

SPETTACOLI/ SONO 46 LE SALE CHE ADERISCONO ALL'INIZIATIVA NAZIONALE DEL MIBACT. DAL CENTRO ALL'EUR

# Cinema2day, mercoledì il biglietto costa due euro

LAURA SERLONI

**A**l cinema al costo di un paio di caffè. In 46 sale romane, ogni secondo mercoledì del mese a partire dal 14 settembre, il biglietto del film si paga 2 euro. L'iniziativa "Cinema2day" è per tutti: giovanissimi e over 65. E valida a qualsiasi orario dal primo spettacolo al serale.

Dopo i musei gratis la prima domenica del mese, è la volta dei cinema: sono oltre tremila i multisala in Italia che hanno aderito al progetto promosso dal ministero dei Beni e delle attività culturali e del turismo insieme ad Anec, Anem e Anica.

A PAGINA VII

## Dal Barberini al Parco Leonardo mercoledì al cinema con 2 euro



### I PUNTI

#### CON IL MIBACT

Il Mibact insieme a Anec, Anem e Anica dà il via all'iniziativa "Cinema2day"

#### IL PROGETTO

Ogni secondo mercoledì del mese il biglietto costa 2 euro tutto il giorno

#### IN ITALIA

Tremila le sale aderenti in Italia. In foto, Independence day, ora nelle sale

Sono 46 sui 52 di tutta la città gli spazi che partecipano all'appuntamento mensile

**Franceschini:** "Vogliamo riavvicinare le persone alla magia della sala"

LAURA SERLONI

**A**L CINEMA al costo di un paio di caffè. In 46 sale romane, ogni secondo mercoledì del mese a partire dal 14 settembre, il biglietto del film si paga 2 euro. L'iniziativa "Cinema2day" è per tutti: giovanissimi e over 65. E valida a qualsiasi orario dal primo spettacolo al serale.

Dopo i musei gratis la prima domenica del mese, è la volta dei cinema: sono oltre tremila i multisala in Italia che hanno aderito al progetto promosso dal ministero dei Beni e delle attività culturali e del turismo insieme ad Anec, Anem e Anica. Ma dopo la presentazione in anteprima alla Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia sono cresciute le adesioni degli esercenti. La lista completa è disponibile sul sito [www.cinema2day.it](http://www.cinema2day.it): solo nella capitale su 54 sale esistenti, ben 46 hanno già detto sì all'iniziativa. Un successo testimoniato anche dalla campagna social che, con l'hashtag #ci-

nema2day, ha generato in pochissimi giorni il passaparola su Facebook, Twitter e Instagram, insieme alle centinaia di migliaia di visualizzazioni dello spot video realizzato dal Centro Sperimentale di Cinematografia, con la regia di



Maurizio Nichetti e la voce di Francesco Pannofino che accompagna le immagini più celebri delle scene di cinema.

«Cinema2day è un'iniziativa per riavvicinare le persone alla magia della sala», spiega il ministro ai Beni culturali, **Dario Franceschini**. Un auspicio a riportare il pubblico nei cinema, in particolar modo i giovani, viene dalle associazioni di settore: «Aderiamo convinti e fiduciosi che questa promozione possa far riscoprire a molti ragazzi il gusto di vedere i film in sala, usando la leva prezzo per superare l'ostacolo», commenta il presidente dei distributori Anica, **Andrea Occhipinti**. Per **Carlo Bernaschi**, presidente dell'Anem, Associazione nazionale esercenti Multiplex l'iniziativa «sta ottenendo già un grosso successo in quanto molte persone che hanno ascoltato i messaggi in radio, tv e web chiedono conferma dell'iniziativa e già in molti hanno prenotato e acquistato i biglietti, soprattutto per i film per ragazzi. C'è dunque molta attesa». E aggiunge **Per Luigi Cuciniello**, presidente di Anec (Associazione nazionale esercenti cinema): «È un test importante e utile per valutare una proposta che per noi ha l'obiettivo principale di riportare nelle sale il pubblico che, per tanti ragioni, non le frequenta più». Un'idea condivisa anche da **Francesca Cima**, presidente dei produttori Anica: «Per noi — commenta — è un ottimo segnale e vuol dire che siamo parte della vita del Paese e degli obiettivi del governo. L'iniziativa ha il grande obiettivo di far tornare il cinema un'abitudine facile, comoda e alla portata di tutti, con una semplice moneta di due euro. Naturalmente l'iniziativa non deve essere vista come un deprezzamento del valore del cinema, e non ha il significato solo della promozione o dell'abbassamento del prezzo — spiega — ma dobbiamo cogliere il significato profondo: riportare il cinema in un sfera di quotidianità».

Il primo passo è stato fatto: in multisala a 2 euro, costo anti crisi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

