

Al cinema con lo Spid Ma i gestori incalzano “Sangiuliano faccia presto”

Gli esercenti replicano
alle proposte
del nuovo ministro
della Cultura
“Bisogna puntare
sulla qualità
e sui film italiani
per cercare di tornare
ai numeri
pre pandemia”

*Il titolare del Mibact
annuncia lo sblocco
dei 10 milioni stanziati
da Franceschini*

di Arianna Finos

La paura del contagio, il fastidio della mascherina, il prezzo del biglietto e la qualità dei film. Questi i quattro principali motivi che, secondo una recente ricerca della Direzione Generale di cinema e audiovisivo del Mibac, hanno ritardato il ritorno in sala degli spettatori. E in questa direzione va l'annuncio del neo ministro per i Beni Culturali Gennaro Sangiuliano: dieci milioni di euro stanziati per uno sconto di 3/4 euro sul biglietto, per vedere un film italiano. «Una misura che ho trovato – ha precisato Sangiuliano – lo stanziamento c'era e bisogna dare esecuzione, è una goccia nel mare per riportare le persone in sala ma dalle piccole cose cominciano le grandi». In effetti, caduto il governo, la pratica è stata lasciata sul tavolo dal predecessore, Dario Franceschini, in attesa del decreto attuativo. I dieci milioni erano stati stanziati dal decreto del 17 maggio 2022 (convertito in legge il 15 luglio scorso), «per campagne promozionali o iniziative volte a incentivare la fruizione in sala». Una serie di incontri tra Direzione ed esercenti hanno puntato sul prezzo, elemento importante, specie in una fase come questa di grande difficoltà delle famiglie, specie perché

nel settore si guarda troppo spesso solo all'offerta: chi fa i film, chi li distribuisce, piuttosto che allo spettatore.

Dal ministero fanno sapere che «stavolta c'è stata una inversione di visione». Nella ricerca della Direzione del Mibact si indicava che un biglietto intero a otto euro avrebbe spinto le intenzioni a un più 69 per cento rispetto al primo semestre, con un superamento dei livelli pre-pandemici. Al contrario un prezzo a 12 euro avrebbe condotto solo a un 5 per cento in più di fruitori, con un calo di due terzi rispetto ai frequentatori abituali. Sul fronte tecnico si pensa a una piattaforma simile a quella della 18app, creata da Sogei per i giovani: tramite Spid si accede a un sistema e si stampa un coupon o si scarica un QR code, registrato dall'esercente insieme all'acquisto del biglietto, per verificare che si tratti di un film italiano. I tempi di preparazione non saranno lunghi, anche se serve il concerto con il Garante per la privacy. Positiva la reazione degli esercenti, ma sottolinea **Mario Lorini**, presidente dell'Anec, «si tratta di una misura importante per il significato che ha ed è auspicabile che possa essere incrementata, perché la fruizione collettiva del cinema fa bene al Paese. Ma noi atten-

diamo soprattutto il reddito sui costi di funzionamento di cui si parlava prima della fine del precedente governo sugli investimenti: si tratta dei 105 milioni del Mef, stanziati dal precedente governo, che consentiranno alle sale di avere un tax credit sui più importanti costi di funzionamento delle sale – energia, affitto, personale e altre voci – per sostenere la ripresa lenta ed evitare la chiusura». Ricorda, Lorini, che «ci sono anche i 40 milioni stanziati per sostenere teatri e sale, una parte del rincaro dei costi energetici e infine il tax credit sugli investimenti per ristrutturare le sale salite dal 40 al sessanta per cento». La misura sul prezzo del biglietto andrà avanti fino a esaurimento del fondo, che equivale più o meno a tre milioni di biglietti, tre mesi di ingressi. E i prossimi mesi saranno quelli determinanti per capire se l'abbandono della sala è un fenomeno reversibile o meno:



05550 da qui ai primi di gennaio solitamente si giocano i grandi incassi.

Abolito l'obbligo di mascherine, incentivato il prezzo, buone notizie arrivano anche sul fronte del gradimento: *La stranezza* di Roberto Andò con Toni Servillo, Ficarra e Picone, miglior debutto italiano dell'anno, ha battuto il kolossal supereroico *Black Adam* con The Rock, che spopola nel resto del mondo, è andato bene anche *Il colibrì*, è stato a lungo in classifica anche *Dante* di Pupi Avati. «Noi auspichiamo – dice ancora Lorini – che il decreto sui biglietti parta il prima possibile. La ripresa, sostenuta anche dal gradimento del cinema italiano, va incoraggiata. I numeri fanno ben sperare, anche se resta la necessità di risalire. Questa misura sul biglietto sarà un acceleratore e attrattore sul cinema italiano ed è bene che parta il prima possibile. Il segnale è importante ma il tempo è un fattore essenziale. I film italiani saranno più presenti, e i risultati in termini di qualità si stanno vedendo».

Certo, si tratta di cifre ancora lontane dal pre-pandemia: nei primi sei mesi di quest'anno, rispetto al 2019, la platea si è ridotta del 35 per cento. Nel 2022 oltre il 60 per cento della popolazione non si è mai reca-

to in sala. Una latitanza trasversale che riguarda di più gli anziani. Nell'autunno la voglia di tornare c'è stata. E il consumo di audiovisivi – dati alla mano – è seconda solo, nell'impiego del tempo libero, alle attività all'aperto. A prediligere gli audiovisivi sono gli adolescenti, per il 52%, la generazione Z (che riguarda la fascia tra i 18 e i 27), gli abitanti dei grandi centri (43 per cento) e le persone con un alto livello di istruzione (42 per cento). La sala viene considerata ancora molto più emozionante e coinvolgente della visione casalinga. Va anche detto che la relazione tra cinema, tv e piattaforme di streaming, è positiva: chi guarda i film online è anche più propenso ad andare al cinema.

E se rispetto al consumo di audiovisivi la categoria film e documentari mantiene il primato con due terzi dei cittadini con fruitori regolari, le serie e miniserie tallonano il primato toccato da quota del 59%. Rispetto al cinema americano, anche se al nostro cinema viene riconosciuto un più alto valore culturale ed educativo, quello hollywoodiano viene considerato più spettacolare, innovativo, vario. Sul podio dei generi la commedia sentimentale i film comici e l'azione. Donne e anziani sono più interessati a commedia, giallo e

dramma, i giovani a fantasy e avventura. L'Europa reagisce meglio di noi: in Francia il calo è del 25-30%. Ma al di là delle misure di protezione e promozione del cinema nazionale, l'allarme riguarda la poca circolazione dei film europei. Il direttore dell'European Film Academy, Matthijs Wouter Knol sottolinea come «oggi più che mai il cinema ha la funzione di creare empatia tra i popoli, tra persone che non la pensano allo stesso modo, contrastando la disinformazione di social media e tv». L'azione dell'Academy – che il 10 dicembre consegnerà gli European film Award a Reykjavik – è rivolta con forza ai giovani: «Undici anni fa abbiamo iniziato il progetto Young Audience Award, 70 città di tutto il continente, 10 mila giovani coinvolti, per assegnare alcuni dei premi. Stiamo creando l'European film club, fascia tra i 12 e i 19 anni: un cineforum che consenta a gruppi online di guardare un film europeo e discuterne, senza che ci siano adulti a dire loro cosa c'è di speciale. Tra dieci anni avremo più giovani abituati a guardare film europei, che vogliamo poi convincere a spostarsi dalla piattaforma alla sala».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Fuga dalle poltrone

Il covid e i prezzi

47%

La paura del contagio

Quasi la metà del pubblico che ha abbandonato la sala indica come motivo la paura del contagio da Covid

20%

Le restrizioni

Il 20% era infastidito dalle restrizioni: impensabile guardare un film con la mascherina

17%

Il prezzo

Biglietti troppo cari: è questa la motivazione che ha allontanato dalle sale quasi un quinto del pubblico. Il 14% ha indicato come motivazione la chiusura delle sale vicino casa



▲ **“La stranezza” al top**
Il film di Roberto Andò è il più visto della settimana