



sala
& salotto

Il consumo dei film in Italia:

il pubblico tra esperienza in sala e altri schermi



sala
& salotto

Il consumo dei film in Italia:

il pubblico tra esperienza in sala e altri schermi

Dai dati sulle presenze alle stime sulle abitudini di frequentazione delle sale su diversi orizzonti temporali



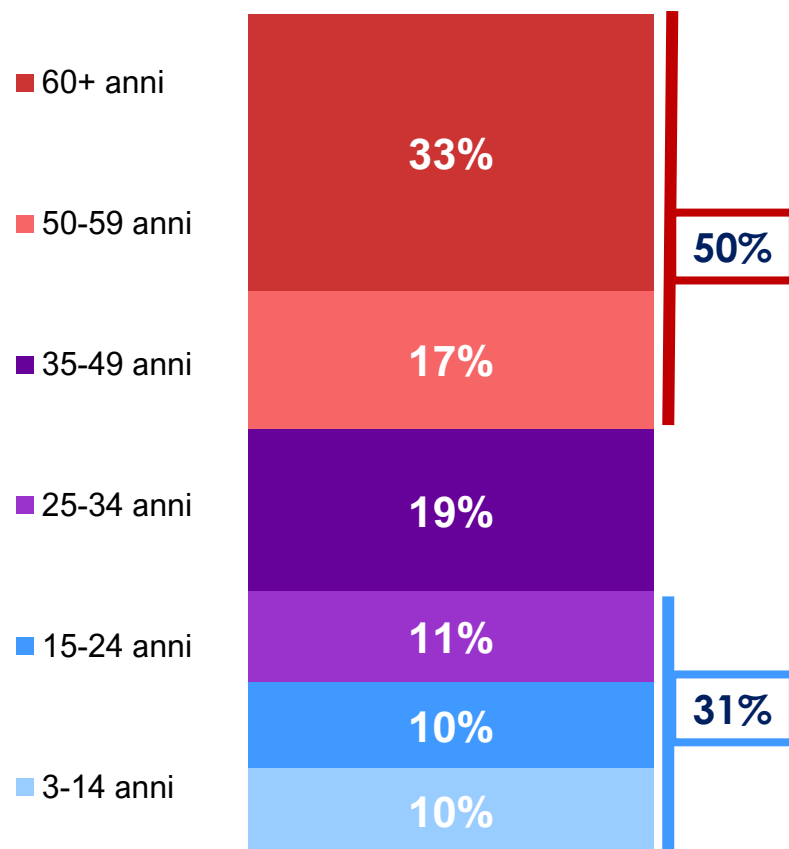
Nel 2025 gli under 35 trainano il consumo di cinema in sala

La metà degli italiani ha più di 50 anni ma il segmento esprime solo il 25% degli ingressi

Popolazione 3+

57,8 M

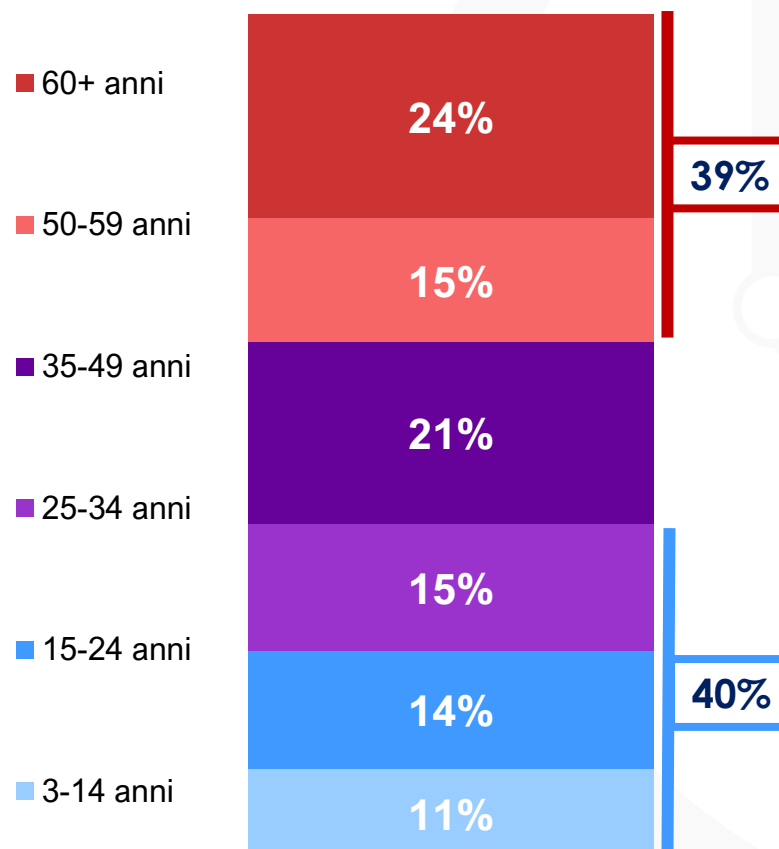
(quote per classi d'età)



Moviegoer 3+ ('25)

24,5 M (42%)

(quote per classi d'età)

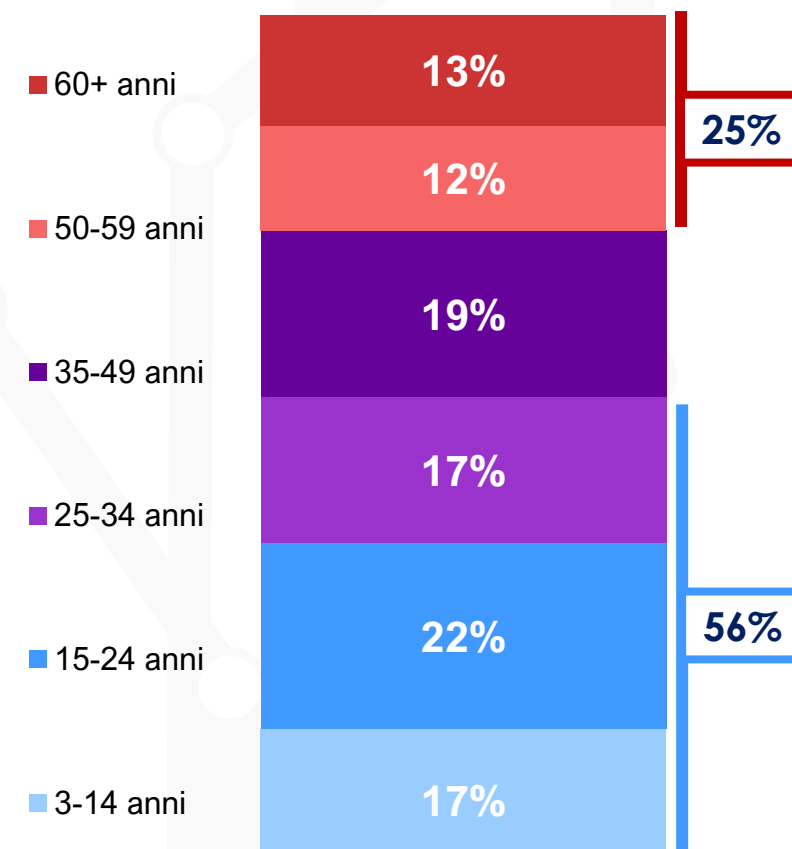


Ingressi cinema ('25)

68,4 M

cinetel

(quote per classi d'età)

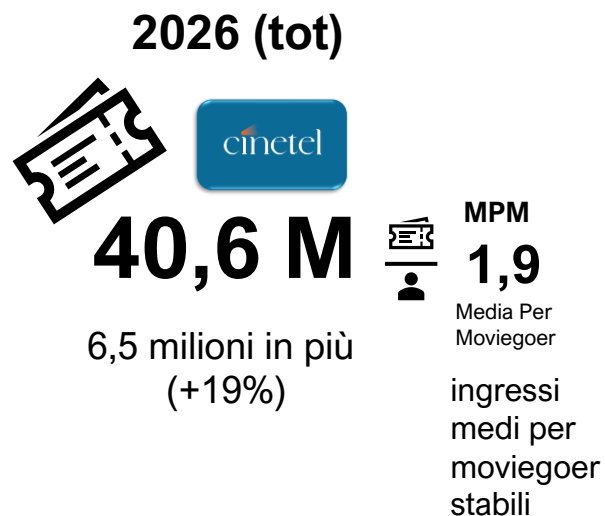
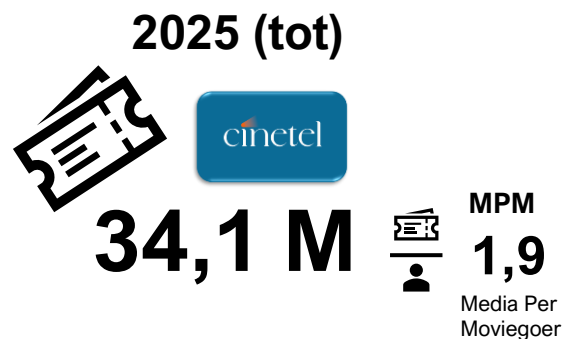




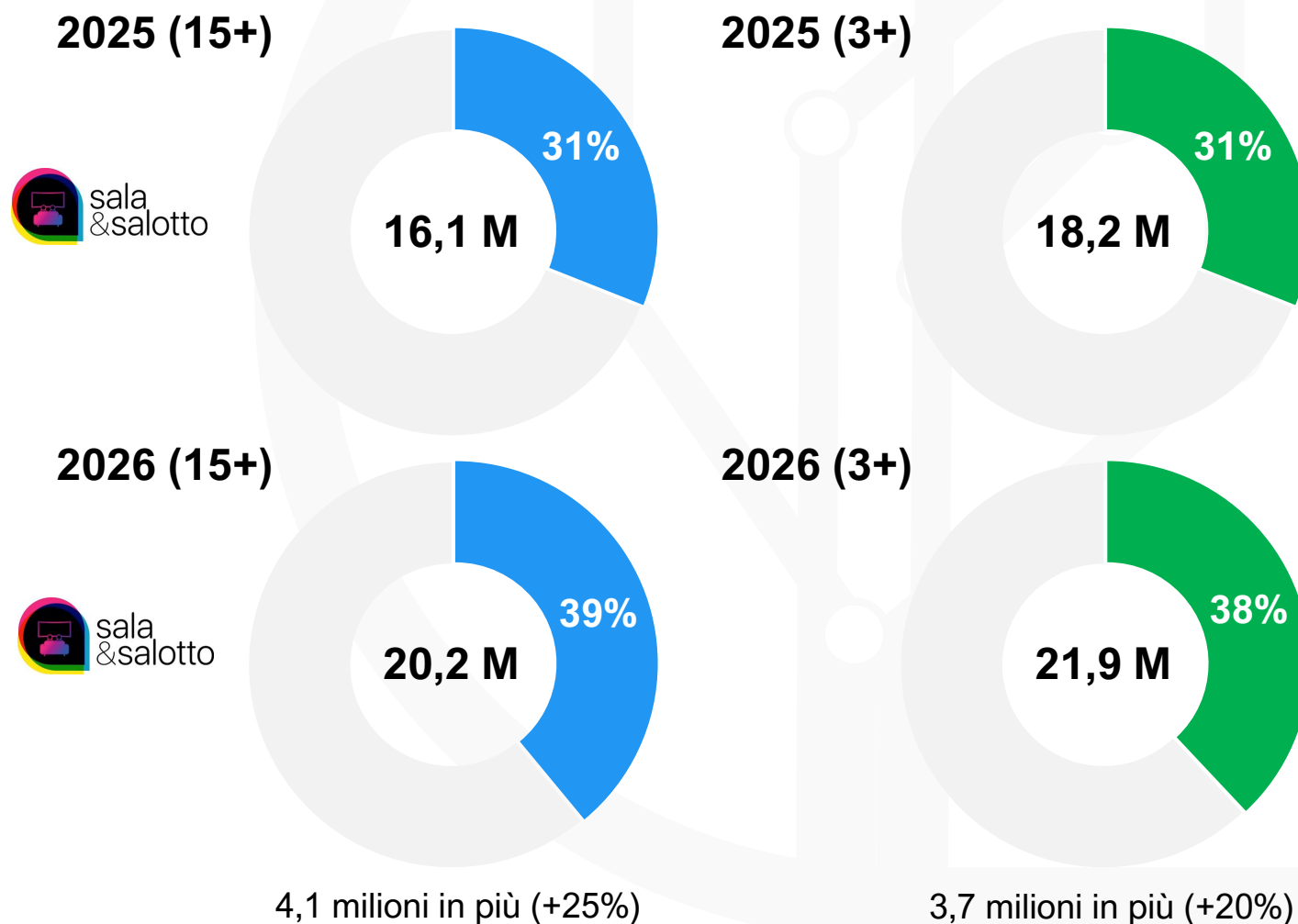
Quasi 22 milioni di individui (3+) al cinema nel 1° semestre 2026

Ingressi e bacino crescono in modo proporzionale lasciando stabile la media ingressi per spettatore

Ingressi nel 1° semestre e media per moviegoer



Individui al cinema nel 1° semestre (gennaio-giugno '25 vs '26) – dati in % e in Milioni





Più della metà degli italiani al cinema almeno una volta negli ultimi 18 mesi

A fronte di un bacino più ampio, lo sbigliettato medio per moviegoer scende sotto i 4 ingressi medi (nei 18 mesi)

Ingressi a 18 mesi e media per moviegoer

2024-2025 (1° sem)



104 M



MPM

4,0

Media Per
Moviegoer

2025-2026 (1° sem)



109 M



MPM

3,7

Media Per
Moviegoer

5 milioni in più
(+5%)

-0,3 ingressi
medi in
meno per
moviegoer

Individui al cinema nei 18 mesi

(gen '24 – giu '25 / gen '25 – giu '26) – dati in % e in Milioni

2024-25 (15+)



23,0 M 44%

2024-25 (3+)

26,1 M 45%

2025-26 (15+)



26,7 M 51%

2025-26 (3+)

29,6 M 51%

3,7 milioni in più (+16%)

3,5 milioni in più (+13%)



Sui 18 mesi l'Italia torna al bacino cinematografico pre-pandemia (quasi 30 milioni)

Sullo stesso orizzonte temporale mancano all'appello 25 milioni di ingressi (0,8 in media per ciascun moviegoer)

Ingressi a 18 mesi e media per moviegoer

2018-2019 (1° sem)



134 M



MPM

4,5

Media Per
Moviegoer



2025-2026 (1° sem)



109 M



MPM

3,7

Media Per
Moviegoer

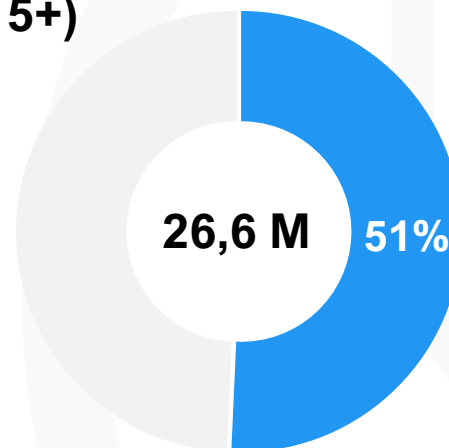
25 milioni in meno
(-19%)

-0,8 ingressi
medi in
meno per
moviegoer

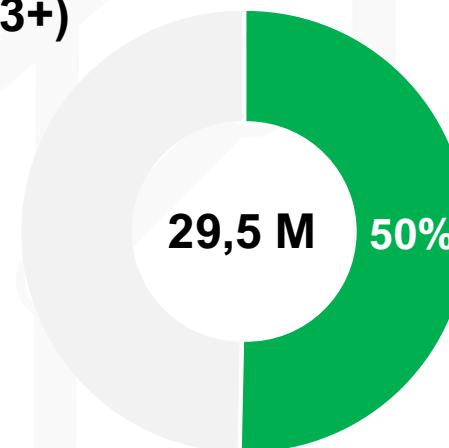
Ingressi al cinema nei 18 mesi

(gen '18 – giu '19 / gen '25 – giu '26) – dati in % e in Milioni

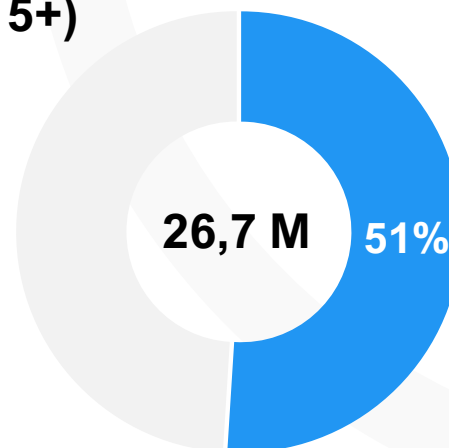
2018-19 (15+)



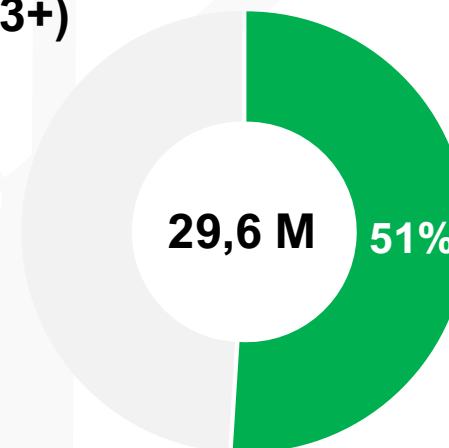
2018-19 (3+)



2025-26 (15+)



2025-26 (3+)



Bacini equivalenti, sia su base 15+ sia sui 3+



sala
& salotto

Il consumo dei film in Italia:

il pubblico tra esperienza in sala e altri schermi

Ricostruzione comportamentale su 12 mesi e
produzione di stime relative agli atti di visione di film
sui diversi touchpoint in un anno e nel «giorno medio»



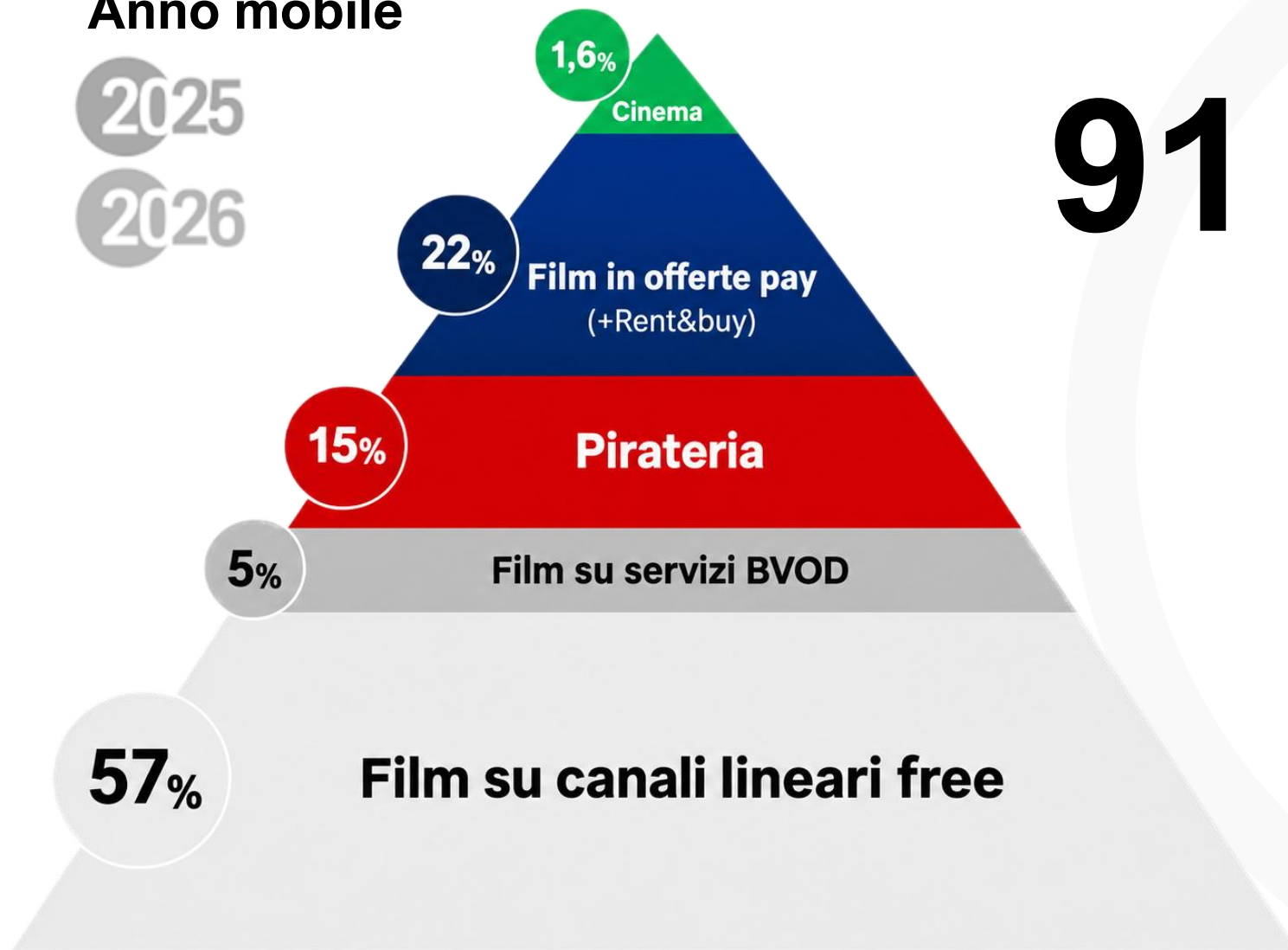
Un film ogni quattro giorni per l'italiano medio, con il free ancora solidissimo

Meno di un film visto su quattro è riconducibile a modalità pay

Anno mobile

2025

2026



91 film/anno

È il volume di consumo stimato per lo spettatore medio, considerando TUTTE le modalità di fruizione, con un calo del -7% rispetto alla stima del 2025 e del -13% sul 2024

Le numerosità sono rilevate sul campione (7.000 casi) dell'edizione 2026 di Sala e salotto, in relazione alla specifica modalità. Si tratta di una **ricostruzione soggettiva** su un orizzonte a **12 mesi**, sollecitata senza rilevare i singoli titoli (è dunque di un dato aspecifico).



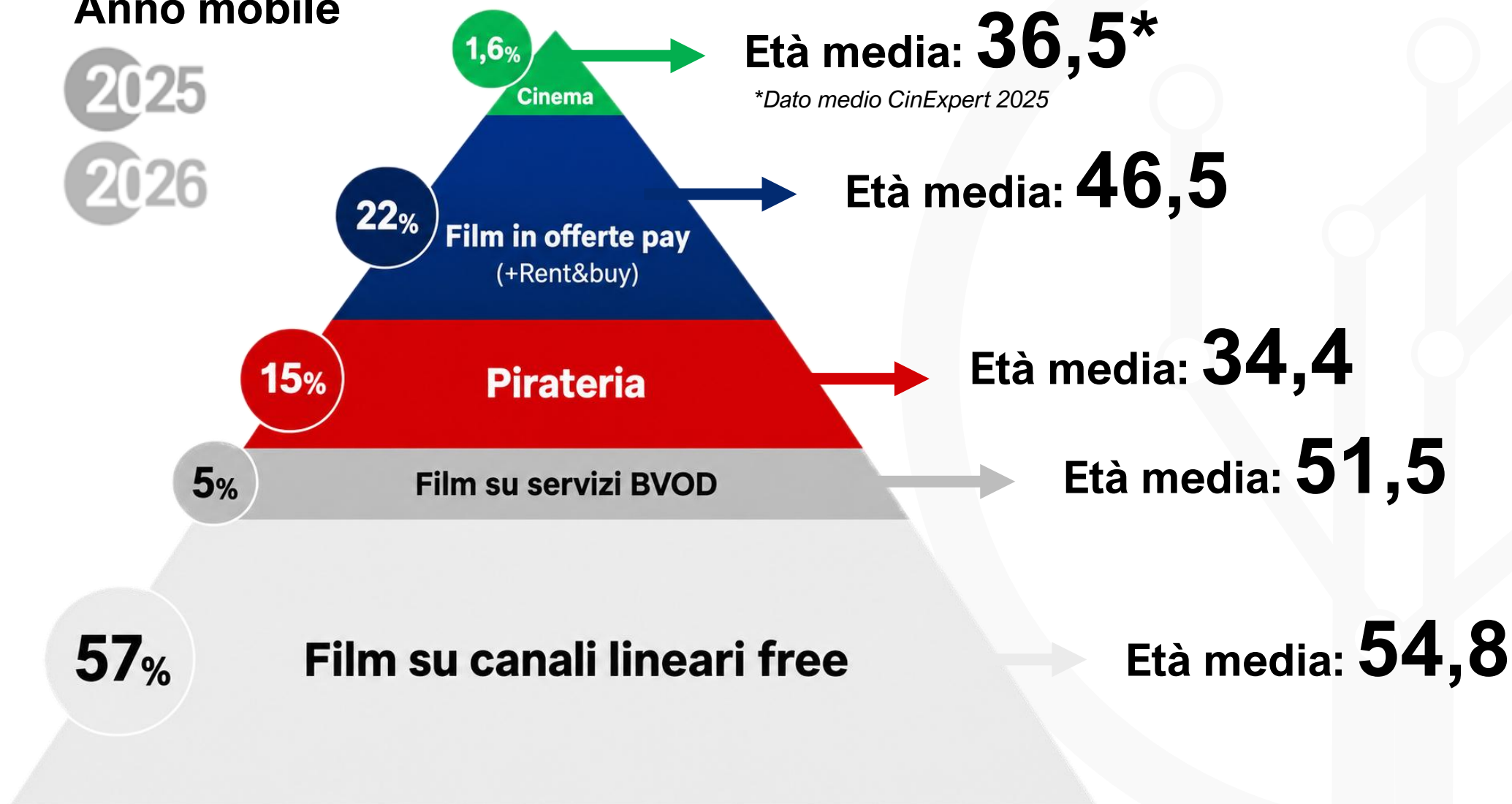
Il cinema (insieme alla pirateria...) ha il pubblico mediamente più giovane

Dieci anni separano la «sala media» dal «salotto pay» (che diventano quasi venti nel confronto con il «salotto free»)

Anno mobile

2025

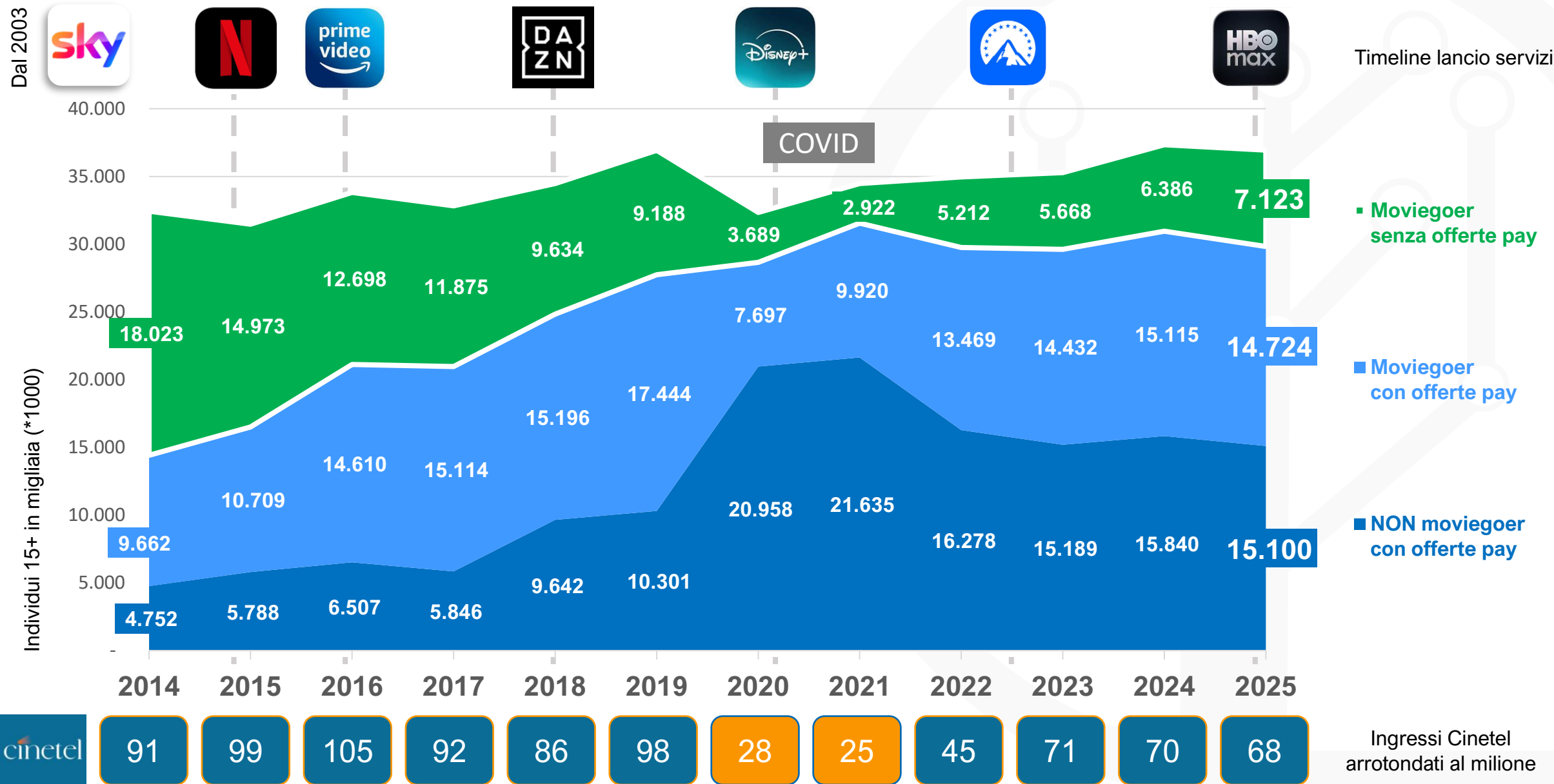
2026





Poco più di 7 milioni di moviegoer NON accedono alle offerte pay

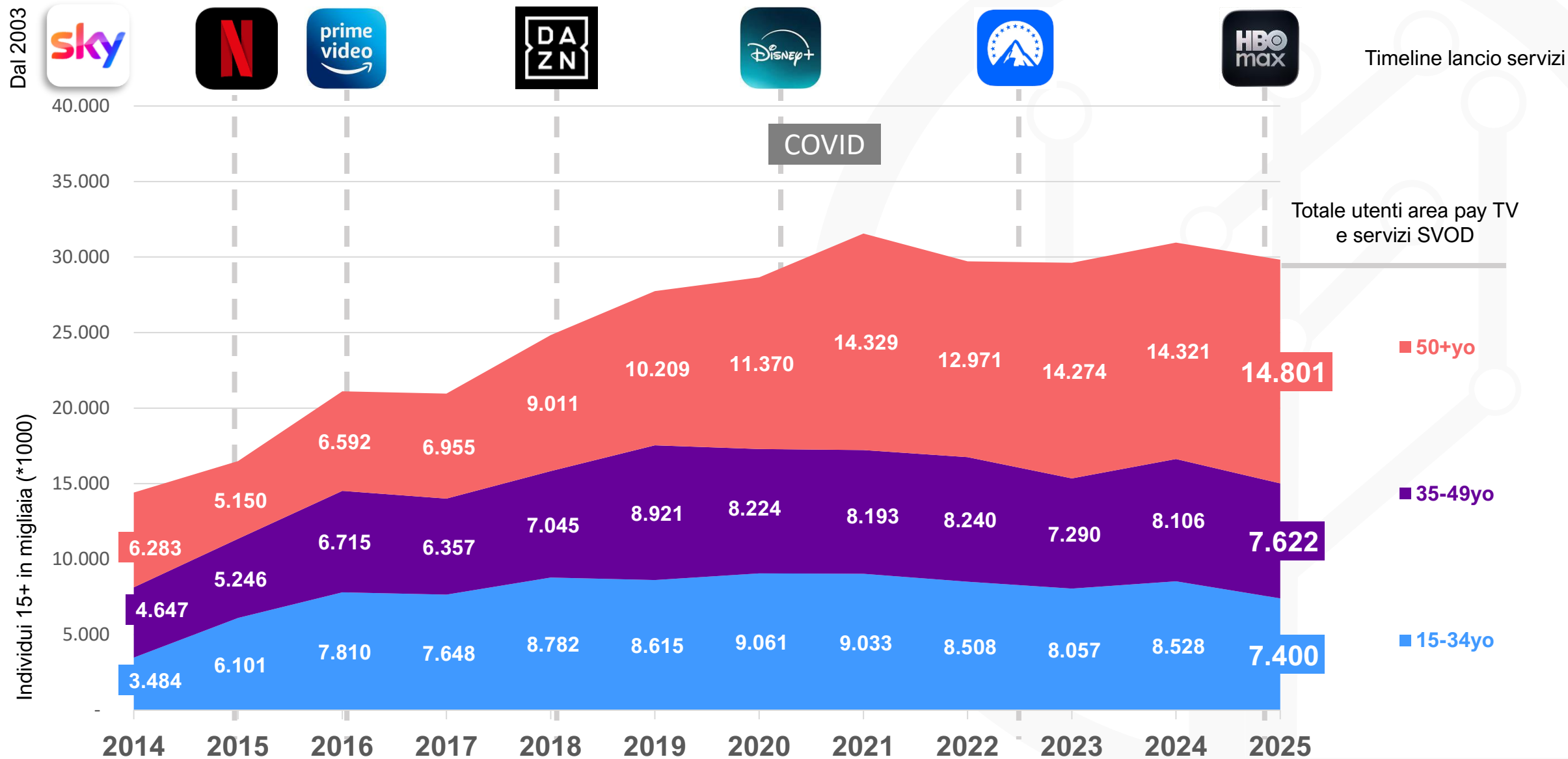
Più di 15 milioni (pur in lieve calo) accedono a offerte pay e NON vanno al cinema





I 50+ esprimono la quota più rilevante dell'utenza dei servizi pay

I servizi pay perdono quasi un milione di utenti nella fascia 15-34 anni circa 500k fra i 35-49enni



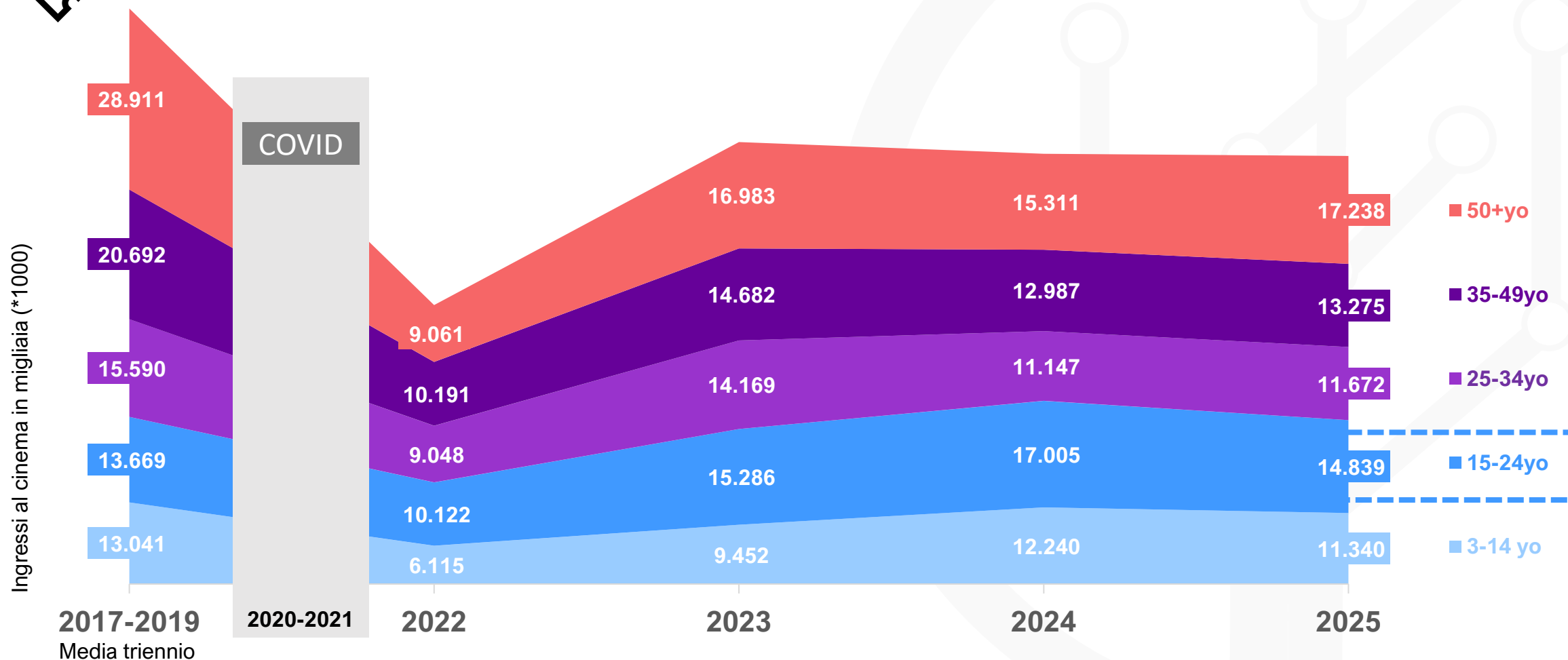


Quasi 12 milioni di ingressi in meno per i 50+ rispetto al pre-Covid

I 15-24enni (pur in lieve flessione sul '24) sono ancora l'unico segmento che stacca più biglietti rispetto al pre-pandemia



Ingressi al cinema per classi d'età



Fonte





sala
& salotto

Il consumo dei film in Italia:

il pubblico tra esperienza in sala e altri schermi

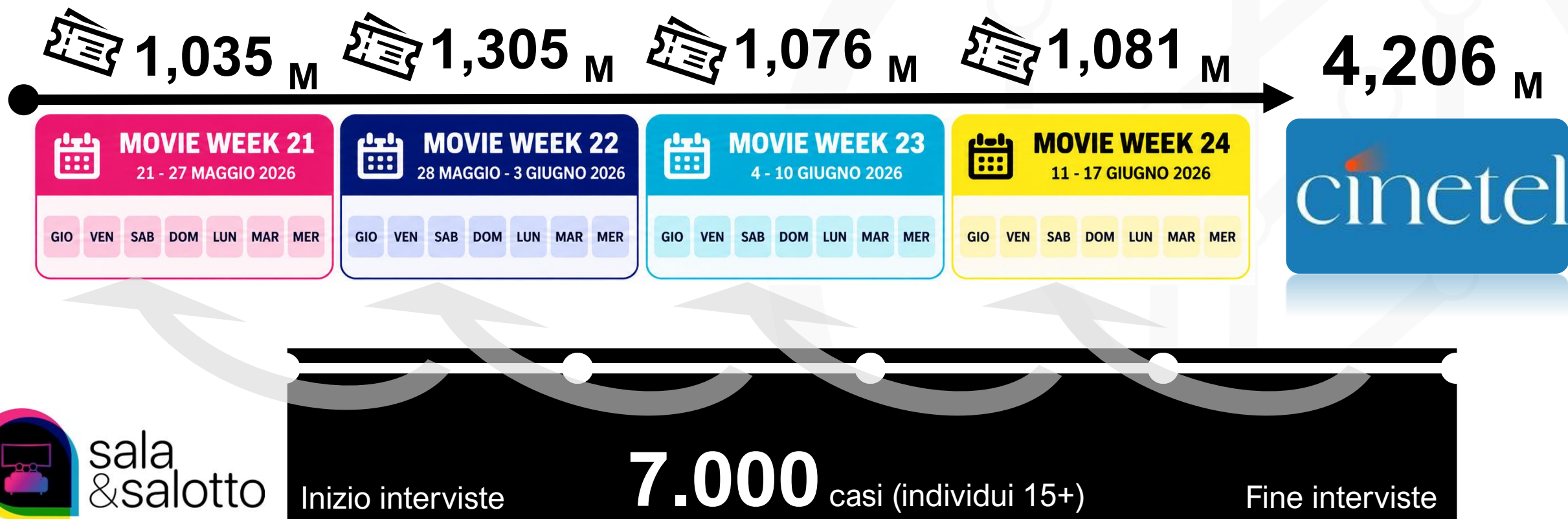
4 settimane di monitoraggio sperimentale con
l'obiettivo di produrre stime sul rapporto fra presenze
in sala e atti di visione dei film sui servizi a pagamento



Dal dato Cinetel alla stima dei film visti sulle offerte a pagamento

Un approccio campionario per la ricostruzione dei film visti «nei 7 giorni precedenti»

4 MOVIE WEEK con presenze al cinema monitorate *real time* da Cinetel

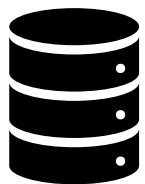


4 settimane di rilevamento con ricostruzione dei **film visti** in offerte pay nei 7 giorni precedenti l'intervista



Una stima aggregata per i film visti* su tutti i servizi nelle 4 settimane

Ricostruzione campionaria anche sui film visti al cinema, con uso del dato Cinetel per il riproporzionamento



Fra i 7.000 intervistati (15+) sono stati individuati i sotto-campioni con accesso ai singoli servizi SVOD (Streaming Video On Demand) e Pay TV rilevando:

- **film visti nei 7 giorni precedenti nell'offerta del servizio in questione**



Le **analisi sono di tipo aggregato** (tutti i film su tutti i servizi nelle 4 settimane).



Sullo stesso campione è stata sollecitata una ricostruzione comportamentale anche rispetto all'avvenuta visione di **film al cinema nei 7 giorni precedenti**.



Produrre una stima campionaria relativamente ad un fenomeno già noto ha come obiettivo quello di individuare la **chiave di riproporzionamento da applicare al dichiarato sulla visione di film su servizi SVOD o Pay TV**.

**dichiarato su visione completa*



Per ogni film visto in sala se ne stimano 8 sull'aggregato delle offerte pay

Oltre 32,5 milioni di atti di visione di film su offerte legali a pagamento

Film visti al cinema nelle 4 settimane

Stima campionaria riparametrata al dato Cinetel



4,206 M



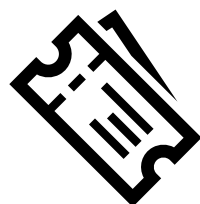
Film visti su tutti i servizi nelle 4 settimane

Stima campionaria a valle del riproporzionamento

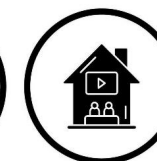


32,550 M

Rapporto fra il totale ingressi cinema e gli atti di visione su offerte pay



1 : 7,7



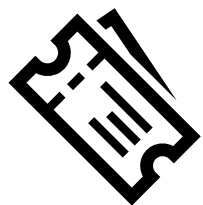


Film italiani all'8% in sala e al 19% sulle offerte pay (nel periodo 21/05-17/06)

Per ogni film italiano visto in sala nella tarda primavera si stimano quasi 19 atti di visione di film italiani su offerte pay

*Film visti al cinema nelle
4 settimane monitorate:*

4,2 M



Quota film italiani

8%



Valore quota: **337***_k

**stima riparametrata al dato Cinetel*

*Film visti in offerte pay nelle
4 settimane monitorate:*

32,5 M



Quota film italiani

19%



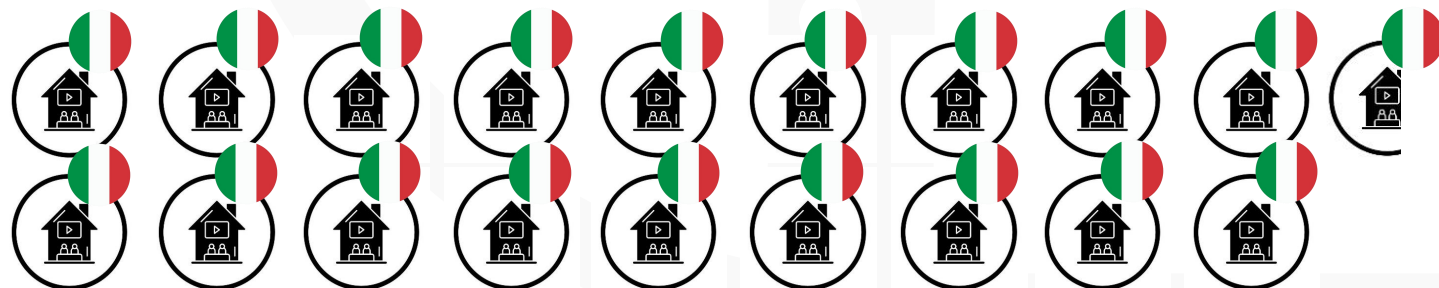
Valore quota: **6,3***_M

**stima a valle del riproporzionamento*

Rapporto fra i FILM ITALIANI visti al cinema e quelli visti su offerte pay



1 : 18,6





La quota di prodotto **NUOVO** è più elevata per i film italiani visti in offerte pay

Sul dato a totale il catalogo assorbe una quota di consumo superiore al 70%

*Film visti in offerte pay nelle
4 settimane monitorate:*

32,5 M

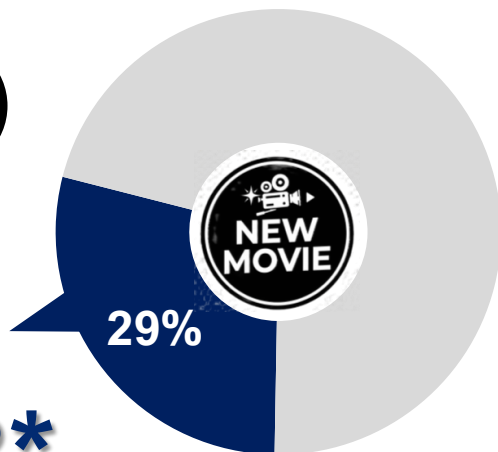
NO distinzioni per
paese di produzione



Quota film **NUOVI**
(‘25/‘26)

Valore quota: **9,3* M**

**stima a valle del riproporzionamento*



*Film ITALIANI visti in offerte
pay nelle 4 settimane:*

6,3 M

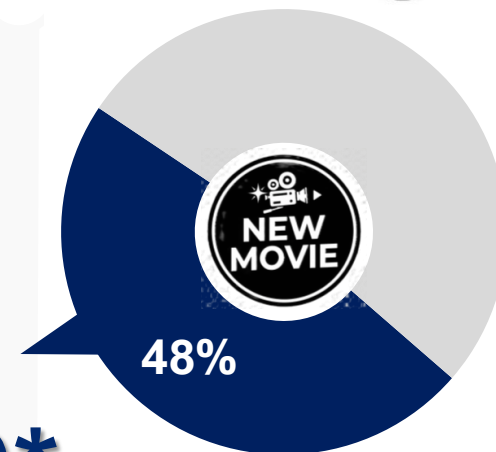
SOLO produzioni
ITALIANE



Quota film **NUOVI**
(‘25/‘26)

Valore quota: **3,0* M**

**stima a valle del riproporzionamento*





Il 32% dei film **NUOVI** (2025/2026) visti su offerte pay sono italiani

Circa 3 milioni di atti di visione nelle quattro settimane monitorate per i film italiani recenti

Settimane monitorate:



*Film **NUOVI** visti in offerte pay nelle 4 settimane: **9,3 M***

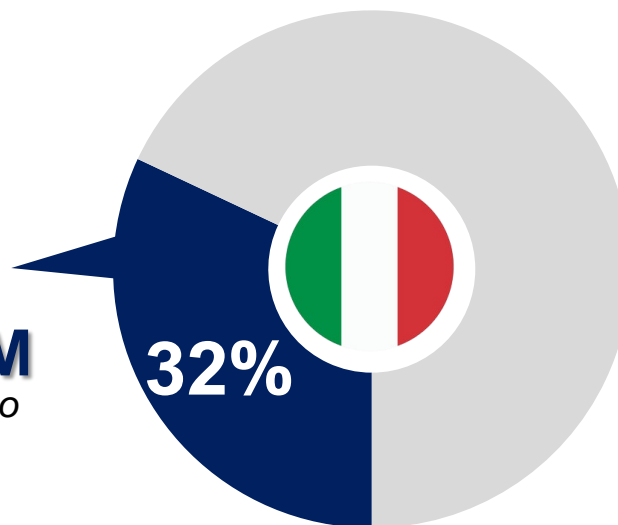


2025
2026

Quota film italiani

Valore quota: **3,0*** M

**stima a valle del riproporzionamento*





Il 70% dei film **NUOVI** visti su servizi pay è passato anche in sala

Sui soli film ITALIANI **NUOVI** (2025/2026) visti in streaming il 92% degli atti di visione riguarda titoli usciti al cinema

Film visti in offerte pay nelle 4 settimane monitorate:

32,5 M



NO distinzioni
per paese di
produzione



Quota film **NUOVI
(‘25/‘26)**

Valore quota: **9,3* M**

**stima a valle del riproporzionamento*

Film **NUOVI usciti in sala**

Quota atti di visione **70% (6,5 M)**

Original e uscite dirette

Quota atti di visione **30% (2,8 M)**



29%

2025

2026

Film ITALIANI visti in offerte pay nelle 4 settimane:

6,3 M



SOLO produzioni
ITALIANE



Quota film **NUOVI
(‘25/‘26)**

Valore quota: **3,0* M**

**stima a valle del riproporzionamento*

Film **NUOVI usciti in sala**

Quota atti di visione **92% (2,8 M)**

Original e uscite dirette

Quota atti di visione **8% (0,2 M)**



48%

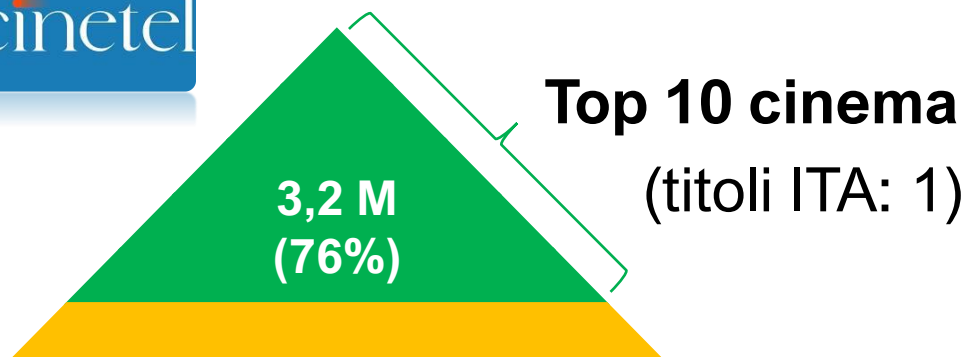
2025

2026



La visione di film su offerte pay è molto meno concentrata

Nella tarda primavera, più spazio per l'Italia nella top 10 multi-servizio (ma con i migliori pezzi dell'offerta theatrical del '25-'26)



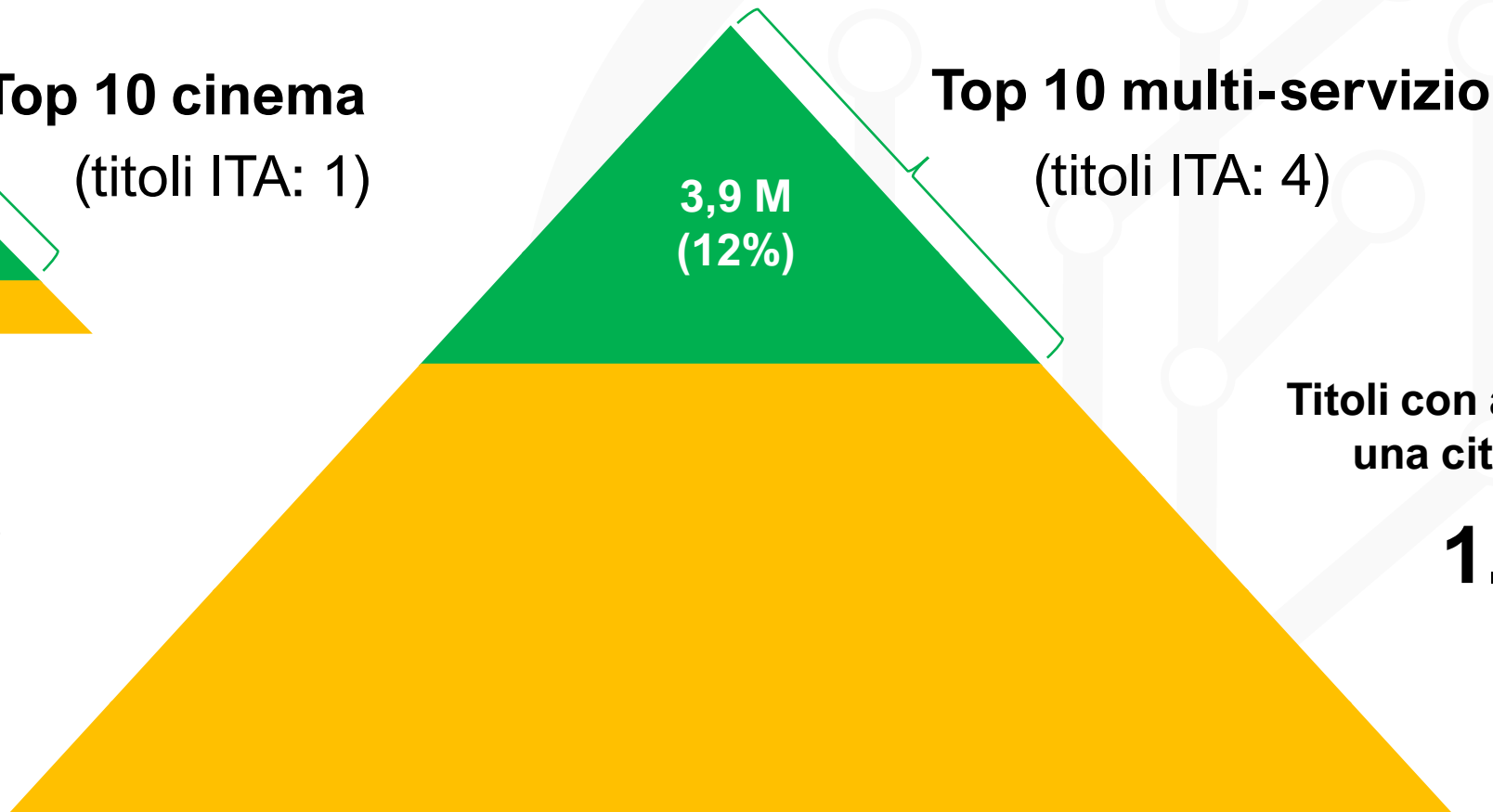
4,206 M

Titolo mediano*: 5°

**divide in due la distribuzione*

**Titoli con almeno
una citazione:**

125



**Titoli con almeno
una citazione:**

1.993



32,550 M

Titolo mediano*: 125°



La top 10 dei film ITALIANI visti su offerte pay nel periodo (21/05-17/06)

La forza del successo in sala, la nuova vita dei rilanci distributivi, il valore della recency

Titoli italiani in top 10 total

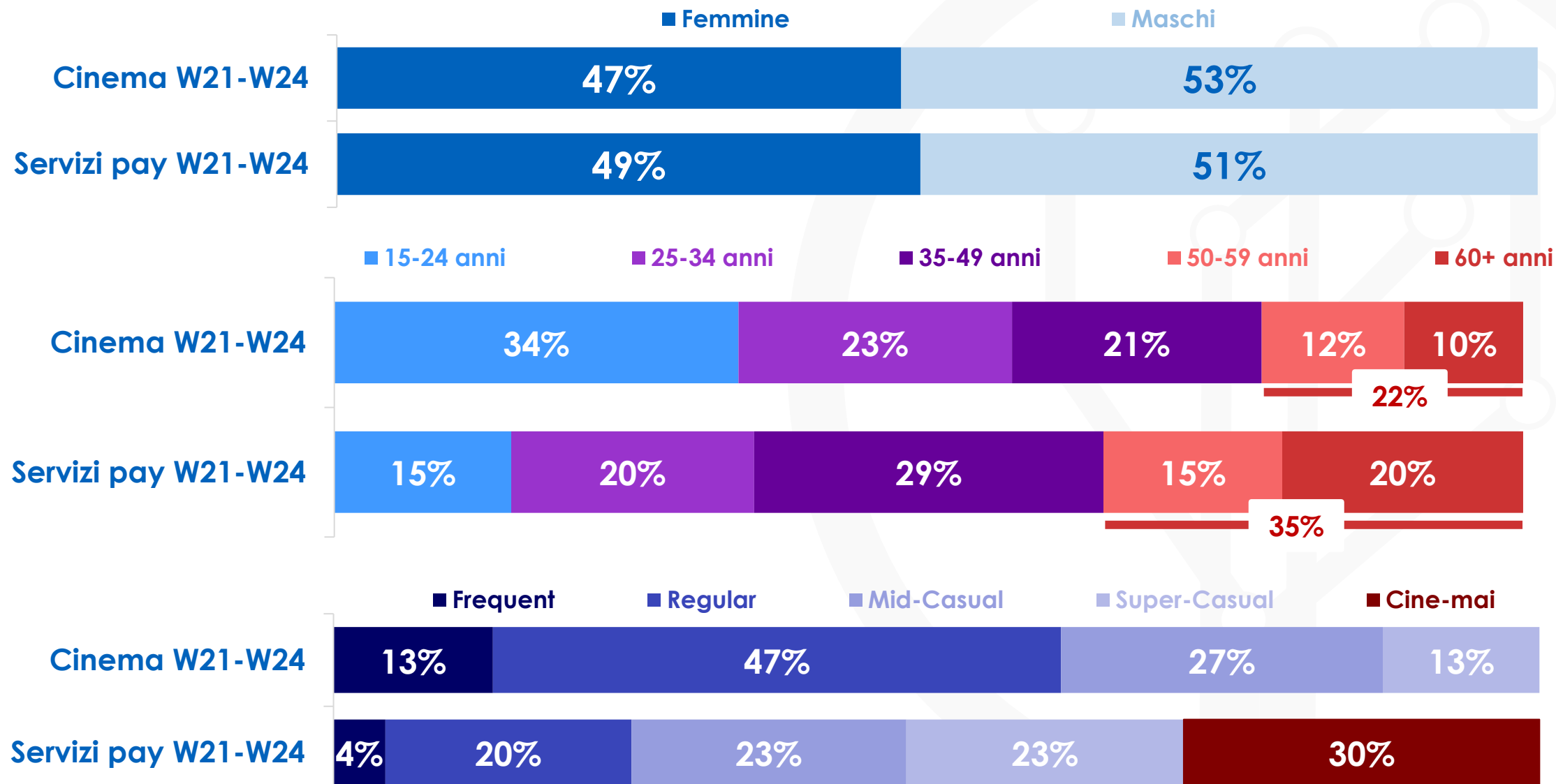
Altri film italiani in classifica

Ranking titoli ITA	1°	2°	3°	4°	5°	6°	7°	8°	9°	10°
	Titoli italiani presenti nella top 10 multi-servizio (21/05-17/06)				Titoli italiani oltre la decima posizione nella classifica multi-servizio (21/05-17/06)					
Uscita streaming (mesi dal monitoraggio)	< 2 mesi (uscita stream)	< 1 mese (rilancio stream)	< 1 mese (uscita stream)	< 1 mese (uscita stream)	< 1 mese (uscita stream)	< 1 mese (uscita stream)	> 2 mesi (uscita stream)	< 1 mese (uscita stream)	> 4 mesi (uscita stream)	> 2 mesi (rilancio stream)
	NETFLIX	NETFLIX sky NOW	sky NOW prime video	prime video	sky NOW Disney+	NETFLIX	sky NOW Apple TV	prime video	NETFLIX VISION	prime video VISION sky NOW NETFLIX
Uscita theatrical (mesi dal monitoraggio)	< 6 mesi	< 20 mesi	> 4 mesi	> 4 mesi	> 4 mesi	> 5 mesi	> 7 mesi	ORIGINAL	> 8 mesi	> 30 mesi
Presenze Cinetel e data uscita	9,6 M (dal 25/12/25)	3,0 M (dal 19/12/24)	1,0 M (dal 29/01/26)	0,5 M (dal 05/02/26)	0,3 M (dal 22/01/26)	1,1 M (dal 15/01/26)	0,3 M (dal 13/11/25)		1,0 M (dal 23/10/25)	5,5 M (dal 26/10/23)
Performance label	TOP TOP	2nd LIFE	WIN WIN	di BENE in MEGLIO		KEEP GOING	di BENE in MEGLIO		LONG TAIL	3rd LIFE



Il pubblico dei film sulle offerte pay è più adulto rispetto a quello della sala

Nelle quattro movie week considerate, il 30% degli atti di visione di film su offerte pay è alimentato da chi non va al cinema



Frequent = >10 ingressi/anno; Regular = 5-10 ingressi/anno; Mid-Casual = 3-4 ingressi/anno ; Super-Casual = 1-2 ingressi/anno; Cine-mai = 0 ingressi



Grazie!