



AI & CINEMA: UN NUOVO PARADIGMA GLOBALE

INTERNATIONAL MBA



FRANCESCA CATRICALÀ
ELENA CORPETTI
ANTONIO SCIALLETTI

BETTER MANAGERS
FOR A BETTER WORLD

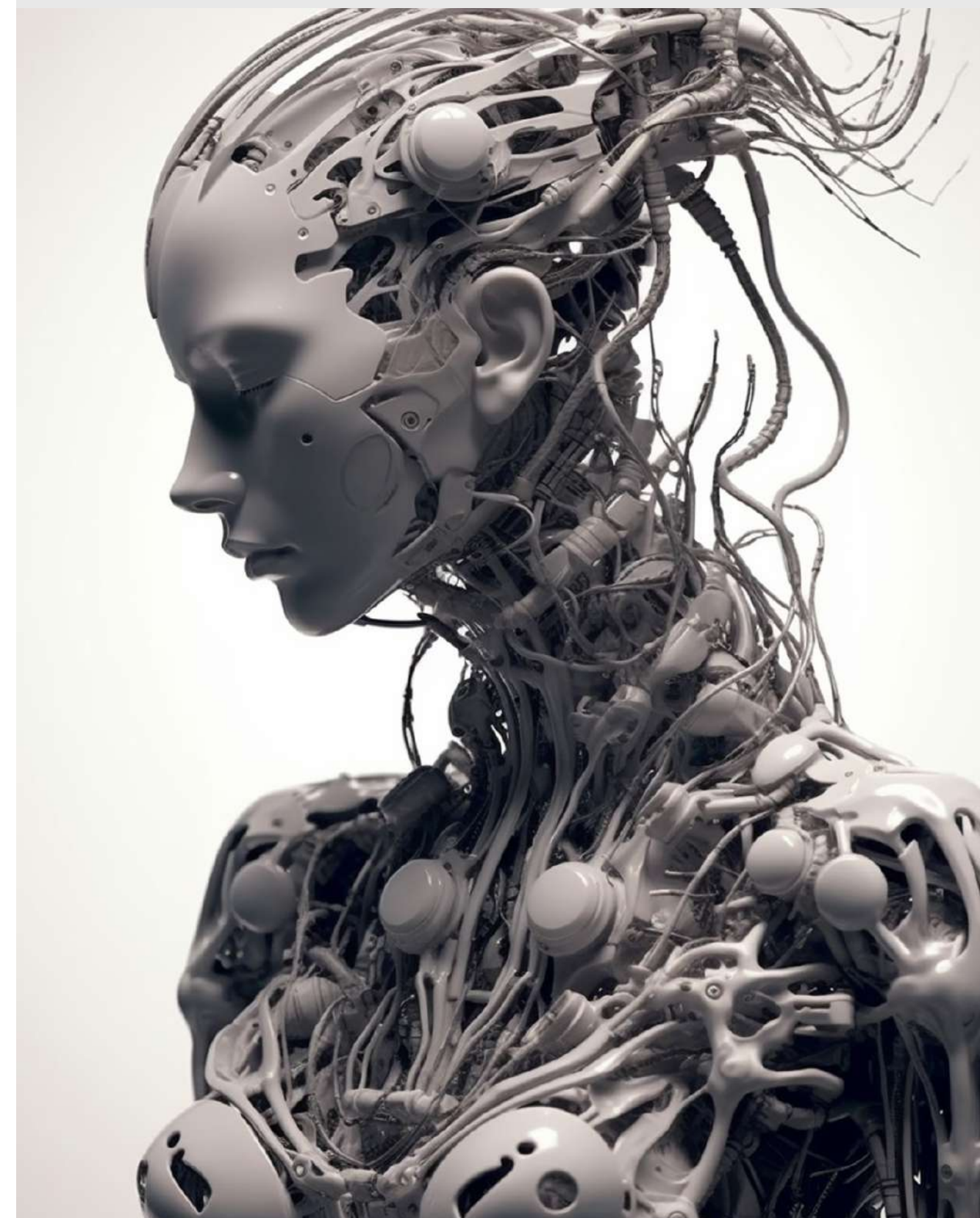


PIONIERE VITTIMA

La trasformazione digitale é una questione di mentalitá, non solo di tecnologia

Una Nuova Era per il Cinema

Il cinema ha sempre vissuto momenti di grande **cambiamento**. L'arrivo del sonoro negli anni '30 ha rivoluzionato l'industria cinematografica, proprio come l'introduzione del colore ha trasformato l'estetica del grande schermo. Negli anni '90, gli effetti speciali in **CGI** hanno cambiato le regole del gioco, dando vita a mondi digitali straordinari, mentre l'emergere dello **streaming** ha stravolto il tradizionale modello di distribuzione dei film. Oggi, ci troviamo all'inizio di una nuova metamorfosi: **l'intelligenza artificiale sta ridefinendo il concetto stesso di cinema**, non solo nei processi tecnici, ma anche nel modo in cui le storie vengono raccontate, distribuite e vissute dagli spettatori.



PIONIERE VITTIMA

Immaginiamo ora un regista nel 2030.

Non si trova più su un set tradizionale con una troupe di centinaia di persone, ma in uno **studio immersivo**, circondato da schermi digitali e tecnologie AI. **L'ambientazione** del suo film non viene più costruita fisicamente, ma generata in tempo reale da un **algoritmo di deep learning**. I **dialoghi** vengono perfezionati e adattati all'istante in base alle reazioni del pubblico durante le anteprime. La **distribuzione** del film è completamente **personalizzata**: lo spettatore non guarda una pellicola standard, ma una **versione modellata sui suoi gusti personali**, con scene, musiche e finali che cambiano grazie agli algoritmi di machine learning. **Questo scenario, che solo pochi anni fa sarebbe sembrato pura fantascienza, è ora una possibilità concreta.** Il mercato globale del cinema è in crescita e si prevede che raggiunga un valore di **100 miliardi di dollari entro il 2026**, ma per rimanere competitivi, almeno il 60% delle produzioni dovrà integrare tecnologie AI. Il settore cinematografico italiano, pur mantenendo numeri complessivi stabili, deve rinnovarsi per restare al passo. Secondo i dati di **Cinetel 2024**, gli incassi del cinema hanno toccato i 493,9 milioni di euro, con 69,7 milioni di spettatori, mantenendo una stabilità rispetto al 2023. Tuttavia, **il 54,2% del mercato è in mano a film statunitensi, mentre le produzioni italiane si fermano al 24,6%.** Questa situazione mette in luce una sfida importante per l'industria cinematografica italiana: come può **competere in un mercato dominato da colossi internazionali e in continua evoluzione tecnologica?**



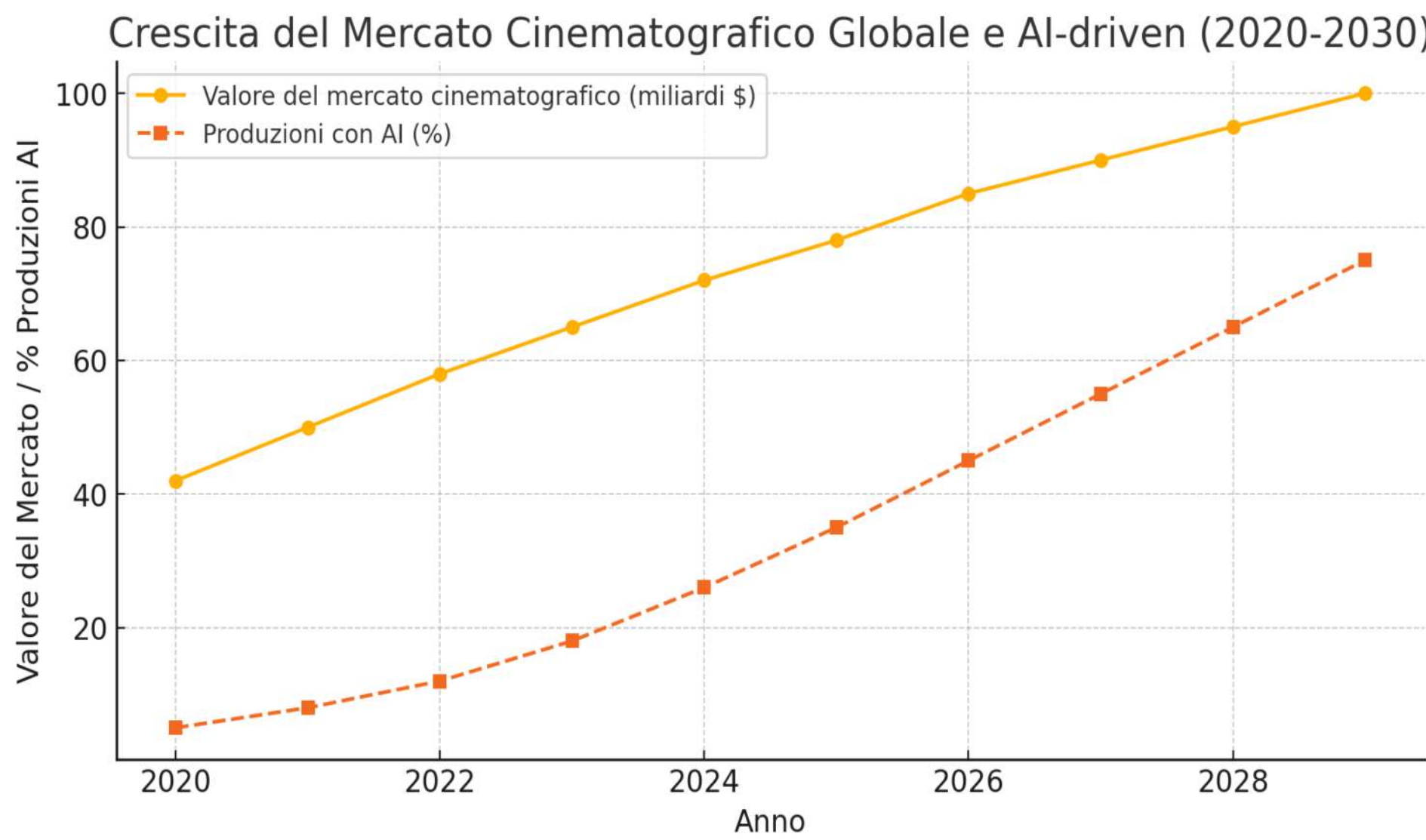
L'Impatto Globale dell'AI nel Cinema

L'intelligenza artificiale sta diventando il motore di una nuova rivoluzione nel mondo del cinema, cambiando radicalmente **la produzione, la distribuzione e il marketing** in modi che prima sembravano impossibili.

Oggi, la tecnologia basata sull'AI non si limita più a strumenti di editing avanzati o effetti speciali; è diventata una **parte fondamentale del processo creativo**. Automatizza e ottimizza le operazioni, **riducendo costi e tempi di lavorazione**, e influisce sulle scelte del pubblico.

Secondo le previsioni di mercato, **il settore cinematografico globale potrebbe toccare i 100 miliardi di dollari entro il 2026**.

Per rimanere competitivi, almeno il 60% delle produzioni dovrà abbracciare le tecnologie AI. In sostanza, adottare l'AI non è più solo un'opzione, ma una vera e propria necessità per restare al passo.

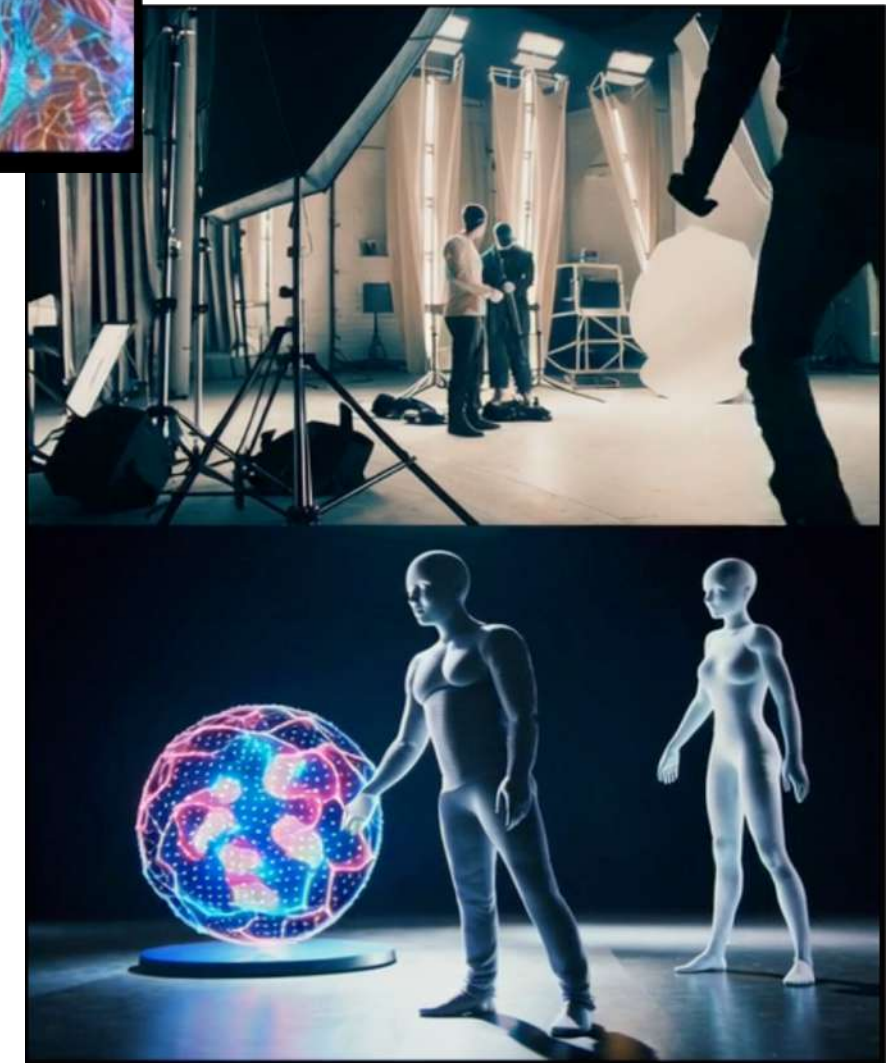


Produzione AI-Driven: La Fine del Set Tradizionale?

L'utilizzo dell'AI nei processi di produzione è già una realtà consolidata. Strumenti come **GANs (Generative Adversarial Networks)** e **deep learning** permettono di generare ambienti digitali in tempo reale, riducendo drasticamente i costi delle scenografie e delle riprese in location fisiche. I film non sono più prodotti solo con attori in carne e ossa, ma con **avatar digitali e scenografie interamente virtuali**, sviluppati con un realismo tale da rendere difficile distinguere tra riprese reali e CGI.

L'esempio più noto è quello di **The Irishman di Martin Scorsese**, in cui la tecnologia AI ha consentito il de-aging digitale di Robert De Niro e Al Pacino, permettendo loro di interpretare i loro personaggi in fasi della vita diverse senza l'uso di attori sostitutivi. Questo ha eliminato la necessità di casting multipli e ha offerto una continuità visiva inedita.

Un ulteriore salto in avanti è rappresentato da **The Prompt (Fantomatica, 2024)**, una produzione interamente generata con **AI**. Questa innovativa sperimentazione dimostra come l'AI possa scrivere sceneggiature, animare personaggi e persino scegliere le migliori inquadrature in tempo reale. L'intero film è stato realizzato senza attori reali, senza set fisici e con una post-produzione completamente automatizzata.



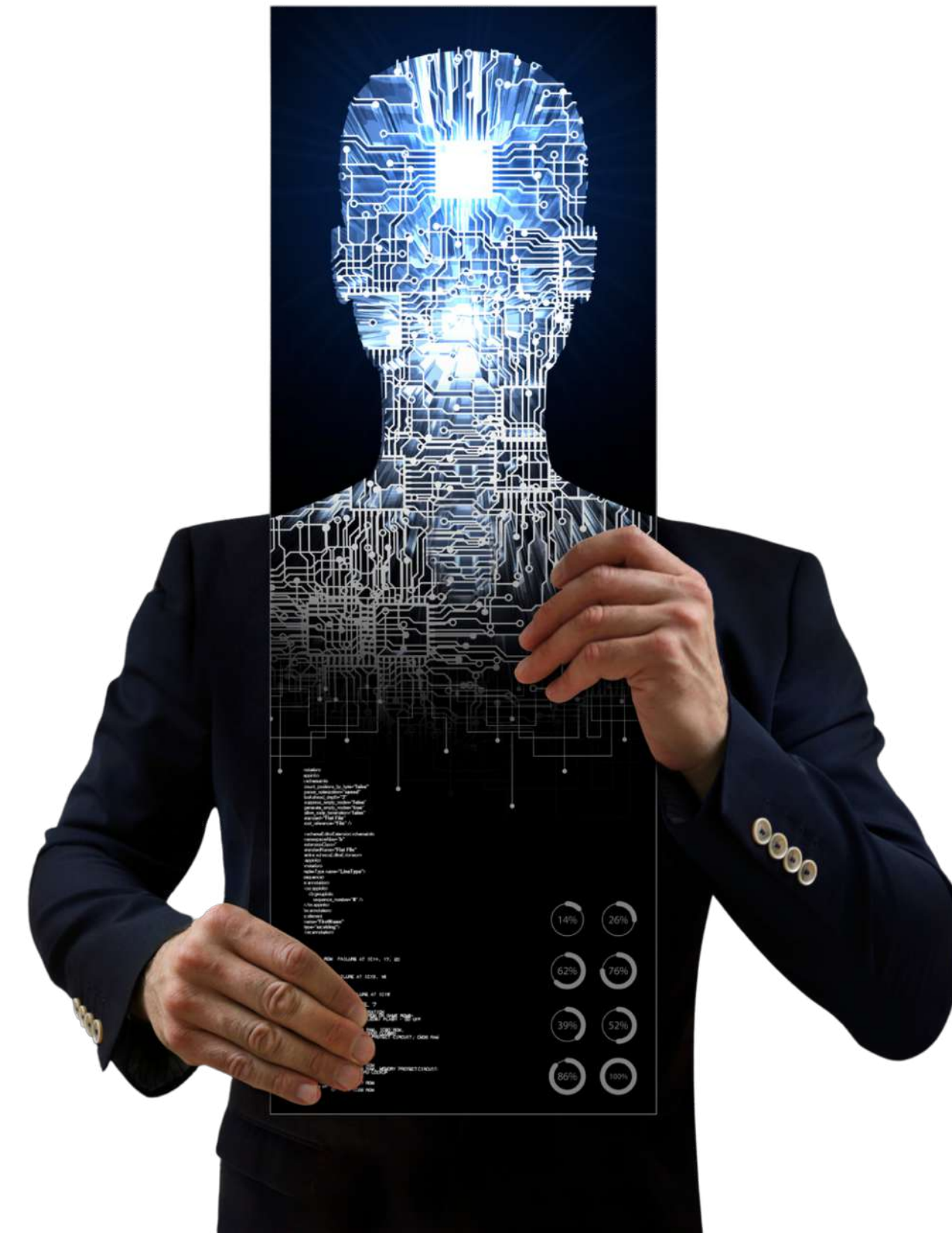
Distribuzione: L'AI Guida il Pubblico Verso i Contenuti

L'AI sta cambiando radicalmente il modo in cui pensiamo alla distribuzione dei film. Infatti, il 70% delle visualizzazioni su **Netflix** è influenzato da **algoritmi di raccomandazione** che utilizzano l'AI per analizzare le preferenze e i comportamenti di visione degli utenti, suggerendo contenuti su misura. Ma non è solo Netflix a beneficiarne; anche il mercato cinematografico tradizionale sta subendo questa trasformazione. **Alcuni multiplex stanno iniziando a utilizzare l'AI per prevedere l'affluenza e ottimizzare la programmazione dei film**, cercando di massimizzare i ricavi in base ai trend di consumo locali.

I cinema più piccoli stanno abbracciando modelli basati sui dati, adattando l'offerta di film in tempo reale in base alle prenotazioni e agli interessi specifici del pubblico locale. Questo potrebbe segnare la **fine del tradizionale sistema di programmazione rigida e dare il via a un'esperienza cinematografica più personalizzata e flessibile.**

Marketing e Pubblicità: Contenuti Personalizzati in Tempo Reale

L'AI sta cambiando il volto del marketing cinematografico in modo sorprendente. Oggi, le campagne pubblicitarie non si limitano più a trailer generici e poster statici; si basano invece **su contenuti dinamici e personalizzati in tempo reale**, creati su misura per i gusti e i comportamenti degli utenti online. Grazie agli strumenti di **analisi dei big data**, le case di produzione possono scoprire quali scene di un film catturano maggiormente l'attenzione del pubblico e ottimizzare le loro strategie promozionali di conseguenza. Questo approccio ha già dimostrato di avere **un impatto reale: grazie all'AI, l'efficacia delle campagne pubblicitarie sui social media è aumentata del 40%**, portando a un ritorno sugli investimenti notevolmente superiore rispetto ai metodi tradizionali.



L'Evoluzione del Pubblico e dei Modelli di Consumo

Il modo in cui il pubblico consuma i contenuti cinematografici sta cambiando rapidamente. Se in passato l'esperienza di visione era **monolitica e uguale per tutti**, oggi gli spettatori cercano esperienze **personalizzate, interattive e flessibili**.

La Nuova Geografia delle Sale Cinematografiche

Secondo i dati **Cinetel 2024**, il pubblico cinematografico italiano sta mostrando una tendenza ambivalente. Da un lato, le **sale urbane e di prossimità stanno registrando un aumento delle presenze**, mentre i **multiplex tradizionali mostrano un leggero calo**. Questo indica che gli spettatori sono sempre più attratti da esperienze più intime e personalizzate, piuttosto che dalle grandi strutture impersonali.

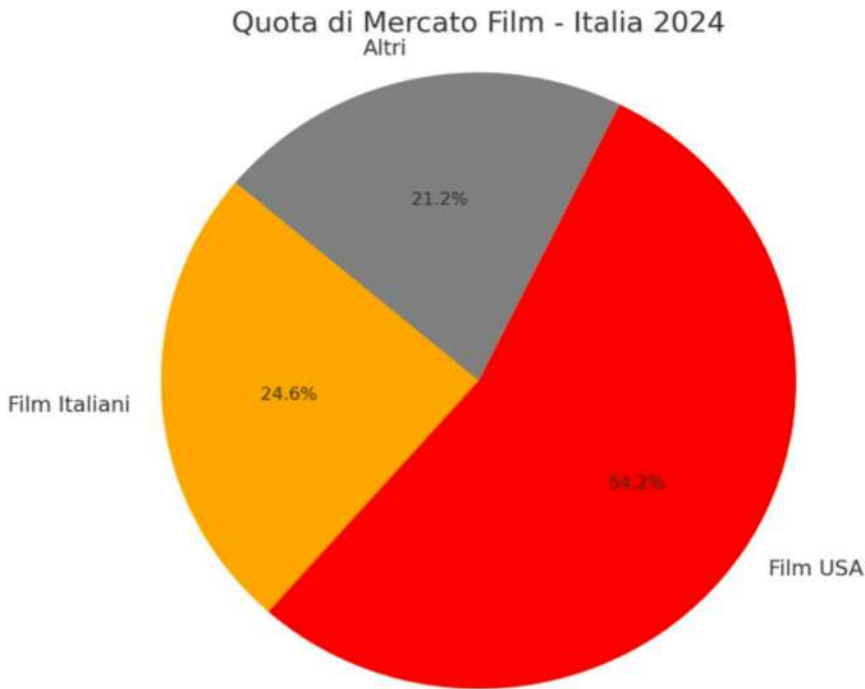
L'aumento della quota di mercato dei film italiani suggerisce che le produzioni nazionali stanno lentamente recuperando terreno, ma il gap con i film americani resta significativo.

Streaming e Interattività: Il Cinema diventa un'Esperienza Personalizzata

I consumatori moderni vogliono **esperienze interattive**. Il **50% dei giovani tra i 18 e i 34 anni** è più propenso a guardare contenuti interattivi generati da AI. Questo trend è già evidente nel successo delle serie **a scelta multipla** come *Bandersnatch*, che offrono al pubblico la possibilità di modificare la trama in base alle proprie scelte.

Le piattaforme streaming stanno sperimentando **film modulari**, in cui l'AI crea versioni personalizzate di una stessa pellicola, adattando dialoghi, montaggio e addirittura la trama in base alle preferenze dello spettatore. Questa tecnologia potrebbe **rivoluzionare completamente il concetto di cinema**, rendendolo un'esperienza unica per ogni spettatore.

Anno	Incassi (milioni €)	Biglietti Venduti (milioni)	Quota Film Italiani (%)	Quota Film USA (%)
2022	450.0	67.2	22.5	56.0
2023	475.0	68.5	24.1	55.5
2024	493.9	69.7	24.6	54.2



Le Sfide dell'AI nell'Industria Cinematografica

Nonostante le incredibili opportunità, l'adozione dell'AI nel cinema presenta diverse sfide. **La resistenza culturale** è ancora forte tra i professionisti del settore, che temono una perdita dell'autenticità artistica. **I costi di implementazione** restano elevati, limitando l'adozione dell'AI alle grandi produzioni. Inoltre, vi sono complesse **questioni legali e di copyright**: chi detiene i diritti su un film generato interamente con AI?

Il settore dovrà affrontare un lungo percorso di regolamentazione, bilanciando **innovazione e tutela della creatività**. L'integrazione dell'intelligenza artificiale nell'industria cinematografica non è priva di ostacoli. Sebbene le opportunità offerte dall'AI siano immense, esistono barriere di natura **culturale, economica e normativa** che potrebbero rallentarne l'adozione su larga scala.

Resistenza Culturale e Paura della Sostituzione Creativa

Uno degli aspetti più dibattuti riguarda il **ruolo della creatività umana** nel cinema. Registi, sceneggiatori e attori vedono con sospetto l'introduzione dell'AI, temendo che possa sostituire il lavoro artistico umano. In effetti, la scrittura automatizzata delle sceneggiature e la generazione di personaggi digitali **sollevano interrogativi sull'originalità e sull'autorialità delle opere cinematografiche**.

L'AI può davvero sostituire la visione artistica di un regista? O si tratta solo di uno strumento da integrare nel processo creativo? L'industria dovrà trovare un equilibrio tra innovazione e tutela del valore umano nella narrazione cinematografica.

Il mercato multimediale italiano, con la sua ricca tradizione nel cinema, nella televisione e nella pubblicità, affronta sfide significative nell'adozione dell'intelligenza artificiale (IA) e di altre tecnologie emergenti.

► **RESISTENZA CULTURALE**

► **COMPETENZE DIGITALI E INVESTIMENTI LIMITATI**

► **OPPORTUNITÀ e IL RISCHIO DI RIMANERE INDIETRO**

Costi Elevati e Barriere di Accesso

Sebbene l’AI possa ridurre i costi operativi nel lungo periodo, l’adozione iniziale di queste tecnologie richiede **investimenti ingenti**. Le case di produzione indipendenti spesso non dispongono delle risorse necessarie per implementare strumenti AI avanzati, creando una disparità tra le grandi major di Hollywood e le produzioni più piccole.

Uno studio McKinsey ha rilevato che **il 70% delle case di produzione minori ritiene troppo elevati i costi di ingresso nell’AI-driven cinema**, mentre le grandi società hanno già destinato parte dei loro budget allo sviluppo di algoritmi personalizzati per la produzione e il marketing cinematografico.

Aspetto	Benefici dell’AI	Sfide dell’AI
Costi di Produzione	Riduzione fino al 30%	Investimenti iniziali elevati
Effetti Visivi	Qualità visiva avanzata	Resistenza culturale
Sceneggiatura AI	Creazione più veloce e adattiva	Etica e originalità narrativa
Personalizzazione	Esperienza spettatore su misura	Privacy e protezione dati
Marketing AI	Targeting dinamico e predittivo	Problemi di copyright

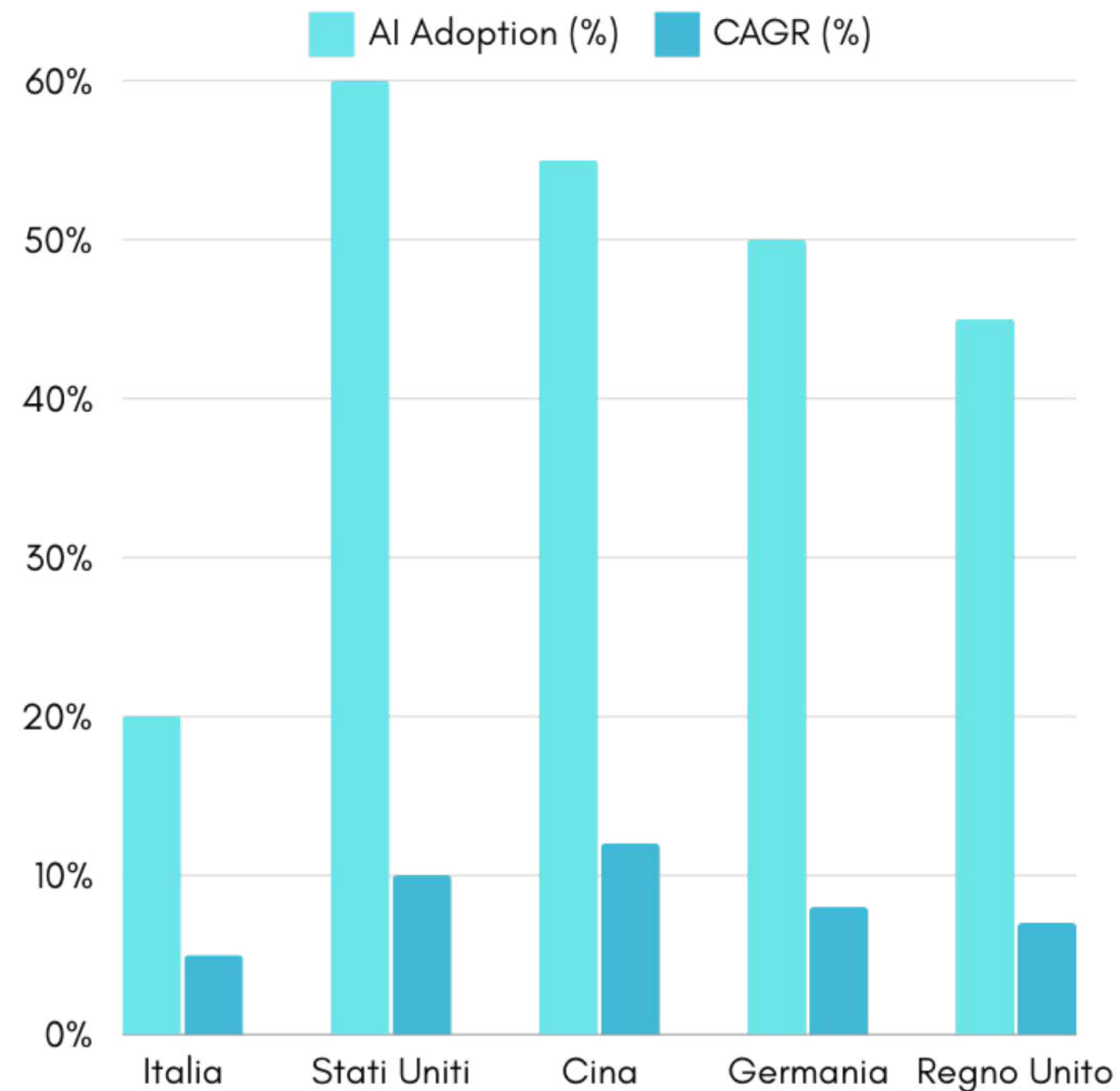
Problemi di Copyright e Regolamentazione

Uno dei maggiori problemi legali riguarda la **proprietà intellettuale** delle opere create con AI. Chi detiene i diritti su un film generato interamente da algoritmi? Come vengono tutelati i creativi umani quando il contenuto viene prodotto in gran parte da software?

In Europa, il **Parlamento Europeo sta già discutendo nuove regolamentazioni sul copyright AI**, mentre negli Stati Uniti i sindacati del settore hanno espresso preoccupazione per la possibilità che le major cinematografiche utilizzino AI per ridurre i costi di produzione a discapito degli artisti umani.

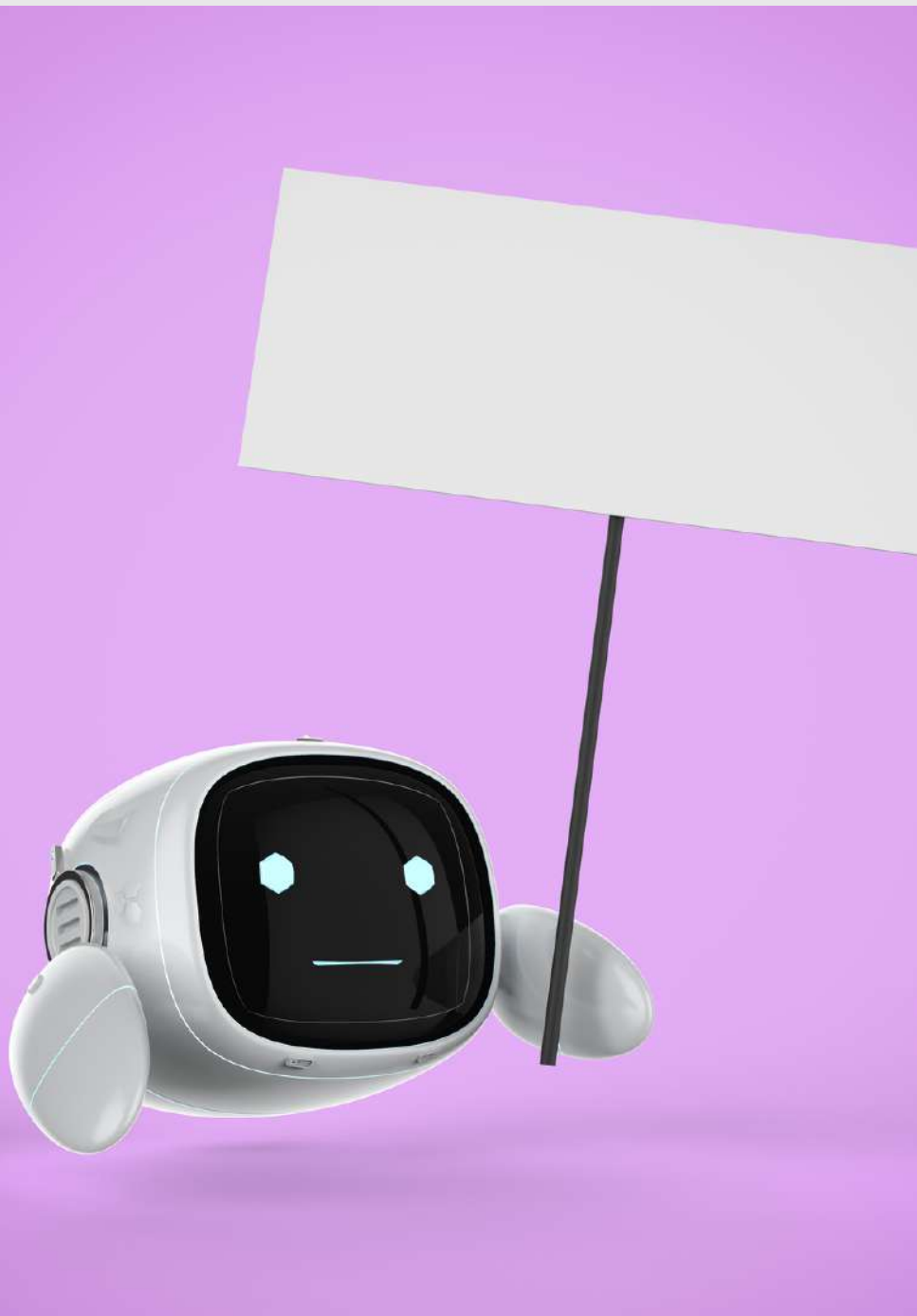
Questa incertezza normativa rappresenta una delle sfide più grandi per il settore, ed è probabile che nei prossimi anni vengano introdotte nuove leggi per regolamentare l’uso dell’AI nella produzione audiovisiva.

Sfruttare l'intelligenza artificiale è fondamentale per mantenere la competitività del mercato multimediale italiano a livello globale.



Per cogliere le opportunità emergenti e preservare la competitività internazionale, il mercato multimediale italiano deve superare le resistenze culturali e colmare il divario nelle competenze digitali, abbracciando pienamente l'IA e altre tecnologie avanzate.

IL RUOLO DELLA CONSULENZA STRATEGICA



L'Analisi dei Dati come Chiave di Successo

Uno degli strumenti più potenti che l'AI mette a disposizione è l'**analisi predittiva dei dati**. Grazie all'uso del machine learning, le case di produzione possono oggi **prevedere il potenziale successo di un film prima ancora della sua uscita**, analizzando fattori come il comportamento del pubblico, le tendenze di mercato e il successo di titoli simili nel passato. Leonardo Maria Del Vecchio ha recentemente investito nel settore cinematografico acquisendo **il 13,7% di Leone Film Group**, evidenziando come il futuro del cinema passi per strategie data-driven e investimenti mirati in nuove tecnologie.

Ottimizzazione della Produzione e della Distribuzione

Uno dei maggiori vantaggi della consulenza strategica nell'adozione dell'AI è l'**ottimizzazione della produzione**. Grazie all'automazione dei processi creativi e tecnici, si possono ridurre i tempi di lavorazione di un film **dal 30% al 50%**, con un impatto significativo sui costi di produzione. Inoltre, l'AI può migliorare la **distribuzione cinematografica**, suggerendo strategie basate sui dati per **decidere in quali sale proiettare un film**, quali fasce orarie garantiscono maggiore affluenza e quali città hanno maggiore interesse per determinati generi cinematografici.

Strategia	Impatto dell'AI
Previsione del Successo	Accuratezza del 75% nelle proiezioni di box office
Ottimizzazione della Produzione	Riduzione del 30-50% nei tempi di lavorazione
Distribuzione Mirata	Aumento del 20% nel ritorno sugli investimenti

Conclusioni e Prospettive Future

L'intelligenza artificiale non è più una tecnologia sperimentale, ma una realtà che sta già ridefinendo l'industria cinematografica. I prossimi anni saranno cruciali per comprendere fino a che punto l'AI cambierà il cinema, e se questa rivoluzione sarà in grado di bilanciare innovazione tecnologica e tutela della creatività artistica.

Le previsioni di mercato indicano che, entro il 2040, il cinema potrebbe diventare un'industria completamente AI-driven, in cui i film non saranno più prodotti in modo tradizionale, ma generati dinamicamente in base alle preferenze del pubblico. La personalizzazione e l'interattività saranno elementi chiave, portando alla nascita di una nuova forma di narrazione cinematografica.

Tuttavia, per garantire il successo di questa transizione, sarà necessario sviluppare regolamentazioni chiare, investire in formazione per i professionisti del settore e promuovere un utilizzo etico dell'AI.

L'industria cinematografica italiana, se saprà cogliere queste opportunità, potrà rafforzare la propria competitività a livello globale, valorizzando la propria tradizione artistica e al contempo sfruttando le potenzialità delle nuove tecnologie.

Il futuro del cinema non sarà solo guardare un film, ma viverlo.

