

CULTURA; ISTITUTO TONIOLO, "51,8 % DEI GIOVANI ITALIANI VA AL CINEMA ALMENO 2 VOLTE AL MESE, SCELTA DEI FILM SUL WEB"

La passione dei millennials per il grande schermo, ma in sale ipertecnologiche

I dati del Rapporto Giovani presentati oggi in esclusiva alla Mostra del Cinema di Venezia dalla Fondazione Ente dello Spettacolo

Per i giovani il cinema sarà un fenomeno sempre più diffuso, basato, per lo più, su grandi produzioni spettacolari e un sistema di sole grandi sale ipertecnologiche. Le nuove generazioni, infatti, non sono d'accordo che, in futuro, diventerà una pratica di nicchia. Non pensano che internet o la tv a casa soppianteranno le sale cinematografiche. Anzi, prevedono di ridurre il loro consumo di tv generalista e di incrementare il consumo di film nelle sale cinema (da 26,2% a 29,9%), soprattutto al Sud e per i più giovani.

Durante la settimana, il 52,6% dei Millennials intervistati guarda più di un film (ma comunque non tutti i giorni) mentre il 16% guarda in media un film al giorno.

La sala cinema è frequentata più dagli under 25 che dagli over25 (24,5%) e chi utilizza spesso la sala cinema è in prevalenza studente-lavoratore (42,3% rispetto agli studenti 12,2%. e i Neet 12,2%).

L'INDAGINE

E' quanto emerge dal Rapporto Giovani , l'indagine nazionale sui giovani italiani promossa dall'Istituto Giuseppe Toniolo in collaborazione con l'Università Cattolica e con il sostegno di Fondazione Cariplo e di Intesa Sanpaolo (www.rapportogiovani.it). E' stato realizzato, su commissione dell'Ente Fondazione dello Spettacolo (www.entespettacolo.org), l'approfondimento "Cinema e giovani italiani" sui cosiddetti "Millennials" – nati dal 1982 al 1994.

Il campione (**1660 giovani**), rappresentativo a livello nazionale, è composto per il 46,4% da giovani occupati, mentre il 49,5% ha conseguito un diploma di scuola media superiore, il 18,9% la licenza di scuola media inferiore e il 18% un titolo di studio universitario e post (laurea triennale, specialistica, dottorato). Il 36,2% in questo momento studia.

I dati dell'indagine sono stati presentati in esclusiva oggi, venerdì 4 settembre, dalla prof. Rita Bichi, docente di Sociologia all' Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano e fra i curatori del Rapporto Giovani, in occasione dell'evento promosso dalla Fondazione Ente dello Spettacolo nell'ambito della Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica della Biennale di Venezia presso lo Spazio Feds.

Ne hanno discusso **DON DAVIDE MILANI**, presidente Fondazione Ente dello Spettacolo, **LUIGI CUCINIELLO**, presidente Associazione Nazionale Esercenti Cinema, **LUIGI GRISPELLO**, vice presidente, Associazione Nazionale Esercenti Cinema, **DOMENICO DINOIA**, presidente Federazione Italiana Cinema d'Essai, **MARIA GIUSEPPINA TROCCOLI**, direzione generale cinema Mibact -Dirigente Servizio II – Cinema e Audiovisivo, **ANGELO CHIRICO**, direttore Cinema Teatro San Giuseppe, Brugherio, **ANTONIO URRATA**, direttore generale Fondazione Ente dello spettacolo. Ha moderato, **BRUNO ZAMBARDINO**, docente di Organizzazione ed Economia dello Spettacolo all'Università La Sapienza di Roma

I DATI

GIOVANI E FRUIZIONE

Il 26,2% degli intervistati per vedere i film usa spesso la sala cinema, ben il 66,6% solo saltuariamente e solo il 7,2% non vi si reca mai. La “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 terrestre (8,7%, spesso). Le femmine superano di molto i maschi per quanto riguarda il ricorso alla tv generalista come accesso al consumo di cinema (49,4% F; 37,2% M). I maschi sono invece i maggiori fruitori di film al cinema (indicano spesso il 29% dei maschi, contro il 23,2% delle femmine). Al Sud si registra un maggior utilizzo delle sale cinema (31,7%) rispetto al Nord 22,3%.

MENO TV GENERALISTA E PIU' SALE: SUD BATTE IL NORD

In futuro, i giovani prevedono di ridurre il loro consumo di tv generalista e di incrementare il consumo di film nelle sale cinema (da 26,2% a 29,9%), soprattutto al Sud e per i più giovani. In famiglia, ha un pacchetto abbonamento Tv specificamente dedicato al cinema il 29,6% del campione e tra i pacchetti specifici posseduti vengono indicati in prevalenza Sky cinema e Mediaset Premium Cinema. Inoltre, il 17,8% ha a disposizione qualche dispositivo per migliorare la fruizione (es. home theatre, tv 3D, tv con grande schermo)

AL CINEMA QUANDO?

Durante la settimana, il 52,6% dei Millennials intervistati guarda più di un film (ma comunque non tutti i giorni) mentre il 16% guarda in media un film al giorno. Di contro, il 7,7% non ne guarda nessuno o comunque meno di un film la 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

Se si guarda a un periodo più lungo, in un mese il 32,1% dei giovani si reca più di una volta in una sala cinematografica per vedere un film. Tra chi va più di una volta il 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 il mese al cinema sono soprattutto i maschi (35,2%) contro il 28,7% delle femmine. Sono in misura maggiore i più giovani (35,6% under 25; 29,2% over 25) e i residenti al Sud (il 36,7% al Sud, il 27,1% al Nord), gli studenti-lavoratori (50%) versus il 18,6% dei Neet, il 35% di chi studia e il 35% di chi lavora.

Il 32,8% del campione ha dichiarato che la sala cinematografica più vicina dista da casa propria meno di 5 km, mentre l'11% più di 20 km. Chi vive al Nord dichiara in misura maggiore di abitare distante da una sala cinematografica: il 13,2% abita a oltre 20 km di distanza, rispetto al 6,4% di coloro che vivono al Centro. 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.

Per la maggioranza dei giovani intervistati (65,2%) la sala che hanno più vicino alla loro abitazione è la stessa in cui vanno più spesso. Il 34,8% sceglie di non andare nella sala più vicina a casa propria, perché la sala è tecnologicamente arretrata (36,9%), la programmazione è poco interessante (38,3%). 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. Al cinema i giovani preferiscono andare durante il weekend, nel primo spettacolo serale (28,9%), mentre il 26,5% preferisce andare in settimana, al primo spettacolo serale. Il 14,4%, infine, gradisce andare durante il weekend, nel secondo spettacolo serale.

IL WEB PER SCEGLIERE IL FILM

I giovani intervistati quando decidono di andare al cinema, si informano prevalentemente online circa la programmazione e anche per sapere se vale la pena vedere un film: 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%).

IL COSTO DEL BIGLIETTO PUÒ FRENARE I GIOVANI AD ANDARE AL CINEMA

Infatti, rispetto all'affermazione "Alcuni sostengono che i giovani come te vanno poco al cinema", è stato chiesto agli intervistati di esprimere 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". Su tutte le altre motivazioni si è registrato un basso accordo: "Perché manca un adeguato numero di sale sul territorio", "Perché i tempi della visione in sala sono troppo diluiti e dispersivi", "Perché gli spettacoli hanno un orario scomodo", "Perché andare al cinema non consente di socializzare con altre persone", "Perché è un passatempo da adulti e da anziani", "Perché è un tipo di fruizione passiva e che non rilassa", "Perché la qualità dei film è bassa e poco accattivante". Infine, il 17% è molto d'accordo nel ritenere che la visione domestica sia più confortevole. Rispetto alla motivazione che ha registrato maggiori consensi tra gli intervistati, l'elevato costo del biglietto, il problema è più sentito al Nord (51% rispetto al Sud 38,2%), dalle femmine (44,5%, contro il 43,6 dei maschi), dagli over 25 (44,7% contro 43,2% under 25 anni) e dai Neet (46,1% contro il 42,7% di chi studia e il 43,7% di chi lavora).