

# *Gli italiani e il cinema*

La fruizione di film dentro e fuori le sale italiane

## SINTESI DEI RISULTATI



Direzione Generale  
CINEMA e  
AUDIOVISIVO



6 settembre 2022

# Sintesi delle evidenze...

1. *I **consumi audiovisivi** (in senso ampio) sono una delle attività preferite per una popolazione che soffre carenza di tempo libero per attività maggiormente strutturate.*
2. *Oltre due terzi degli italiani **guardano regolarmente film**. Le serie stanno raggiungendo una platea di dimensioni simili, ma nettamente più giovane.*
3. *I **generi di film preferiti** sono: in primis commedia / sentimentale, seguita da comico, azione avventura e giallo / noir. Si tratta in larga parte generi di pellicole che tendenzialmente gli italiani preferiscono vedere a casa in streaming.*
4. *Il giudizio sulle **produzioni italiane e hollywoodiane** premia le seconde in particolare ritenendole più spettacolari, avvincenti, emozionanti, innovative e da vedere al cinema. Ancora più tranchant il giudizio degli adolescenti. Il cinema italiano è però vissuto maggiormente come un bene culturale.*
5. ***Nel 2022** sono andati al cinema meno di 4 cittadini su 10, contro gli oltre 6 del 2019. Oltre il 30% degli italiani ha ridotto o sospeso la propria frequentazione delle sale.*
6. *Le **motivazioni addotte per la riduzione della frequenza** in sala sono legate soprattutto al timore del contagio, seguito, viceversa, dall'insofferenza verso la profilassi sanitaria. Ma c'è anche chi ha perso l'abitudine, si è impigrito, non può permetterselo o afferma che non siamo usciti film interessanti.*

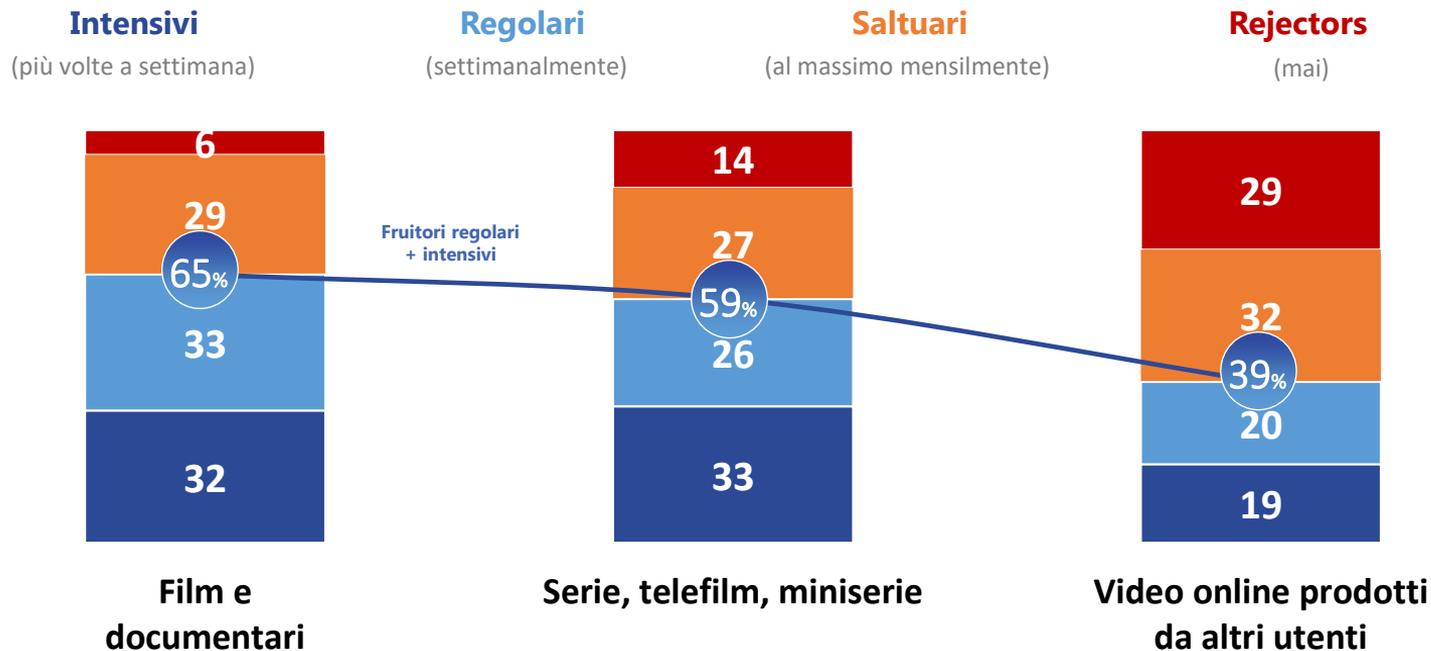
# Sintesi delle evidenze...

7. Guardando alla **voglia di cinema per l'autunno**, in una situazione di normalità, la platea delle sale potrebbe tuttavia potenzialmente tornare ai livelli pre-Covid.
8. Le principali **condizioni** che potrebbero favorire un massiccio rientro nelle sale sono: un autunno pandemicamente 'normale' e un prezzo del biglietto intorno agli 8 euro per una prima visione.
9. Non vi è una preferenza netta tra **le grandi sale commerciali e sale indipendenti**, ma le due tipologie intercettano target sensibilmente differenti.
10. Le principali **richieste della clientela** per tornare in sala riguardano in particolare un'offerta di film più interessante, la sicurezza sanitaria, così come maggiore comfort e innovazione tecnologia.
11. Un'offerta di gadget legati ai film, concorsi per biglietti, eventi e festival riscaldano maggiormente la platea giovanile, attività mondane (aperitivi socializzazione ecc.) attirano nicchie più specifiche, mentre gli anziani preferiscono una sala dove vengono proiettati semplicemente i film, senza **attività o servizi accessori**.
12. Una **finestra di esclusiva** di 3-4 mesi per le sale prima dell'uscita online avrebbe potenzialmente impatto sul 13% dei cittadini, mentre il 47% attenderebbe sempre e comunque l'uscita in streaming per la visione domestica.

# Film e serie Tv i prodotti audiovisivi più visti

Un rispondente su 3 si dichiara un consumatore intensivo di questo tipo di contenuti

Parliamo di contenuti audiovisivi. Pensando al 2022, quanto spesso le è capitato di guardare...



# Produzioni italiane vs Hollywood: gli elementi di valutazione

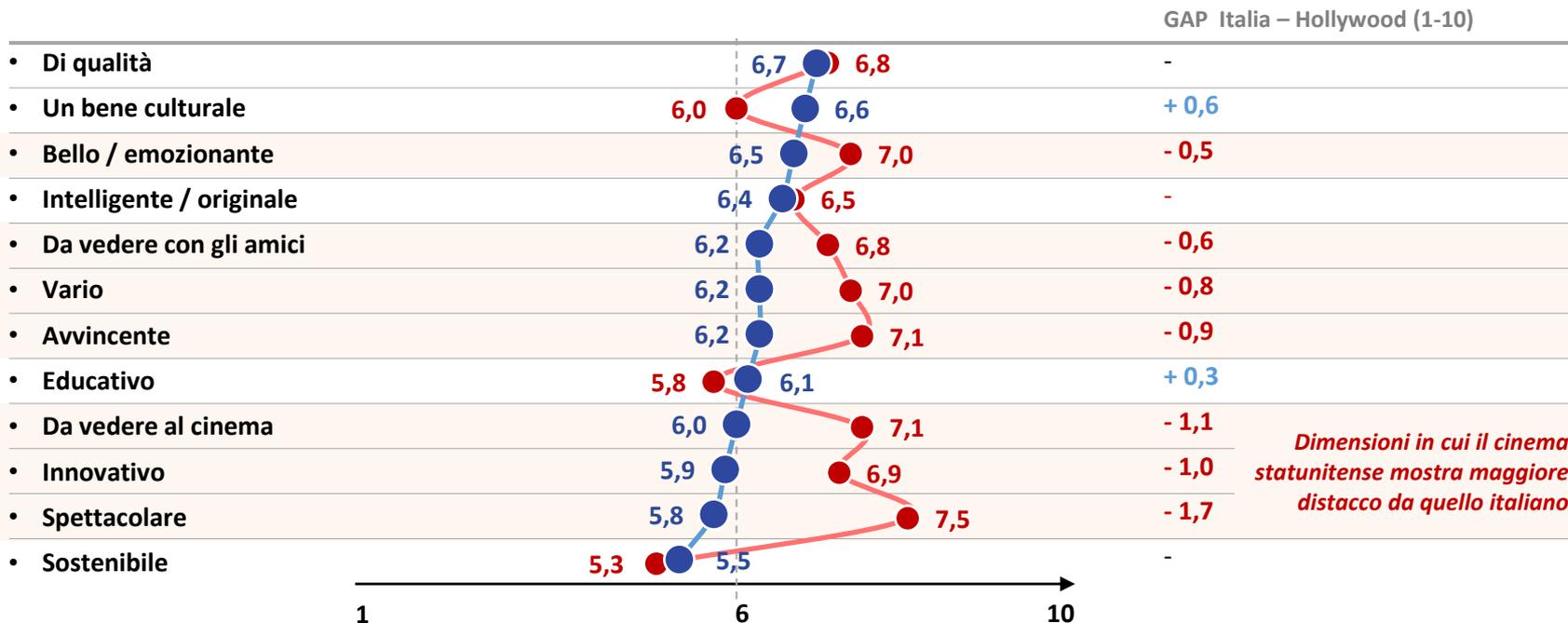
● ITALIA

● USA

I film americani dominano i giudizi: spettacolari, adatti alla visione in sala e innovativi.  
Le pellicole italiani vissute maggiormente come bene culturale dal valore educativo

Secondo lei quanto il cinema italiano/hollywoodiano è...

Per ciascuna caratteristica esprima ora un giudizio da 1 a 10 (dove 1 = per niente e 10 = moltissimo).



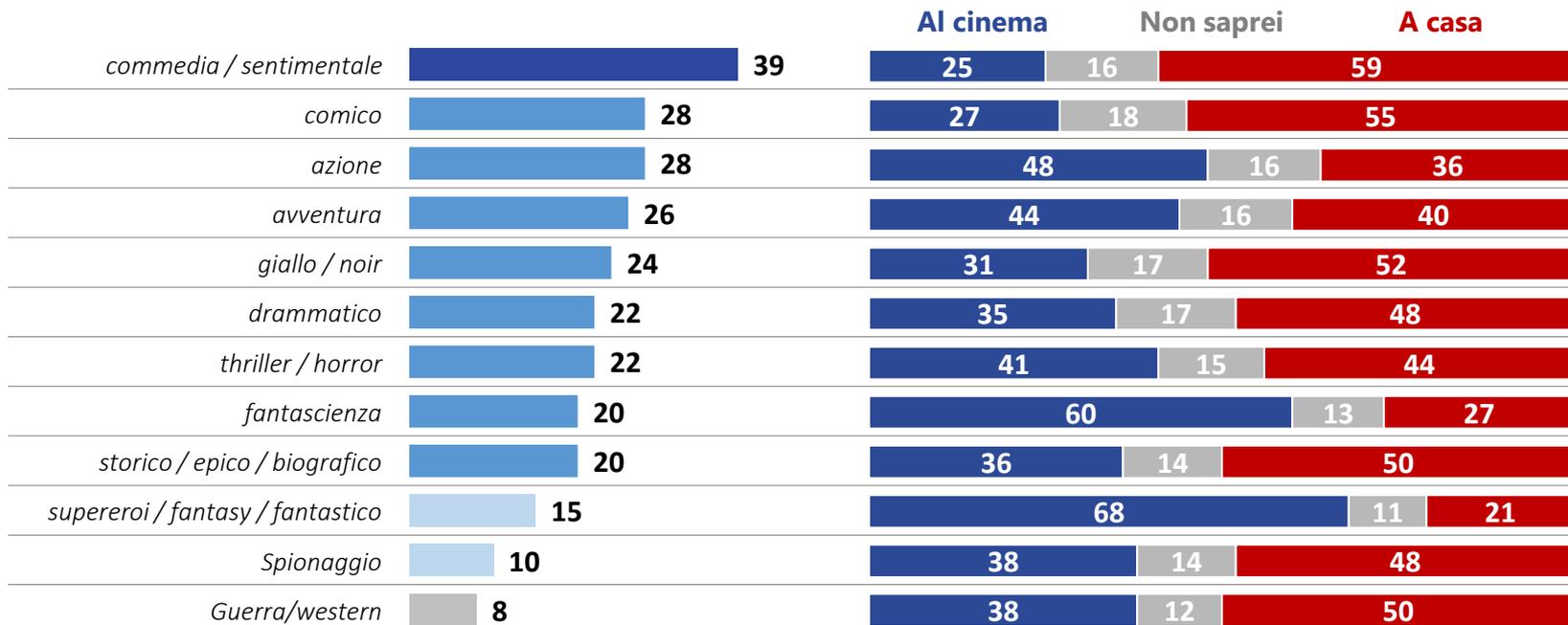
*Dimensioni in cui il cinema statunitense mostra maggiore distacco da quello italiano*

# Generi preferiti e associata propensione alla visione in sala

I generi più graditi sono ritenuti più adatti alla visione domestica, eccezione fatta per azione e avventura

Quali sono i suoi generi cinematografici preferiti?  
(3 possibili più risposte, , risponde chi guarda film n = 11.351)

Stanno per uscire una serie di film dei suoi generi preferiti.  
Dove preferirebbe vederli per la prima volta?



# Autodichiarazioni dei cittadini sulla frequenza in sala 2022 vs 2019

Con la pandemia persi oltre un terzo degli spettatori: quasi dimezzati i fruitori regolari e ridotti di un terzo i saltuari

## FREQUENZA IN SALA 2022

### Regolari

settimanalmente - più volte a settimana	1
più volte al mese	2

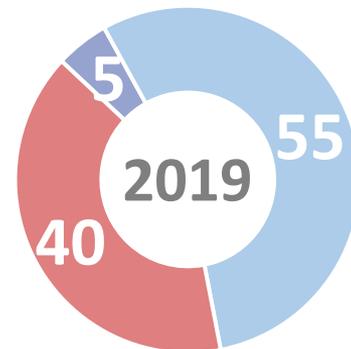
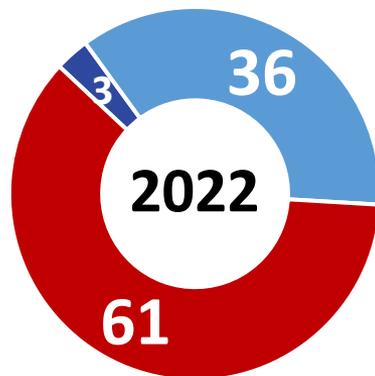
### Saltuari

circa mensilmente	7
qualche volta	29

### Assenti

mai **61**

Nel 2022 **-35%** di fruitori delle sale rispetto al 2019  
(da 29 milioni a meno di 19 milioni di cittadini dai 14 anni in su)

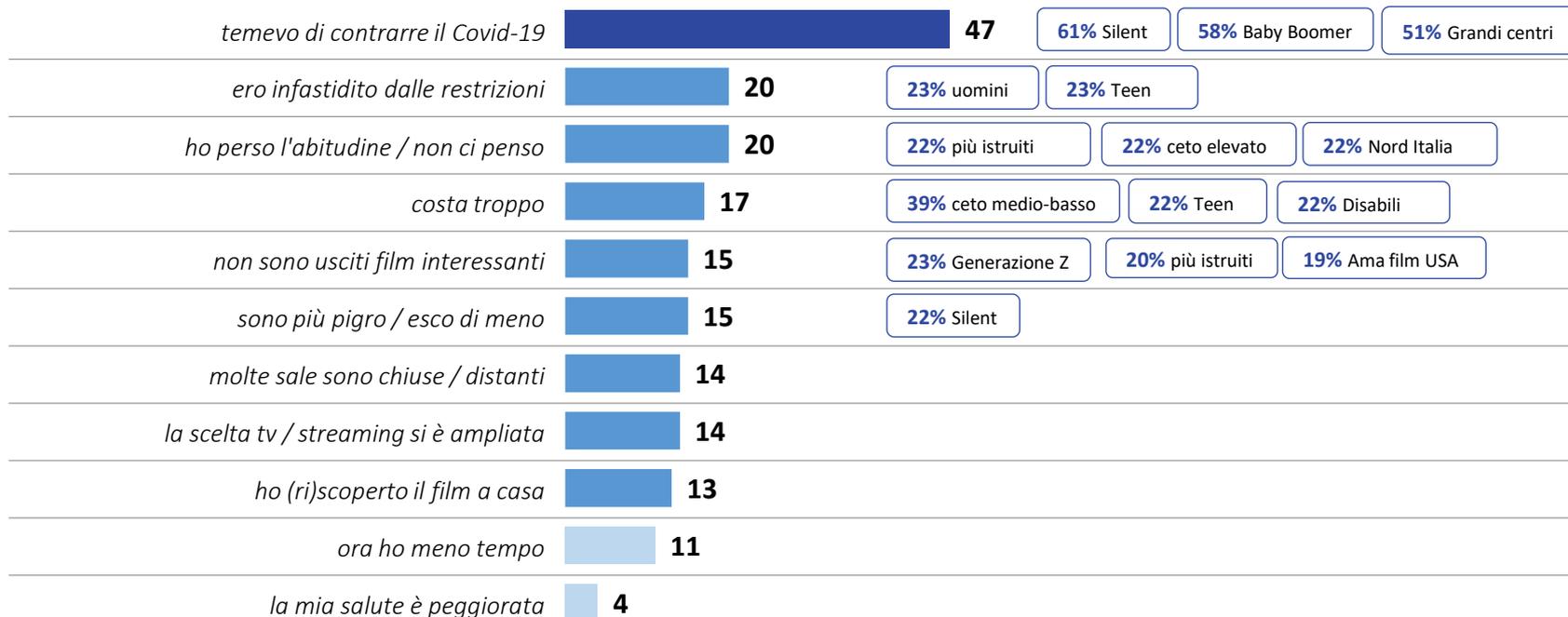


- ✓ Quasi dimezzati i fruitori **regolari**
- ✓ Perso oltre un terzo dei fruitori **saltuari**
- ✓ La quota di **assenti** su totale popolazione sale del 53%

# Chi ha diminuito o smesso: i motivi di latitanza dalle sale

Prima causa la paura del contagio, in primis tra gli anziani. Segue il fastidio per le restrizioni, più tipico dei giovani, e la sensazione di aver perso l'abitudine ad andare in sala. Solo dopo il prezzo ma con maggiore impatto sulle categorie più fragili

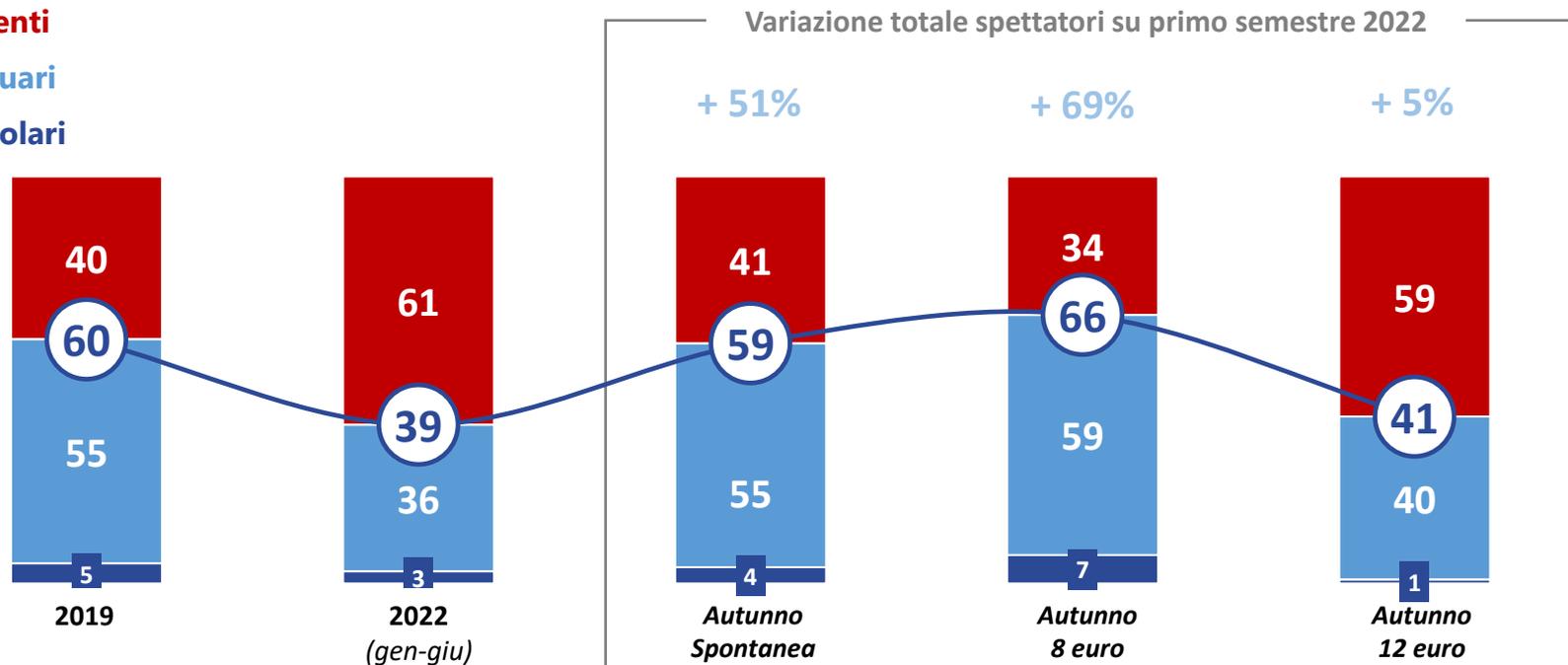
**Per quale motivo quest'anno è andato al cinema più raramente rispetto a prima della pandemia? / ha smesso di andare al cinema?** (3 risposte possibili, Risponde chi ha diminuito o smesso di andare in sala tra il 2020 e il 2022. n = 3.722)



# Outlook degli spettatori per l'autunno 2022 e impatto del prezzo

Potenziale recupero del +51% sul primo semestre, fino al +69% contenendo il prezzo del biglietto entro gli 8 euro.  
 Potenzialità inibita portando il prezzo del biglietto a 12 euro

**Assenti**  
**Saltuari**  
**Regolari**



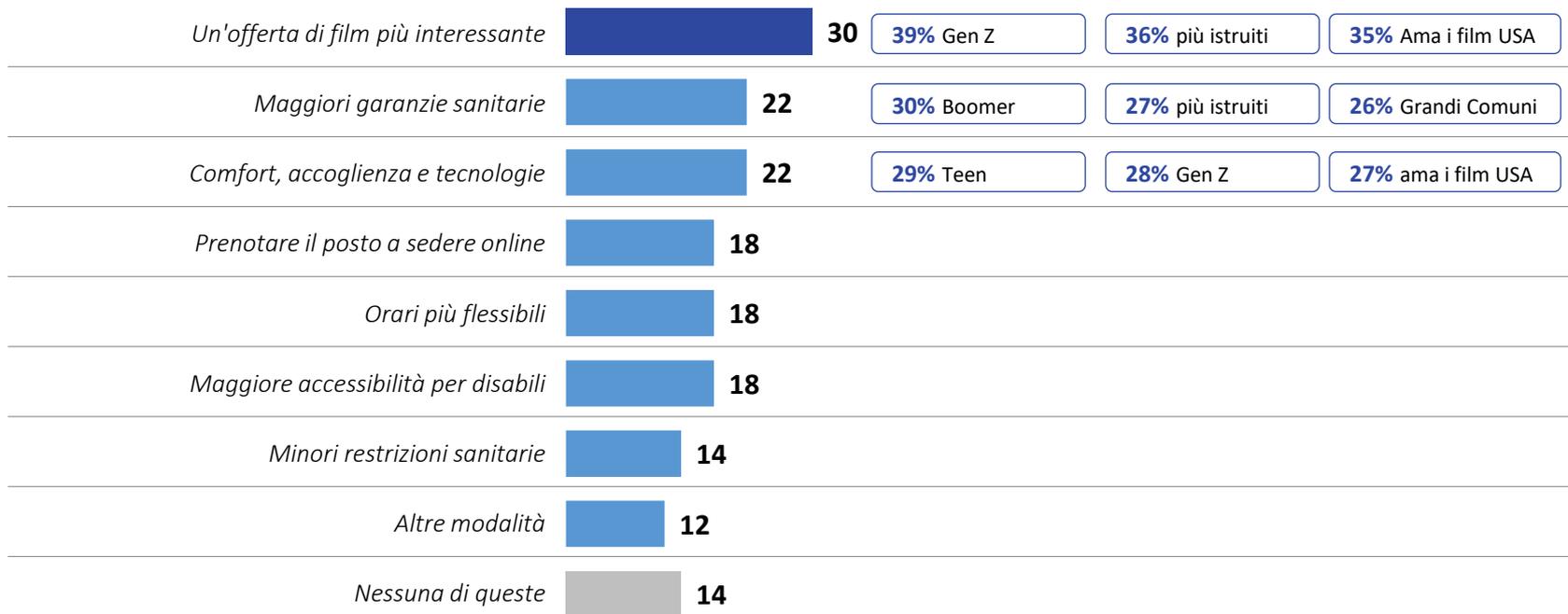
**NOTA INFORMATIVA:** valori espressi in %. Date di esecuzione: indagini condotte settimanalmente tra l'1 e il 25 luglio 2022.  
 Metodo di rilevazione: sondaggio Cawi - Cati su un campione rappresentativo nazionale di 12.008 soggetti dai 14 anni in su.

Tutti i diritti riservati

# Cosa si chiede per tornare in sala: in primis film più interessanti

Segue l'attesa di sufficienti garanzie sanitarie (tra gli anziani) e un miglioramento dei comfort e dell'innovatività (tra ai giovani)

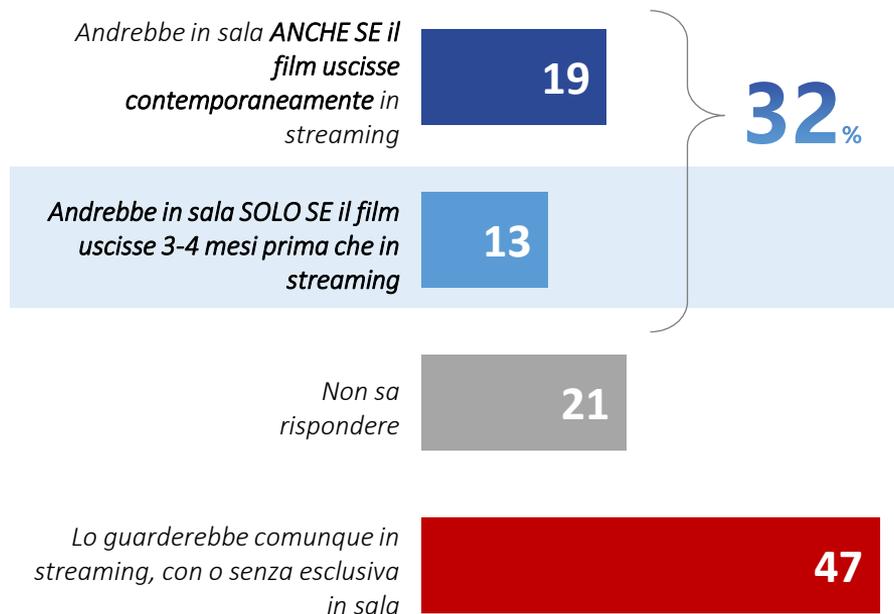
E, al di là del prezzo, che cosa potrebbe invogiarla in futuro ad andare più spesso al cinema / tornare a vedere film nelle sale cinematografiche? (3 risposte possibili, Risponde chi ha diminuito o smesso di andare in sala tra il 2020 e il 2022, n = 3.722)



# La finestra di esclusiva per le sale: il 13% andrebbe in sala solo se fosse attivata

Il 47% disposto ad attendere per la visione domestica, mentre il 19% andrebbe in sala anche se il film uscisse contemporaneamente in streaming

Se un nuovo film che le interessa molto uscisse al cinema e solo 3-4 mesi dopo fosse reso disponibile attraverso le piattaforme di streaming, cosa farebbe? / E se invece lo stesso film uscisse subito sia nelle sale cinematografiche sia in streaming, cosa farebbe?



## Chi preferisce andare subito **AL CINEMA...**

Teen (14-17)	53
Gen Z (18-27)	54
Alta istruzione	59
Abitanti grandi città	40

## ...e quali i suoi generi preferiti

supereroi e fantasy	51
fantascienza	46
thriller / horror	43
azione	41

## Chi aspetta per vedere il film **A CASA...**

Silent (>77)	64
Bassa istruzione	57
Famiglia con disabile	55
Ceto medio-basso	52

## ...e quali i suoi generi preferiti

commedia	53
comico	49
giallo / noir	49

# Metodologia di ricerca

L'indagine è stata svolta da SWG tra l'1 e il 25 luglio 2022 tramite questionario strutturato somministrato con tecnica di rilevazione mista Cawi - Cati su campione di 12.008 individui rappresentativo della popolazione italiana di età pari o superiore a 14 anni.

- **METODO DI CAMPIONAMENTO:** stratificato per quote di genere, età, macro-area Nielsen, ampiezza demografica del comune di residenza e titolo di studio
- **UNIVERSO DI RIFERIMENTO:** 52.079.341 individui
- **CAMPIONE :** 12.008 individui (di cui il 30% intervistati telefonicamente)
- **ERRORE STATISTICO ASSOLUTO:** max 0,89% su dato medio a un intervallo di confidenza del 95%

**Giulio Vidotto Fonda**  
Research Director  
giulio.vifo@swg.it

**Camilla Giudice**  
Researcher  
camilla.giudice@swg.it

*Valori, comportamenti, gusti, consumi e scelte politiche. Leggerli e anticiparli è la nostra missione.*



- **AFFIDABILITÀ**, 40 anni di esperienza sul mercato e managerialità
- **INNOVAZIONE**, degli strumenti, dei processi e dei contenuti
- **CURA ARTIGIANALE**, personalizzazione dell'offerta e centralità dell'interpretazione
- **PERSONE**, etica professionale e rigore metodologico
- **DATI**, molteplicità delle fonti e fieldwork proprietario
- **ALGORITMI**, soluzioni affidabili e scalabili

### **TRIESTE**

Via San Giorgio 1 - 34123  
Tel. +39 040 362525  
Fax +39 040 635050

### **MILANO**

Via G. Bugatti 5 - 20144  
Tel. +39 02 43911320  
Fax +39 040 635050

### **ROMA**

Piazza di Pietra 44 – 00186  
Tel. +39 06 42112  
Fax +39 06 86206754