Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	**Cultura e Comunicazione**			
	Ilvelino.it	19/10/2015	*I GIOVANI NON AMANO I FILM ITALIANI, IGNORANO QUELLI EUROPEI E PREMIANO QUELLI AMERICANI*	2
	Key4biz.it	19/10/2015	*ILPRINCIPENUDO. ALLA INCERTA FESTA DEL CINEMA RICERCHE SU RICERCHE SULLO SPETTATORE TIPO*	5
	Lagazzettadelmezzogiorno.it	19/10/2015	*GIOVANI AMANO FILM USA E SU SMARTPHONE*	11
	Laprovinciadisondrio.it	19/10/2015	*GIOVANI AMANO FILM USA E SU SMARTPHONE*	12
	Lasicilia.it	19/10/2015	*GIOVANI AMANO FILM USA E SU SMARTPHONE*	13
	Notiziarioitaliano.it	19/10/2015	*GIOVANI AMANO FILM USA E SU SMARTPHONE*	14
	Qn.Quotidiano.net	19/10/2015	*GIOVANI AMANO FILM USA E SU SMARTPHONE*	15
	Tuttosport.com	19/10/2015	*GIOVANI AMANO FILM USA E SU SMARTPHONE*	16
	Virgilio.it	19/10/2015	*GIOVANI AMANO FILM USA E SU SMARTPHONE*	18
	Zazoom.it	19/10/2015	*GIOVANI AMANO FILM USA E SU SMARTPHONE*	19

Per offrirti il miglior servizio possibile questo sito utilizza cookies. Continuando la navigazione nel sito acconsenti al loro impiego in conformità alla nostra Cookie Policy .

Spettacoli

I giovani non amano i film italiani, ignorano quelli europei e premiano quelli americani

La Fondazione Ente dello Spettacolo presenta "I dati del Rapporto Giovani" alla Festa del cinema di Roma

di Redazione | 11:37 - 24 minuti fa | fonte ilVelino/AGV NEWS | Roma

Roma, 11:37 - 24 minuti fa (AGV NEWS)

No ai film italiani, sì a quelli americani, inesistenti quelli europei: queste le preferenze dei ragazzi italiani secondo quanto emerge dal Rapporto Giovani (www.rapportogiovani.it), l'indagine a cura dell'Istituto Toniolo in collaborazione con l'Università Cattolica e con il sostegno di Fondazione Cariplo, che su commissione dell'Ente Fondazione dello Spettacolo

Ministero degli Affari Esteri

VITA
Il portale della Sostenibilità sociale, economica e ambientale

Selpress, il modo più semplice e veloce per ricevere l'informazione che ti serve
Rassegna Stampa specializzata
Rassegne Web
Rassegne Radio e Tv
Analisi dei Media
Banche Dati giornali
Piattaforme personalizzabili
SELPRESS
Media Monitoring & Newsbank
commerciale@selpress.com
+39 02 20531
www.selpress.com

Consiglio regionale della Calabria

Codice abbonamento: 089423

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

(www.entespettacolo.org) ha realizzato un approfondimento sui Millennials – 1600 giovani nati dal 1982 al 1994 – e il consumo di film e cinema, presentato nell'ambito della Festa del Cinema di Roma. Nel dettaglio, le pellicole che in genere i giovani preferiscono sono americane (61,5%), gli italiani piacciono di meno (33,6%). Tra i film europei (2,8%) gradiscono in maniera particolare quelli francesi. In 13 hanno risposto il film africano. Al cinema i giovani vanno per vedere soprattutto, nell'ordine: la commedia (25,7%), il genere del thriller/suspence (18.2%), l'avventura (11,9%) e il fantasy (10,2%). Documentari e cartoon sono quelli che meno incontrano il loro favore, fermandosi al 0,7% e all'1,9%. Con differenze significative tra uomini e donne: thriller/suspence 21,8% M / 15,3% F; commedia 20,6% M / 30,8% F; fantasy 12,1% M / 8,1% F), avventura 17,5% M / 6% F; sentimentale 0,4% M / 9,1% F. Non suscitano il loro interesse i film storici o tratti da storie vere.

Università degli Studi Guglielmo Marconi

Available on the App Store

Art Gallery, News, Mostre, Fiere, Shop
www.galleriarusso.it

Cosa spinge i giovani ad andare al cinema? La trama! È lei l'elemento che fa la differenza per il 59,3%. Mentre gli attori protagonisti sono la seconda ragione ma solo per il 17,1%. Con alcune specificità di genere: la trama fa la differenza più per le femmine (64,7%) che per i maschi (53,9%), mentre gli effetti speciali più per i maschi (11,3%) che per le femmine (3,5%). Quando vanno al cinema? Al primo spettacolo serale: durante il weekend (28,9%) o in settimana (26,5%). Solo il 14,4% gradisce andare nel secondo spettacolo serale durante il weekend. Durante l'anno, per il 34,6% dei giovani, ci sono dei periodi determinati in cui preferiscono andare al cinema: complessivamente il 22,8% ci va più spesso durante le feste comandate (Natale, Pasqua), il 6,4% durante le vacanze estive. Tra le risposte "Altro", ovvero il 7,4% del campione, l'indicazione prevalente è stata la seguente: "in autunno-inverno o quando piove". Per i giovani andare al cinema è fondamentalmente un'occasione per passare il tempo con gli amici e con il partner (48,5%) ed anche un'occasione di divertimento (18,2%).

In una settimana, il 52,6% dei Millennials intervistati guarda più di un film, ma comunque non tutti i giorni. Il 16% guarda in media un film al giorno. Di contro, il 7,7% non ne guarda nessuno o comunque meno di un film a settimana. In media guardano un film al giorno soprattutto al Sud (il 21,4%), contro l'11,5% al Nord e il 14% al Centro. In un mese, il 32,1% dei giovani intervistati si reca più di una volta in una sala cinematografica per vedere un film. Il 67,9% meno di una volta. Tra coloro che vanno più di una volta al mese, il 51,8% ci va due volte, il 19,8% 3 volte e il 13,7% addirittura 4 volte. Ad andare più di una volta al mese al cinema sono soprattutto i maschi (35,2%) contro il 28,7% delle femmine. Sono in misura maggiore i più giovani (35,6% under25; 29,2% over25) e i residenti al Sud (il 36,7% al Sud, il 27,1% al Nord) e studenti-lavoratori (50%) versus il 18,6% dei Neet, il 35% di chi studia e il 35% di chi lavora.

I Millennials intervistati hanno dichiarato che andrebbero di più al cinema se il prezzo fosse più accessibile (68,3%). Rispetto all'affermazione "Alcuni sostengono che i giovani come te vanno poco al cinema", gli intervistati hanno espresso il loro grado di accordo rispetto ad una serie di possibili motivazioni individuate per provare a spiegare questo trend. Il 44,1% è molto d'accordo nel ritenere che la motivazione possa essere "perché è troppo caro", il 20,5% "perché preferiscono scaricare illegalmente i film da internet". Infine, il 17% è molto d'accordo nel ritenere che la visione domestica sia più confortevole. Rispetto alla motivazione che ha registrato maggiore consensi tra gli intervistati, ovvero l'elevato costo del biglietto, si evidenzia come il problema sia più sentito al Nord (51%) rispetto al Sud (38,2%), dalle femmine (44,5%, contro il 43,6 dei maschi), dagli over25 (44,7% versus 43,2% under 25 anni) e dai Neet (46,1% contro il 42,7% di chi studia e il 43,7% di chi lavora). Sono, inoltre, abbastanza-molto d'accordo che in futuro andare al cinema sarà un fenomeno diffuso, ma centrato su grandi produzioni spettacolari e un sistema di sole grandi sale ipertecnologiche.

Come i giovani guardano i film? Il dispositivo tecnologico più utilizzato in famiglia è lo smartphone (79,4%), seguito dalla tv (77,8%). I giovani preferiscono usare il Pc portatile (70,5%) al PC desktop (42,9%). Il tablet viene utilizzato dal 43,4% del campione. I giovani guardano

Codice abbonamento: 089423

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

spesso i film sulla tv generalista (43,2%), mediante digitale terrestre free (40,5%), in Internet, streaming free (36%). Il 26,2% per vedere i film usa spesso la sala cinema, il 7,2% non vi si reca mai e il restante 66,6% raramente-a volte. La componente "gratuità" del mezzo sembra rilevante nella scelta: poco usati infatti sono Internet, on demand a pagamento (solo il 9,3% lo usa spesso), così come Pay Tv/pay per view su Digitale terreste (8,7%, spesso). Al Sud si registra il maggior utilizzo delle sale cinema (31,7%) versus il 22,3% del Nord. In generale, al Sud i giovani utilizzano spesso tutti i mezzi indicati. Rispetto all'età: la sala cinema è utilizzata per vedere film più dagli under25 (28,2%) che dagli over25 (24,5%). Tra gli intervistati, coloro che utilizzano spesso la sala cinema sono in prevalenza studenti-lavoratori (42,3%) rispetto agli studenti (12,2%). Tra i Neet, solo il 12,2%. L'acquisto dei biglietti avviene per la maggioranza dei giovani (83,4%) direttamente in sala, mentre il 9,4% prenota online e ritira in sala e il 6,2% acquista direttamente online. Ad acquistarlo in sala sono soprattutto le femmine (87%) versus il 79,8% dei maschi. Al Sud l'87,3% acquista il biglietto direttamente in sala, il 78,6% al Nord. Nord che supera il Sud per quanto concerne sia l'acquisto online che la prenotazione online con ritiro in sala. Gli over 25, anche se di poco, superano gli under25 rispetto all'acquisto e prenotazione online del biglietto. È in prevalenza chi lavora e chi studia-lavora a prediligere la strada dell'online per l'acquisto-prenotazione del biglietto.

Come i giovani si informano sui film? I giovani intervistati quando decidono di andare al cinema, si informano prevalentemente online circa la programmazione: il 58,6% online sui siti delle sale, il 23% online, su piattaforme, database e siti di cinema. Se vale la pena vedere un film i Millennials si informano ancora una volta prevalentemente online: direttamente sui siti delle sale (19,8%), tramite i blog e altri siti/community dedicati al cinema (23,4%), cercando il sito e il trailer ufficiali del film (23,1%). Difficilmente si chiedono informazioni sulla programmazione e sulla qualità di un film agli amici, interpellandoli direttamente face to face. Dopo la visione di un film al cinema, il 79,8% degli intervistati ne parla con amici e conoscenti, il 49,9% con il partner e il 49,8% in famiglia. Solo il 18,8% ne parla sui social network e il 3,8% sul blog, forum, siti dedicati al cinema.

Quale cinema scegliere? A parità di programmazione, potendo scegliere, i giovani preferiscono vedere un film in un multiplex, ma ricco di servizi (70,7%) piuttosto che in una piccola sala ma familiare (29,3%). Il cinema più vicino a dove abitano i ragazzi è in assoluto il multisala (74,5%), a seguire il mono-sala privato (15,2%), il mono-sala comunale (5,4%) e il mono-sala della parrocchia (4,6%). Tuttavia, il Sud si differenzia rispetto al resto del territorio: soltanto il 67,9% dei giovani del Sud ha come cinema più vicino a casa propria il multisala rispetto all'80,7% di coloro che abitano al centro, e il 78% di coloro che abitano al Nord, mentre il 21,8% ha un mono-sala privata di contro al 10% degli intervistati del Nord e 12,1% dei giovani del Centro.

cinema

AGV NEWS s.r.l. - Società Editrice de il Velino/AGV NEWS Agenzia Giornalistica il Velino
Presidente e A.D.: Luca Simoni - Direttore responsabile: Luca Simoni - Direttore editoriale: Paolo Pollichieni
Tel. 0661523311 r.a. - Fax 0664508643 - Reg. Trib. di Roma N° 528/98 - Codice Fiscale e Partita IVA: 09792861008

Codice abbonamento: 089423

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

LA KERMESSE

Ascolta

ilprincipenudo. Alla incerta Festa del Cinema ricerche su ricerche sullo spettatore tipo

Perché il Mibact non si attrezza in-house per realizzare le indispensabili attività di ricerca e studio sul sistema cinematografico, in termini di strategia e policy making?

di **Angelo Zaccone Teodosi (Presidente Istituto italiano per l'Industria Culturale - IsICult)** | 19 ottobre 2015, ore 17:45

ilprincipenudo *ragionamenti eterodossi di politica culturale e economia mediale, a cura di* ***Angelo Zaccone Teodosi****, Presidente dell'Istituto italiano per l'Industria Culturale – IsICult (www.isicult.it) per* ***Key4biz****. Per consultare gli articoli precedenti, clicca qui.*

L'impressione che continua a suscitarci la Festa del Cinema di Roma è quella che abbiamo già manifestato sulle colonne di "Key4biz" (vedi "**Esordio in tono minore, tra deficit di idee e spending review**"): una iniziativa dal confuso

LEGGI ANCHE

ilprincipenudo. Festa del Cinema di Roma: esordio in tono minore, tra deficit di idee e spending review
16 ottobre 2015

Federico Bagnoli Rossi (FAPAV): 'Tutela dei contenuti? Più responsabilità ai giganti del web'
5 ottobre 2015

VIDEO

#TRUENUMBERS. Pizza, birra & tasse

Tweets Follow

Codice abbonamento: 089423

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

profilo identitario... Insomma, un festival in più – senza dubbio – ma ribadiamo: "*cui prodest*"?!

E la Festa sembra essere soprattutto... una festa per chi lavora per la Festa!

La conferma di questa tesi si è avuta sabato notte, allorquando il neonato **Mercato Internazionale dell'Audiovisivo** alias **Mia** ha organizzato una mega-festa nella ex Caserma Guido Reni (di fronte al **Maxxi**, nell'economia e negli spazi dell'Outdoor Festival), alla quale, però, la stampa accreditata al festival non è stata invitata a partecipare! Si conferma anche l'assurdità di un isolamento (totale) tra **Festa del Cinema** e **Mercato Internazionale dell'Audiovisivo**, e non soltanto a livello di uffici stampa: ma quale mente (non esattamente... "strategica") ha potuto assumere una simile scellerata decisione?!

La quarta giornata del festival ci ha confermato anche l'impressione di una kermesse schizofrenica, di promozione alla grande dei prodotti delle "major Usa" (come se ne avessero bisogno...) e di poco efficace promozione del "made in Italy" cinematografico (soprattutto se atipico).

Due esempi, sintomatici: questa mattina, la sala Petrassi dell'Auditorium per la Musica era affollata di giornalisti ed operatori del settore per vedere l'anteprima stampa dell'ultimo film di **Robert Zemeckis**, "***The walk 3D***", ma semivuota per l'anteprima del film di Amelio sulla scuola, "***Registro di classe – Libro Primo 1900-1960***". "***The Walk***", coproduzione franco-statunitense marchiata Sony, è senza dubbio uno dei film più attesi della stagione cinematografica.

Si ricordi che Robert Zemeckis è l'autore della trilogia di "***Ritorno al futuro***", così come di opere indimenticabili quali "***Forrest Gump***" e "***Chi ha incastrato Roger Rabbit***".

Ha deciso di portare sul grande schermo la storia vera di Philippe Petit (interpretato da un sognante **Joseph Gordon-Levitt**), il funambolo francese che nel 1974 sorprese la città di New York camminando su una fune d'acciaio tesa tra le due torri del World Trade, a centinaia di metri e senza alcuna rete di protezione.

"*The Walk-3D*" si basa sul libro "***The Walk. Fra le Twin Towers, i miei ricordi di funambolo***" di Philippe Petit, edito in Italia da Ponte alle Grazie, che ha anche pubblicato l'altro libro di Petit, "Trattato di funambolismo".

Alcuni spettatori, in Usa, hanno lamentato nausea da vertigine, ed in effetti in alcuni momenti il film è veramente... toccante e stimola i brividi.

"***Registro di classe. Libro Primo 1900-1960***", è invece un film realizzato da **Gianni Amelio** con **Cecilia Pagliarani**, un documentario che propone un viaggio lungo un secolo utilizzando i registri di classe: insegnanti, bambini, genitori di ogni parte d'Italia, raccontando la storia della scuola dell'obbligo, vissuta in prima persona tra grandi aspettative e delusioni spesso profonde...

Se l'opera di Zemechis merita una segnalazione comunque positiva (il 3D non entusiasma e determina una patina scura sul tutto, il film non è un capolavoro, non è innovativo ma propone comunque un'onesta biografia romanzata del Petit funambolo "pazzo" ovvero dell'artista "sovversivo)", il documentario di Amelio non ci ha provocato alcuna emozione, limitandosi ad un montaggio intelligente di filmati di repertorio **Luce** e simili, che cercano di far capire come fosse arretrata l'Italia del Dopoguerra, e quale funzione fondamentale di alfabetizzazione basilare abbia svolto la scuola (a proposito dell'attuale deficit di "alfabetizzazione digitale" del nostro Paese e del ruolo che Rai potrebbe svolgere...).

Da ricercatori, oltre che cinefili, non potevamo però mancare uno dei rari incontri "extra-spettacolari" previsti in questa edizione "*low profile*" della Festa.

Key4biz @Key4biz 54m
sempre più sul pezzo la nostra @CriTomei con il grande @ChriDeSica su "Essere attori oggi". Guarda la pillola video twitter.com/NUOVOIMAIE/sta...
Expand

Tweet to @Key4biz

Key4biz
Mi piace questa Pagina 5,5mila "Mi pi
Di' che ti piace prima di tutti i tuoi amici

Tweets Follow

Broadband4Europe @BB4Europe 6 Oct
EU Digital Single Market (DSM), Electronic Commerce and Digital enterprise in Italy: An overview of legal emer... bit.ly/1Z6sOp7

Broadband4Europe @BB4Europe 29 Sep
Devaluing data, fighting cybercrime: For any organization connected to the Internet, it is not a question of i... bit.ly/1VnR5SP

Broadband4Europe @BB4Europe 29 Sep
US and China will fight cybercrime together: The US and China

Tweet to @BB4Europe

Codice abbonamento: 089423

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

"*Low profile*" anche per quanto riguarda le occasioni di riflessioni sul sistema del cinema, a differenza delle grandi ambizioni degli anni scorsi: dagli ambiziosi "**Stati Generali del Cinema Italiano**" dell'edizione 2008 alla non meno ambiziosa "**Conferenza Internazionale sull'Audiovisivo**" dell'edizione 2014 (organizzata dal **Mibact Cinema** nell'ambito delle iniziative della **Presidenza Italiana del Consiglio dell'Unione Europea**)...

Ci siamo quindi affacciati alla presentazione di una ricerca dell'Istituto Toniolo (emanazione dell'Università Cattolica del Sacro Cuore), sul pubblico cinematografico formato dai cosiddetti "*Millennials*", ovvero i giovani nati tra il 1982 ed il 1994, iniziativa promossa dalla **Federazione Ente dello Spettacolo** (Feds).

Si tratta in verità di una ri-presentazione, perché lo studio era già stato anticipato in anteprima, qualche settimana fa, durante la 72ma edizione della **Mostra d'Arte Cinematografica della Biennale di Venezia**.

Hanno partecipato alla presentazione, insieme alla coordinatrice della ricerca **Rita Bichi** (Docente di Sociologia dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano), **Davide Milani** (Presidente dell'Ente dello Spettacolo), **Luigi Cuciniello** (Presidente Anec, l'associazione degli esercenti cinematografici dell'Agis), con la moderazione di **Bruno Zambardino** (coordinatore dell'Osservatorio media dell'I-Com).

Di fatto, non si tratta di una ricerca "sul cinema", ma di uno specifico approfondimento sui "*Millennials*" ed il consumo di film e cinema, all'interno del progetto "**Rapporto Giovani**" del Toniolo in collaborazione con la Cattolica.

La ricerca è stata elaborata intervistando 1.660 giovani italiani, con un campione che si ha ragione di ritenere rappresentativo della popolazione di riferimento (non è stato rivelato l'apparato metodologico, né il periodo di svolgimento dell'indagine).

Il 53 % dei "*Millennials*" guarda (guarderebbe...) più di un film a settimana, mentre il 16 % vede in media un film al giorno, un 8 % di loro invece si ferma a meno di un film la settimana.

Dall'indagine, emerge che il "fattore prezzo" è determinante: il 44 % sostiene che il biglietto cinematografico è troppo caro (il problema è paradossalmente più sentito al Nord: 51 % rispetto al 38 % del Sud).

Potrebbe stupire (ma certo non stupisce chi redige queste note e chi legge questa rubrica) che il medium prevalente sia ancora la televisione: "free" e generalista.

I giovani guardano infatti spesso i film sulla tv generalista (43 %), mediante digitale terrestre free (41 %), in internet, streaming free (36 %). Il 26 % per vedere i film usa "spesso" la sala cinema, il 7 % non vi si reca "mai" e il restante 67 % "raramente-a volte". La componente "gratuità" del medium sembra rilevante nella scelta della fruizione mediale: poco usati infatti sono l'"on demand" a pagamento (solo il 9 % lo usa spesso), così come le modalità "pay tv"/"pay per view" su digitale terreste (9 %, spesso).

Da osservare come un 21 % del campione dichiari con candore che preferisce scaricare illegalmente i film dal web...

Le pellicole che in genere i giovani preferiscono sono americane, per un 62 %, mentre gli italiani piacciono di meno e ottengono il 34 % dei favori.

A parità di programmazione, i giovani preferiscono vedere un film in una multisala ricca di servizi (71 %), piuttosto che in un piccolo cinema (29 %).

Don Davide Milani, Presidente dell'Ente dello Spettacolo ha sostenuto *che "i ragazzi, sul prodotto di qualità, non ci sentono, ed è quindi compito nostro e delle istituzioni culturali insegnare ai giovani come leggere il cinema".*

Qualcosina è stato fatto nel decreto "***La Buona Scuola***", con l'introduzione del cinema nel programma scolastico.

Noi, come Ente dello Spettacolo, lanceremo nuove iniziative per l'educazione all'immagine".

È stato anche lamentato come vi siano sul mercato almeno quattro o cinque fonti (da **Cinetel** che misura gli incassi, all'**Audicinema**, sostenuto da **RaiCinema**, focalizzata sul posizionamento di prodotto, alle più recenti realizzate da **Ergo**

Codice abbonamento: 089423

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Research per **Anica**), che – in qualche modo – cercano di tratteggiare l'identikit dello spettatore cinematografico, tutte con approccio prevalentemente quantitativo, allorquando servirebbe invece uno studio quali-quantitativo da sviluppare a livello nazionale, approfondito, organico, continuativo, sugli spettatori cinematografici di tutte le età, sia in sala sia attraverso gli altri media.
La presentazione della ricerca Feds ha registrato una… "*nano-audience*", con poco più di una decina di spettatori, ma, conoscendo le capacità comunicazionali dell'Ente dello Spettacolo abbiamo però certezza che saprà diffondere al meglio nella comunità professionale questi dati. Si ricordano "en passant" le molteplici attività dell'Ente dello Spettacolo: collane editoriali, e la patinata "La Rivista del Cinematografo", distribuita finanche in edicola (ma i maligni sostengono che non ci arriverebbe, senza i danari pubblici…), nonché l'attività di ricerca il cui prodotto principale è rappresentato dal "***Rapporto annuale sul mercato del cinema***".

Come abbiamo scritto tante volte su queste colonne (si rimanda per esempio a "**Eccone un altro: ma servono davvero tutti questi Osservatori?**" su "Key4biz" del 20 novembre 2014): perché il Ministero non si attrezza adeguatamente anzitutto "in-house" per realizzare le indispensabili attività di ricerca e studio sul sistema cinematografico, in termini di strategia e "policy making"?
Perché sono stati totalmente depotenziati (e definanziati) l'**Osservatorio dello Spettacolo** e l'**Ufficio Studi del Mibact**?
Il primo dipendeva, fino a poco tempo fa, dalla Direzione Generale Spettacolo dal Vivo, ed il secondo dipende dal Segretariato Generale.
In effetti, anche gli studi sul settore cinematografico (sul teatro e la musica quasi nulla vien realizzato) sono sostanzialmente appaltati all'esterno dal Ministero, soprattutto all'Anica e all'Ente dello Spettacolo. Perché lo Stato ha deciso di rinunciare a quella che dovrebbe essere una delle attività primarie e caratteristiche del buon amministratore, ovvero la libera "conoscenza" (che si presuppone essere preliminare alla "decisione")?!
Come non condividere le perplessità che ha manifestato l'acuto Andrea Dusio sulle colonne liberiste di "**Oden (Tutto quanto fa entertainment)**", nell'edizione del 29 settembre 2015, nel polemico articolo emblematicamente intitolato "***Contributi Mibact: i soliti noti***"?!
Senza nulla togliere all'Anica o alla Feds, si tratta di soggetti che, per quanto qualificati, son comunque privati e "di parte", inevitabilmente suscettibili di critiche per il rischio di partigianeria, essendo rappresentativi soltanto di alcune anime del policentrico sistema cinematografico nazionale.
Eppure su questi dati (in assenza di altri), il Ministro governa ed il Parlamento legifera.
La Dg Cinema è forse indirettamente "governata" dalla più potente lobby del settore, qual è l'Anica, presieduta da **Riccardo Tozzi** (che è peraltro anche il titolare della maggiore società di produzione cinematografica ed audiovisiva italiana, **Cattleya**)?!
L'Osservatorio dello Spettacolo dovrebbe presto finire nelle competenze della Direzione Generale per il Cinema: ci si augura che l'Osservatorio, sotto la direzione di **Nicola Borrelli**, ridotato delle risorse necessarie, sappia sviluppare al meglio anzitutto le capacità "*in-house*", e subito dopo aprirsi – in modo plurale e libero – verso il mondo della ricerca indipendente, dell'università, della "community" professionale ed autoriale, e finanche della società civile.

► Clicca qui per la **presentazione di Rita Bichi (Università Cattolica del Sacro Cuore), "Millennials al Cinema"**, Festa del Cinema di Roma, 19 ottobre 2015
► Clicca qui per **il comunicato stampa Fondazione Ente dello Spettacolo sulla ricerca dell'Istituto Toniolo "Millennials al Cinema"**, Festa del Cinema

Codice abbonamento: 089423

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

di Roma, 19 ottobre 2015

CINEMA

Mi piace 0 G+1 0 Share 0 Share

© 2002-2015 Key4biz

ARTICOLO PRECEDENTE
Social, l'85% dei telespettatori naviga su Facebook mentre guarda la tv

ARTICOLO SUCCESSIVO
Canone Rai, è giallo sulla supermulta per chi evade

ALTRE NEWS IN "ILPRINCIPENUDO"

ilprincipenudo. Festa del Cinema di Roma: esordio in tono minore, tra deficit di idee e spending review

ilprincipenudo. Area Popolare vuole rivoluzionare la Rai, Campo Dall'Orto digitalizzarla e Giacomelli esalta la riforma

ilprincipenudo. Quel che manca all'Italia? Una visione d'insieme di media e cultura

ilprincipenudo. Dalla Rai a Rcs-Mondadori: serve una regia unica per il made in Italy della cultura

ilprincipenudo: Il puzzle della politica culturale fra tax credit, Festa del Cinema e missioni in Cina

News

INTERNET
MEDIA
TELECOMS
SMART CITY
ENERGIA
ROBOT
GAMES
MAPPAMONDO
BIBLIOTECH
RECENSITI
INFOGRAFICHE
PICS
WHO IS WHO
VIDEO
STREAMING
STARTECH

Rubriche

APP4ITALY
ARTVISION
ASSETPROTECTION
BREAKINGDIGITAL
BUSINESSPLANET
CASHLESS
CAUSERIES
COSA COMPRO
COSEDANONCREDERE
CROWD4FUND
DCX
DIGITAL CRIME
EJOURNALISM
ELEX
ENTARTAINMENT
FINTECH
ILPRINCIPENUDO

key4biz

CHI SIAMO
COSA FACCIAMO
PARTNER
DAILYLETTER
COOKIE POLICY
CONTATTI
Seguici

Codice abbonamento: 089423

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

ILSOCIALPOLITICO
LETTERA ANESTI
MEPA
MINIONS4ITALY
PADIGITALE
SOS ENERGIA
SOSTECH
SPOT&SOCIAL
STORIE – INTERNET DELLA GENTE
TALENTSULMERITO
TECNOLAW
VORTICIDIGITALI

©2002-2015 Key4biz.it - Quotidiano online sulla digital economy e la cultura del futuro. Fondato e diretto da Raffaele Barberio.
Registrazione n. 121/2002, Tribunale di Lamezia Terme
ROC n. 9675 del 21 maggio 2004
SUPERCOM - P. Iva 02681090425

L.Ink – Il festival della comunicazione e del giornalismo
Diretta streaming. Vai al programma di martedì 20 ottobre (inizio ore 9)
Chiudi

Codice abbonamento: 089423

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Informativa x

Questo sito o gli strumenti terzi da questo utilizzati si avvalgono di cookie necessari al funzionamento ed utili alle finalità illustrate nella cookie policy. Se vuoi saperne di più o negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie, consulta la **cookie policy**.
Chiudendo questo banner, scorrendo questa pagina, cliccando su un link o proseguendo la navigazione in altra maniera, acconsenti all'uso dei cookie.

Scopri ContoCorrente YouBanking
Lo Zero vale di più!
Zero bolli fino al 2016
Zero spese di gestione
APRILO SUBITO

Ascolta

TRADUCI bing

Giovani amano film Usa e su smartphone

Rapporto Toniolo, andrebbero di più in sala con prezzi più bassi

(ANSA) - ROMA, 19 OTT - Giovani e il cinema: amano i film americani, meno gli italiani e poco gli europei, vanno a vedere commedie, thriller, avventura e fantasy, preferibilmente nei multisala oppure da smartphone e pc portatile.
E' quanto emerge dal Rapporto Giovani, l'indagine a cura dell'Istituto Toniolo, su commissione dell'Ente Fondazione dello Spettacolo, presentato nell'ambito della Festa del Cinema di Roma.
E andrebbero di più al cinema se il prezzo fosse più accessibile.

19 Ottobre 2015
© RIPRODUZIONE RISERVATA

COMMENTA INVIA A UN AMICO

SPETTACOLO N-24

per la mostra FS 'Moveat Expo

16:15 | **MILANO** | Sostenibilità: Diamond a Milano per parlare di diseguaglianza

16:42 | **MILANO** | Expo: debutta 'Rosso Mille Miglia', in un film rivive la corsa-leggenda

15:05 | **MILANO** | Marco Mengoni si aggiudica il Best Italian Act

PER CAMBIARE BASTA UN'AZIONE.

viaggia nell'evento EXPO
le notizie i padiglioni dal Mondo
le Regioni italiane i protagonisti

Vai alla sezione

RACCOLTA DIFFERENZIATA
CHI DIFFERENZIA CI GUADAGNA

Vai alla sezione

Codice abbonamento: 089423

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

La Provincia di Sondrio .it

Data 19-10-2015
Pagina
Foglio 1

Lunedì 19 ottobre 2015 (0)

Facebook Twitter Google plus Email

Giovani amano film Usa e su smartphone

(ANSA) - ROMA, 19 OTT - Giovani e il cinema: amano i film americani, meno gli italiani e poco gli europei, vanno a vedere commedie, thriller, avventura e fantasy, preferibilmente nei multisala oppure da smartphone e pc portatile. E' quanto emerge dal Rapporto Giovani, l'indagine a cura dell'Istituto Toniolo, su commissione dell'Ente Fondazione dello Spettacolo, presentato nell'ambito della Festa del Cinema di Roma. E andrebbero di più al cinema se il prezzo fosse più accessibile.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Tags

#Roma

Articoli più letti

La carica dei 35mila alla Mostra del Bitto	1296 letture
Sottopasso di via Nani, il Comune ci riprova	1249 letture
Portavalori dell'istituto di vigilanza di Sondrio picchiato a sangue	762 letture
Regina la "Fiera del bestiame" Delebio e la Bassa alle origini	726 letture
Lotta al gioco d'azzardo, la Regione inasprisce le sanzioni	715 letture

Aree Rubriche Redazione Il Network

Codice abbonamento: 089423

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

ROMA

Giovani amano film Usa e su smartphone

Rapporto Toniolo, andrebbero di più in sala con prezzi più bassi

Ott 19, 2015 COMMENTI

(ANSA) - ROMA, 19 OTT - Giovani e il cinema: amano i film americani, meno gli italiani e poco gli europei, vanno a vedere commedie, thriller, avventura e fantasy, preferibilmente nei multisala oppure da smartphone e pc portatile. E' quanto emerge dal Rapporto Giovani, l'indagine a cura dell'Istituto Toniolo, su commissione dell'Ente Fondazione dello Spettacolo, presentato nell'ambito della Festa del Cinema di Roma. E andrebbero di più al cinema se il prezzo fosse più accessibile.

COPYRIGHT LASICILIA.IT © RIPRODUZIONE RISERVATA

Tags: Giovani amano film Usa e su smartphone

LEGGI IL GIORNALE ONLINE

ACQUISTA - LA SICILIA

La Sicilia.it
9323 "Mi piace"
Mi piace questa Pagina Condividi
Di' che ti piace prima di tutti i tuoi amici

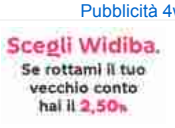
0 Commenti LA SICILIA 1 Entra
Consiglia Condividi Ordina dal migliore
Inizia la discussione...
Commenta per primo
Iscriviti Aggiungi Disqus al tuo sito web Privacy DISQUS

Pubblicità 4w

Scopri l'Autunno a Roma

Vodafone Super Fibra

Già provato BlaBlaCar?



Tasso Widiba al 2,50%

Meteo CATANIA
Lunedì 19 Ottobre
Tmin 22.1
Tmax 25.4
Meteo Sicilia
© Centro Meteo Italiano

Codice abbonamento: 089423

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

GIOVANI AMANO FILM USA E SU SMARTPHONE

Rapporto Toniolo, andrebbero di pi? in sala con prezzi pi? bassi
Giovani amano film Usa e su smartphone
(ANSA) - ROMA, 19 OTT - Giovani e il cinema: amano i film americani, meno gli italiani e poco gli europei, vanno a vedere commedie, thriller, avventura e fantasy, preferibilmente nei multisala oppure da smartphone e pc portatile. E' quanto emerge dal Rapporto Giovani, l'indagine a cura dell'Istituto Toniolo, su commissione dell'Ente Fondazione dello Spettacolo, presentato nell'ambito della Festa del Cinema di Roma. E andrebbero di pi? al cinema se il prezzo fosse pi? accessibile.
19/10/15 14:50

Codice abbonamento: 089423

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

GIOVANI AMANO FILM USA E SU SMARTPHONE

(14:11) (ANSA) - ROMA, 19 OTT - Giovani e il cinema: amano i film americani, meno gli italiani e poco gli europei, vanno a vedere commedie, thriller, avventura e fantasy, preferibilmente nei multisala oppure da smartphone e pc portatile. E' quanto emerge dal Rapporto Giovani, l'indagine a cura dell'Istituto Toniolo, su commissione dell'Ente Fondazione dello Spettacolo, presentato nell'ambito della Festa del Cinema di Roma. E andrebbero di più al cinema se il prezzo fosse più accessibile. LE ALTRE NOTIZIE

Codice abbonamento: 089423

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

LOCE SENZA LIMITI
TATE VERSO TUTTI
SERIE TV E SHOW IN STREAMING SU sky online La Internet TV di Sky
A 25€ AL MESE
MODEM WIFI E ATTIVAZIONE GRATUITA
SCOPRI DI PIÙ
FAS

Giovani amano film Usa e su smartphone

Rapporto Toniolo, andrebbero di più in sala con prezzi più bassi twitta

lunedì 19 ottobre 2015

Codice abbonamento: 089423

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

(ANSA) - ROMA, 19 OTT - Giovani e il cinema: amano i film americani, meno gli italiani e poco gli europei, vanno a vedere commedie, thriller, avventura e fantasy, preferibilmente nei multisala oppure da smartphone e pc portatile. E' quanto emerge dal Rapporto Giovani, l'indagine a cura dell'Istituto Toniolo, su commissione dell'Ente Fondazione dello Spettacolo, presentato nell'ambito della Festa del Cinema di Roma. E andrebbero di più al cinema se il prezzo fosse più accessibile.

Tags: Giovani amano film Usa e su smartphone

Tutte le notizie di Notizie Ultim'ora

0 0 0 0

Approfondimenti

NOTIZIE ULTIM'ORA
L. stabilità: Fassina, modello è il Cav

NOTIZIE ULTIM'ORA
Roma 2024:Malagò,da Giochi 170mila posti

NOTIZIE ULTIM'ORA
Milan, Galliani 'pari positivo ma...'

NOTIZIE ULTIM'ORA
Malagò: non mi candido a sindaco di Roma

Vi raccomandiamo

16.900€ con formula 500XTUTTI, cerchi in lega e radio touch
Nuova 500X 1.3 MultiJet

Guru guadagna più di 120 euro al giorno con questo trucco. (rischio di mecato)
Per saperne di più.

1 porzione brucia fino a 1,8 kg di grasso della pancia! Vedi
Obesità addominale?

Sponsorizzato da

Commenti

Login

Scrivi un commento

0 commenti

Ordina . Iscriviti . RSS

Potrebbero interessarti

Inter-Juve, sfida sexy. Le 10 tifose più belle!
(CorrieredelloSport.it-Foto)

C'è la Juve agli Europei

"Questo Napoli sa soffrire e reagire"

Sponsor

Nuova Ibiza con Tecnologia Full Link, trasforma i tuoi viaggi in un piacere da condividere
seat-italia.it

Sponsor

Intel potenzia lo scouting digitale
Intel

Powered by

Codice abbonamento: 089423

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Questo sito utilizza cookie anche di terzi per inviarti pubblicita' e servizi in linea con le tue preferenze. Se vuoi saperne di piu' o negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie, **leggi qui**. Chiudendo questo banner, scorrendo questa pagina o cliccando qualunque elemento acconsenti all'uso dei cookie. OK

X

Giovani amano film Usa e su smartphone

Condividi con gli amici

Giovani e il cinema: amano i film americani, meno gli italiani e poco gli europei, vanno a vedere commedie, thriller, avventura e fantasy, preferibilmente nei multisala oppure da smartphone e pc portatile. E' quanto emerge dal Rapporto Giovani, l'indagine a cura dell'Istituto Toniolo, su commissione dell'Ente Fondazione dello Spettacolo, presentato nell'ambito della Festa del Cinema di Roma. E andrebbero di più al cinema se il prezzo fosse più accessibile.

ANSA | 19-10-2015 14:11

Notizie più lette

1 **Mama Marjas, la mia Carmen salentina**
ANSA | 19-10-2015 22:14

2 **Giubileo: card.Vallini, Roma fa miracoli**
ANSA | 19-10-2015 17:11

3 **Sgomberata ex cartiera occupata a Roma**
ANSA | 19-10-2015 15:29

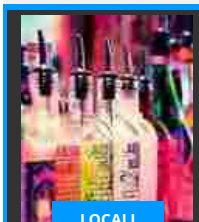
4 **Card. Vallini, contrario a unioni civili**
ANSA | 19-10-2015 16:59

5 **Giovani amano film Usa e su smartphone**
ANSA | 19-10-2015 14:11

Trend
del momento

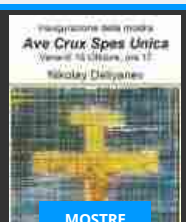
ignazio marino | grillo parlante | tor bella monaca | enzo musco | vigili del fuoco | agostino vallini | pietro maria fragnelli | zona tor bella monaca | guida della diocesi | georges bizet | pezzi di intonaco | uno dei leader

Gli appuntamenti
In città e dintorni



LOCALI

Aperitivo Beer&Cocktail



MOSTRE

"Ave Crux Spes Unica", opere di Nikolay

Pubblica un commento

0 commenti Ordina per Novità

Aggiungi un commento...

Facebook Comments Plugin

ARTICOLI CORRELATI

Lotito: 'Lazio club modello in Italia e in Europa'
Roma Today | 16-10-2015 12:15

Codice abbonamento: 089423

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Mi piace 17mila

Giovani amano film Usa e su smartphone

(ANSA) - ROMA, 19 OTT - Giovani e il cinema: amano i film americani, meno gli italiani e poco gli europei, vanno a vedere commedie, thriller, avventura e fantasy, preferibilmente ...

Segnalato da : *quotidianohome*

Giovani amano film Usa e su smartphone

(Di lunedì 19 ottobre 2015) (ANSA) - ROMA, 19 OTT - **Giovani** e il cinema: **amano** i **film** americani, meno gli italiani e poco gli europei, vanno a vedere commedie, thriller, avventura e fantasy, preferibilmente nei multisala oppure da **smartphone** e pc portatile. E' quanto emerge dal Rapporto **Giovani**, l'indagine a cura dell'Istituto Toniolo, su commissione dell'Ente Fondazione dello Spettacolo, presentato nell'ambito della Festa del Cinema di Roma. E andrebbero di più al cinema se il prezzo fosse più accessibile.

CONTINUA SU QUOTIDIANOHOME

Top News | Blogorete | Tweets

Rosy Dilettuso lancia No Olvidaras

Sparatoria al Festival Zombie in Florida : Un ...

Yara Gambirasio | Processo Massimo Bossetti : ...

Danimarca : Leonessa dissezionata davanti ai ...

Cassini: tutte le immagini dell'ultimo incontro ...

Seguici in Rete

Facebook | Twitter

Google | RSS Feed

Segui @zazoomblog

ALTRI ARTICOLI CHE POTREBBERO INTERESSARTI

Nessun Articolo Correlato

Zazoom - Permalink

© Articolo pubblicato secondo le condizioni dell' Autore.

Cerca Tag : Giovani amano | Giovani | amano | film | smartphone

ULTIMA NOTIZIA INVIATE DA QUOTIDIANOHOME

Codice abbonamento: 089423

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.