

La crisi
Cinema, in calo
gli incassi
appello al governo
dei produttori
Satta a pag. 24

Crisi in sala profondo rosso al botteghino

Per il cinema un 2012 da dimenticare: meno 9,8% i biglietti venduti, incassi in calo del 7,9. Il presidente Anica, Tozzi: «Si salvano i film italiani, ma servono nuove vie di fruizione»

**NON C'È PIÙ
SOLTANTO
IL GRANDE SCHERMO
E INTERNET
NON VA DEMONIZZATO**

**Mancano 5
milioni per
completare
il passaggio
al digitale
delle sale**

Riccardo Tozzi

LO SCENARIO

ROMA Un anno da dimenticare. Malgrado i timidi segnali di ripresa (gli incassi del mese scorso sono cresciuti del 16 per cento), nel 2012 il cinema se l'è vista brutta. «Inutile nasconderselo, le cose sono andate male», ammette Riccardo Tozzi, il presidente dell'Anica che ha elaborato i dati relativi all'anno scorso. E tutti, con la sola eccezione del numero dei film prodotti (166, cioè 11 in più rispetto al 2011) con i relativi investimenti (da 423 milioni a 493) anche dall'estero, sono contrassegnati dal segno meno. Tutto questo mentre si aspetta il rinnovo del tax credit, che ha portato in Italia soldi e investitori stranieri.

LE CIFRE

E' calato il pubblico complessi-

vo: i biglietti venduti sono stati 91 milioni 310.793, cioè il 9,8 per cento in meno rispetto al 2011. Gli incassi, pari a 608 milioni 954.249, sono scesi del 7,9 per cento. E' precipitata (dal 35,6 per cento al 25,2) la quota di mercato del cinema italiano che ha incassato 153 milioni 481.697 euro (-34,71 per cento) e ha registrato 24 milioni 238.418 di spettatori (-36,23). «Ma il nostro Paese, insieme con la Francia, continua a essere uno di quelli in cui i film nazionali riscuotono il maggior gradimento del pubblico», precisa Tozzi.

E se il buongiorno si vede dal mattino, c'è poco da stare allegri: risulta in flessione anche il primo trimestre di quest'anno, che vede i film nazionali attestarsi al 33 per cento del mercato mentre l'anno scorso erano al 41.

Per spiegarsi il disastro, va consi-

derata la crisi generale che ha ridimensionato tutti i valori. Un esempio: *Che bella giornata*, campione d'incassi 2011, aveva incassato 43 milioni totalizzando 6,8 milioni di spettatori, mentre il film record dell'ultima stagione, *Benvenuti al Nord*, si è fermato a 27. Una buona dose di responsabilità va attribuita alla pirateria, che da noi non viene sufficientemente contrastata. Tozzi tuttavia avverte: «Il consumo di cinema si è ormai diversificato, non



c'è più soltanto la sala e internet non va demonizzata. Nel futuro bisognerà studiare una forma legalizzata ed equa di fruizione di film sulla rete».

I RIMEDI

Che fare? L'industria punta sulla diversificazione del prezzo del biglietto e sulle uscite dell'estate. Per tradizione, in Italia il cinema va in ferie da giugno a settembre (anche per mancanza di film nelle sale) e forse è venuto il momento dell'inversione di tendenza, non solo a parole.

L'APPELLO

Tozzi lancia un appello al governo in carica perché rinnovi al più presto il tax credit. Dello stesso parere è Nicola Borrelli, direttore generale Cinema presso il **Mibac**, che avverte: «Per il mancato rinnovo del provvedimento si sono già persi due importanti progetti internazionali. Altra emergenza: i finanziamenti statali che da 76 milioni scenderanno a 74. «Siamo sull'orlo del precipizio», denuncia Angelo Barbagallo, il presidente dei produttori. Il cinema aspetta un miracolo.

Gloria Satta

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Digitale

Servono 5 milioni, mille locali a rischio

Tra i tanti appelli per salvare il cinema, uno in particolare riguarda i fondi per il completamento del passaggio al digitale delle sale cinematografiche, previsto entro l'anno: «Restano fuori tra le 800 e le mille sale, servono cinque milioni di euro, il governo ci aiuti» hanno detto Tozzi con il direttore generale del **Mibac**, Nicola Borrelli, e il presidente dei produttori, Angelo Barbagallo.

L'avvento del cinema digitale è una vera e propria rivoluzione, perché dopo cento anni di storia, il cinema abbandona il suo elemento base e il suo simbolo: la pellicola. In realtà il passaggio è stato quasi obbligato, in quanto dalla fine del 2013 nessuna casa distributrice proporrà più film

su supporto analogico, quindi su pellicola. Gli alti costi di stampa e distribuzione della celluloida hanno spinto le major americane in primis, poi tutti gli altri, ad evolversi verso una digitalizzazione globale del film, dalla ripresa alla proiezione. La rivoluzione digitale semplifica notevolmente la distribuzione, in quanto tale cambiamento consente di portare i film nelle sale senza i dispendiosi trasporti delle pizze (carico, trasporto e scarico merci), con un abbattimento dei costi per la casa di distribuzione e gli esercenti. Inoltre con lo stesso sistema è possibile riprodurre contenuti alternativi, quali spettacoli teatrali, concerti, eventi sportivi, sia live che in differita.