

Si rinnovano cori di ottimismo e entusiasmo per i modesti risultati della campagna "Cinema Revolution", ma quasi nessuno si domanda se lo stato di salute del cinema nazionale sia realmente migliorato.

Su queste colonne di "Key4biz", abbiamo pubblicato ieri l'altro martedì 4 luglio 2023 un lungo articolo che prendeva spunto dall'avvio dell'edizione n° 12 di "Ciné - Giornate di Cinema" a Riccione, la manifestazione estiva di "networking" e di aggiornamento professionale dell'industria cinematografica promossa da **Anica** (produttori), in collaborazione con **Anec** (esercenti), sostenuta dal **Ministero della Cultura** (che la sovvenziona attraverso la *Direzione Cinema e Audiovisivo*): nel nostro intervento, manifestavamo varie e variegate perplessità su due questioni-chiave che agitano il settore, il crollo della quota del "box office" del cinema italiano nonostante il diffuso entusiasmo sugli effetti della campagna promozionale "Cinema Revolution", e l'emergente rischio-bolla per quanto riguarda il tanto decantato "tax credit" (vedi "Key4biz" del 4 luglio 2023, "[Vera 'revolution' o rischio 'grande bolla' per il cinema italiano?](#)").

Prevedevamo che nulla di nuovo e significativo sarebbe emerso dal convegno organizzato dalla rivista "Box Office" (gruppo editoriale **e-duesse**), dal titolo pur provocatorio "Cinema Italiano: è vera revolution?". E così è stato, e se ne ha conferma anche leggendo i dispacci di agenzia ed i resoconti giornalistici in argomento (peraltro assai modesta la ricaduta mediale dell'iniziativa).

Se **IsiCult** - curatore della rubrica "[ilprincipenudo](#)" per il quotidiano online "Key4biz" - chiudeva l'articolo proprio in coincidenza dell'avvio del convegno (alle ore 15), a distanza di poco le agenzie battevano le prevedibili dichiarazioni, ovviamente entusiaste, del Presidente dell'Anica, **Francesco Rutelli**. Ecco cosa ha scritto **Ansa** in un dispaccio delle ore 16.26 ed in un successivo delle 17:38 di ieri l'altro.

In sintesi: "il cinema è tornato in salute".

L'Anica: "il cinema italiano è tornato in salute"

Evidentemente nella kermesse di Riccione prevale un concetto tutto particolare di "salute" in relazione alle condizioni attuali della cinematografia italiana... Il classico ed eterno **Nunzio Filogamo** di "Tutto va bene, Madama la Marchesa!" ???

Ecco le tesi (non nuove).

Luigi Lonigro, Presidente dell'Unione Editori e Distributori dell'Anica (ma è anche Direttore 01 Distribution di RaiCinema): *"al momento abbiamo due certezze: aver lasciato il peggio alle nostre spalle e avere ancora tanto da lavorare tutti insieme per recuperare quello che ancora manca al nostro mercato per allinearsi con i numeri pre-pandemia. Nel primo semestre 2023, abbiamo visto il nostro box office riacquistare energia. Merito innanzitutto del prodotto che è sempre al centro della nostra industria, ma anche e soprattutto della campagna Cinema Revolution, che ci ha consentito già nel mese di giugno di superare le presenze dello stesso mese del 2019, un'estate record per il nostro mercato. I numeri del prodotto nazionale, in questa estate, non sono ancora in linea con le nostre aspettative e con gli sforzi del Mic, ma questo non ci preoccupa perché eravamo certi che questo sarebbe stato un lavoro più lungo".*

Lonigro e quindi l'Anica non si preoccupa che nel mese di giugno 2023, il cinema italiano ha toccato il fondo, con una quota del 7 % sul totale degli incassi botteghino: se fosse sceso all'1 % si sarebbe preoccupato?!

Non sarebbe opportuno volgere lo sguardo su quel che avviene in altri Paesi europei, Francia in primis (vedi... *infra*)?.

Luigi Lonigro (Anica / RaiCinema): "la sottosegretaria Borgonzoni è uscita dalla sola politica ed è diventata un 'uomo di mercato'"

Ma **Luigi Lonigro** è andato oltre: *"ci sono stati falsi miti nel tempo, che hanno condizionato il mercato, come quello per cui il pubblico non va in sala in estate. Cinetel è un'eccellenza assoluta che ci ha permesso di fare analisi dettagliate; abbiamo avuto un recupero incredibile entro fine giugno, cosa che succede se ci sono 'i titoli', la campagna di comunicazione, se siamo competitivi a livello europeo. Siamo stati l'unico territorio al mondo ad avere un sostegno illuminato del Mic, in cui tutta la filiera è stata allineata: siamo il territorio in Europa che ha perso meno sale cinematografiche; la sottosegretaria Borgonzoni è uscita dalla sola politica ed è diventata un 'uomo di mercato', capendo e sostenendo i nostri problemi. Ricordo che, a questo proposito, Cinema Revolution è un progetto triennale: un'opportunità per costruirci il nostro futuro. Ci vuole soprattutto comunione d'intenti".* Al di là del simpatico inchino di fronte a Sua Eccellenza la Sottosegretaria Illuminata e Professional, allora è proprio "vera revolution", suvvia!!!

La gentile Sottosegretaria sarà anche divenuta... "un uomo di mercato" (sic), ma il problema

è capire a **quale "mercato"** ci si riferisca. Un mercato immaginario? Desiderato?? Utopico???

Tutta questa euforia e tutto questo orgoglio ci sembrano veramente infondati.

Basati sull'emotività (d'accordo "ottimismo della volontà...", ma qui si esagera!), non sui dati (di mercato, appunto).

Ottimismo ad oltranza anche da un altro esponente dell'**Anica**, il Presidente dell'Unione Produttori dell'Anica **Benedetto Habib** (che è anche titolare della nota società di produzione **Indiana**): *"i nostri film sono stati a festival importanti come Berlino e Cannes e, in più, c'è stato un ritorno del pubblico in sala per vedere film italiani. E sono sicuro che anche il prossimo autunno ci darà grandi soddisfazioni sia per partecipazioni a Festival sia soprattutto per il pubblico in sala. Ma il contesto si sta sempre più complicando, come del resto era previsto. È necessario un sistema certo di supporto ed un rapporto semplificato con la pubblica amministrazione. Il Tax Credit che ormai interessa tutta la filiera deve arrivare velocemente nella disponibilità delle aziende, servono certezze sulle modalità e tempi. E poi c'è il tema delle finestre a protezione della sala che ha dominato la discussione degli scorsi mesi e ora sembra essere stato pacificato con una norma che sta penalizzando solo i film italiani. Quella oggi in vigore è una norma che non serve a nulla"*.

E poco dopo **Francesco Rutelli**, il rappresentante apicale della principale associazione degli imprenditori cinematografici (la confindustriale **Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive Digitali**): *"la stagione estiva nelle sale ha avuto un avvio molto positivo, anche grazie al sostegno del Ministero, con l'impegno del Sottosegretario Borgonzoni, e alla collaborazione delle associazioni della filiera cinematografica. Il momento economico ha segni positivi, ma il persistere di un'inflazione più alta rischia di dividere il pubblico tra quelli che possono e quelli che non possono spendere: mai dimenticare che il cinema resta l'intrattenimento più popolare. Dunque, tutta l'industria è chiamata a confermare e rafforzare i segni di ripresa: distributori e produttori, come gli esercenti, nell'individuare il proprio pubblico e nel comporre l'offerta guardando sia a ciò che già attrae le persone, sia a guidarle nell'esplorazione, in un mix di conferme e di scoperte di qualità. Il Mic deve assolutamente accelerare nei tempi e nel dare certezze sull'erogazione delle risorse, nel rafforzare la struttura amministrativa e semplificare le procedure. Il Ministro Sangiuliano si è impegnato in questo senso, e abbiamo fiducia che questa accelerazione avvenga. È determinante la nuova legge antipirateria: va apprezzato l'evento Fapav di Riccione per la lotta al camcording"*.

Ovvero, **caro Presidente Rutelli**, gli italiani continuano ad andare assai poco al cinema a

causa... dell'inflazione?!

E nonostante i film italici ed europei si possano vedere spendendo soltanto **3,5 euro** al botteghino?!

Ed è anche necessario "accelerare i tempi" del tax credit???

Bicchiere... mezzo pieno mezzo pieno mezzo pieno... anzi quasi pieno?

Riteniamo che questi atteggiamenti debbano suscitare preoccupazione, perché ci si ostina a vedere il bicchiere *mezzo pieno*, allorquando esso è veramente *mezzo vuoto*.

Ovvero quasi completamente vuoto.

Osservavamo, martedì sera, che la Sottosegretaria delegata al cinema e all'audiovisivo (ed alle industrie culturali e creative), la senatrice leghista **Lucia Borgonzoni** non era emersa, a livello di dichiarazioni, dal convegno promosso dalla rivista "Box Office".

Abbiamo pensato: forse la Sottosegretaria ha compreso che "*qualcosa non va*", nonostante il coretto simpatico della compagnia di giro a Riccione?!

No. Siamo stati smentiti.

Curiosamente ieri (e quindi l'indomani rispetto al convegno di martedì) **Lucia Borgonzoni** ha sentito l'esigenza di rinnovare il suo sorriso smagliante: verso le ore 17, ecco la sua dichiarazione, in relazione al convegno del giorno prima: "*promossa per questa estate dal Mic con il coinvolgimento del sistema cinematografico, la campagna Cinema Revolution è nata con l'obiettivo di riportare il pubblico nelle sale. La strada è ancora lunga, ma i risultati di giugno dimostrano che la direzione presa è quella giusta: il mese appena concluso ci consegna infatti un risultato migliore rispetto alla media di presenze registrata nello stesso periodo nel triennio 2017-2019 (+ 7,7 %), invertendo finalmente la tendenza. Nel primo semestre 2023 le presenze sono state 31 milioni e 600 mila (+ 56,4 % sui primi sei mesi del 2022). E in quanto a numero di ingressi, siamo in vantaggio di 16 settimane sul 2022: raggiunto già alla penultima settimana di giugno quanto era stato conseguito da gennaio a inizio ottobre 2022*".

La Sottosegretaria ha ripetuto **numerologie** già note (estrapolando i dati più funzionali ad una interpretazione positiva, omettendo quelli negativi e critici), evidenziando giustappunto

la parte "mezza piena" del "bicchiere" ed ignorando quella "mezza vuota" (ovvero una ripresa che è modesta e lenta ed il crollo a picco del "box office" dei film italiani).

Energetica al massimo, ancora una volta la Sottosegretaria: *"continueremo a lavorare per la piena ripartenza delle sale, nella convinzione che si tratti di luoghi fondamentali da un punto di vista sociale e culturale per la vita di una comunità, nonché strategici per la tenuta e lo sviluppo di tutta l'industria cinematografica del nostro Paese. Ringrazio tutti coloro i quali stanno dando il loro prezioso contributo alla ripartenza delle sale a partire dall'iniziativa Cinema in Festa"...*

Or bene, se è vero che... "il sorriso" predispone sempre al meglio gli interlocutori (il compianto **Silvio Berlusconi** era "magister" in argomento), riteniamo che chi è chiamato a gestire la "**res publica**" non debba iniettarsi necessariamente sempre e comunque dosi corpose di entusiasmo.

Autoreferenzialmente.

Per capirci: Anica (e/o Anec) plaude alla Sottosegretaria, la Sottosegretaria plaude all'Anica (e/o all'Anec), con una "circolarità" che riteniamo insana... Passando allegramente da un festival ad un altro festival, in Italia ed in giro per il mondo. Da ultimo, qualche giorno fa nella kermesse "*Filming Italy Sardegna*" al Forte Village in quel di Cagliari, organizzata dalla potente associazione *Agnus Dei* di **Tiziana Rocca** (sovvenzionata con 90.000 euro dalla *Direzione Cinema e Audiovisivo* del Ministero della Cultura). Le tesi emerse dal convegno "industry" del 26 giugno scorso, dal titolo "*La sala cinematografica allunga la stagione e si prepara alla Revolution. Come si sta organizzando il mercato dell'audiovisivo verso le nuove sfide anche internazionali?*" (incontro realizzato in collaborazione con l'associazione dei produttori televisivi Apa presieduta da **Giancarlo Leone**) sono esattamente le stesse emerse dal convegno di Riccione del 4 luglio. Eventi autocelebrativi quasi... in fotocopia (inclusa la richiamata "revolution"...). Eventi animati quasi sempre dalla stessa "compagnia di giro"...

In verità, se qualcosa va male, non si deve nascondere *la polvere sotto il tappeto*.

E qui *la polvere* sta fuoriuscendo da sotto *il tappeto*.

Qualcuno comincia a rendersene conto, ma per ora prevalgono i sussurri... grande timidezza caratteriale e relazionale oppure grande timore di incorrere in qualche delitto di... lesa maestà?!

Cerchiamo di scherzarci sopra: parafrasando la gran bella canzone di **Celentano**: "[la situazione non è buona](#)".

Il "pricing" del biglietto cinematografico unica leva del "marketing mix" per risollevare il cinema italiano?

Restiamo dell'idea che agire sulla **leva del prezzo** soltanto, come cerca di fare "*Cinema Revolution*", sia un errore strategico e sia comunque insufficiente a far risalire realmente la china.

E peraltro non ci risulta che il **Ministero della Cultura** (Mic Dgca) abbia promosse ricerche di mercato o indagini demoscopiche per capire se fosse (se sia) proprio il "**pricing**" l'elemento essenziale di un "marketing mix" del cinema, che in Italia non sta funzionando.

Così come non esiste valutazione di impatto sull'efficienza ed efficacia del "tax credit": può sembrare incredibile, ma questa è la vera verità.

Restiamo dell'idea che la campagna "*Cinema Revolution*" non abbia avuto la minima ricaduta comunicazionale, e restiamo in attesa delle risposte alle domande che abbiamo posto (ormai quasi un mese fa), alla Sottosegretaria Borgonzoni sulle **caratteristiche tecniche dell'iniziativa**: qual è l'agenzia? chi sono i creativi? chi firma la campagna?! che budget di pianificazione mediale ha?! l'iniziativa è sottoposta a *monitoraggio per valutarne l'impatto*, anche dal punto di vista qualitativo?!

Attendevamo anche di poter disporre di maggiori informazioni sullo "stato di salute" del cinema "theatrical" italiano, grazie alla presentazione a Riccione di **Massimo Proietti** (Consigliere di Amministrazione di Cinetel, ma al contempo dirigente della **Universal Pictures International Italy**) con l'analisi della "profilazione" di **Cinexpert** del primo semestre 2023...

Abbiamo quindi cortesemente ieri richiesto a **Cinetel** ovvero ad **Anec** (l'associazione degli esercenti presieduta da **Mario Lorini**) se fosse possibile acquisire le slide della presentazione proposta martedì scorso a Riccione: ci è stato oggi risposto dal gentile addetto stampa dell'Agis, **Fadi Musa**, che "*le tavole non sono al momento divulgabili ma verranno presto condivise con una nota attualmente in stato di elaborazione*".

Attendiamo pazienti. Curiosa dinamica, però: si offre una presentazione pubblica, ma le slide della presentazione stessa non sono "divulgabili". Segreti industriali, forse?!

Peraltro, ci domandiamo se questo tipo di ricerche promosse da **Anec** siano finanziate anche con danari pubblici (sovvenzioni ministeriali). Anche se così non fosse, si ha comunque ragione di ritenere che la massima disseminazione nella comunità professionale sia assolutamente doverosa.

Ma cosa è stato mostrato, di così tanto... prezioso, a Riccione martedì scorso?!

Proietti ha evidenziato alcuni dati del monitoraggio "**CinExpert**". La ricerca, denominata "**CinExpert Italia**" (frutto di una partnership tra l'italiana *Ergo Research* e la francese *Vertigo*), ha lo scopo di descrivere nel dettaglio chi frequenta le sale, in modo da identificare chiaramente il target di riferimento di ogni titolo, e produce un report mensile di "profilazione" del pubblico italiano.

Emerge tra l'altro che l'incremento (lieve) della fruizione cinematografica in sala nel primo semestre 2023 sia dovuto al **pubblico femminile**, con un + 80 % a fronte del + 39 % dei maschi.

Questi gli andamenti per **fasce d'età**: sono gli "over 50" ad essere la fascia di pubblico che è più fortemente è tornato al cinema nel primo semestre del 2023: + 10 % (con una piccola crescita dall'anno scorso). Per il pubblico "under 25" si registrano: fascia 3-14 anni + 13 %, fascia 15-24 anni +21 %.

Ci limitiamo a segnalare che in Francia il dato omologo al +10 % degli "over 50" è invece di ben + 37 %.

Cinema "theatrical" nel 2022: Francia 152 milioni di biglietti venduti e quota di mercato dei film nazionali al 40 %. In Italia, 45 milioni di biglietti venduti e quota di mercato dei film italiani intorno al 20 %

E tralasciamo le *dimensioni del mercato "theatrical" francese* rispetto a quello italiano: nel 2022, in **Francia** sono stati venduti circa **152 milioni di biglietti** cinematografici, a fronte dei **45 milioni dell'Italia**.

La quota di mercato dei film francesi è stata del 41 %, una percentuale doppia rispetto ai film italiani nel nostro Paese.

In sintesi: *Italia versus Francia*: 1 / 3 degli spettatori cinematografici francesi, la metà della quota di mercato dei film nazionali in Francia.

Si pensi che nel 2022 in Francia gli spettatori cinematografici dei soli film francesi sono stati ben **62 milioni**: quasi la metà in più del *totale* degli spettatori cinematografici in Italia (45 milioni)!

E ciò basti.

Si segnala che qui stiamo facendo riferimento ai dati quantitativi anticipati da **Cinetel** (che è una società partecipata pariteticamente da **Anec** ed **Anica Servizi**), ma per avere informazioni definitive sull'intero mercato nazionale (anche in relazione al consuntivo 2022) si debbono attendere i dati rilasciati dalla **Società Italiana degli Autori e Editori**, ricordando che è soltanto la **Siae** a certificare in modo definitivo l'andamento dei vari settori delle attività dello spettacolo e dello sport in Italia.

Attendiamo di analizzare le slide di "*CinExpert*" al loro completo - non appena **Cinetel** farà la grazia - per capire meglio, ma da queste anticipazioni a Riccione non ci sembra che l'atteso innovativo *dataset* possa stimolare grande ottimismo. Sarebbe interessante, poi, capire se *CinExpert* ha focalizzato l'attenzione sulla percezione delle iniziative "Cinema Revolution" e "Cinema in Festa" da parte degli spettatori cinematografici.

Magari queste ricerche possano contribuire a comprendere quale sia la "leva" sulla quale intervenire per far *tornare il pubblico in sala*. E magari a vedere *film italiani*...

Secondo dati **CinExpert** relativi ai primi 5 mesi dell'anno, maggio 2023 è stato il primo mese in assoluto superiore alla media "pre-pandemica" ed ha portato il "*drop*" sul "box office" medio 2017-2019 a - 32 %.

Dati interessanti, ma non entusiasmanti.

Al di là delle utili elaborazioni di **CinExpert** (che sono in buona parte di natura qualitativa), riportiamo i dati di mercato già proposti (fonte Cinetel): **l'unico vero indicatore positivo è un + 19 % di biglietti venduti**, nel primo semestre 2022, rispetto al dato dell'anno 2019 (l'ultimo "pre-Covid", essendo evidentemente i dati del 2020 e 2021 "disastrati" dagli effetti della pandemia, e finanche anche quelli del 2022 sotto effetto della "coda lunga" del Covid).

È un dato senza dubbio positivo, ma esso non può (non deve) provocare entusiasmo a gogò, salti di gioia e brindisi a champagne.

Analisi annuale ovvero semestrale (i primi 6 mesi, dal 1° gennaio 2023 al 30 giugno 2023):

dal 1° gennaio 2023, si sono incassati 224,2 milioni di euro, corrispondenti al + 58 % sul 2022, al + 50 % sul 2020, **+ 19 % sul 2019**. I biglietti venduti sono 32 milioni, ovvero + 55 % sul 2022, + 40 % sul 2020...

Analisi mensile (giugno 2023):

dal 1° al 30 giugno 2023, si sono incassati 28,6 milioni di euro, corrispondenti al +38 % sull'anno 2022, al + 13 % sul 2019. L'incremento è del 18 % sulla media del triennio pre-Covid, ovvero 2017-2019. In termini di biglietti venduti, questi i dati: 4,6 milioni, ovvero + 58 % sul 2022, **+ 15 % sul 2019**, e + 21 % sulla media 2017-2019...

Quell'apprezzabile **" + 19 % "** non può (non deve) provocare entusiasmo, soprattutto considerando quel 7 % di quota di mercato dei film italiani nel mese di giugno (a maggio la quota era all'11 %).

Scriviamo ieri l'altro su queste colonne ed oggi confermiamo.

I dati sono impietosi. La risposta del mercato è modesta. Il feedback è timido

Conclusivamente, si può sostenere - senza tema di smentita, dati alla mano - che le iniezioni di energia e di entusiasmo delle iniziative *"Cinema in Festa"* e *"Cinema Revolution"* hanno determinato un effetto assolutamente modesto sull'economia complessiva del sistema cinematografico italiano.

Ed a tutto vantaggio delle *"major"* americane, o comunque della produzione non italiana.

È quindi consentito pensare, osservare, ipotizzare (finanche insinuare?!) che... **"qualcosa"** - nelle politiche pubbliche a favore del cinema - **non stia funzionando in Italia?!**

Ci si augura che in occasione della riunione di "revisione" del tax credit annunciata per lunedì prossimo 10 luglio presso il Ministero della Cultura (ancora una volta "a porte chiuse" ovvero ad inviti) qualcuno abbia il coraggio di esercitare gli strumenti della critica (ed ovviamente anche dell'autocritica).

Senza il timore di disturbare il "Re", il manovratore ed i poteri forti del sistema, ovvero i primi beneficiari di politiche - ereditate da **Dario Franceschini** e finora sostanzialmente

immutate da **Gennaro Sangiuliano** - che si stanno dimostrando inadeguate, deboli ed erratiche.

E che si eviti la stigmatizzazione del dissenso: questa sì sarebbe una dimostrazione di nuova "politica culturale" da parte del Governo guidato da **Giorgia Meloni**.

Quel 7 % di quota di mercato del cinema italiano in sala - dato sul quale quasi nessuno accende i riflettori - dovrebbe piuttosto stimolare **interventi d'urto**, azioni da **terapia intensiva**, non i soliti pannicelli caldi e le attuali cure palliative...

(* *Angelo Zaccone Teodosi è Presidente dell'Istituto italiano per l'Industria Culturale - IsICult (www.isicult.it) e curatore della rubrica IsICult "[ilprincipenudo](#)" per "Key4biz".*

[Link all'articolo originale](#)