

Il 2011 è stato per tutti un anno molto difficile; lo sapevamo, eravamo preparati a questo.

Anche per questo l'Industria Cinematografica: produzione, distribuzione ed esercizio si è impegnata a fondo e con serietà nel cercare di affrontare i problemi con uno spirito di rinnovata fiducia e consapevolezza.

Settori dell'intrattenimento e del tempo libero a noi contigui hanno mostrato nel 2011 performance ben più negative del nostro -10% degli incassi.

Anche per questo, e in previsione dei venti negativi della crisi economica i cinema hanno operato riduzioni di prezzo, politiche promozionali e di fidelizzazione dei consumatori.

Anche per questo abbiamo contenuto gli aumenti dei prezzi e chiudiamo l'anno con una diminuzione del prezzo medio che passa dai 6,68 euro del 2010 ai **6,53 euro del 2011**.

Soprattutto nel comparto multiplex (strutture dove le dimensioni e gli spazi rendono molto onerosa la climatizzazione) si sono sentiti gli aumenti del costo energetico.

Il costo raggiunto dai carburanti, inoltre, non ha agevolato le strutture dell'esercizio cinematografico (ubicate spesso fuori città e quindi prevalentemente raggiungibili in auto) e i costi di manutenzione degli impianti digitali hanno mostrato la loro importanza.

E infine, come osservato dai mie colleghi, il prodotto blockbuster americano non ha avuto performance simili agli ultimi anni.

Ma nonostante tutto il settore dei multiplex è soddisfatto.

Il 54% dei biglietti nel 2011 è stato staccato nei multiplex mentre quasi il **56% del fatturato del settore è avvenuto nelle strutture multiplex**.

E' un record che abbiamo costruito negli anni; un risultato basato innanzitutto sugli investimenti fatti e nella fiducia che abbiamo saputo conquistare negli spettatori.

Abbiamo avanti a noi un anno che si preannuncia molto difficile per gli italiani; un periodo di sacrifici e di serietà.

Siamo quindi consapevoli della necessità di mantenere i nostri spettatori, i nostri clienti, sempre più soddisfatti del servizio offerto, sempre più fidelizzati, sempre più interessati al cinema.

Quest'anno abbiamo intenzione di **aumentare e consolidare** le operazioni promozionali e le politiche di fidelizzazione e, insieme ai colleghi dell'ANEC e dei distributori, dobbiamo costruire una grande, importante, direi storica operazione di sostegno al cinema.

Una **FESTA** che riporti nelle sale non solo gli spettatori quanto, piuttosto, i tanti divenuti NON spettatori.

Infine, permettetemi una breve annotazione sugli incassi del periodo natalizio e festivo.

I dati raccolti dal Cinetel e dai nostri associati ci dicono che tra gli effetti della destagionalizzazione del prodotto americano ci sia stata una migliore distribuzione dei titoli durante tutto l'anno.

Questo vuol anche dire che non ci sono più quei picchi di incassi solo in determinati periodi dell'anno. E' quindi necessaria una attenta analisi delle uscite cinematografiche ed un miglior palinsesto dei film italiani.

Si dovranno evitare periodi di sovraffollamento e periodi di assoluta siccità.

Si dovrà lavorare insieme.

Su quest'ultimo aspetto ho una enorme fiducia; sono il decano dei presidenti di associazioni cinematografiche e devo sinceramente dirvi che, in quasi 50 anni di vita associativa, non ho mai visto un momento come l'attuale, dove tutte le componenti del sistema dell'industria cinematografica siano così unite, professionalmente preparate e tutte insieme motivate per un unico obiettivo: vincere la sfida della modernizzazione, superare i conflitti, navigare verso grandi traguardi di spettatori e di grande cinema.

Carlo Bernaschi
Presidente ANEM