

Paolo Raimondo

I giovani e il cinema

Il punto di partenza del presente studio, che analizza l'affluenza nelle sale cinematografiche italiane degli spettatori in età compresa tra 15 e 25 anni, è la rilevazione statistica della suddetta fascia di popolazione: al 1 gennaio 2007, è composta da 6.727.387 individui, l'11,4% del totale.¹ Valutando la loro distribuzione sul territorio nazionale, i dati dell'ISTAT mostrano come, in termini assoluti, il maggior numero di persone in età compresa tra 15 e 25 anni viva in Italia Meridionale, in cui sono 1.975.302; molto diversa è la situazione dell'Italia Nord-Orientale, in cui sono 1.102.453.

Se si analizzano gli stessi dati in termini relativi, rapportandoli alla popolazione totale della penisola, il Sud si conferma l'area territoriale più giovane con il 14% di persone in età compresa tra 15 e 25 anni, e precede per 4/10 di percentuale l'Italia Insulare. Quest'ultima ha una popolazione giovanile di 910.295 unità, in un'area che ospita 6.676.304 cittadini. Il Nord-Est si conferma, con il 9,8%, all'ultimo posto, anche se tale valore è pressoché identico a quello mediamente registrato nelle regioni occidentali del Settentrione. In Italia Centrale hanno un'età compresa tra 15 e 25 anni 1.208.105 persone, il 10,5% del totale. L'analisi in termini assoluti delle singole regioni evidenzia come la Campania ospiti il maggior numero di giovani: sono ben 854.270, mentre ad accoglierne di meno è la Valle d'Aosta, in cui superano appena le 12.000 unità.

A ogni modo, analizzare esclusivamente tali dati può rivelarsi ingannevole. È significativo rapportare la popolazione giovanile alla

¹ I dati qui di seguito riportati sono stati ricavati da quelli pubblicati dall'Istituto Centrale di Statistica sul sito Internet www.istat.it e si riferiscono, come già precisato, al 1 gennaio 2007.

totale: tale valutazione permette di scoprire come in termini relativi il territorio in cui il numero di giovani è minore non sia quello valdostano, visto che la sua percentuale, pari al 9,6%, supera quella di diverse altre regioni, bensì il ligure, in cui solo l'8,5% dei cittadini ha un'età compresa tra 15 e 25 anni. La loro presenza è ben più copiosa in Campania, che con il suo 14,8% si conferma ben al di sopra della media nazionale.

Nel Nord-Ovest del Paese, in una regione la percentuale di giovani è più alta di quella mediamente registrata in tale area: la Lombardia, in cui sono il 10,1% del totale. Nel territorio orientale del Settenntrione, invece, un'identica riflessione può essere effettuata a proposito del Trentino-Alto Adige, in cui l'11,5% dei cittadini ha un'età compresa tra 15 e 25 anni. Nell'area centrale del Paese un tasso percentuale più basso di quello mediamente registrato è presente in Toscana, in cui il 9,5% della popolazione è composta da giovani; nel Lazio tale valore è invece ben più alto, pari all'11,1%. Per quanto riguarda l'Italia Meridionale, l'andamento demografico rilevato in Abruzzo diverge da quello delle altre regioni: la sua popolazione giovanile corrisponde 'solo' all'11,9% del totale. In Italia Insulare, infine, la percentuale delle persone in età compresa tra 15 e 25 anni è, come già rilevato, del 13,6%. In Sicilia è maggiore alla media suddetta di 4/10 di percentuale, mentre in Sardegna è pari al 12,5%.

Nell'analisi della diffusione degli esercizi cinematografici sul territorio nazionale, si è scelto invece di operare una distinzione tra due macrocategorie: i cinema monosala e i multisala. Al 16 novembre 2007, i grandi schermi sulla penisola sono 1.156, 732 monosala e 424 multisala.²

2 Riguardo ai dati qui di seguito riportati si confrontino le informazioni disponibili sugli indirizzi web www.regione.abruzzo.it (sito ufficiale dell'amministrazione regionale); www.regione.vda.it (sito ufficiale dell'amministrazione regionale della Valle D'Aosta); www.fctp.it (dati della Film Commission Torino Piemonte); www2.televideo.rai.it (informazioni sulle regioni Liguria, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna, Molise, Puglia, Basilicata, Sardegna); www.regione.lombardia.it (sito ufficiale dell'amministrazione regionale); www.regione.taa.it (sito ufficiale dell'amministrazione regionale del Trentino-Alto Adige/sudtirolo); www.gomarche.it.

I cinematografi sono presenti soprattutto nell'Italia Nord-Occidentale, dove se ne contano 316. Nel Nord-Est, che è all'ultimo posto, sono 166. Nelle regioni del Nord-Ovest colpisce la diffusione del cinema monosala: sono 196, molti di più di quanti se ne possono contare altrove. I multisala sono diffusi maggiormente in Italia Centrale, in cui è presente anche il minor numero di monosala: sono 100. Tornando ai multisala, probabilmente pochi scommetterebbero che è nel ricco Nord-Est che sono meno diffusi.

L'analisi della diffusione del cinema nelle diverse regioni permette invece di rilevare che la Sicilia ospita il maggior numero di monosale. Con i suoi 169 grandi schermi, ai quali potrebbero inoltre essere aggiunti quelli con una programmazione esclusivamente stagionale, l'isola distanzia il Piemonte di 50 unità, e conta anche il maggior numero di cinema universalmente considerati: sono 215. Un dato sorprendente, come prova il fatto che nel Piemonte, al secondo posto anche in tale classifica, ci sono 41 sale in meno.

I cinefili che abitano nel Lazio possono consolarsi con i dati relativi ai multisala: proprio in tale territorio, infatti, ne sono presenti 70, più di quelli presenti nelle altre regioni della penisola. Il Piemonte, che occupa la seconda posizione persino nel caso in esame, ne ospita 55. Molto diversa è la situazione del Molise, in cui ve ne è solo uno. Con un solo altro cinematografo, la regione dell'Italia Meridionale è il fanalino di coda per quanto concerne la diffusione del grande schermo. La Basilicata, infine, ospita nel suo territorio solo 6 monosala.

Passando ora alla parte centrale della presente ricerca, l'8 maggio 2008 sono stati presentati a Roma i risultati di un sondaggio sui giovani e il cinema svolto dall'Istituto Doxa e commissionato dall'Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audio-visive e Multimediali (ANICA). Secondo tale analisi, in cui viene studiato «un campione rappresentativo dell'intera popolazione italiana di 15 anni e oltre»,³ il 78,7% degli spettatori in età compresa tra 15

it; www.umbriacity.it; www.saimicadove.it (dati sulla regione Toscana); www.agisanec.lazio.it; www.culturacampania.rai.it; www.calabrianostra.it; www.guidasicilia.it. I dati si riferiscono al 16 novembre 2008.

3 Doxa, *Giovani e Cinema. Presentazione dei risultati*, Sondaggio commis-

e 17 anni ha scelto nei sei mesi precedenti di spendere il suo tempo libero andando almeno una volta al cinema.⁴ La stessa fonte sostiene che nello stesso arco temporale il 76% dei giovani dai 18 ai 25 anni ha assistito alla proiezione di un film sul grande schermo.⁵

In una delle sue ultime pubblicazioni, l'Ufficio Statistica della Società Italiana degli Autori ed Editori ha esposto «il risultato dell'attività di spettacolo del primo semestre del 2008 censita dai [suoi] 650 Uffici territoriali».⁶ Secondo tale studio, il volume di affari dell'attività cinematografica è passato dai 379.110.972,68 Euro del 2007 ai 347.758.495,04 Euro del 2008. Nel periodo in questione la variazione in termini percentuali è stata quindi pari al -8,27%. Si è dunque verificata una diminuzione molto significativa; ciononostante, i cinematografi continuano a essere frequentati da una rilevante fetta di pubblico. Infatti, sempre nello stesso anno sono più gettonate del cinema solo le attività di ballo e concertini e le manifestazioni sportive, che, con un volume di affari di 661.640.883,27 Euro, sono le più amate dagli italiani.⁷

Uno dei dati più significativi ai fini del presente studio è stato invece pubblicato nel Rapporto di Ricerca «Il Mio Cinema 2008» dell'azienda Morris, Casini & Partners. I suoi autori hanno rilevato, con un sondaggio condotto telematicamente, che «le fasce di età più giovani (tra i 15 e i 25 anni) rappresentano circa il 49% del pubblico in sala».⁸

Nel 2008 sono state introdotte disposizioni normative finalizzate al sostegno all'industria cinematografica italiana. Le previsioni contenute nella Legge Finanziaria di quell'anno, infatti, «portano l'Italia al pari livello di quasi tutti gli altri Paesi europei in termini

sionato dall'Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Multimediali (ANICA), Roma, 8 maggio 2008, p. 3.

4 Cfr. *ibidem*, p. 18.

5 Cfr. *ivi*.

6 Società Italiana degli Autori ed Editori – Ufficio Statistica, *L'attività di spettacolo. 1° semestre 2008*, p. 1.

7 Cfr. *Ibidem*, p. 86.

8 Morris, Casini & Partners, *Il Mio Cinema 2008. Rapporto di Ricerca*, p. 8.

di incentivi fiscali».⁹ I provvedimenti più rilevanti sono il *tax credit* e il *tax shelter*. Se grazie a quest'ultima misura i produttori sono agevolati con la detassazione di «parte degli utili reinvestiti, [...] il riconoscimento di un credito d'imposta – che riguarda imprese interne ed esterne al settore – fa parte di una politica mirante a sostituire progressivamente gli incentivi statali diretti a favore di “interventi indiretti”». ¹⁰ In sintesi, le riforme previste dalla Finanziaria del 2008, «regolando il “credito d'imposta” e gli obblighi di programmazione e investimento [...] hanno l'obiettivo di aumentare gli investimenti sul territorio nazionale da parte di imprese»¹¹ italiane e straniere.

Tuttavia, tali misure non si sono rivelate sufficienti a evitare nei primi mesi del 2009, quando è esplosa la crisi economica, un calo dell'affluenza nelle sale cinematografiche, dipesa in particolare dalle scelte del pubblico giovanile. Se è vero infatti che i film usciti nelle sale nel periodo compreso tra i mesi di gennaio e marzo dello stesso anno rivolti essenzialmente ai giovani sono stati visti da più di 9.500.000 spettatori, pari a quasi il 50% del totale,¹² con un incasso

9 D. Iozzo, *Cinema*, in F. Barca (a cura di), *L'industria della comunicazione in Italia*, Undicesimo Rapporto IEM, Istituto di Economia dei Media, Fondazione Rosselli, Guerini e Associati, Torino 2008, p. 160.

10 Ivi.

11 Ivi. «La Finanziaria 2008 inoltre – che ha emendato il Testo Unico della Radiotelevisione, nel quale sono confluite le leggi 112/04 e 122/98 all'interno delle quote d'investimento dei broadcaster riservate alla produzione audiovisiva, ha stabilito delle subquote d'investimento dedicate alla produzione cinematografica italiana ed europea. In particolare, la quota del broadcaster pubblico (fissata al 15 per cento e calcolata sui ricavi complessivi da canone e abbonamenti) prevede una subquota del 20 per cento per le opere cinematografiche, mentre la stessa subquota per i broadcaster commerciali è fissata al 30 per cento (della quota del 10 per cento calcolata sugli introiti pubblicitari). La novità per quanto riguarda gli operatori di televisione a pagamento (che hanno una subquota del 35 per cento destinata al “genere di principale emissione del soggetto obbligato” e che in buona parte riguarda il cinema) è che il calcolo delle quote non viene più effettuato sui soli ricavi pubblicitari, ma sul totale, includendo cioè gli introiti provenienti dagli abbonamenti» (*ibidem*, pp. 160-161).

12 Cfr. *Giornale dello Spettacolo*, 27 marzo 2009, anno LXV, n. 6, p. 9;

che sfiora i 59.000.000 di Euro (circa la metà degli introiti dei biglietti venduti dalle sale italiane¹³), colpiscono i dati registrati dalla stessa fonte, Cinetel, secondo cui rispetto all'analogo periodo dell'anno precedente si è verificata una riduzione di presenze di circa il 5%. Si tratta di una perdita «contenuta [...] rispetto ai numeri di altri settori merceologici [...] grazie a una intelligente politica dei prezzi».¹⁴

Tale diminuzione, «tuttavia, segnala che anche il consumo del cinema in sala sta incontrando delle difficoltà».¹⁵ È bene ribadirlo: il calo riscontrato dipende soprattutto dal fatto che il pubblico giovanile si sta allontanando dal grande schermo.¹⁶ Ciò è dimostrato dal «brusco ridimensionamento dei picchi d'incasso e [dal] fallimento di una serie di titoli del filone giovanilistico, che nelle ultime due stagioni aveva inanellato una serie di successi».¹⁷ La comparazione dei dati è davvero illuminante: «dall'inizio dell'anno alla prima settimana di marzo, il film di maggiore incasso nel mercato italiano è stato *Italians* con circa 12 milioni di euro. Al secondo posto quest'anno troviamo *Sette anime* di Gabriele Muccino con 11 milioni di euro; due anni fa il precedente film dello stesso regista, *La ricerca della felicità*, ne aveva rastrellati 15. Ma anche nel 2008, per restare ai primi tre mesi dell'anno, erano stati tre i film a superare quota 12 milioni: *Io sono leggenda*, *Grande, grosso e Verdone*, *Scusa ma ti*

tali dati sono stati integrati, per quanto riguarda la settimana compresa tra il 23 e il 29 marzo 2009, con i risultati pubblicati sul sito Internet dello stesso periodico, disponibili all'indirizzo web http://www.giornaledellospettacolo.it/images/stories/boxoffice/bo_cinema.jpg. Nella presente ricerca sono state valutate come film rivolti a un pubblico giovanile le seguenti pellicole: "Italian", "Sette anime", "Yes man", "La matassa", "Natale a Rio", "I love shopping", "Questo piccolo grande amore", "Il cosmo dul comò", "Watchmen".

13 Cfr. *ivi*.

14 F. Montini, *Borsa del cinema, Rivista del cinematografo*, aprile 2009, n. 4, p. 78.

15 *Ivi*.

16 Cfr. *ivi*.

17 *Ibidem*, pp. 78-79.

chiamo amore». ¹⁸

I dati mostrano dunque con evidenza la crescente difficoltà recentemente riscontrata dai gestori di esercizi cinematografici italiani nel ripetere gli incassi notevoli a cui si erano abituati nelle ultime stagioni grazie all'afflusso nelle sale di teenager e, più in generale, di giovani. Appare a tale proposito significativo «il raffronto tra film analoghi [...]: Boldi, che con *Matrimonio alle Bahamas* aveva incassato quasi 10 milioni di euro, con il successivo *La fidanzata di papà* si è fermato a 7 milioni. Vincenzo Salemme, 5,2 milioni di euro con *SMS*, con *No problem* è rimasto sotto i quattro milioni. Ancora più drammatico il raffronto fra *Come tu mi vuoi* di Volfrango De Biasi con Nicolas Vaporidis, che nella scorsa stagione aveva incassato 7 milioni di euro, e *Iago*, il nuovo film della stessa coppia, che presumibilmente si fermerà a due milioni». ¹⁹

In sintesi, la vena aurea del «filone giovanilistico», ²⁰ fiorente nel biennio 2007-2008, pare essersi esaurita. Ne è una dimostrazione il confronto dei dati raccolti nell'aprile del 2009 con quelli risalenti al settembre del 2008, quando a sottolineare la nascita e lo sviluppo di tale fenomeno di mercato «a discapito degli altri film dello stesso target» ²¹ era la stessa fonte che nella primavera dell'anno successivo annuncia il suo «repentino tramonto». ²²

18 *Ibidem*, p. 79.

19 *Ivi*.

20 *Ivi*.

21 F. Montini, *Borsa del cinema, Rivista del cinematografo*, settembre 2008, n. 9, p. 59.

22 F. Montini, *Borsa del cinema, Rivista del cinematografo*, aprile 2009, cit., p. 79.