



10 gennaio 2019

IL CINEMA IN SALA NEL 2018

I DATI DEL BOX OFFICE

- Nel cambiamento in atto a livello internazionale della domanda e dell'offerta di Cinema, la fruizione in sala ha visto nel 2018 un arretramento quantitativo nei Big Five europei: i primi consuntivi del Boxoffice 2018 indicano una tendenza generale verso il ridimensionamento, con una fortissima accentuazione del fenomeno in Germania (-16%) e risultati più o meno omogenei tra Francia (-4%), Spagna (-2%) e Italia (-5%), con l'eccezione di UK, dove il B.O. registra sostanziale stabilità (+0,6%).
- L'Italia, a differenza degli altri grandi mercati europei, si affida a fine anno alle elaborazioni a consuntivo della società Cinetel, che offre il servizio day by day agli operatori, e rappresenta circa il 92% del totale delle presenze e il 94% degli incassi dell'intero mercato sala registrato ufficialmente da SIAE (che rilascia i dati dopo qualche mese). Negli altri Paesi abbiamo quindi un'immediata proiezione dei dati finali di presenze e incassi, mentre in Italia, sulla base della serie storica, possiamo stimare un risultato reale a fine 2018 di circa 93 milioni di presenze e 584 milioni di euro di incasso. Il numero dei biglietti staccati vede molto vicini all'Italia, in realtà, due Paesi di dimensioni e popolazione molto diverse: Spagna (98M biglietti, 586M€) e Germania (97M biglietti, 840M€). A occhio nudo si nota come il prezzo medio sia simile nei due Paesi mediterranei (i biglietti meno costosi in Europa), mentre è molto più alto in Germania; ricordando anche che in Italia il Cinema è la più accessibile, oltre che di gran lunga la più frequentata e popolare tra tutte le forme di intrattenimento outdoor. Il successo della Spagna e la situazione critica tedesca sono basati su una variabile fondamentale per indicare la salute del mercato e il confronto col nostro Paese: i dati di consumo riferiti alla stagione estiva, molto positiva in Spagna e molto negativa in Germania nell'anno 2018.
- La stagione estiva è stata negli ultimi anni anche la principale nota dolente del mercato italiano: nel 2019, l'industria vuole investire ed esprimere fiducia in una svolta nei consumi. Le aspettative positive per l'anno appena iniziato sono quindi fortemente radicate nella prospettiva di una positiva estate 2019, cui fortissimamente e unitariamente hanno lavorato gli operatori della filiera in confronto costruttivo con Governo e Istituzioni, con un piano di programmazione e

promozione che finalmente vedrà i 5 mesi tra aprile e agosto primeggiare nell'appetibilità dell'offerta. Entro la primavera 2019 saranno resi noti anche i titoli europei, italiani e indipendenti che si affiancheranno a quelli già annunciati dagli Studios, per formare l'offerta estiva più forte che sia stata proposta nell'ultimo decennio.

- Venendo al risultato dei film nazionali (che ad esempio in Spagna nel 2018 hanno contribuito in misura importante ai risultati complessivi), in Italia l'anno appena passato porta alcune riflessioni significative sui risultati del prodotto locale:
 - Non sembra più vera l'equazione per la quale la quota di mercato americana è stabile e la differenza la fa soprattutto il cinema nazionale. In un anno in cui anche gli USA hanno perso alcuni campioni (7 titoli Usa sopra i 10 M€ vs gli 8 del 2017, con un incasso medio di 1M€ più basso nella top 10) e 6 punti di quota di mercato, il cinema italiano si è difeso bene, raccogliendo una quota di mercato del 23%. Se lo scorso anno alcuni media hanno generalizzato le difficoltà dei prodotti italiani (suscitate anche da incertezze e ritardi per l'entrata effettiva in vigore della Legge Cinema), lasciando intendere che fosse "dimezzato" il Boxoffice complessivo, quest'anno si può sottolineare la crescita percentuale significativa delle produzioni e co-produzioni italiane (+ 23,8%)
 - Non è automatico quindi che l'assenza di supercampioni italiani nella Top10 (2 nel 2016 con Quo vado e Perfetti Sconosciuti, e 2 sopra i 10M€ nel 2017 con L'ora legale e Mister Felicità) comporti una debacle per l'anno. Fisiologicamente nei vari anni possono comparire film al di sopra della media (in Spagna nel 2018 "Campeones") ma, in assenza, si possono apprezzare altre qualità del cinema locale che, complessivamente, offre una visione positiva e meno polarizzata: pluralità di generi (con una costante di maggior successo per la commedia) e di "colore", minore concentrazione in un periodo dell'anno, emersione di nomi nuovi, tra opere di debuttanti e opere di elevata qualità artistica premiate anche a livello internazionale. Nella Top 100 si intravedono promesse di talento per il futuro: nel 2018 sono stati 27 i titoli italiani e in coproduzione con un incasso superiore a 1,5 M€, contro i 19 del 2017, circa un terzo in più;
 - Dopo tanti anni in cui si titolava che la salvezza del prodotto locale era da intestarsi solo a pochi, pochissimi film - o a un solo campione - emerge nel 2018 l'importanza del cinema "medio", zoccolo duro dell'industria e di una produzione che mette sicuramente sul mercato troppi titoli in un anno, ma che attraverso la quantità esprime anche vitalità e progettualità per nulla scontate. Considerando la sofferenza delle sale a causa dell'eccessiva concentrazione della stagione cinematografica in pochi mesi e quindi la conclusione del ciclo di vita delle opere ben prima del loro naturale esaurimento, questo dato a maggior ragione fa ben sperare per un cambiamento a partire dal 2019, grazie a una più razionale e distribuita capacità di offerta lungo l'arco dei 12 mesi.
- L'inizio dell'anno 2019 sembra essere positivo e, se non spinge a vedere tutto rosa, consente ragionevole ottimismo, nel quadro delle mutazioni attese per l'anno appena iniziato. Se il buongiorno si vede dal mattino, il +12% della prima settimana dell'anno, conclusa con l'Epifania (quest'anno caduta di domenica), e il +14,5% tra il lunedì e il mercoledì di questa settimana sui corrispondenti del 2018 sono sintomi limitati, ma importanti della conferma dell'interesse del pubblico per lo spettacolo più popolare nel periodo tradizionalmente più importante.

I COMMENTI

MARIO LORINI, Presidente ANEC

“Una riflessione più meditata e realistica viene oggi consegnata da tutte le associazioni del cinema, sui risultati del box Office 2018. Un segno tangibile che produttori, distributori ed esercenti cinema, uniti in un progetto comune, sanno da dove ripartire, senza nascondere le criticità ma analizzando bene gli elementi oggettivamente positivi che vanno ad aggiungersi agli importanti progetti del 2019, a partire dal prossimo mese di marzo con l'appuntamento con i David di Donatello e il primo grande momento promozionale per poi giungere alla grande estate di cinema.”

CARLO BERNASCHI, Presidente ANEM

“Preso atto della carenza del mercato italiano in estate e dell'affollamento in autunno e inverno, la filiera dell'industria del cinema ha preso finalmente coscienza di dover cambiare il modo di uscire durante tutta la stagione ed ha concordato uscite estive molto importanti accompagnate, con accordo con il MiBAC, da una forte campagna di comunicazione che inizierà con i David di Donatello.”

FRANCESCO RUTELLI, Presidente ANICA

“Le Associazioni rappresentative dell'industria cinematografica in Italia sono unite, nel mezzo di una sfida globale affascinante e difficile, per garantire alle nostre sale un ruolo centrale. Il Cinema è più vivo e interessante che mai, con giganteschi investimenti internazionali nei contenuti e un alto e sempre nuovo interesse del pubblico. Confidiamo che il 2019 dia inizio anche a un ritorno alla crescita delle presenze nelle sale, che sono e restano più che mai in Italia il fenomeno sociale, culturale e di entertainment numero uno per chi esce di casa. È aperta più che mai la sfida per la qualità dei prodotti per incontrare le aspettative di un pubblico giustamente esigente.”

FRANCESCA CIMA, Presidente Sezione Produttori ANICA

“Anche in questa fase di grande trasformazione e di cambiamento dei comportamenti del pubblico, il consumo di cinema in sala rappresenta ancora il momento di richiamo collettivo e sociale più importante. Nonostante la competitività di altre forme di narrazione e di consumo, il numero di biglietti venduti rimane in sostanza stabile, registrando un aumento della quota del prodotto italiano. Questa tendenza positiva deve altresì indurre i produttori italiani a proporre un prodotto più competitivo e innovativo, in grado di rispondere alla domanda di un pubblico sempre più esigente e stimolato. Per raccogliere questa sfida dobbiamo puntare da una parte ad elevare il livello produttivo ed artistico del prodotto italiano medio, dall'altra a perseverare nella ricerca di nuovi talenti e di nuovi modelli narrativi ed estetici: obiettivi previsti nella nuova legge cinema che ci auguriamo quest'anno possa entrare nella sua effettiva operatività, e che potranno essere raccolti e potenziati dalle nuove linee di investimento di tutto il sistema televisivo - sia lineare che rappresentato dalle nuove piattaforme - ora in fase di definizione.”

LUIGI LONIGRO, Presidente Sezione Distributori ANICA

“Il 2018 si chiude con una lieve flessione del box office cinema rispetto all'anno precedente, in linea con la tendenza dei principali territori europei a noi comparabili, ma con tutto il mondo del cinema italiano che nutre grandi aspettative per l'anno che è appena cominciato. Un ottimismo che ha basi solide avendo l'industria risolto, negli ultimi mesi del 2018, alcune delle storiche criticità del nostro mercato. Palinsesto estivo, multiprogrammazione e window sono stati i primi tre goal messi a segno grazie al lavoro congiunto di Distributori, Produttori ed Esercenti e che unitamente ad altre importanti iniziative consentiranno al 2019 di essere ricordato come l'anno del cambiamento.”