

Gli italiani e il cinema

La fruizione di film dentro e fuori le sale italiane

SINTESI DEI RISULTATI



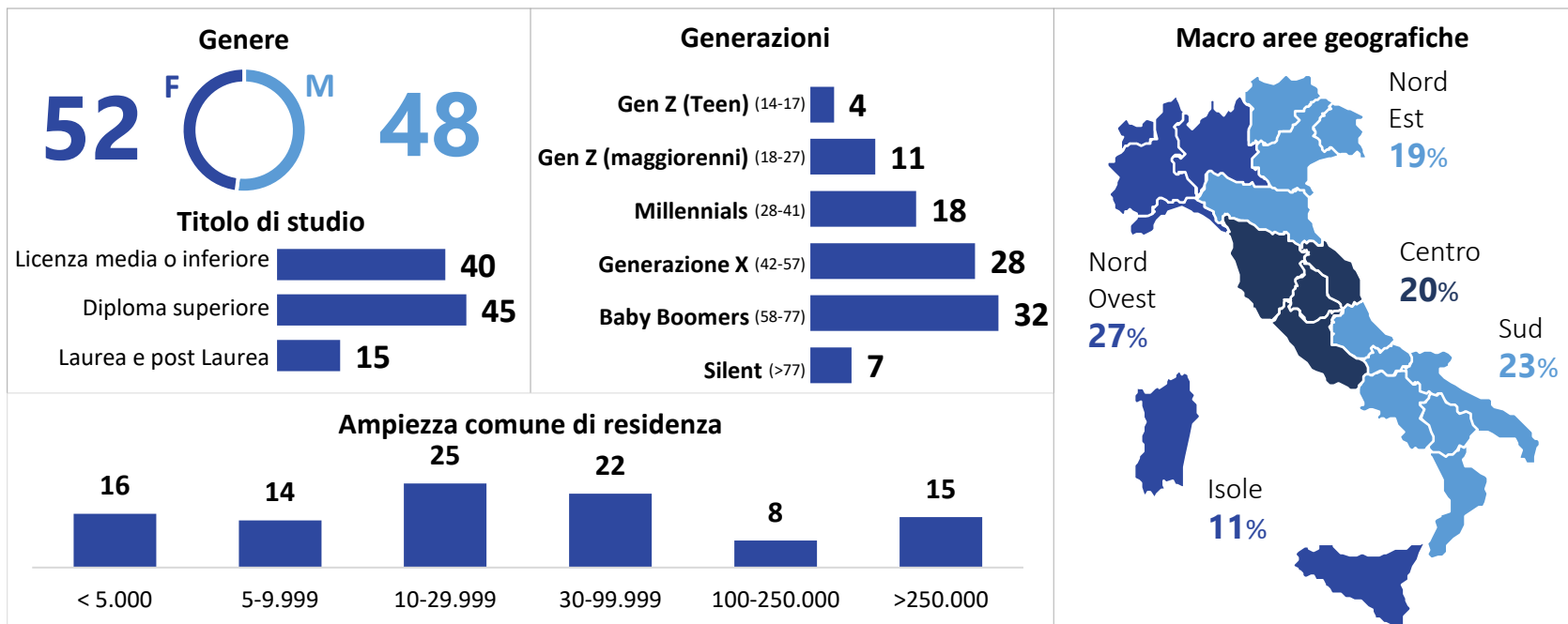
Direzione Generale
CINEMA e
AUDIOVISIVO



6 settembre 2022

Caratteristiche della ricerca e del campione

Indagine svolta da SWG per conto della Direzione Generale Cinema e Audiovisivo 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, per genere, età, zona, livello di istruzione e ampiezza del centro abitato.



Tempo libero e fruizione di audiovisivi



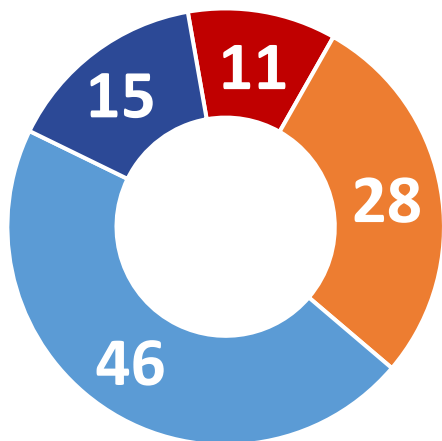
Direzione Generale
CINEMA e
AUDIOVISIVO



Tempo libero: per 4 italiani su 10 è troppo poco

La maggioranza dei cittadini 30-60enni lamenta la mancanza di tempo libero

Parliamo di tempo libero, inteso come il tempo nel quale non deve lavorare o dedicarsi a faccende domestiche, adempimenti ecc. Pensi alla sua settimana tipo. Quanto tempo libero ritiene di avere?



39%

Somma soggetti che ritengono di avere **INADEGUATO** tempo libero

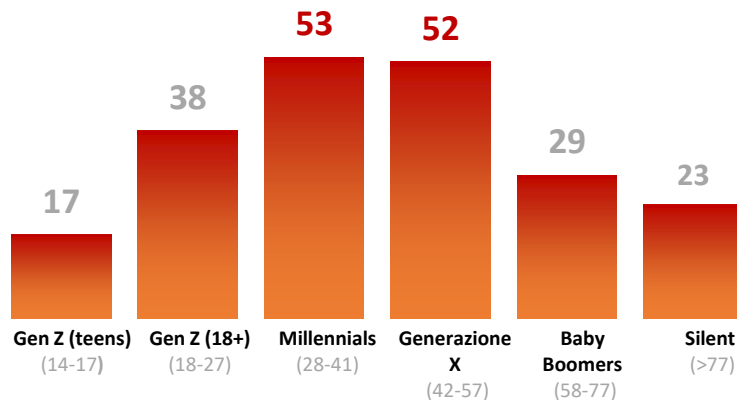
Molto

Poco

Adeguato

Troppo Poco

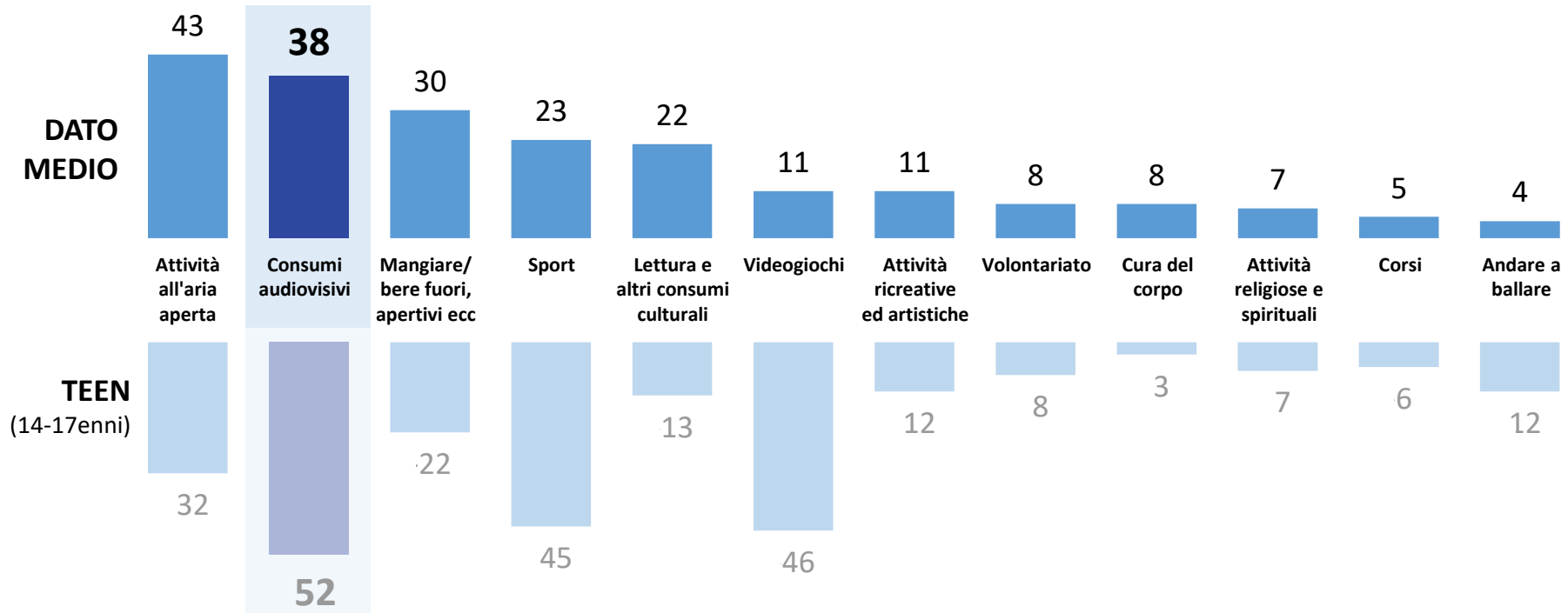
Focus: classi d'età



Le attività preferite nel tempo libero

Il 38% degli italiani indica gli audiovisivi tra le attività preferite nel tempo libero.
Tempo libero per i teen significa audiovisivi, videogiochi e sport

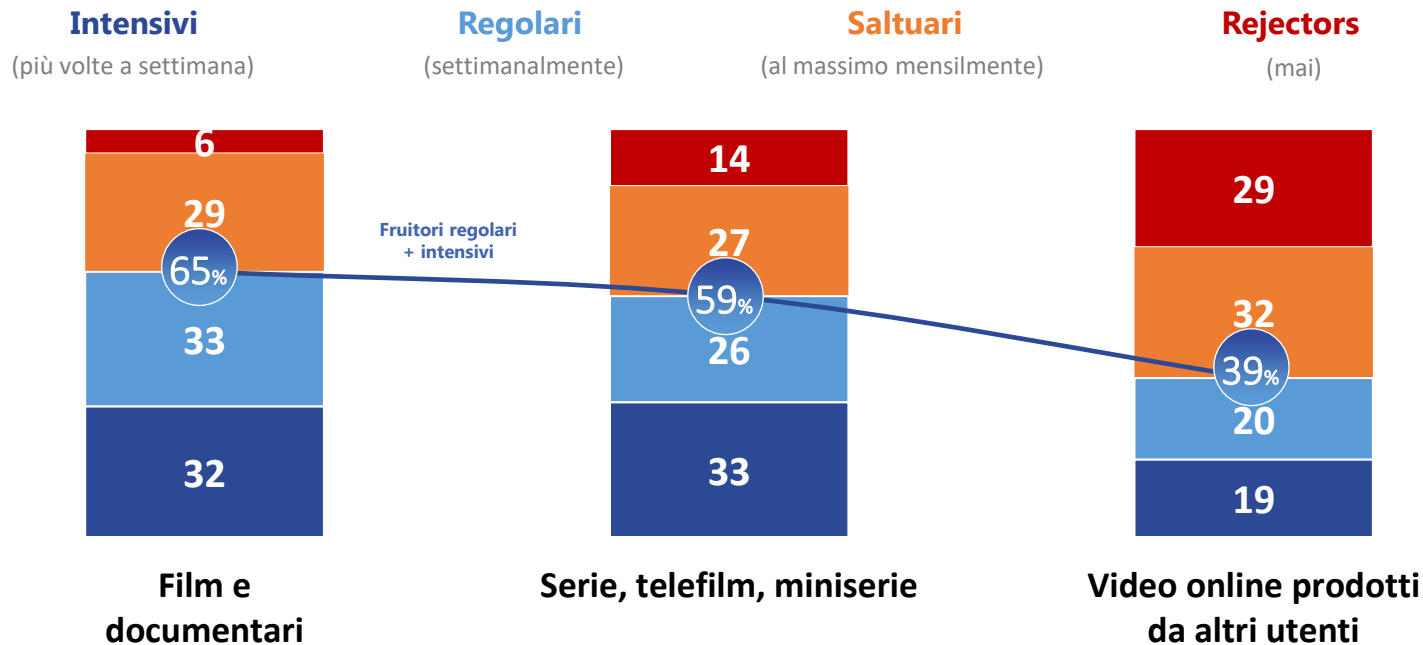
In generale, come preferisce impiegare il tempo libero settimanale che ha a disposizione? (3 risposte possibili)



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...



I gusti in fatto di film



Direzione Generale
CINEMA e
AUDIOVISIVO

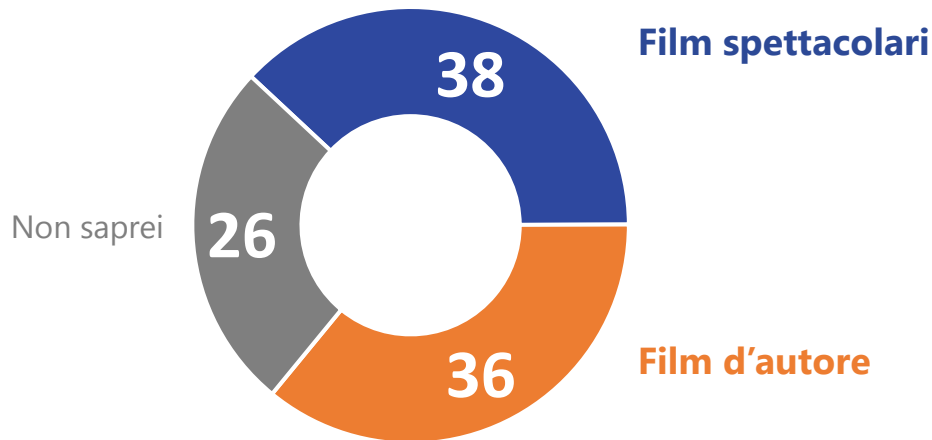


La preferenza tra film spettacolari e d'autore

Il pubblico si spacca: cinema spettacolare preferito da adolescenti maschi che vanno saltuariamente in sala, mentre i film d'autore attraggono senior, più istruiti e amanti del cinema italiano.

In generale preferisce...

(Risponde chi guarda film n = 11.351)



Chi predilige i film SPETTACOLARI

- Teen (14-17) **56**
- Uomini **45**
- Frequentatori saltuari sala **43**

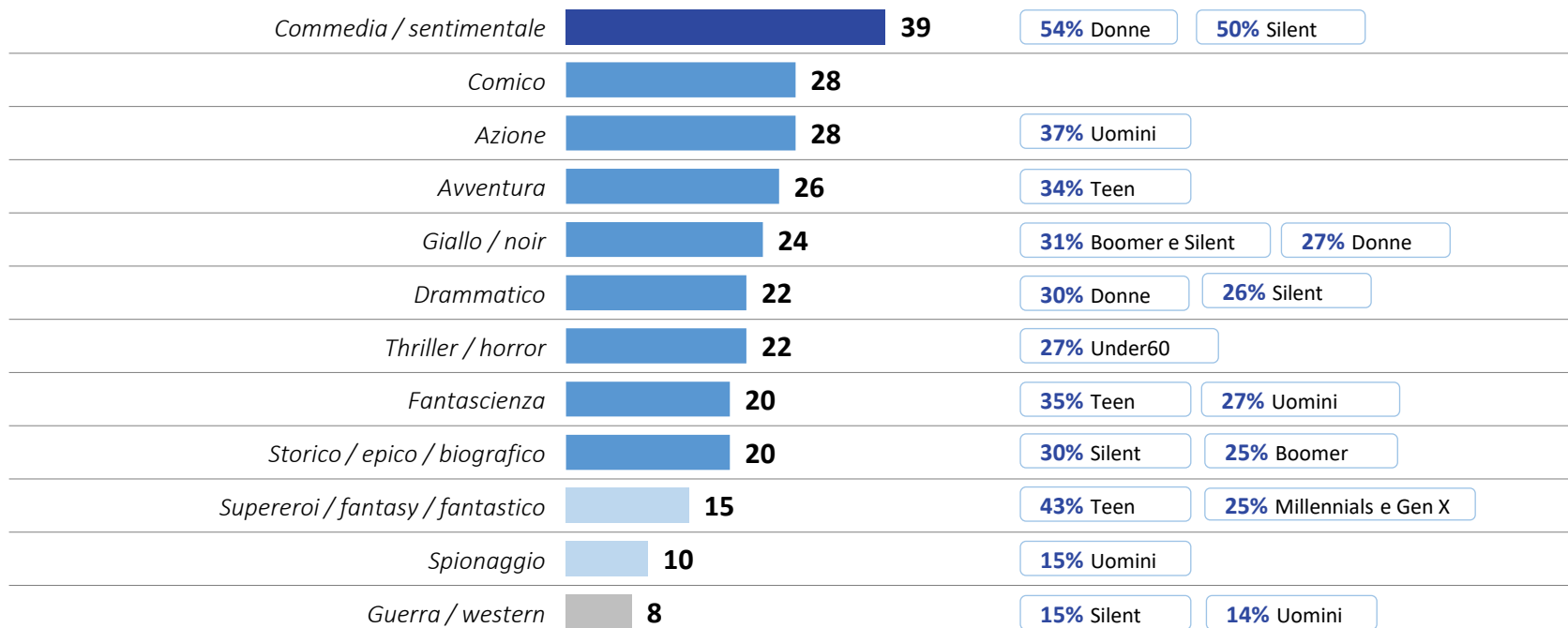
Chi predilige i film D'AUTORE

- Chi preferisce film italiani **51**
- Più istruiti **44**
- Baby Boomers (58-77) **43**

I generi cinematografici preferiti

Commedia sentimentale, comico e azione/avventura sul podio. Significative differenze per genere ed età

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



Produzioni italiane vs Hollywood: gli elementi di valutazione

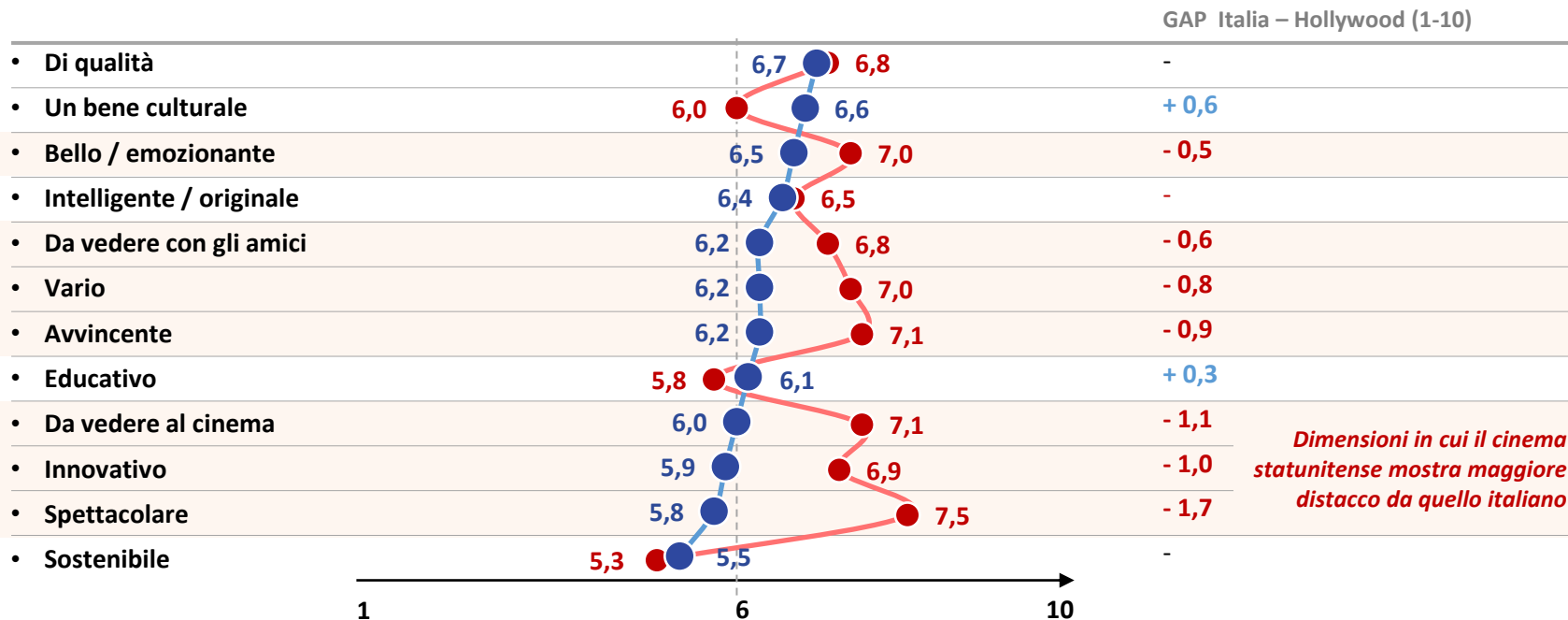
● ITALIA

● 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

*Il 2022 tra
visione in sala
e a casa*



Direzione Generale
CINEMA e
AUDIOVISIVO



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

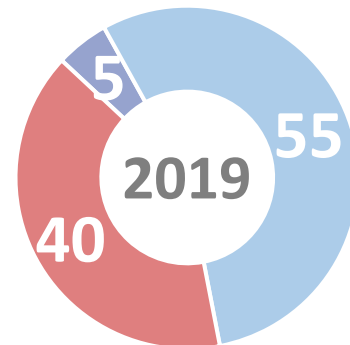
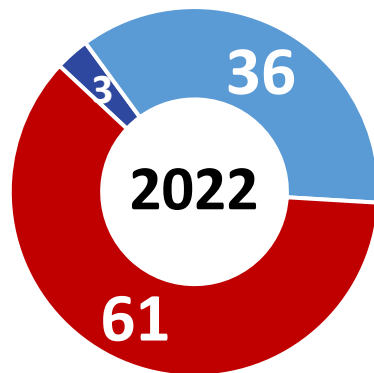
Saltuari

circa mensilmente	7
qualche volta	29

Assenti

mai **61**

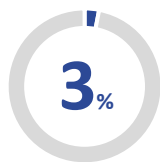
Nel 2022 **-35%** di fruitori delle sale rispetto al 2019
(da 29 milioni a meno di 19 milioni di cittadini dai 14 anni in su)



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

Il profilo di fruizione del cinema in sala

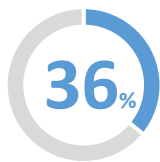
Pesano in particolare età, ceto economico-culturale e specifiche modalità di consumo di film in tv e streaming



Regolari

• Teen (14-17enni)	8
• Genitori di figli under 11	6
• Vive in grandi città	5

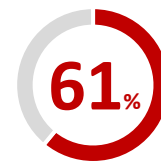
n = 360



Saltuari

• Teen (14-17enni)	52
• Generazione Z (18-27enni)	51
• Vive in grandi città	49
• Più istruiti	43
• Genitori di figli under 11	42

n = 4.323



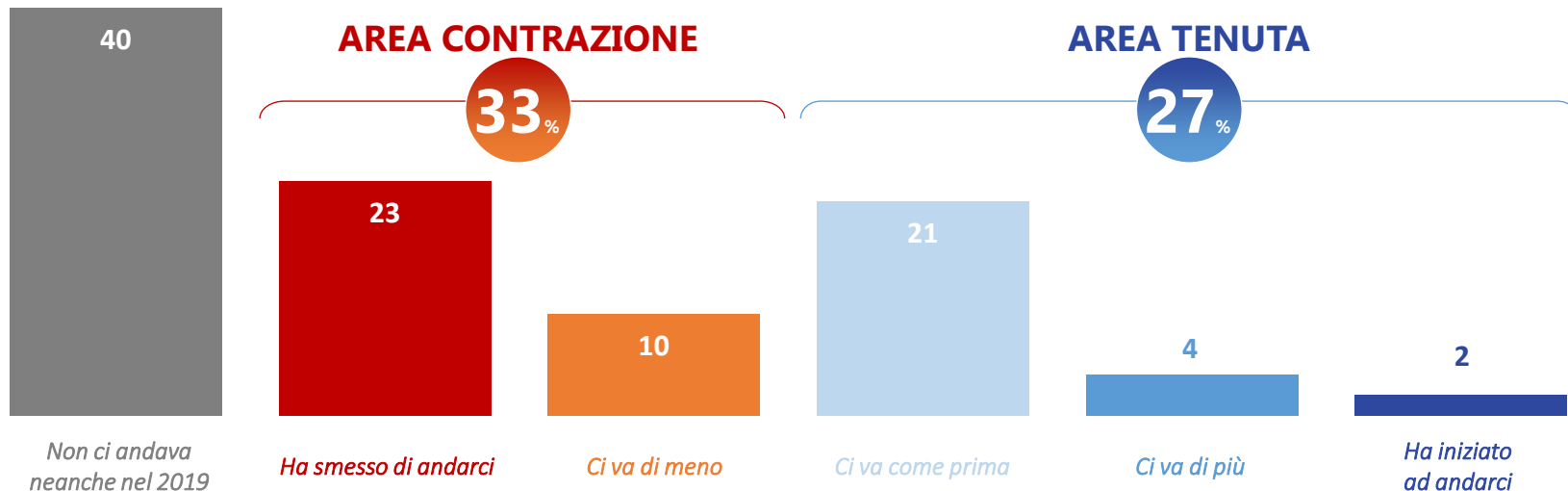
Assenti

• Silent (over 77)	81
• Baby Boomer (58-77enni)	62
• Ceto medio-basso	72
• Meno istruiti	67

n = 7.324

2019-2022: L'andamento della fruizione in sala

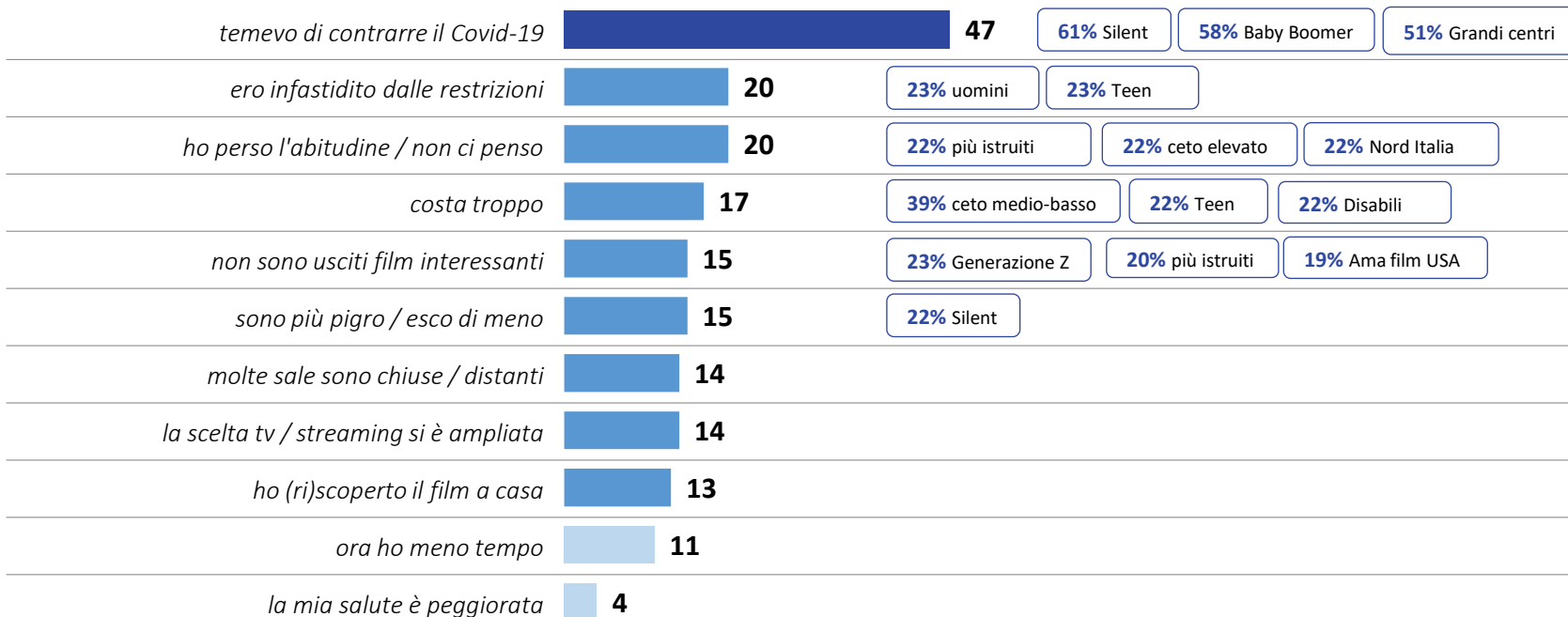
Un terzo dei cittadini ha smesso di andare in sala o ne ha ridotto la frequentazione



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

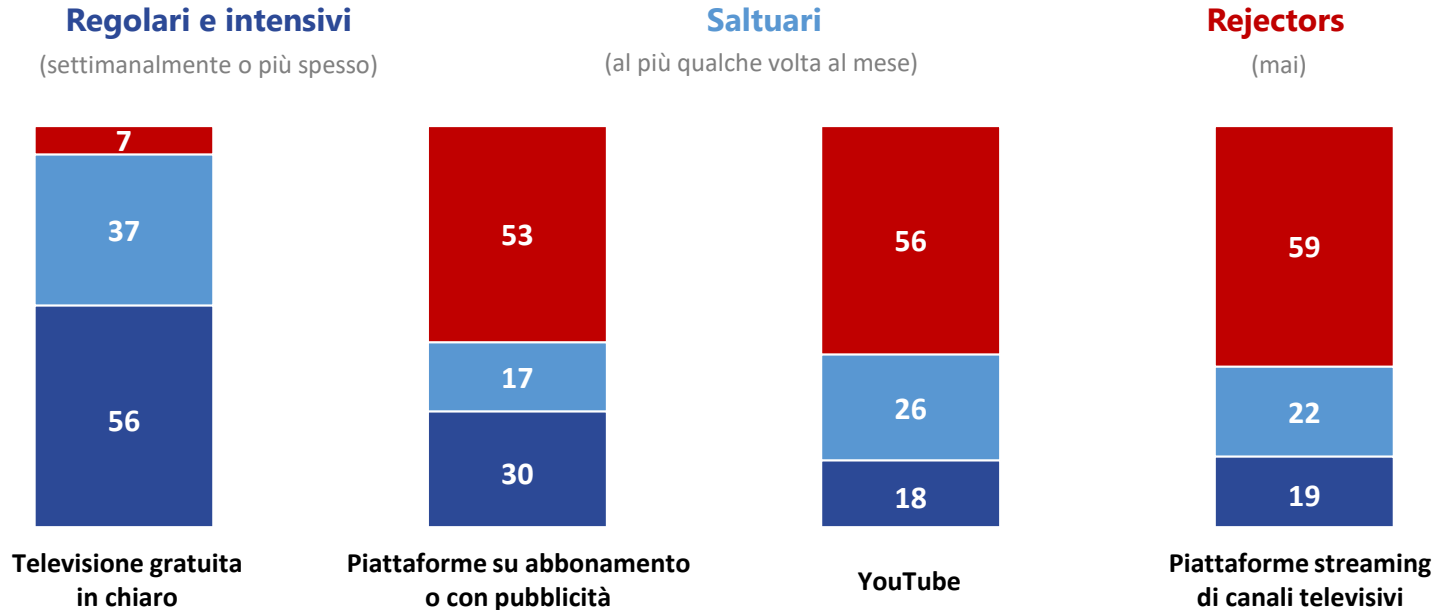
Per quale motivo quest'anno è andato al cinema più raramente rispetto a prima della pandemia? / ha smesso di andare al cinema? (3 risposte possibili, Risponde chi ha diminuito o smesso di andare in sala tra il 2020 e il 2022. n = 3.722)



Altri canali di fruizione di film nel 2022: Tv in chiaro e OTT i canali privilegiati

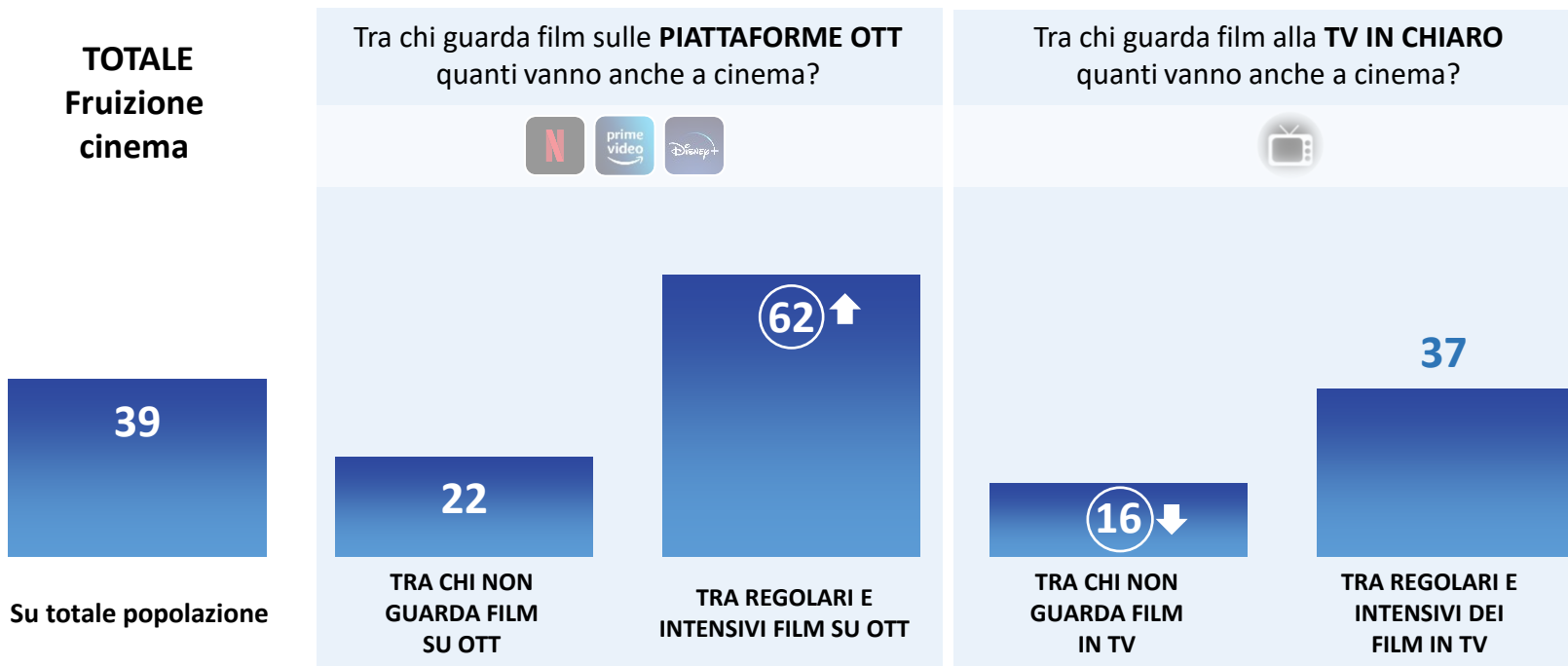
La maggioranza guarda regolarmente film in chiaro in TV, 3 su 10 tramite le piattaforme OTT.
Largo uso di Youtube, che supera le tv a pagamento

Quanto spesso le è capitato di vedere un film attraverso i seguenti canali nell'anno in corso...



Cinema, TV e piattaforme di streaming: una relazione positiva

Chi guarda spesso film sulle piattaforma OTT è anche più propenso ad andare al cinema.
Chi non vede film in tv o in streaming va meno anche in sala



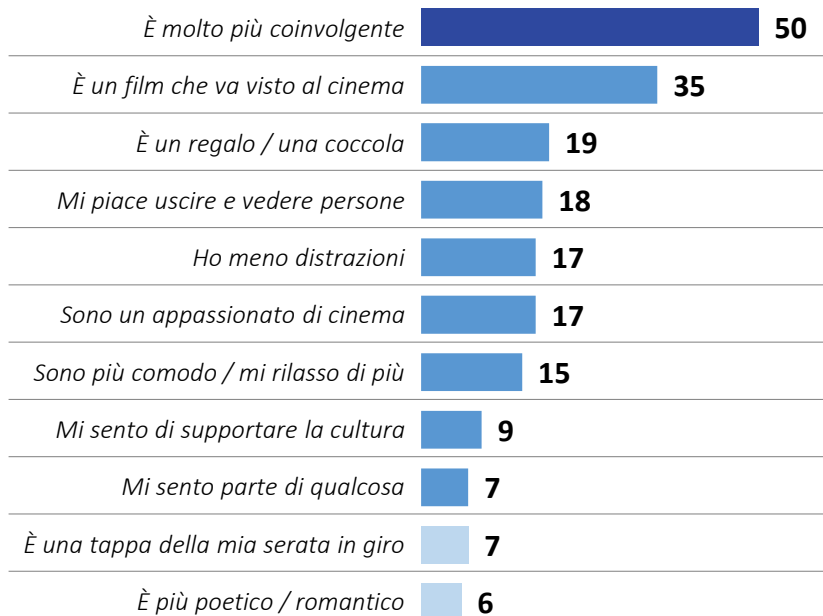
I motivi per scegliere la visione in sala o in casa

Al cinema maggiore coinvolgimento per i film che 'meritano, per farsi una coccola e vedere persone.

Comodità e rilassamento, libertà di orario e risparmio spingono verso il divano di casa

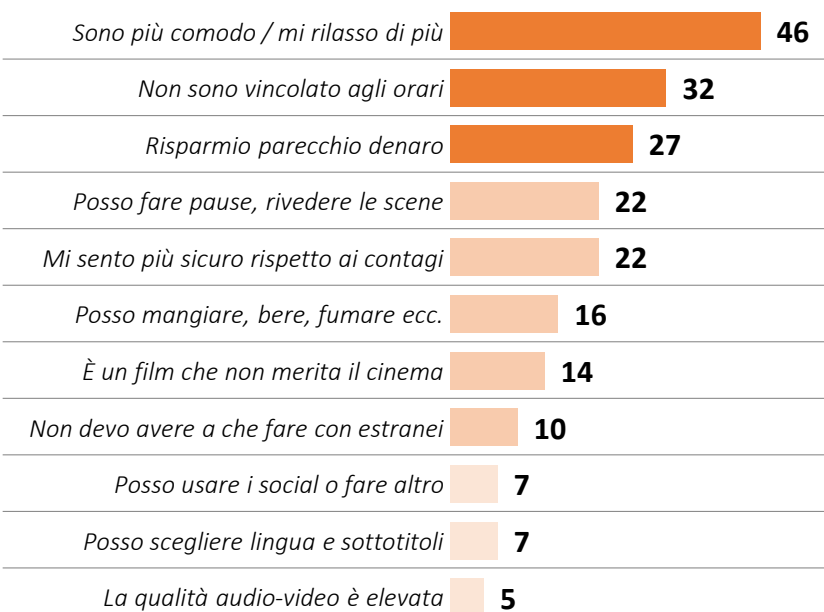
Quando sceglie di vedere un film **AL CINEMA** anziché in casa lo fa perché...

(3 risposte possibili, risponde chi preferisce vedere film in sala n = 7.544)



Quando sceglie di vedere un film **A CASA** anziché al cinema lo fa perché...

(3 risposte possibili, risponde chi preferisce vedere film in casa n = 8.484)

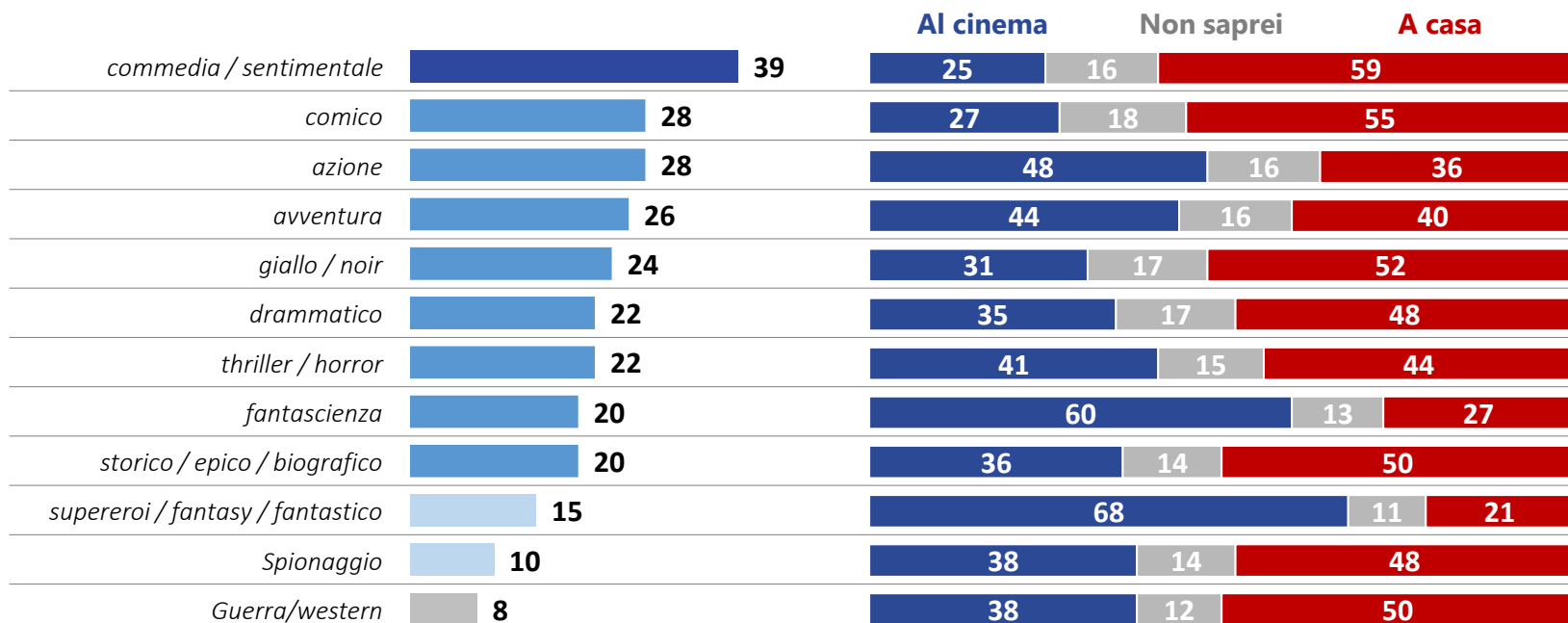


Generi preferiti e associata propensione alla visione in sala

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?



Le attese per l'autunno



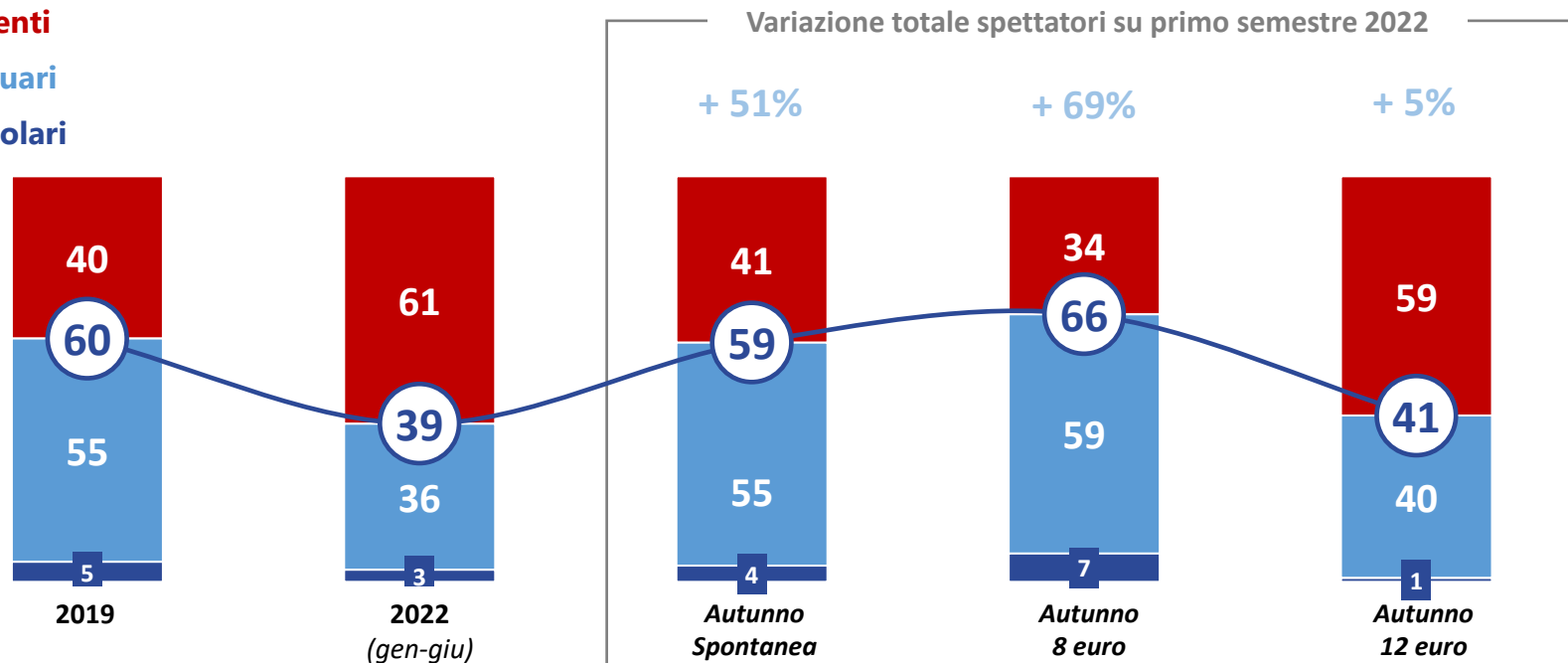
Direzione Generale
CINEMA e
AUDIOVISIVO



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

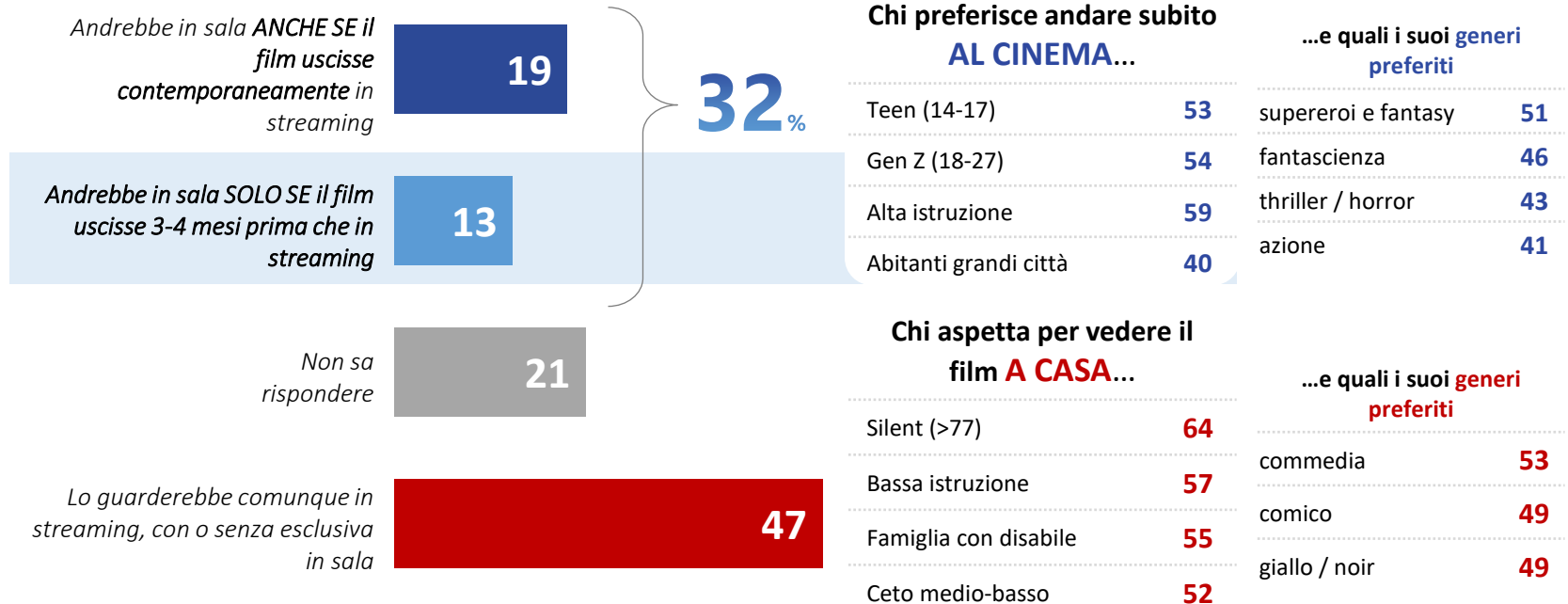
Assenti
Saltuari
Regolari



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?



L'offerta delle sale



Direzione Generale
CINEMA e
AUDIOVISIVO

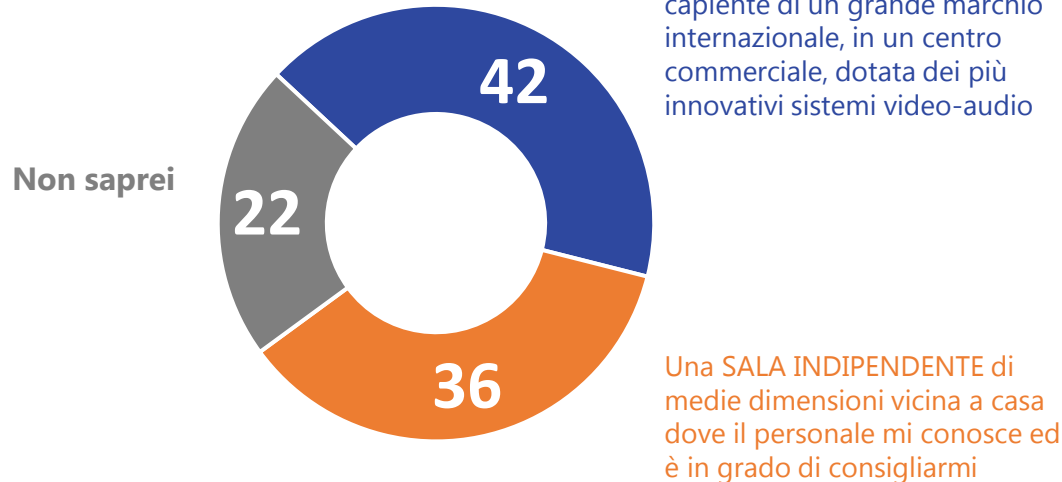


Grandi sale o sale indipendenti: la platea si divide

I più giovani guardano alle grandi sale commerciali, anziani e amanti delle produzioni italiane preferiscono i cinema indipendenti

Le presenterò ora diversi tipi di sale cinematografiche. Quale tra queste meglio rappresenta la sua sala ideale?

(Risponde chi guarda film n = 11.351)



Chi preferisce la GRANDE SALA

Teen (14-17)	60
Gen Z (18-27)	53
Millennials	51
Preferisce i film americani	51

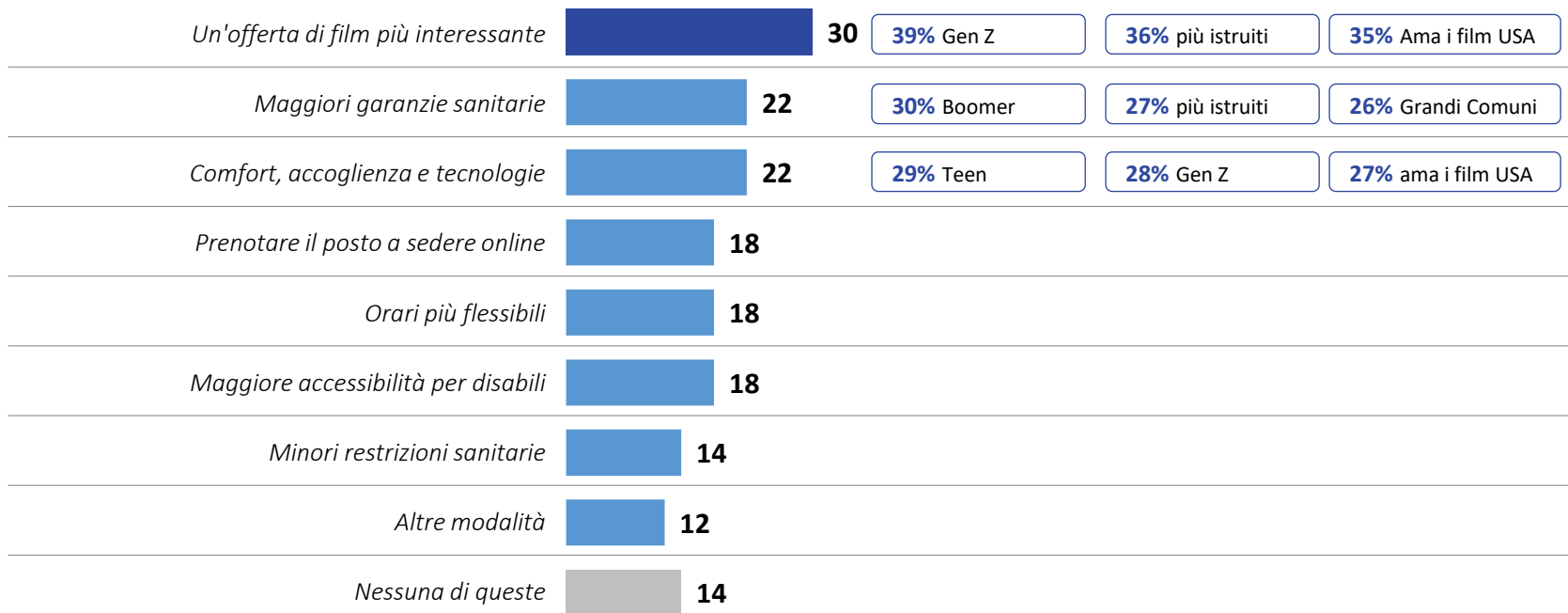
Chi preferisce la SALA INDIPENDENTE

Silent (>77)	43
Preferisce i film italiani	41
Usa poco le piattaforme OTT	39

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)

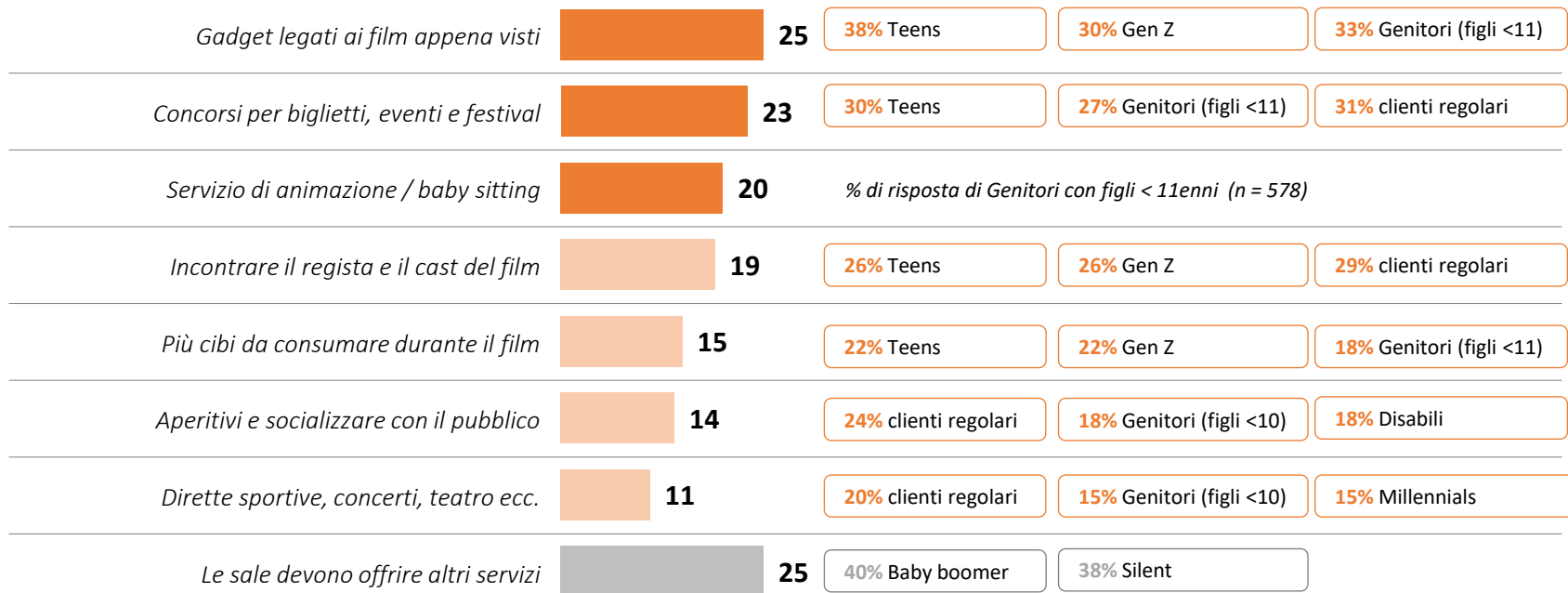
E, al di là del prezzo, che cosa potrebbe invogiarla in futuro ad andare più spesso al cinema / tornare a vedere film nelle sale cinematografiche? (3 risposte possibili, Risponde chi ha diminuito o smesso di andare in sala tra il 2020 e il 2022, n = 3.722)



Servizi, premi e attività in sala per richiamare il pubblico

Non emergono preferenze spiccate: gadget e concorsi attirano i più giovani e le famiglie.
Ma per oltre un quarto, soprattutto tra gli anziani, le sale non dovrebbero offrire attività e servizi accessori

E quali altri servizi / attività vorrebbe ricevere / svolgere presso la sala cinematografica? (3 risposte possibili)



Sintesi delle evidenze...

1. *I **consumi audiovisivi** (in senso ampio) sono una delle attività preferite entro una popolazione che soffre una 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 con caratteristiche demoscopiche differenti.*
3. *I **generi di film preferiti** sono: in primis la commedia, 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. Il cinema italiano è 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 in primis 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.*

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