

I giovani amano il cinema Usa e vedono i film sullo smartphone

RAPPORTO. Preferiscono commedie e thriller e conta la trama. Andrebbero di più nelle sale se i prezzi fossero più bassi

ROMA. Giovani e il cinema: amano i film americani (61,5%), meno gli italiani (33,6%) e poco gli europei (2,8%), vanno a vedere commedie, thriller, avventura e fantasy, preferibilmente nei multisala oppure da smartphone e pc portatile. È 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.

Nel dettaglio del rapporto è interessante notare che è la trama più che il divo a fare la differenza per il 59,3% (soprattutto le femmine con il 64,17%) e per il 17,1% gli attori protagonisti. I maschi hanno una certa passione per gli effetti speciali con l'11,3%, rispetto alle femmine, con il 3,5%.

Al cinema i giovani preferiscono andare durante il weekend, nel primo spettacolo serale (28,9%) e durante festività natalizie e pasquali, all'insegna dello stare insieme, d'estate invece quasi tutti fanno altro, mentre il 26,5% pre-

ferisce andare in settimana, al primo spettacolo serale. In una settimana, il 52,6% dei Millennials intervistati guarda più di un film (ma comunque non tutti i giorni). Per loro in futuro andare al cinema sarà un fenomeno centrato su grandi produzioni spettacolari e un sistema di sole grandi sale ipertecnologiche.

Come guardano i film? In famiglia il dispositivo tecnologico più utilizzato è lo smartphone (79,4%), seguito dalla tv (77,8%). I giovani preferiscono usare il Pc portatile (70,5%), il tablet viene utilizzato dal 43,4% del campione. E guardano guardano spesso i film sulla tv generalista (43,2%), con digitale terrestre free (40,5%), in Internet, streaming free (36%). La componente «gratuità» del mezzo è rilevante: 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%).

Un mercato unico digitale, senza confini ed esclusive è la prospettiva promossa dalla Commissione Europea che

raccoglie perplessità tra i distributori cinematografici. Al Mia, il nuovo Mercato Internazionale dell'Audiovisivo in corso a Roma, nel panel «Tutto quello che volevate sapere sulla distribuzione» si sono levate voci critiche sulla strategia proposta dall'Unione Europea.

«È una proposta che favorisce solo le major, fatta da qualcuno che non capisce le dinamiche del settore - ha detto Stefano Massenzi, direttore delle acquisizioni di Lucky Red - Senza il filtro dei distributori indipendenti, il cinema d'autore non troverebbe spazi. Anche se per i consumatori il piano europeo ha molti vantaggi».

Susan Wendt, a capo delle vendite di TrustNordisk, azienda numero uno nel cinema scandinavo, insiste: «Se a compagnie come Netflix sarà permesso di legarsi ai film con esclusive internazionali, questi film non potranno neanche uscire nei cinema». Massenzi però non è spaventato da Netflix: «Netflix è una piattaforma, non è in competizione con il cinema: la vera competizione sono prodotti televisivi di qualità, serie tv come «Gomorra» o «Les Revenants»».

ANGELA MAJOLI

BOX OFFICE

Secondo weekend consecutivo in testa al box office per «Hotel Transylvania 2», che incassa altri 2 milioni 464 mila euro sfiorando i 6 milioni e mezzo in totale. «Suburra» di Sollima debutta secondo con 1 milione 958 mila in 5 giorni.



IL CAST DI TRANSYLVANIA HOTEL

Il futuro per loro sarà produzioni spettacolari e sale ipertecnologiche

