages. Entidad perteneciente a la Unión Europea como institución para fomentar y desarrollar el cine entre sus países miembros.  
[www.coe.int/t/dg4/eurimages/default\\_en.asp](http://www.coe.int/t/dg4/eurimages/default_en.asp)
- Cultural Heritage. Entidad de la Unión Europea para fomentar y desarrollar la cultura entre sus países miembros.  
[www.ec.europa.eu/culture/index\\_es.htm](http://www.ec.europa.eu/culture/index_es.htm)
- Página que reúne a las principales distribuidoras de cine italianas.  
[www.filmitalia.org/p.aspx?t=distributors&si=380&l=it](http://www.filmitalia.org/p.aspx?t=distributors&si=380&l=it)

# X. Anexos

## Anexo 1: “Acuerdo de Coproducción entre Chile e Italia”

<https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=1053592>

## Anexo 2: “Solicitud Certificado Nacionalidad y Coproducción”

<https://chileaudiovisual.cultura.gob.cl/archivos/Solicitud%20certificados%202017%20v.2.pdf>

## Anexo 3: “Mercado Internacional en Italia”

Mercado	Detalle	Mes	Página Web
<b>MIA, International Audiovisual Market   The Business Street</b>	Fest. Int. de Cine de Roma	Oct	<a href="http://www.miamarket.it/en/presentazione-2/">www.miamarket.it/en/presentazione-2/</a>

## Anexo 4: “Festivales Internacionales de Cine”

Festival	Mes	Página Web
<b>Festival Internacional de Cine de Venecia</b>	Agosto-Septiembre	<a href="http://www.labiennale.org">www.labiennale.org</a>
<b>Festival Internacional de Cine de Roma</b>	Octubre	<a href="http://www.romacinemafest.it">www.romacinemafest.it</a>
<b>Festival Internacional de Cine Documental dei Popoli</b>	Noviembre	<a href="http://www.festivaldeipopoli.org">www.festivaldeipopoli.org</a>
<b>Festival Internacional de Cine de Torino</b>	Noviembre	<a href="http://www.torinofilmfest.org">www.torinofilmfest.org</a>

## Anexo 5: “Calificación de las producciones cinematográficas”

<https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=206396>

## Anexo 6: “Asociación de Productoras de Cine y Televisión (APCT) de Chile”

<http://www.apct.cl/socios/>

## Anexo 7: “Asociación de Productoras Independientes (API) de Chile”

<https://apichile.com/>