Lionello Cerri, presidente Anec, associazione nazionale esercenti cinema

Per il **2012** sono ottimista perché i listini delle case di distribuzione fanno prevedere che ci sarà un buon prodotto, sia italiano, sia straniero.

Per quanto riguarda i risultati del **2011**, c'è stata una diminuzione dell'8% delle presenze e del 10% degli incassi, ma, prima di tutto, si tratta di una contrazione evidentemente e decisamente inferiore a quelle registrate da molti altri segmenti imprenditoriali a causa della crisi economica e finanziaria incombente; inoltre sono mancati alcuni blockbuster che nel 2010 hanno avuto risultati eclatanti, come 'Avatar'. Va inoltre sottolineato che il 2011 ha visto la produzione nazionale, insieme alle coproduzioni, raggiungere quasi il 40% del mercato. Considerando inoltre anche i risultati dei film europei in Italia si supera la quota del 50%: il nostro è l'unico Paese ad avere un cinema europeo, compreso il nazionale, così forte. A registrare un calo è stato invece il cinema americano che è passato da una quota del 57% al 47%: la perdita di spettatori nel 2011 è quindi da ascrivere alle inferiori performance dei film statunitensi. E' giusto quindi inorgogliersi per i risultati dei nostri film, ma allo stesso tempo non può non destare forte preoccupazione la difficoltà del cinema Usa perché solo dall'incremento di entrambi può crescere il mercato nel suo insieme.

Sui risultati delle **festività**, il calo è stato superiore rispetto alla media dell'anno, ma il calendario non ha aiutato perché i giorni festivi sono coincisi con i fine settimana, sottraendo così giorni importanti agli incassi. Se però si considera il mese di dicembre si nota che il calo delle presenze è stato del 7%, quindi inferiore rispetto alla media dell'anno. Va inoltre detto che il gusto del pubblico sta cambiando e ci sono certi filoni di film, sia italiani, sia esteri, che hanno maggiori problemi a confrontarsi con gli spettatori di oggi, utilizzando più o meno sempre la stessa formula. Ma su questo punto saranno ovviamente i produttori a fare delle valutazioni.

Per tornare ad avere i **120 milioni staccati nel 2010 e puntare a crescere** negli anni successivi, fondamentale è combattere sia la stagionalità, uscendo con buoni film per 11 mesi l'anno, sia il sovrappollamento di titoli che si verifica in determinati periodi.

In tale prospettiva, a un mercato maturo serve anche un **intervento sulle sale**, valorizzando innanzitutto l'esistente, per il quale vanno trovate nuove risorse, considerato il progressivo prosciugamento di quelle statali, da destinare ad un ammodernamento tecnologico, per il rafforzamento dell'offerta laddove già esiste. In tal senso, tra gli strumenti utili potrebbe essere introdotta una **Lotteria del Cinema** che possa avvalersi dello star system e dei collaudati meccanismi promozionali di questa industria. La salvaguardia e lo sviluppo delle sale tradizionali è fondamentale per contribuire in particolare alla crescita di un cinema di qualità, nazionale ed europeo che proprio in queste strutture trova la sua collocazione più efficace. Va inoltre incoraggiata l'espansione della rete cinema, esistente partendo dal presupposto che la sala è elemento fondamentale dello sviluppo economico, culturale e sociale di ogni comunità e del paese intero. Dunque, essenziale in questo campo è l'intervento degli enti territoriali che sono chiamati ad adeguati interventi sia finanziari sia normativi.

Fondamentale è inoltre puntare sulla fidelizzazione del pubblico giovane e sul recupero di quello meno giovane, e più a rischio di allontanamento dal cinema in sala. A ciò potrebbe contribuire la creazione di una grande **iniziativa promozionale** di tutta l'industria cinematografica, da tenersi magari in primavera, che preveda forti agevolazioni per gli spettatori e che sia supportata da una importante campagna pubblicitaria.

Ma per il raggiungimento degli obiettivi prefissati, tra i quali non può essere dimenticata la lotta alla pirateria, serve una forte e trasparente **collaborazione con le istituzioni nazionali e territoriali e con tutti i settori dell'industria cinematografica**. In particolare con questi ultimi, gli incontri 'di filiera' già avviati sono un passo iniziale importante. Dobbiamo continuare su questa strada, affrontando nel loro insieme i problemi in sospenso con l'obiettivo comune di tonificare il mercato.

In prospettiva resta l'esigenza insopprimibile di una migliore **educazione all'immagine**, oggi deterioratasi a causa soprattutto di una programmazione televisiva in molti casi degradata. Bisogna dunque realizzare un nuovo approccio all'immagine, attraverso progetti adeguati, in particolare con le scuole medie superiori e inferiori, che vedano la collaborazione anche e soprattutto delle istituzioni a ciò preposte.