

## L'industria cinema ha bisogno di crescita

Cristiana Paternò 14/07/2016



Ottava edizione per il ['Rapporto. Il Mercato e l'Industria del Cinema in Italia'](#), ricerca a cura della **Fondazione Ente dello Spettacolo** che rielabora i dati della **Direzione Generale Cinema MiBACT** e di altre istituzioni, per analizzare lo stato di salute del cinema italiano, indicare trend e suggerire ricette. La stagione 2015 - come evidenziato anche dai dati presentati ieri da Anica e MiBACT - non è stata delle migliori con una quota di mercato per il cinema di casa nostra del 20,74%, la più bassa del decennio, contro il 60,97% dei film Usa (nel 2014 il rapporto era di 27,19% contro 50,22%), un dato però già rovesciato nel 2016, partito assai meglio. E se incassi e ingressi globali sono cresciuti sensibilmente (+10,78% e +8,56%), questo non ha favorito le opere italiane che hanno avuto una forte flessione: -15% di ricavi in sala e -16% di presenze rispetto al 2014.

I numeri sono stati presentati in una affollata Casa del Cinema dal curatore scientifico **Redento Mori** e da **Bruno Zambardino** in attesa del volume, ancora in stampa. Mori ha evidenziato come una trentina di film determinino l'andamento dell'intero mercato, 50 titoli coprono il 60% delle presenze. "Il mercato va sempre più verso i campioni di incasso, mentre i prodotti a basso costo, cioè sotto 1,5 mln di budget, sono il 60% della produzione, ma low cost significa bassa resa". Altro dato significativo la centralità della media impresa, con un numero di addetti che va da 20 a 249: sono 110 e producono un valore aggiunto di 598,7 mln di euro, sono loro che fanno il film italiano.

**Nicola Borrelli**, DG Cinema del MiBACT, ha sottolineato come il ddl in discussione in Senato, e che dovrebbe arrivare all'approvazione nel prossimo autunno, cerchi di ovviare a questa fotografia del cinema italiano come un settore "piccolo e rattrappito". "Siamo piccoli in termini di fatturati, il numero dei biglietti è lo stesso da 20 anni, oscillando attorno ai 100 milioni, mentre il numero dei film distribuiti aumenta e i budget dei film italiani sono più bassi rispetto ai competitor stranieri. Più del 50% della popolazione non va mai al cinema, neanche una volta. Insomma, i risultati delle aziende non sembrano legati al rendimento dei film. Viviamo in stallo da una ventina di anni, ma quando si parla di crescita della dimensione delle imprese sembra di dire una parolaccia. Perché - si chiede ancora Borrelli - non esistono ricerche sui gusti del pubblico, non ci sono ricerche di mercato? Probabilmente perché il risultato economico non è una variabile che stia a cuore a buona parte della filiera. In Francia i contributi pubblici sono più alti ma il sostegno statale è stato utilizzato per rafforzare la capacità delle imprese, non per polverizzarle. Il **Ddl Franceschini** vuole favorire un percorso di crescita degli operatori e si pone come obiettivo il rapporto con il pubblico. Si passerà da 200 mln a 400 mln di euro come investimento, ma cercando di correggere altre anomalie, anche rispetto alle tv. L'obiettivo è internazionalizzare e far crescere l'occupazione nel settore".

**Paolo Del Brocco**, ad Rai Cinema, ha sottolineato l'importanza della produzione culturale e ha puntato il dito sull'esercizio: "I circuiti preferiscono distribuire un certo tipo di prodotto e sono loro a determinare il mercato. Rai Cinema ha colto l'esigenza di cambiare linea editoriale e ha partecipato al successo del cinema del reale che si è imposto all'estero e ha vinto premi, anche se non dà riscontri economici immediati". Tra gli

interventi quello di Mario Mazzetti dell'Agis Anec, di Eleonora Andreatta, direttore di Rai Fiction, Cosetta Lagani Head di Sky 3D, Maria Giuseppina Troccoli, dirigente del MiBACT che ha sottolineato le criticità nella internazionalizzazione del prodotto e l'importanza della strategia di collaborazione tra i vari soggetti, Anica e Ice in primis, con interventi mirati.

Tra i dati positivi del Rapporto, l'aumento da 319,5 a 338,8 milioni (+5,26%) degli investimenti in nuove opere e la crescita da 99,55 a 117,57 milioni - nuovo massimo storico - dell'apporto dei capitali indotti attraverso lo strumento di agevolazione fiscale del credito d'imposta. Sesto al mondo e secondo in Europa per numero di schermi (5.044), il circuito dell'esercizio ha registrato nel 2015 un incremento del 10,78% di incassi al box office e dell'8,56% in termini di spettatori. In leggero rialzo gli indici di frequentazione: il 49,7% degli italiani con più di sei anni (rispetto al 48,0% del 2014) è andato al cinema almeno una volta. Per il secondo anno il pubblico femminile supera quello maschile: 14,25 milioni contro 14,18.