

Cinema. Zalone salva il 2013: +6,5%

MATTEO MARCELLI

ROMA

Difficile dire se, anche al netto di Checco Zalone e il suo *Sole a catinelle* che da solo ha portato al cinema poco più di otto milioni di persone, i dati 2013 del mercato cinematografico italiano sarebbero stati gli stessi. Certo è che dopo due anni di segno meno l'Anec può salutare la stagione appena conclusa con un incremento significativo: le presenze sono cresciute del 6,56% (dai 91 milioni del 2012 agli oltre 97 dell'anno scorso), per un aumento degli incassi pari al 1,45% (da 609 milioni a più di 618). Si tratta dei dati Cinetel, presentati ieri nella sede romana dell'Anica, che coprono il 90% del mercato, mentre le proiezioni Siae arrivano a 110 milioni di presenze per 645 milioni di incassi. Cresce il numero di film proiettati (da 364 a 453), ma anche la quota di mercato coperta da produzioni italiane (e coproduzioni) che passa dal 26,50% al 31,02%. Una circostanza che fa ben sperare per il nostro cinema e ripara in parte la notizia dell'assenza di film italiani in concorso a Berlino. «È una percentuale che ci colloca sui livelli della Francia, che copre circa il 34% del proprio mercato – fa notare Riccardo Tozzi, presidente Anica – ma il problema non sta tanto nella quota di mercato italiana quanto nel numero di presenze, 110 milioni, che non rispecchia certo il nostro potenziale reale». Un bacino che la scarsa attenzione verso i target e i loro cambiamenti non permetterebbe di

sfruttare: «Nel nostro sistema – spiega infatti Tozzi – manca uno strumento simile a quello che sta dietro l'auditel per la tv, che sappia dividere e analizzare i target attuali». Si rivela azzeccata la scelta di spostare le prime uscite al giovedì, giorno che nel 2013 ha visto un incremento delle presenze del 25,74% rispetto all'anno precedente, mentre il prezzo medio del biglietto, a fronte di un aumento dell'inflazione del 0,9%, è diminuito del 2,1% (6,08 euro). Restano le criticità, e sono le stesse che l'Anec ha rilevato non più di tre mesi fa. Adesso come allora si tratta di porre rimedio a storture endemiche del nostro cinema e trovare sostegno da parte della politica. Con il 25% degli schermi non ancora digitalizzato e l'uscita di scena della pellicola rischiano di chiudere molte sale, soprattutto quelle di quartiere e di provincia. Mentre «l'economia parallela della pirateria che vive alle spalle del nostro mondo – spiega Andrea Occhipinti, presidente distribuzioni Anica – continua a sottrarre risorse al cinema». Se la stagionalità o la carenza di uscite nel periodo estivo possono essere affrontate e risolte dall'interno del sistema cinema, per la pirateria, la digitalizzazione delle sale o la riduzione (per ora solo paventata) dei fondi per l'esercizio, è necessario, conclude il presidente Anec Lionello Cerri, «che le istituzioni riconoscano al cinema il ruolo che gli compete».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

