

13:54

“Come c’insegna Papa Francesco, conoscendo l’uomo possiamo conoscere quel Vangelo che lo Spirito ha seminato in noi e possiamo allearci con tutti gli altri uomini per realizzare una società più giusta. Con questo spirito, la Fondazione Ente dello Spettacolo (EdS) promuove la cultura cinematografica perché ritiene il cinema un grande strumento di conoscenza dell’uomo, attraverso il quale l’uomo stesso si narra”. Lo ha detto il presidente della Fondazione Ente dello spettacolo, don Davide Milani, durante la presentazione del Rapporto sulla fruizione del cinema da parte dei giovani fra i 18 e i 32 anni, curato dalla professoressa Rita Bichi dell’Università Cattolica per l’Istituto Toniolo, organizzata questa mattina all’Auditorium di Roma. “Educare i giovani a una cultura cinematografica - ha proseguito Milani - vuol dire educare alla semantica del cinema che è molto affascinante per i ragazzi e fare questa opera dell’incontro dell’umano. Nessun ragazzo tuttavia da solo può accedere a una grande pagina di letteratura o un’opera d’arte, ha bisogno di un aiuto. Allo stesso modo, accade per il cinema”. (segue)

13:55

“Quello che l’Ente chiede - ha sottolineato il presidente - è aprire un tavolo fra le istituzioni dove si possa tutti collaborare per arrivare a fare questa educazione all’immagine. Un esperimento lo stiamo compiendo a Milano, dove la Fondazione, alcuni imprenditori cinematografici e l’Università Cattolica stanno collaborando per usare un cinema al fine d’insegnare sociologia e lo stesso cinema come testo”. Infine, ha concluso don Milani, “oggi esistono varie indagini frammentate sul mondo del cinema e sulla sua fruizione, ma credo che occorra fare più attenzione alle indagini qualitative che danno più spazio a quello che pensano i giovani. Lo sforzo della Fondazione vuole andare proprio in questa direzione per conoscere i loro gusti e riflessioni”.

14:07

“Il cinema italiano è meno amato dai giovani rispetto a quello americano forse perché quest’ultimo propone delle strutture filmiche più spettacolari e appariscenti. Al contrario il cinema italiano sembra essere più amato dalle donne e da chi ha un titolo di studio più basso. Questo è un dato molto critico su cui è necessario riflettere. Un’ipotesi deriva dal fatto che il cinema italiano negli ultimi anni propone delle trame che si avvicinano a questo strato della popolazione”. Lo ha detto Rita Bichi, docente dell’Università Cattolica del Sacro Cuore, durante la presentazione del Rapporto giovani, avvenuta oggi presso l’Auditorium della musica di Roma. Lo studio, realizzato dalla stessa docente per conto dell’Istituto Toniolo, ha approfondito il consumo di film e cinema da parte dei giovani nati dal 1982 al 1994, i cosiddetti Millennials. La ricerca si basa su un campione di 1.660 ragazzi italiani ed è stata realizzata ad aprile 2015 secondo la modalità web. “In particolare - ha spiegato la docente - il 61% preferisce il cinema americano, il 33 quello italiano, fra cui le donne e gli over 25”. (segue)

14:08

“Abbiamo proposto - ha aggiunto la docente - molte domande sia sul piano del contenitore, quindi sul luogo fisico in cui vedono i film, sia sul tipo di contenuto. Fra i mezzi che i ragazzi usano, la tv generalista è ancora in cima alle preferenze, seguita dalla rete anche se le sale cinematografiche sono ancora fra le opzioni. Le sale sono più frequentate da chi ha un titolo di studio alto e meno dai neet, ovvero, coloro che non studiano e non lavorano”. Intervistati sul futuro, i ragazzi credono che useranno sempre di più internet per vedere i film, a discapito della tv, così come immaginano che il loro utilizzo delle sale cinematografiche aumenterà in relazione alle prospettive crescenti di guadagno. “Oltre il 50% - ha proseguito Bichi - vede più di un film a settimana, per lo più studenti lavoratori, mentre il 16% uno al giorno. I maggiori fruitori sono del Sud, sono uomini e hanno meno di 25 anni”. Secondo lo studio, la maggior parte degli intervistati preferisce il multisala da due schermi in su (80%) e fra una sala piccola e un multiplex ricco di servizi, tre su quattro scelgono il multiplex. (segue)

14:09

I più vanno al cinema durante il week end, al primo spettacolo serale, nonostante il costo dei biglietti sia più alto. Non ci sono periodi dell’anno in cui preferiscono andare e solo il 23% ammette di concentrare le visioni nei periodi di festa. Riguardo all’offerta in programma, i giovani della ricerca s’informano on line sui siti delle sale (60%) e basano la scelta in considerazione dei commenti che trovano su blog e community. “Fra i generi preferiti - ha continuato Bichi, autrice della ricerca - vince la commedia, con il 25% delle preferenze, segue il thriller con il 18%. Le donne preferiscono ancora i film sentimentali mentre gli uomini l’avventura. Un dato meno scontato vuole i giovani attenti alla trama per scegliere il film da andare a vedere e solo il 7% sceglie conquistato dagli effetti speciali”. “Sul perché i giovani vadano poco al cinema - ha concluso -, gli intervistati rispondono che il motivo sta nel fatto che è troppo caro 44% e, al secondo posto, perché preferiscono scaricare illegalmente da internet. Il problema del costo si evidenzia più sentito al Nord (51%) rispetto al Sud (38,2%), dalle donne

(44,5%, contro il 43,6 degli uomini), dagli over 25 (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)".

"Oggi il tema del contenitore è estremamente importante visto che l'Italia sconta i ritardi del passato nello sviluppo delle nuove strutture multiplex che propongono cinema". Così Luigi Cuciniello, presidente di Anec, durante la presentazione del rapporto curato dall'Istituto Toniolo sulla fruizione del cinema da parte dei giovani fra i 18 e i 32 anni. "Nel nostro Paese - ha aggiunto - manca una rete di sale intermedie che dovrebbero essere quelle più dimensionate per ospitare il cinema italiano. Proprio in questi giorni - ha sottolineato il presidente - stiamo ribadendo l'urgenza che le sale di spettacolo in Italia possano avere degli sgravi fiscali all'interno della legge di stabilità perché altrimenti queste strutture rischiano di essere ulteriormente depauperate. Sul piano dei contenuti, sembra mancare un confronto e una condivisione costante: non basta, infatti, solo impegnarsi nello storytelling ma serve saperlo raccontare su tutti i canali, dal web al cinema". Dallo studio, ha concluso, "emerge che i giovani non vanno al cinema perché il costo del biglietto è troppo alto ma bisogna ricordare che prima dell'euro costava 14mila lire mentre oggi mediamente 6 o 7 euro, l'equivalente di 12-13mila lire".