

"SALA E SALOTTO. Le tipologie del pubblico dei film nei cinema e in casa"

Presentazione di Digital Monitor

una delle più autorevoli ricerche nazionali sull'intrattenimento digitale (e non), a cura di E-res

4 ottobre 2011 – ore 14.30 – ANICA, viale Regina Margherita 286

Dimensioni mercato sala ANNO 2010 (wave 1)

- 120 milioni biglietti, venduti a circa 27 milioni di persone nel 2010 (dato finale). Circa 25 milioni di persone, il 48% della popolazione over15, non sono mai andati al cinema nel 2010.
- Tra i 27 milioni di utenti, la frequenza non è omogenea ma:
 - o più della metà (il 56%) è andata al cinema tra 1 e 4 volte l'anno (15,4 milioni)
 - o un terzo (9,3 milioni) ci è andata tra 5 e 14 volte
 - o solo il 6% (1,6 milioni) ha comprato tra 15 e 20 biglietti
- In sintesi, 87 milioni di biglietti sui 120 (circa due terzi) venduti sono stati comprati dal 40% degli utenti totali, che corrisponde a poco più di un quinto della popolazione italiana (21%).
- In estrema sintesi, la domanda è relativamente bassa e molto concentrata.

Evoluzione mercato sala primo semestre 2011 (wave 2)

Il progresso e le intenzioni per il 2011 sono in linea con il 2010, anche se con un primo semestre in lieve calo.

- Il segmento più fedele al cinema in sala mantiene la frequenza, forse con una piccola crescita.
- E' oscillante la frequenza dichiarata dal segmento forte e più numeroso (gli utenti che acquistano da 5 a 14 tkts/anno: i "cine-molto"). Ma, proprio per la sua consistenza, una piccola differenza di consumo di quei 9 milioni di persone (dato 2010) – con la conseguente riduzione della dimensione di quel segmento (in base alle previsioni 2011 "ballano" circa 1,5 milioni di persone) - può comportare una significativa differenza di biglietti staccati a fine anno. In positivo o in negativo. Rischio/opportunità.
- Stabili i "mai cinema al cinema", in lieve aumento.

Saldo previsionale: -4% biglietti totali a fine anno, a parità di qualità nell'offerta.

Considerazioni

- Le abitudini di circa 10 milioni di italiani (il 21% degli over15) condizionano l'intero mercato cinematografico
- Dei 25 milioni di persone che non sono andate al cinema nel 2010, circa 14 milioni ci ha messo piede l'ultima volta più di 5 anni fa. Motivi principali: i film si vedono in tv (più gratis che a pagamento); problemi di spostamento/distanza; altri impegni; costi elevati
- Le principali fonti di informazione sui film – soprattutto per il grande pubblico - sono il tam tam e la tv; seguono i siti web specializzati (in particolare presso gli altoconsumanti), ultimi i quotidiani.

Approfondimento cinema in tv

- Solo un quarto della popolazione non vede film in tv (quindi non ama il cinema, né in sala né altrove).
- Circa un terzo della popolazione italiana (31%, 16 milioni) vede almeno un film al giorno sulle reti generaliste. Oltre 6 milioni vedono almeno 1 film al giorno sui canali digitali terrestri gratuiti, circa 4 su Sky, circa 1,2 su Premium (stime in base alla ricostruzione soggettiva).
- Gli spettatori di cinema in tv non sono concentrati tra gli amanti del cinema in sala ma distribuiti proporzionalmente rispetto alla popolazione

Approfondimento cinema scaricato

- circa il 16% del totale ha visto film o serie tv scaricate da Internet
- Un quarto di essi è tra i NON frequentatori di cinema in sala, un quinto (circa 200mila persone che non vanno al cinema) vede film scaricati su base quotidiana