



ANEC lombarda

# RAPPORTO 2017

Diffusione dell'esercizio e tendenze  
dei consumi cinematografici



## Sommario

Introduzione .....	3
1. L'offerta di spettacoli cinematografici.....	3
1.1 Costo medio dei biglietti.....	3
2. Il consumo di spettacoli cinematografici.....	4
2.1 Spettatori .....	4
2.1.1 Spettatori in Italia e in Lombardia .....	5
2.1.2 Spettatori nelle province lombarde.....	7
2.2 Spesa al botteghino .....	10
2.2.1 Spesa al botteghino in Italia e in Lombardia .....	10
2.2.2 Spesa al botteghino nelle province lombarde.....	12
3. Diffusione dell'esercizio cinematografico .....	15
3.1 Panorama nazionale .....	15
3.2 Panorama regionale .....	16
4. Milano capitale del cinema di qualità.....	20
5. La stagionalità del settore cinematografico .....	22
6. Iniziative promozionali: <i>Esselunga. Al Cinema con FÌDATY</i> .....	23
7. Schermi di classe. La scuola al cinema.....	24
8. Una finestra sull'Europa .....	25
8.1 L'incidenza della produzione nazionale.....	25
8.2 Costo medio dei biglietti.....	26
8.3 Spettatori .....	27

8.4 Spesa al botteghino .....	28
8.5 Diffusione dell'esercizio cinematografico .....	29
8.6 Frequenza annuale pro capite .....	30
9. Uno sguardo alla filiera cinematografica .....	31

## Introduzione

Il 2017 si è rivelato un anno negativo per il settore cinematografico. Dopo un buon 2015 e il consolidamento del 2016, tutti gli indicatori hanno registrato un decremento. Anche i dati relativi ai biglietti venduti in Italia nel primo trimestre 2018 sono poco incoraggianti: 29.093.943 a fronte dei 33.382.581 del 2017 (-12,85%). In Lombardia si registra un calo delle presenze: 5.525.214 contro le 5.870.612 del primo trimestre 2017 (-5,88%)<sup>1</sup>.

### 1. L'offerta di spettacoli cinematografici

Sul fronte dell'offerta di spettacoli cinematografici, la SIAE nel 2016 ha rilevato 3.226.957 spettacoli in Italia, di cui 595.368 in Lombardia<sup>2</sup>.

#### 1.1 Costo medio dei biglietti

Per quanto riguarda i biglietti per gli spettacoli cinematografici, nel 2017 il costo medio nazionale si è attestato a **6,33 euro**<sup>3</sup>, in leggero aumento rispetto all'anno precedente (6,28 €).

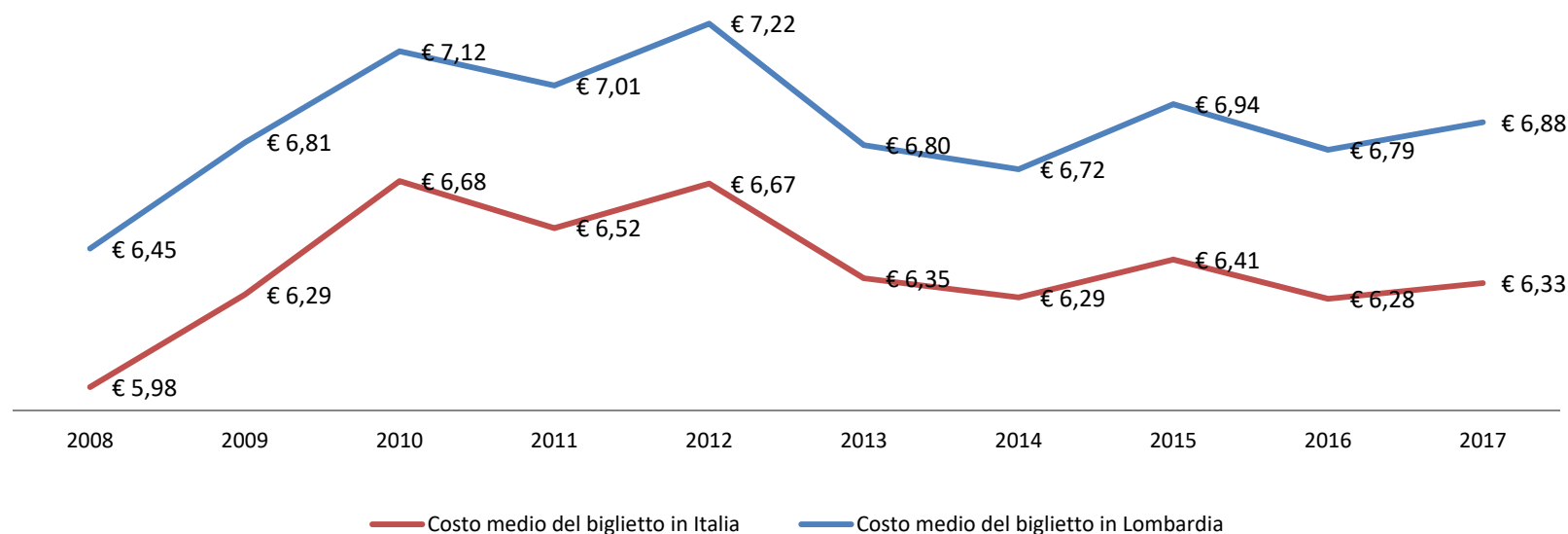


Figura 1 Costo medio del biglietto in Italia e in Lombardia dal 2008 al 2017

<sup>1</sup> Fonte: Cinetel

<sup>2</sup> Fonte: SIAE. Il dato relativo al 2017 non è ancora disponibile.

<sup>3</sup> Fonte: Elaborazione AGIS lombarda su dati Cinetel

In Lombardia il prezzo medio del singolo ingresso è di **6,88 euro**, con una forbice che va dai 5,00 euro della Provincia di Lecco ai 7,16 euro della Provincia di Brescia (Figura 2)<sup>4</sup>. Come negli anni passati, il valore del titolo di ingresso agli spettacoli cinematografici in Lombardia risulta superiore alla media nazionale.

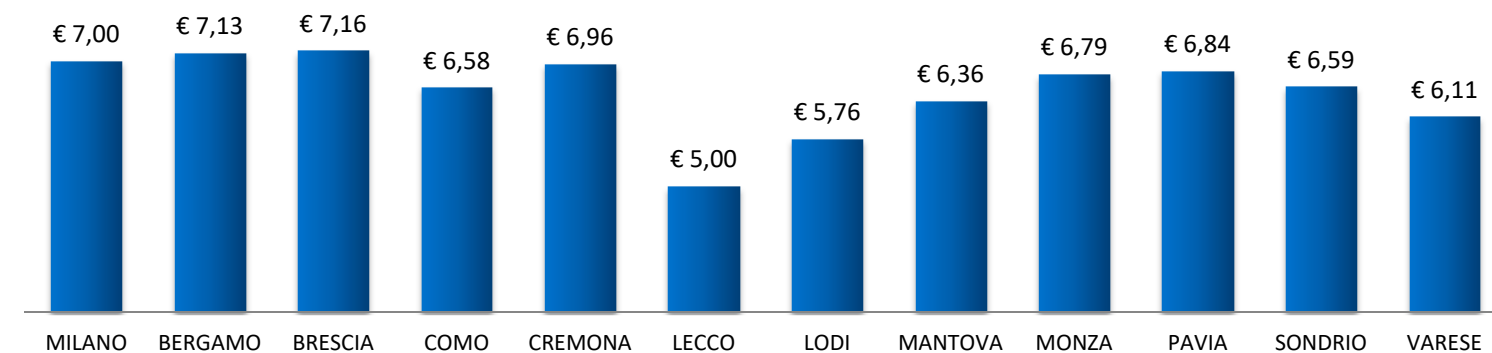
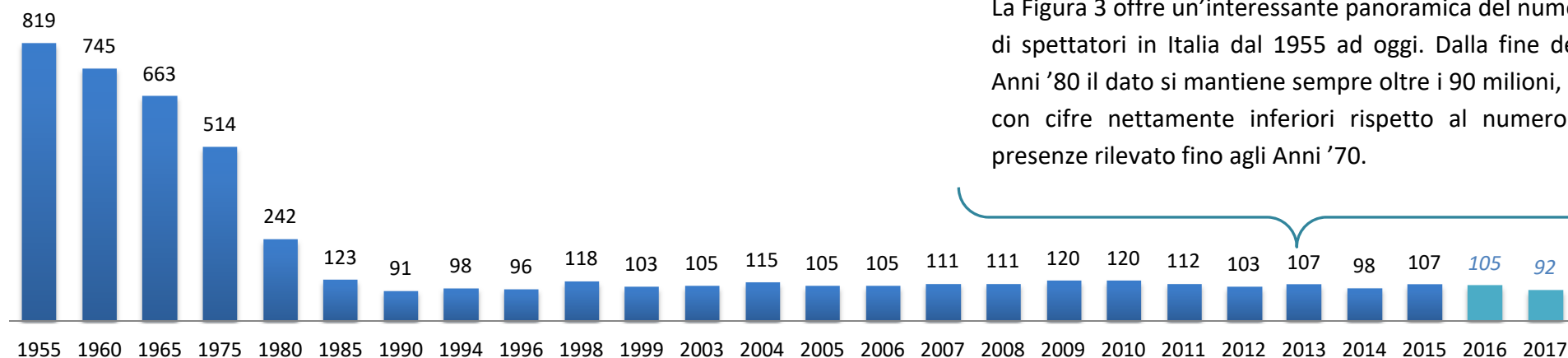


Figura 2 Costo medio del biglietto nelle province lombarde nel 2017

## 2. Il consumo di spettacoli cinematografici

### 2.1 Spettatori



La Figura 3 offre un'interessante panoramica del numero di spettatori in Italia dal 1955 ad oggi. Dalla fine degli Anni '80 il dato si mantiene sempre oltre i 90 milioni, ma con cifre nettamente inferiori rispetto al numero di presenze rilevato fino agli Anni '70.

Figura 3 Numero di biglietti venduti in Italia dal 1955 in milioni. Fino al 2015 dati SIAE, dal 2016 dati Cinetel (i dati Cinetel coprono il 94% del mercato).

<sup>4</sup> Fonte: Elaborazione AGIS lombarda su dati Cinetel

### 2.1.1 Spettatori in Italia e in Lombardia

Sul fronte dei biglietti venduti, nel 2017 in Italia si registra un decremento rispetto ai dodici mesi precedenti: sono stati staccati **92.336.963** biglietti, una diminuzione del **12,38%** (-13.048.232 biglietti) rispetto al 2016 (Tabella 1)<sup>5</sup>.

In Lombardia, dove sono stati staccati **17.285.068** biglietti, si è registrato un decremento del **10,08%** rispetto al 2016 (-1.937.792 biglietti)<sup>6</sup>, un dato meno negativo rispetto a quello nazionale.

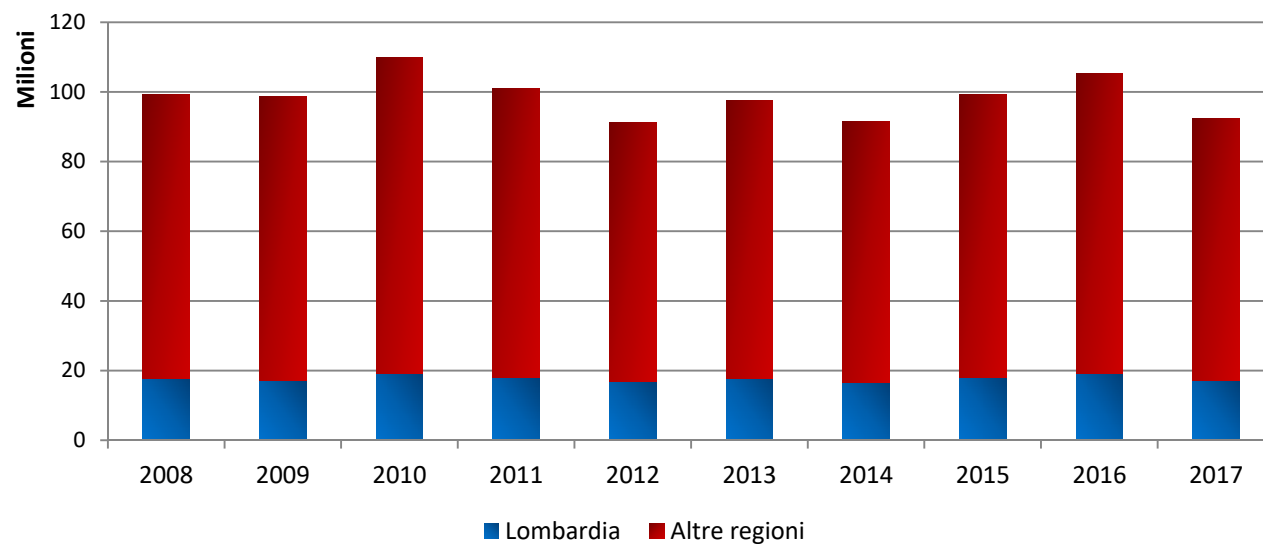
	Italia	Lombardia	Variazione percentuale spettatori in Italia dal 2010 al 2017	Variazione percentuale spettatori in Lombardia dal 2010 al 2017
2008	99.249.013	17.710.738		
2009	98.606.919	17.229.516	-0,65%	-2,72%
2010	109.800.573	19.057.548	11,35%	10,61%
2011	101.075.892	17.959.379	-7,95%	-5,76%
2012	91.156.222	16.859.792	-9,81%	-6,12%
2013	97.431.465	17.800.346	6,88%	5,58%
2014	91.526.747	16.648.946	-6,06%	-6,47%
2015	99.362.667	18.092.481	8,56%	8,67%
2016	105.385.195	19.222.860	6,06%	6,25%
2017	92.336.963	17.285.068	-12,38%	-10,08%

Tabella 1 Spettatori e loro variazione percentuale in Italia e in Lombardia dal 2008 al 2017



<sup>5</sup> Fonte: Cinetel

<sup>6</sup> Fonte: Cinetel



In termini di incidenza percentuale, **gli spettatori lombardi nel 2017 rappresentano circa il 18,72% degli spettatori di tutta Italia**. Tale dato, dal 2008 al 2017, varia in un *range* compreso tra il 17,36% e il 18,72%. Dal 2012 si mantiene su valori superiori al 18% (Figura 4 e Figura 5).

Figura 4 Incidenza percentuale degli spettatori lombardi sul totale degli spettatori in Italia. Elaborazione AGIS lombarda su dati Cinetel

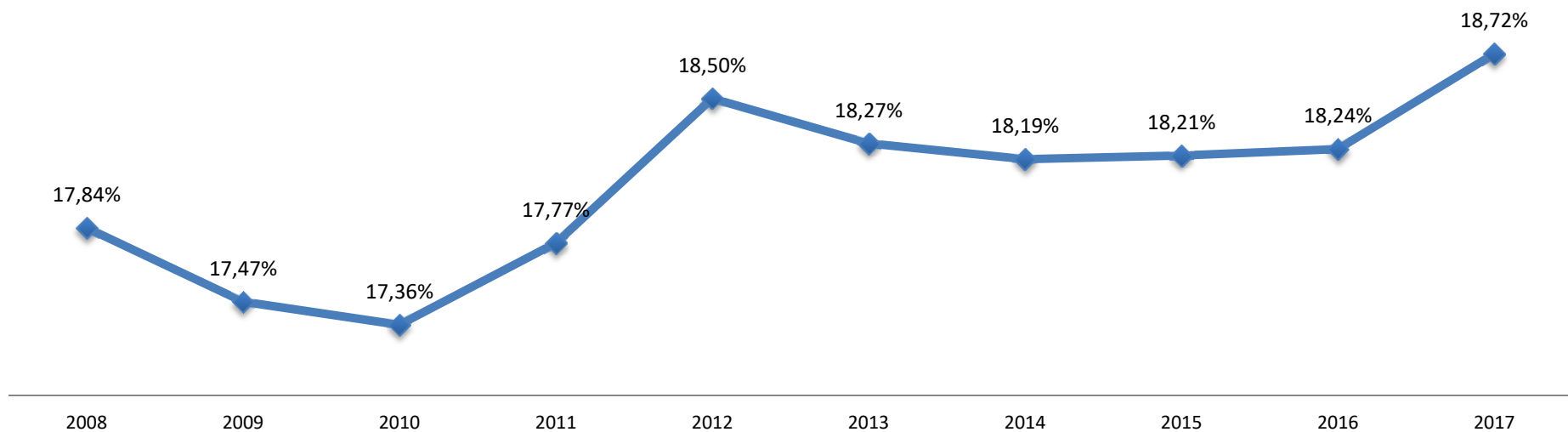


Figura 5 Andamento dell'incidenza degli spettatori lombardi sul totale degli spettatori in Italia. Elaborazione dati AGIS lombarda su dati Cinetel

## 2.1.2 Spettatori nelle province lombarde

Le province della regione segnano un saldo negativo ad eccezione della **provincia di Bergamo che registra +3,29%** dovuto all'apertura del multiplex (14 schermi) di UCI Orio ad Azzano San Paolo. Una leggera flessione si riscontra a Mantova (-0,95%) e Como (-1,59%, dato negativo mitigato dalla riapertura di un multiplex di 9 schermi), più pesante l'andamento negativo di Lecco (-22,12%, unica provincia in cui operano solo Sale della Comunità), Monza e Brianza (-15,55%) e Pavia (-13,04%). Milano perde il -12,88% di spettatori, dato di poco inferiore rispetto al dato nazionale<sup>7</sup>.

Capoluoghi	Spettatori 2017	Spettatori 2016	Spettatori 2015	Variazione percentuale 2017 -2016	Variazione percentuale 2016 -2015
MILANO	8.140.712	9.344.758	8.737.731	-12,88%	6,95%
BERGAMO	1.523.149	1.474.630	1.406.931	3,29%	4,81%
BRESCIA	1.821.539	1.969.719	1.875.928	-7,52%	5,00%
COMO	740.855	752.810	679.393	-1,59%	10,81%
CREMONA	559.831	582.878	585.684	-3,95%	-0,48%
LECCO	80.032	102.762	96.194	-22,12%	6,83%
LODI	200.759	227.500	209.171	-11,75%	8,76%
MANTOVA	536.934	542.091	510.554	-0,95%	6,18%
MONZA BRIANZA	1.745.173	2.066.413	1.922.766	-15,55%	7,47%
PAVIA	697.778	802.433	760.145	-13,04%	5,56%
SONDRIO	172.821	196.895	193.585	-12,23%	1,71%
VARESE	1.065.485	1.159.971	1.114.399	-8,15%	4,09%
<b>LOMBARDIA</b>	<b>17.285.068</b>	<b>19.222.860</b>	<b>18.092.481</b>	<b>- 10,08%</b>	<b>6,25%</b>
<b>ITALIA</b>	<b>92.336.963</b>	<b>105.385.195</b>	<b>99.362.667</b>	<b>-12,38%</b>	<b>6,06%</b>

Tabella 2 Spettatori e loro variazione percentuale nelle province lombarde dal 2015 al 2017

<sup>7</sup> Fonte: Elaborazione AGIS lombarda su dati Cinetel



Gli **spettatori lombardi si concentrano a Milano** e nella sua area metropolitana (47,10%), anche in relazione al numero di abitanti e schermi. Alle province di Brescia, Monza Brianza, Bergamo e Varese afferisce il 36% degli spettatori (Figura 6).

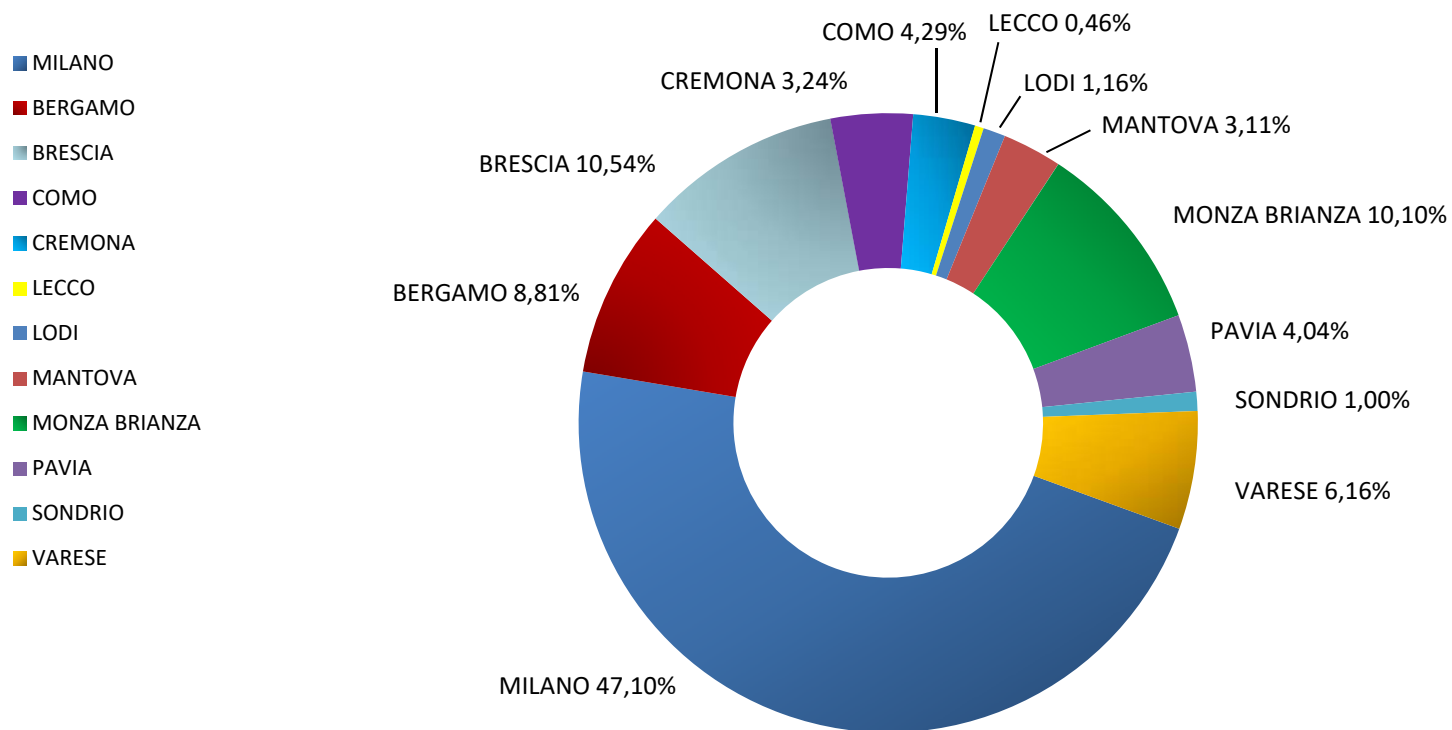


Figura 6 Distribuzione territoriale degli spettatori nelle province lombarde

La **frequenza annuale pro capite** delle sale cinematografiche fornisce indicazioni su quante volte, in media, un cittadino si reca al cinema durante l'anno in esame. Nel 2017 i cittadini della provincia di Milano si sono recati in sala più spesso degli altri cittadini lombardi (2,53 volte), subito a seguire gli abitanti di Monza e Brianza (2,38), invece per tutte le altre province l'indice è inferiore a 2 (Figura 7).

In **Italia** la frequenza annuale pro capite nel 2016 era 1,74, nel 2017 è pari a 1,52. Le province di Milano e Monza Brianza sono le uniche che superano il dato nazionale nel biennio esaminato. Incoraggiante il **dato regionale**: 1,92 nel 2016 e 1,73 nel 2017, in calo, ma superiore a quanto registrato a livello nazionale<sup>8</sup>.

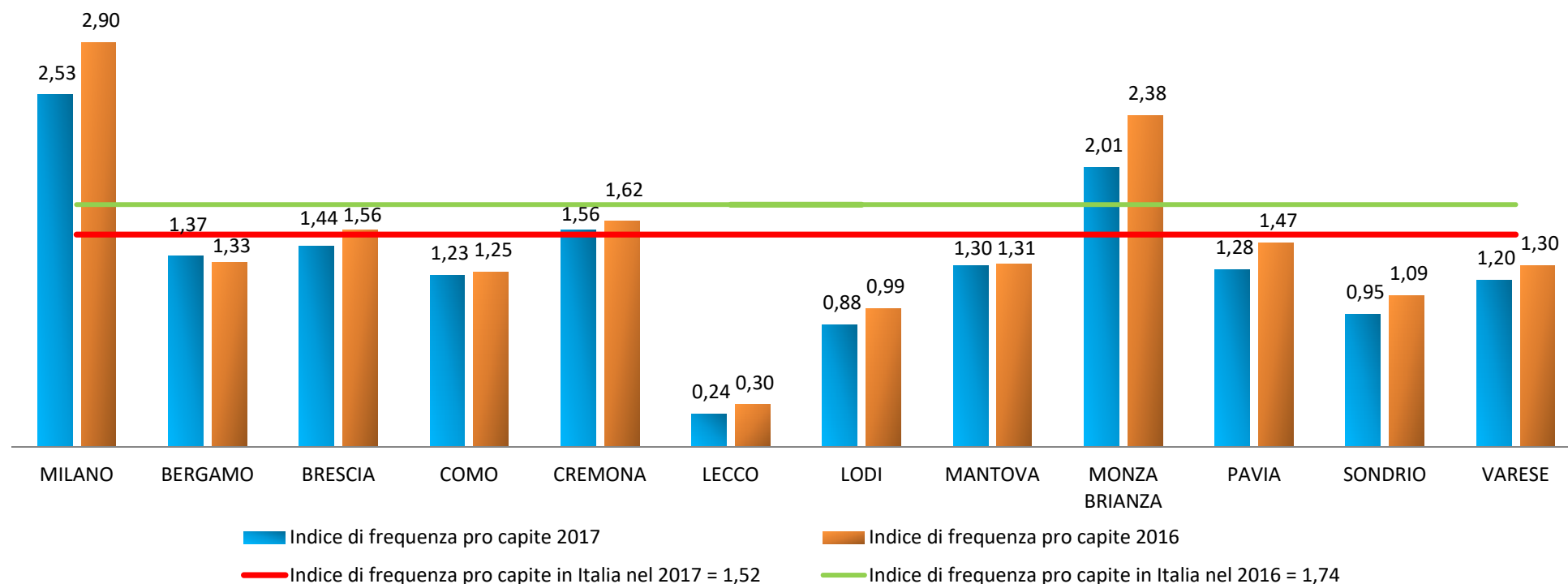


Figura 7 Frequenza annuale pro capite per provincia nel 2017 e nel 2016

<sup>8</sup> Fonte: Elaborazione AGIS lombarda su dati Cinetel

## 2.2 Spesa al botteghino

### 2.2.1 Spesa al botteghino in Italia e in Lombardia

Nel 2017 la spesa complessiva in Italia per l'acquisto di biglietti è stata di **584.843.610 euro**, con un decremento dell'**11,63%** rispetto alla spesa del 2016<sup>9</sup>.

In Lombardia la spesa al botteghino per spettacoli cinematografici è stata di **118.937.917 euro**, registrando un calo dell'**8,84%** rispetto al precedente anno<sup>10</sup>.

	Italia	Lombardia	Variazione percentuale della spesa al botteghino in Italia	Variazione percentuale della spesa al botteghino in Lombardia
2008	€ 593.443.062	€ 114.252.787		
2009	€ 620.686.552	€ 117.376.183	4,59%	2,73%
2010	€ 733.575.922	€ 135.740.743	18,19%	15,65%
2011	€ 659.113.323	€ 125.825.416	-10,15%	-7,30%
2012	€ 608.243.030	€ 121.676.006	-7,72%	-3,30%
2013	€ 618.699.909	€ 121.096.601	1,72%	-0,48%
2014	€ 575.247.515	€ 111.899.286	-7,02%	-7,60%
2015	€ 637.265.704	€ 125.613.774	10,78%	12,26%
2016	€ 661.844.025	€ 130.474.637	3,86%	3,87%
2017	€ 584.843.610	€ 118.937.918	-11,63%	-8,84%

Tabella 3 Spesa al botteghino e sua variazione percentuale in Italia e in Lombardia dal 2008 al 2017

<sup>9</sup> Fonte: Cinetel

<sup>10</sup> Fonte: Cinetel

Tra il 2008 e il 2017, gli **incassi registrati in Lombardia** incidono sugli incassi di tutto il territorio italiano per valori compresi tra il 18,50% del 2010 e il 20,34% del 2017. L'incidenza nell'ultimo anno è aumentata di quasi l'1%, dopo quattro anni di sostanziale stabilità (Figura 8 e Figura 9).

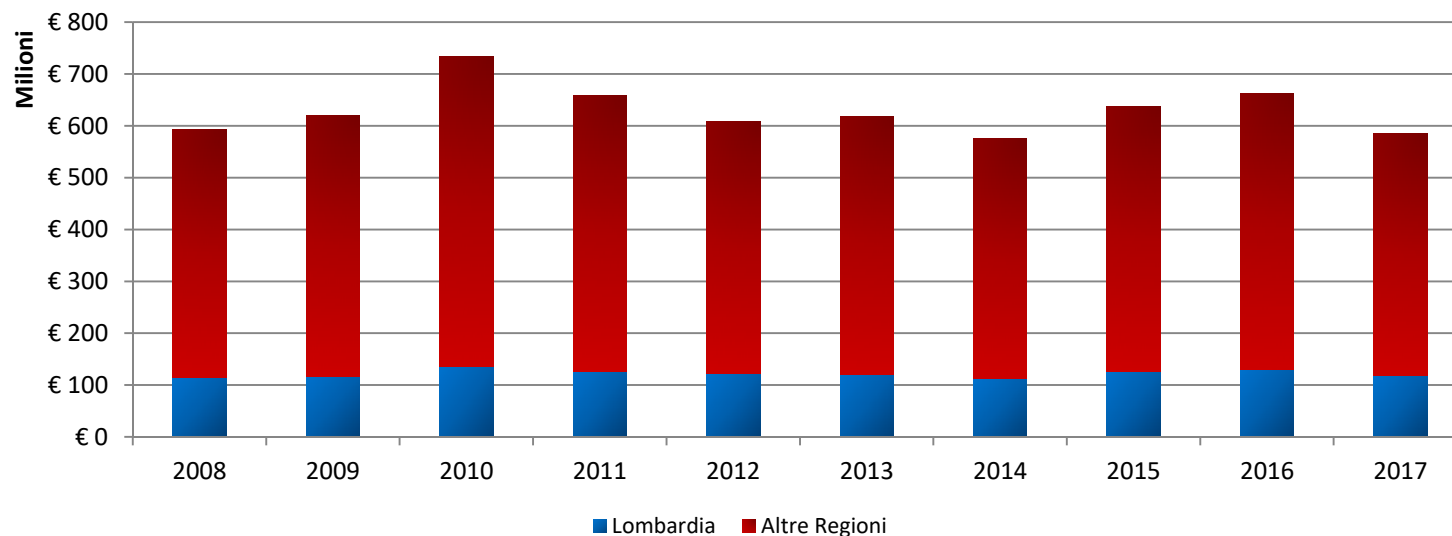


Figura 8 Incidenza della spesa al botteghino in Lombardia sul totale della spesa al botteghino in Italia. Elaborazione AGIS lombarda su dati Cinetel

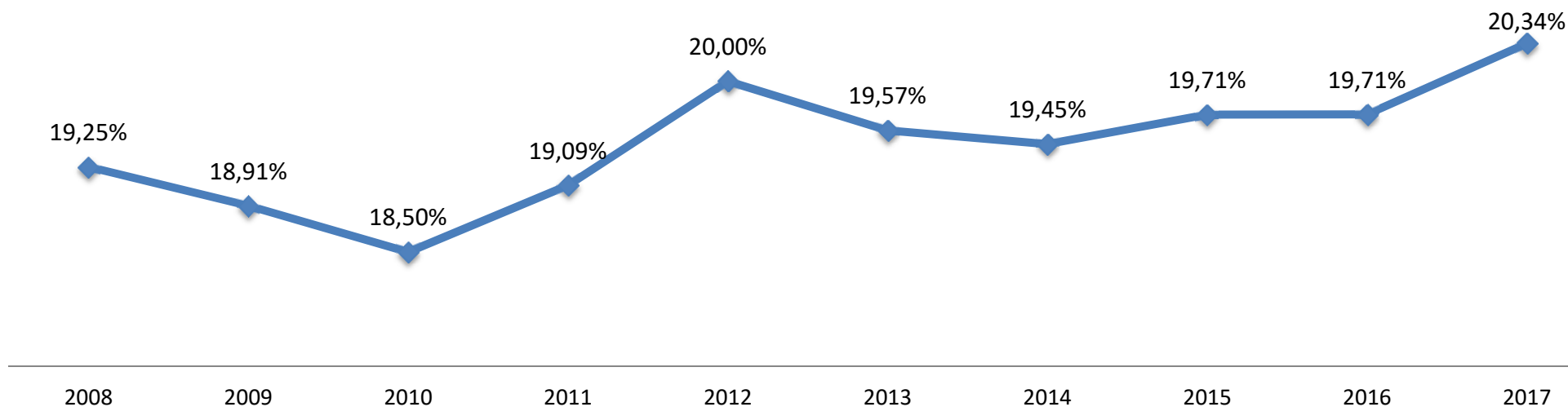


Figura 9 Andamento dell'incidenza della spesa al botteghino in Lombardia sul totale della spesa al botteghino in Italia. Elaborazione AGIS lombarda su dati Cinetel

## 2.2.2 Spesa al botteghino nelle province lombarde

La spesa al botteghino nelle province ha subito **variazioni negative rispetto al 2016**, ad eccezione di Bergamo che presenta un dato maggiore del 10,81% rispetto all'anno precedente, dovuto all'apertura del multiplex (14 schermi) di UCI Orio ad Azzano San Paolo. Mantova segna un leggero calo, di minore entità rispetto al decremento degli incassi nelle altre province che, in alcuni casi, è di gran lunga inferiore rispetto al dato regionale e nazionale (Figura 10)<sup>11</sup>.

Capoluoghi	Spesa al botteghino 2017		Spesa al botteghino 2016		Spesa al botteghino 2015		Variazione percentuale spesa al botteghino 2017-2016	Variazione percentuale spesa al botteghino 2016-2015
MILANO	€	57.020.627,90	€	64.537.901,02	€	61.576.343,86	-11,65%	4,81%
BERGAMO	€	10.855.893,44	€	9.796.915,54	€	9.568.304,59	10,81%	2,39%
BRESCIA	€	13.048.617,57	€	13.901.820,64	€	13.503.965,75	-6,14%	2,95%
COMO	€	4.871.415,92	€	5.031.856,45	€	4.698.652,08	-3,19%	7,09%
CREMONA	€	3.894.405,37	€	4.130.046,82	€	4.045.445,14	-5,71%	2,09%
LECCO	€	400.456,25	€	535.170,44	€	490.314,10	-25,17%	9,15%
LODI	€	1.156.408,00	€	1.331.842,60	€	1.238.399,22	-13,17%	7,55%
MANTOVA	€	3.413.454,34	€	3.458.451,83	€	3.332.349,72	-1,30%	3,78%
MONZA BRIANZA	€	11.855.320,35	€	13.711.783,64	€	13.125.482,10	-13,54%	4,47%
PAVIA	€	4.769.867,69	€	5.467.671,38	€	5.589.512,03	-12,76%	-2,18%
SONDRIO	€	1.139.162,50	€	1.340.355,00	€	1.357.864,00	-15,01%	-1,29%
VARESE	€	6.512.288,54	€	7.230.821,41	€	7.087.141,09	-9,94%	2,03%
<b>LOMBARDIA</b>	<b>€</b>	<b>118.937.917,87</b>	<b>€</b>	<b>130.474.636,77</b>	<b>€</b>	<b>125.613.773,68</b>	<b>-8,84%</b>	<b>3,87%</b>
<b>ITALIA</b>	<b>€</b>	<b>584.843.610,00</b>	<b>€</b>	<b>661.844.025,00</b>	<b>€</b>	<b>637.265.704,00</b>	<b>-11,63%</b>	<b>3,86%</b>

Tabella 4 Spesa al botteghino e sua variazione percentuale nelle province lombarde dal 2015 al 2017

<sup>11</sup> Fonte: Elaborazione AGIS lombarda su dati Cinetel

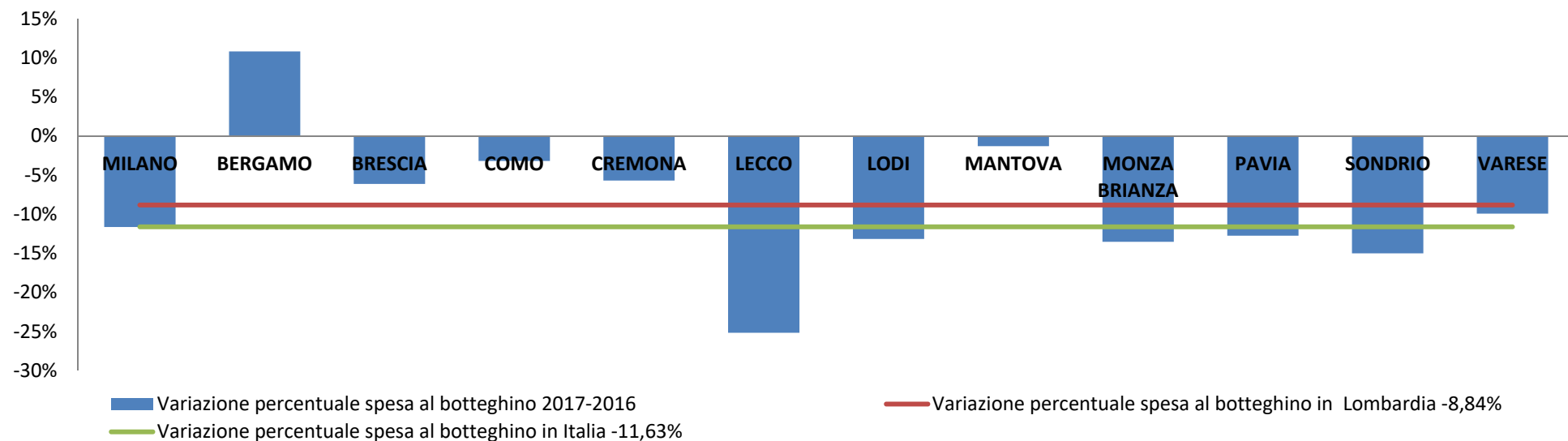
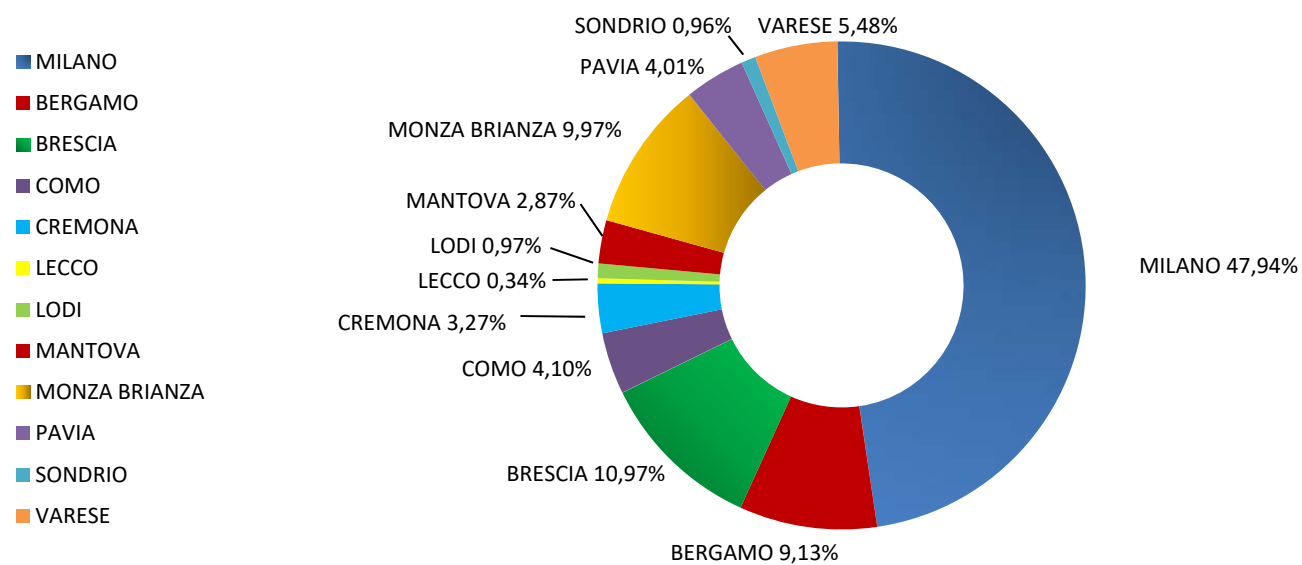


Figura 10 Variazione percentuale della spesa al botteghino nelle province lombarde a confronto con il dato regionale e nazionale. Elaborazione AGIS lombarda su dati Cinetel



**L'articolazione territoriale degli incassi** rispecchia quella degli spettatori, con circa l'80% della spesa totale distribuita nelle province di Milano, Bergamo, Brescia, Monza Brianza, Varese (Figura 12).

Figura 11 Distribuzione territoriale della spesa al botteghino nelle province lombarde. Elaborazione AGIS lombarda su dati Cinetel

La **spesa al botteghino pro capite** dal 2016 al 2017 nelle province lombarde diminuisce, anche leggermente, ad esclusione della provincia di Bergamo. In linea generale si attesta comunque al di sotto della spesa pro capite della Lombardia e dell'Italia. Incoraggianti i dati relativi a Milano, Brescia, Cremona, Monza e Brianza superiori al dato nazionale, ad evidenziare una buona propensione al consumo di spettacoli cinematografici in quei territori (Figura 12).

	Spesa al botteghino pro capite 2017	Spesa al botteghino pro capite 2016	Spesa al botteghino pro capite 2015
MILANO	€ 17,72	€ 20,05	€ 19,13
BERGAMO	€ 9,76	€ 8,81	€ 8,60
BRESCIA	€ 10,33	€ 11,01	€ 10,69
COMO	€ 8,12	€ 8,38	€ 7,83
CREMONA	€ 10,84	€ 11,49	€ 11,26
LECCO	€ 1,19	€ 1,59	€ 1,45
LODI	€ 5,04	€ 5,81	€ 5,40
MANTOVA	€ 8,27	€ 8,38	€ 8,08
MONZA BRIANZA	€ 13,64	€ 15,78	€ 15,11
PAVIA	€ 8,72	€ 9,99	€ 10,21
SONDRIO	€ 6,28	€ 7,39	€ 7,48
VARESE	€ 7,32	€ 8,12	€ 7,96
<b>LOMBARDIA</b>	<b>€ 11,87</b>	<b>€ 13,02</b>	<b>€ 12,54</b>
<b>ITALIA</b>	<b>€ 9,65</b>	<b>€ 10,92</b>	<b>€ 10,52</b>

Tabella 5 Spesa botteghino pro capite nelle province lombarde dal 2015 al 2017. Elaborazione AGIS lombarda su dati Cinetel

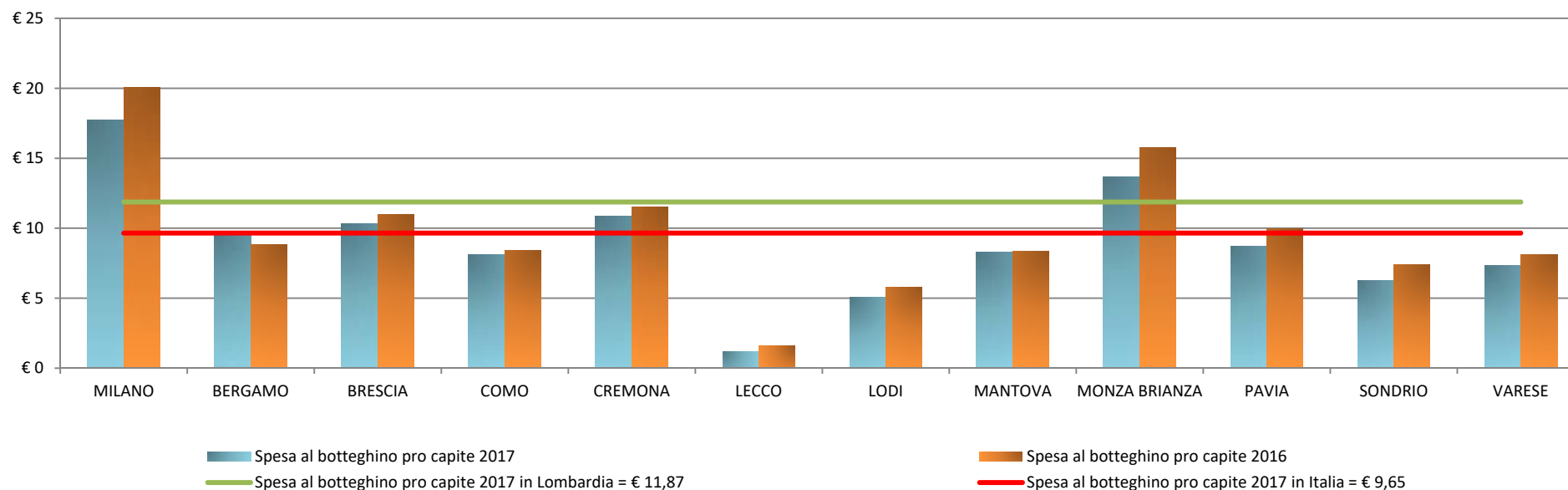


Figura 12 Spesa al botteghino pro capite nelle province lombarde nel 2016 e nel 2017 a confronto con il dato regionale e nazionale. Elaborazione AGIS lombarda su dati Cinetel

### 3. Diffusione dell'esercizio cinematografico

#### 3.1 Panorama nazionale

La Figura 13 mostra l'evoluzione del numero di schermi e del numero di strutture cinematografiche dal 1955 ad oggi. Dal 2002 il numero di schermi è sempre superiore a 3.500, ma rimane comunque molto lontano dai numeri degli anni precedenti al 1990. Si sottolinea che fino al 2016 il grafico riporta dati SIAE, per il 2017 sono stati considerati i dati Cinetel<sup>12</sup>.

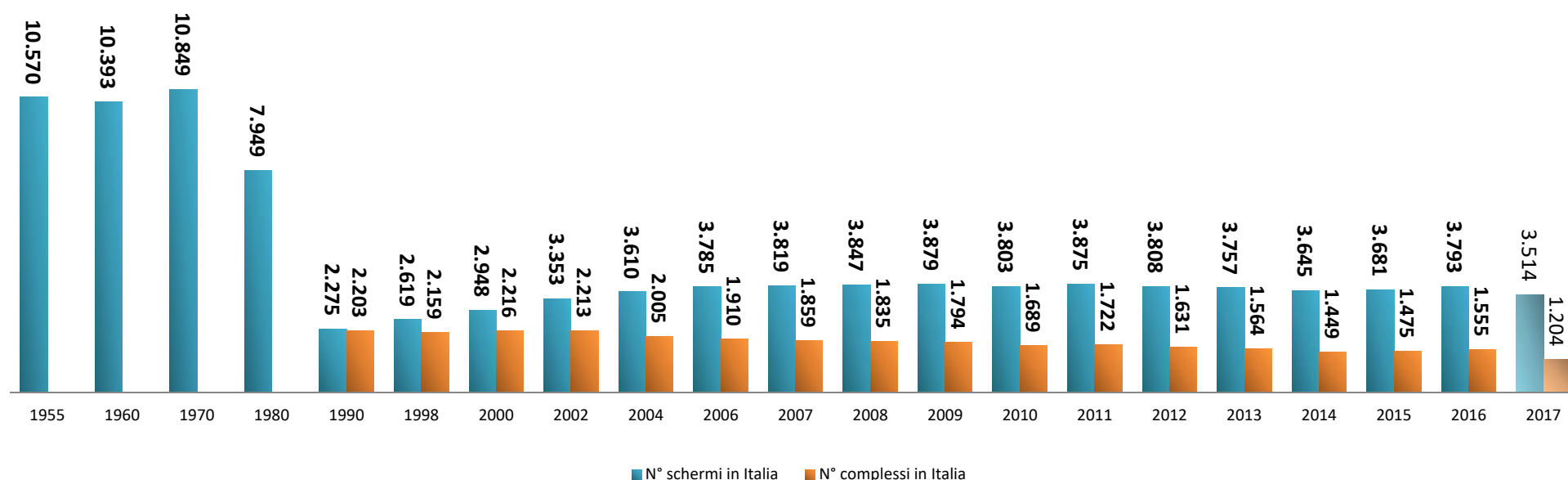


Figura 13 Numero di schermi in Italia dal 1955 e numero di strutture dal 1990. Dati SIAE fino al 2016, dati Cinetel al 2017 (i dati Cinetel coprono il 94% del mercato).

<sup>12</sup> Fonte: SIAE e Cinetel



### 3.2 Panorama regionale

I dati Cinetel mostrano che al 31.12.2017 in Lombardia sono presenti **189 strutture**, comprensive di arene estive, per un totale di **566 schermi**. Rispetto all'anno precedente si riscontra un saldo positivo per 8 strutture e 34 schermi<sup>13</sup>. La Tabella 6 mostra l'articolazione territoriale delle strutture per capoluoghi e altri comuni. Sono 76 le sale polivalenti rilevate da Cinetel che alternano attività di cinema e spettacolo dal vivo. Le **Sale della Comunità** in Lombardia (SdC) rilevate da Cinetel, sono 77 (41%) per un totale di 79 schermi. A queste se ne aggiungono 86, con attività saltuaria, non rilevate da Cinetel, per un totale di 163 strutture che fanno della Lombardia la regione con la più ampia diffusione di SdC<sup>14</sup>.

Province	CAPOLUOGHI		ALTRI COMUNI		TOTALE		N. strutture per 50.000 abitanti	N. schermi per 50.000 abitanti
	Strutture capoluogo	Schermi capoluogo	Strutture altri comuni	Schermi altri comuni	Strutture	Schermi		
MILANO	28	102	37	121	65	223	1,0	3,5
BERGAMO	5	9	11	50	16	59	0,7	2,7
BRESCIA	6	20	14	33	20	53	0,8	2,1
COMO	3	11	8	27	11	38	0,9	3,2
CREMONA	3	12	3	7	6	19	0,8	2,6
LECCO	1	1	4	4	5	5	0,7	0,7
LODI	2	3	2	7	4	10	0,9	2,2
MANTOVA	4	12	6	13	10	25	1,2	3,0
MONZA BRIANZA	4	8	17	48	21	56	1,2	3,2
PAVIA	2	2	4	22	6	24	0,5	2,2
SONDRIO	2	5	4	4	6	9	1,7	2,5
VARESE	3	11	16	34	19	45	1,1	2,5
<b>LOMBARDIA</b>	<b>63</b>	<b>196</b>	<b>126</b>	<b>370</b>	<b>189</b>	<b>566</b>	<b>0,9</b>	<b>2,8</b>
<b>ITALIA</b>					<b>1.204</b>	<b>3.514</b>	<b>1,0</b>	<b>2,9</b>

Tabella 6 Numero delle strutture cinematografiche aperte (arene comprese) divise per capoluoghi e altri comuni.

<sup>13</sup> Fonte: Cinetel

<sup>14</sup> Fonte: Elaborazione AGIS lombarda su dati Cinetel

Le province di Brescia, Milano, Monza e Brianza e Varese ospitano il 66,5% delle strutture e il 66,6% degli schermi (Figura 14)<sup>15</sup>. Nel caso della **distribuzione territoriale degli schermi**, invece, la provincia di Bergamo acquista un peso maggiore (59 schermi), seconda solo alla provincia di Milano (Figura 15).

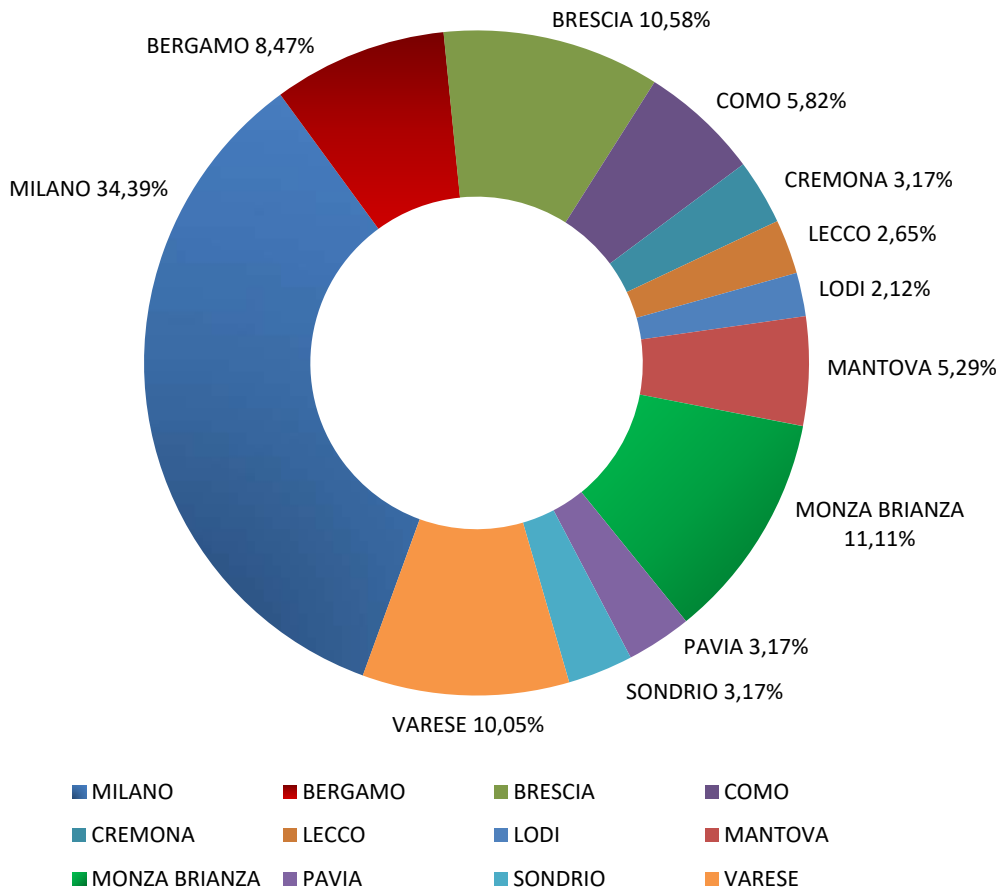


Figura 14 Articolazione territoriale delle strutture cinematografiche in Lombardia

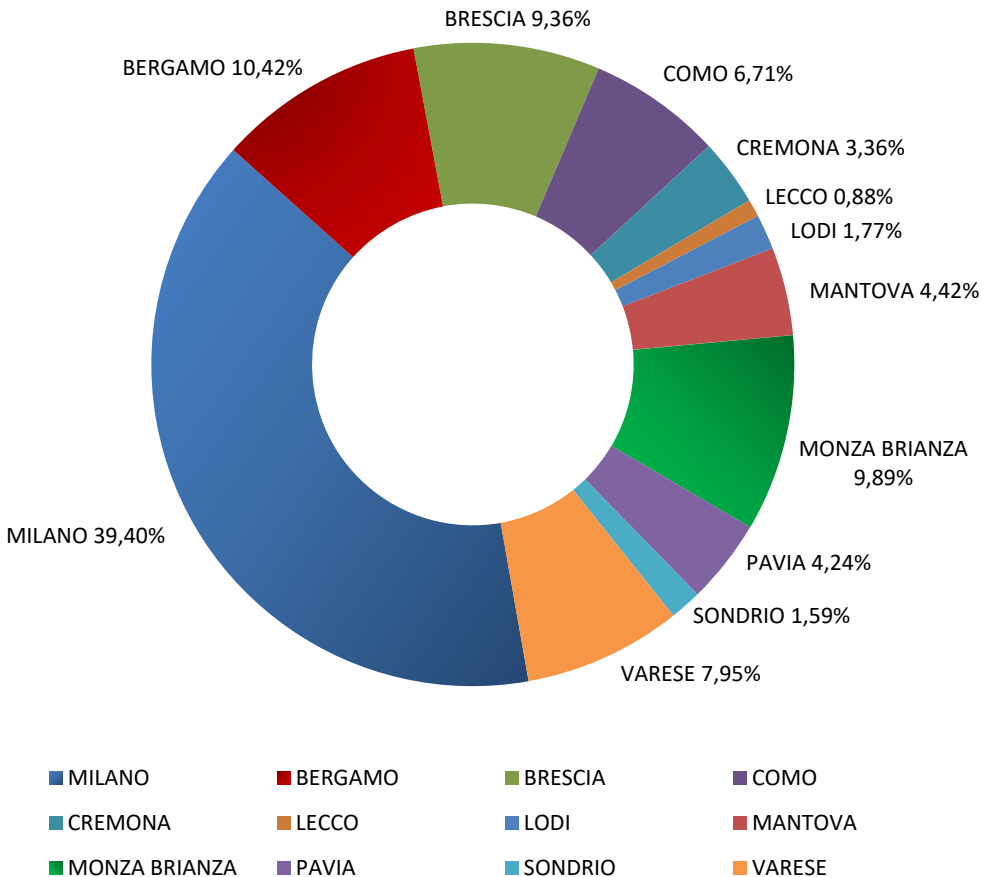


Figura 15 Articolazione territoriale degli schermi in Lombardia

<sup>15</sup> Fonte: Elaborazione AGIS lombarda su dati Cinetel

	1 SCHERMO			2-4 SCHERMI			5-7 SCHERMI			OLTRE 7 SCHERMI			ARENE			SUBTOTALE PER PROVINCIA
	CAPOLUOGO	ALTRI COMUNI	TOT	CAPOLUOGO	ALTRI COMUNI	TOT	CAPOLUOGO	ALTRI COMUNI	TOT	CAPOLUOGO	ALTRI COMUNI	TOT	CAPOLUOGO	ALTRI COMUNI	TOT ARENE	
MILANO	9	25	34	6	2	8	4	2	6	4	7	11	5	1	6	65
BERGAMO	2	4	6	3	2	5	0	3	3	0	2	2	0	0	0	16
BRESCIA	4	10	14	0	1	1	1	2	3	1	1	2	0	0	0	20
COMO	2	5	7	0	1	1	0	0	0	1	2	3	0	0	0	11
CREMONA	2	2	4	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	6
LECCO	1	4	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
LODI	1	1	2	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	4
MANTOVA	2	4	6	1	1	2	1	1	2	0	0	0	0	0	0	10
MONZA BRIANZA	0	13	13	3	1	4	0	1	1	0	2	2	1	0	1	21
PAVIA	1	1	2	0	0	0	0	2	2	0	1	1	1	0	1	6
SONDRIO	1	4	5	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6
VARESE	2	12	14	0	1	1	0	2	2	1	1	2	0	0	0	19
<b>LOMBARDIA</b>	<b>27</b>	<b>85</b>	<b>112</b>	<b>15</b>	<b>9</b>	<b>24</b>	<b>6</b>	<b>15</b>	<b>21</b>	<b>8</b>	<b>16</b>	<b>24</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>189</b>
<b>ITALIA</b>			<b>628</b>			<b>313</b>			<b>112</b>			<b>130</b>			<b>21</b>	<b>1204</b>

Tabella 7 Distribuzione territoriale delle strutture cinematografiche aperte, divise per tipologia. Elaborazione AGIS lombarda su dati Cinetel

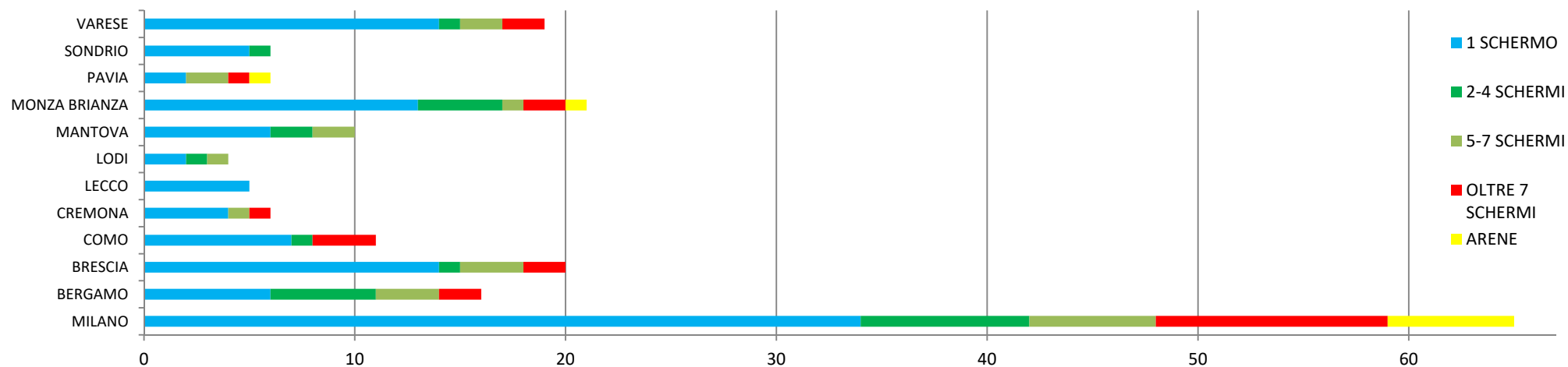


Figura 16 Distribuzione per provincia delle strutture cinematografiche suddivise per tipologia. Elaborazione AGIS lombarda su dati Cinetel

Le **monosale** (arene comprese) costituiscono i due terzi delle strutture cinematografiche in Lombardia. Gli incassi delle **sale con più di 7 schermi** rappresentano il 62,57% degli incassi totali della regione; nelle stesse si è concentrata oltre la metà degli spettatori lombardi (Tabella 8 e Figura 17)<sup>16</sup>.

Schermi	Strutture	Spesa al botteghino	Spettatori
<b>1</b>	63,49%	8,01%	10,08%
<b>2-4</b>	12,70%	9,05%	9,44%
<b>5-7</b>	11,11%	20,38%	20,67%
<b>OLTRE 7</b>	12,70%	62,57%	59,81%

Tabella 8 Incidenza del numero di strutture, della spesa al botteghino e degli spettatori suddivisi per tipologia di struttura, sul numero totale delle strutture, sul totale della spesa al botteghino e sul totale degli spettatori in Lombardia.

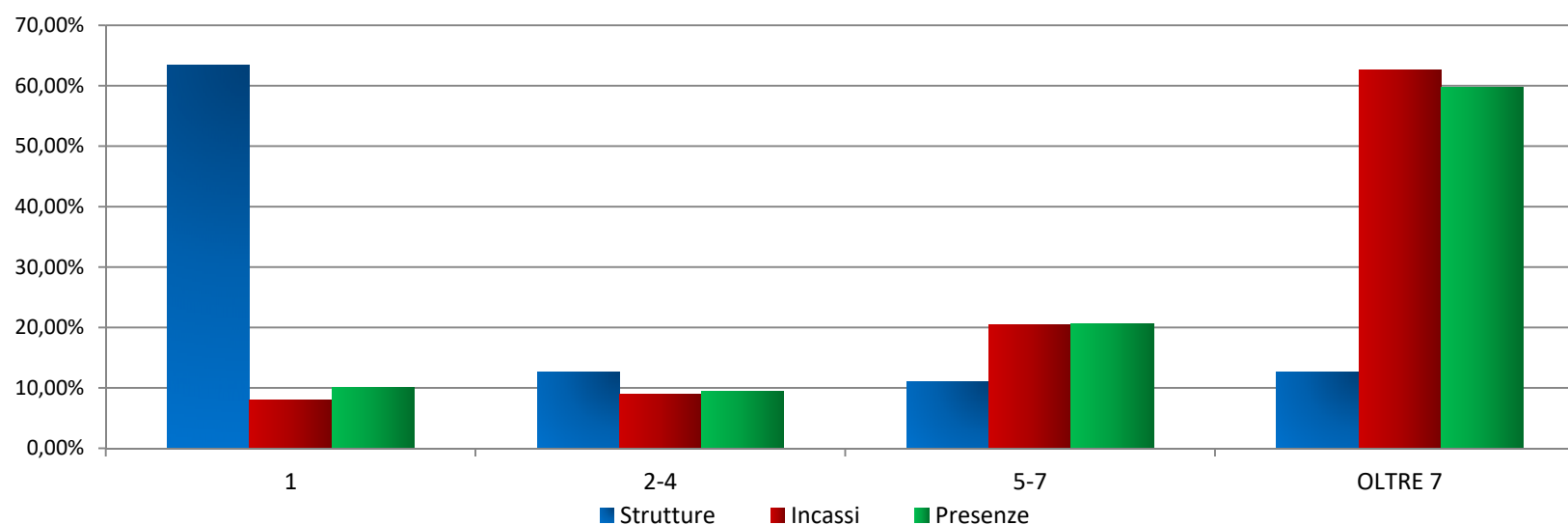


Figura 17 Incidenza del numero di strutture, della spesa al botteghino e degli spettatori suddivisi per tipologia di struttura, sul numero totale delle strutture, sul totale della spesa al botteghino e sul totale degli spettatori in Lombardia.

<sup>16</sup> Fonte: Elaborazione AGIS lombarda su dati Cinetel

#### 4. Milano capitale del cinema di qualità

Nel 2016 gli schermi che in Italia hanno ottenuto la **qualifica d'Essai** dal MiBACT sono 1.229, di cui 204 in Lombardia e 45 nella città di Milano. 121 delle 204 sale lombarde con qualifica d'essai hanno inoltre ricevuto il **premio d'Essai** per l'attività cinematografica del 2016-2017. In Lombardia le sale presenti nel **network Europa Cinemas** sono 23, di cui 9 a Milano; 157 in Italia<sup>17</sup>.

L'offerta cinematografica nella città di Milano si caratterizza per la riconoscibilità di molte strutture come veri e propri presìdi di aggregazione sociali e culturali. L'ampia e articolata offerta di cinema italiano, europeo e internazionale e i significativi risultati di pubblico, soprattutto per i film riconosciuti d'essai, fanno delle sale milanesi un indispensabile punto di riferimento per le società di produzione e distribuzione cinematografica.

A titolo esemplificativo, è stato operato un **confronto tra le presenze nelle città di Roma e Milano su quattro film d'essai usciti nel 2017**. Di seguito i titoli selezionati, i premi vinti da ognuno e la prima data di programmazione:

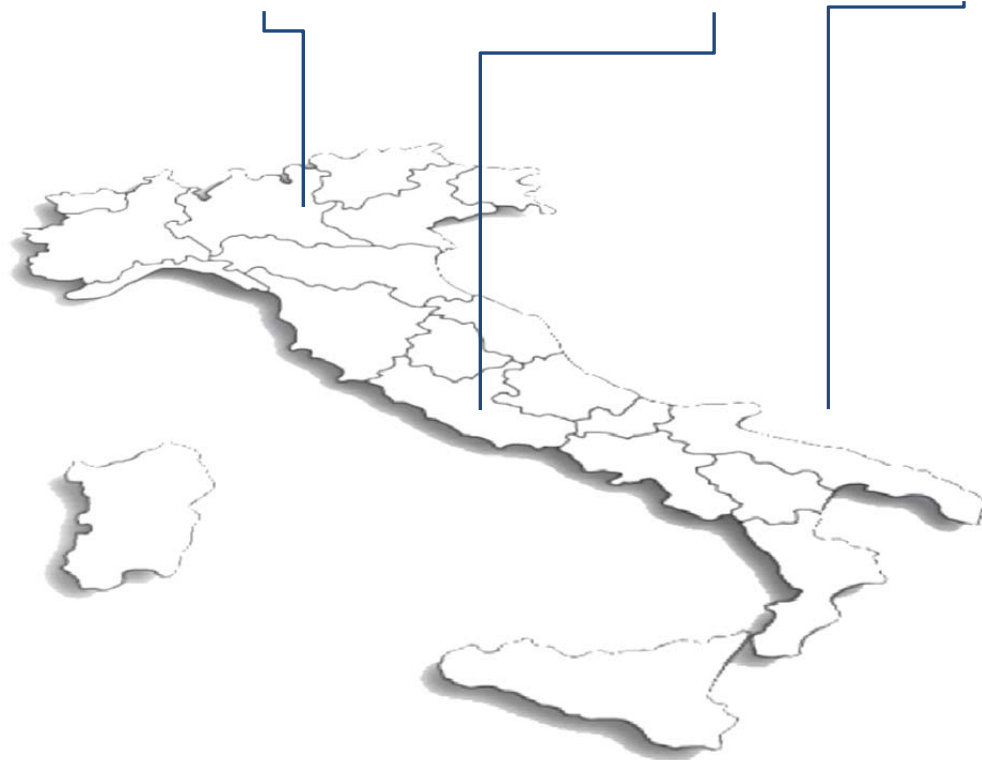
- 1) **The Square** di Ruben Östlund: *Premio Oscar* - Miglior Film Straniero; *Golden Globes* - Miglior Film Straniero; *Festival di Cannes* - Palma d'oro; *David di Donatello* - Miglior film dell'Unione Europea. **Prima data di programmazione 09.11.2017.**
- 2) **Animali Notturni** di Tom Ford: *Festival di Venezia* - Gran Premio della Giuria; *Premio Oscar* - Miglior attore non protagonista a Michael Shannon; *Golden Globes* - Miglior attore non protagonista a Aaron Taylor-Johnson; *David di Donatello* - Migliore film straniero. **Prima data di programmazione 17.11.2016.**
- 3) **La La Land** di Damien Chazelle: *Festival di Venezia* - Coppa Volpi migliore interpretazione femminile a Emma Stone; *Premio Oscar* - 6 premi, tra cui Miglior Regia Damien Chazelle; *Golden Globes* - 7 premi tra cui Miglior Film Brillante. **Prima data di programmazione 26.01.2017.**
- 4) **Il cliente** di Asghar Farhadi: *Premio Oscar* - Miglio Film Straniero 2017; *Golden Globes* - Migliore film Straniero 2017; *Festival di Cannes* - Migliore Sceneggiatura. **Prima data di programmazione 05.01.2017.**

---

<sup>17</sup> Fonte: Europa Cinemas

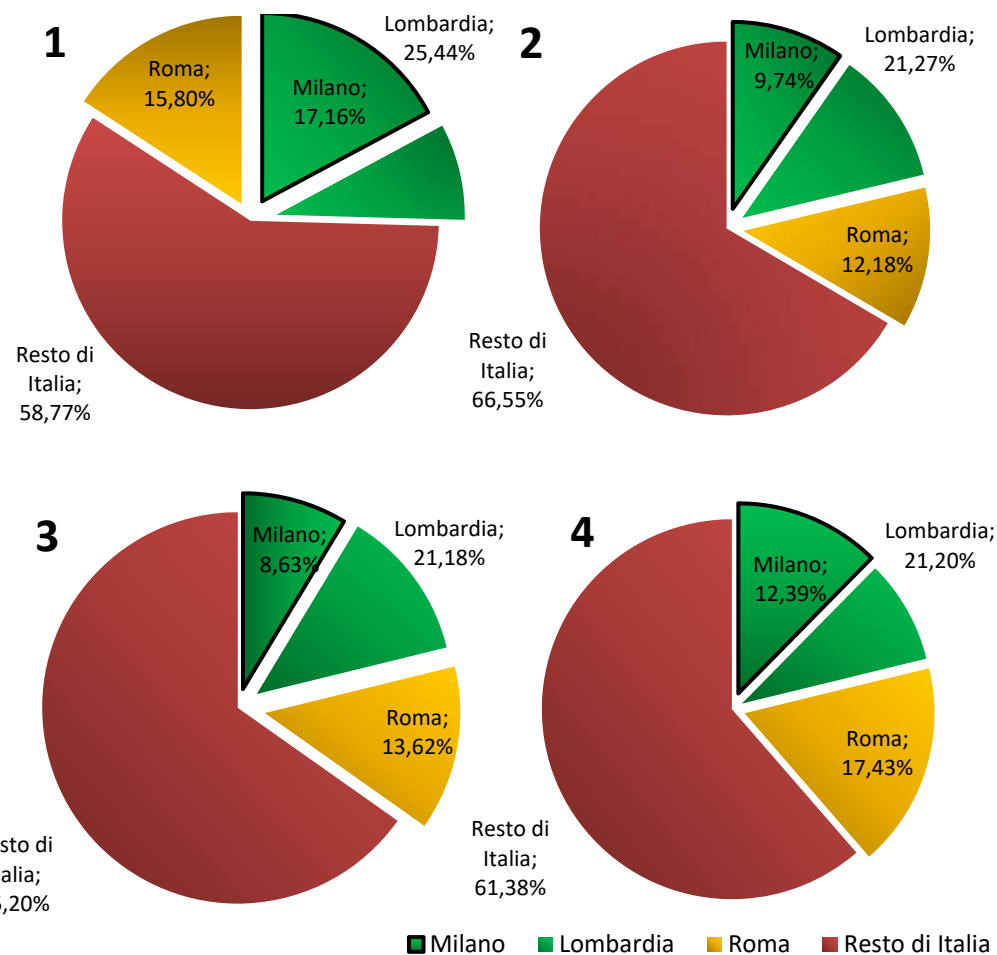
	Milano	Roma	Lombardia	Italia
1) <i>The Square</i>	28.347	26.092	42.014	165.181
2) <i>Animali notturni</i>	34.165	42.734	74.610	350.772
3) <i>La La Land</i>	122.898	193.812	301.437	1.423.313
4) <i>Il Cliente</i>	22.706	31.944	38.854	183.314

**Abitanti<sup>18</sup>**



La tabella a sinistra riporta il **numero di biglietti venduti in Lombardia, a Milano, a Roma e in Italia per ogni film selezionato<sup>19</sup>**.

Le figure in basso mostrano in che percentuale le province di Roma e Milano e la Regione Lombardia incidono sul totale degli spettatori in Italia di *The Square*, *Animali Nottturni*, *La La Land*, *Il Cliente* (rispettivamente torta 1, 2, 3 e 4).



<sup>18</sup> Fonte: ISTAT

<sup>19</sup> Fonte: Cinetel

## 5. La stagionalità del settore cinematografico

I dati mensili di Cinetel confermano che nel 2017 si ripete il trend del 2016 in termini di spettatori: il mese più proficuo è gennaio (15,62% del totale di spettatori; il 19,39% nel 2016), segue il mese di dicembre (11,62%; 10,38% nel 2016). Al **primo trimestre** fa riferimento ben il 36,87% del totale delle presenze, più del triplo delle presenze dei mesi di giugno, luglio e agosto. Dal punto di vista degli incassi, il **periodo giugno-agosto** 2017 subisce un calo del 13,37% rispetto al 2016<sup>20</sup>. La cattiva distribuzione di film nei mesi estivi è uno dei più importanti punti critici del mercato cinematografico.

La Figura 18 mostra il dato mensile relativo alla spesa al botteghino e al numero di spettatori. Le due curve, muovendosi insieme, presentano gli stessi punti di flesso e nei tre mesi estivi toccano il picco negativo.

	Spettatori	Percentuale sul totale	Spesa al botteghino	Percentuale sul totale
<b>Gen</b>	14.419.324	15,62%	€ 89.222.566,00	15,26%
<b>Feb</b>	10.108.636	10,95%	€ 60.034.046,00	10,26%
<b>Mar</b>	9.520.049	10,31%	€ 56.810.314,00	9,71%
<b>Apr</b>	8.458.489	9,16%	€ 53.142.799,00	9,09%
<b>Mag</b>	5.518.453	5,98%	€ 32.762.698,00	5,60%
<b>Giu</b>	3.863.183	4,18%	€ 25.080.009,00	4,29%
<b>Lug</b>	3.120.935	3,38%	€ 20.302.507,00	3,47%
<b>Ago</b>	3.648.641	3,95%	€ 23.015.756,00	3,94%
<b>Set</b>	7.221.430	7,82%	€ 47.980.799,00	8,20%
<b>Ott</b>	7.934.787	8,59%	€ 52.866.866,00	9,04%
<b>Nov</b>	7.794.045	8,44%	€ 50.844.029,00	8,69%
<b>Dic</b>	10.728.991	11,62%	€ 72.781.221,00	12,44%
<b>Tot</b>	<b>92.336.963</b>		<b>€ 584.843.610,00</b>	

Tabella 9 Spettatori e spesa al botteghino (valori assoluti e percentuale sul totale) da gennaio a dicembre 2017. Fonte: Cinetel

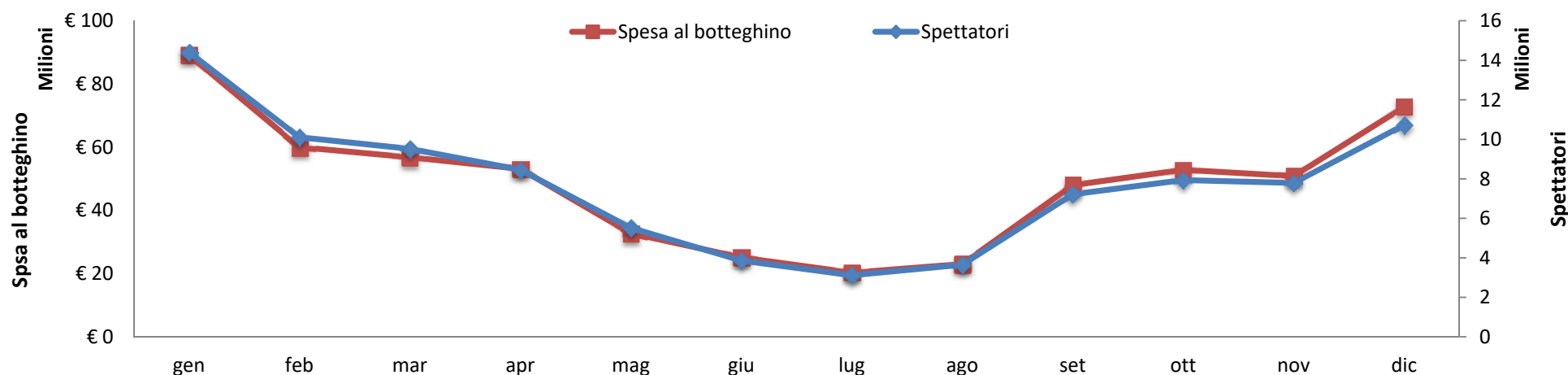


Figura 18 Andamento mensile della spesa al botteghino e degli spettatori in Lombardia nel 2017. Fonte: Cinetel

<sup>20</sup> Fonte: Cinetel

## 6. Iniziative promozionali: Esselunga. Al Cinema con FIDATY



Avviata nel 2003 d'intesa con AGIS e ANEC, **Al Cinema con FIDATY** è la più importante **iniziativa di co-marketing cinematografico**. Nel 2017 i punti vendita Esselunga in Lombardia sono 94 suddivisi tra le varie province ad esclusione di Lodi, Mantova e Sondrio<sup>21</sup>.

In Lombardia le strutture aderenti alla promozione *Al Cinema con FIDATY* sono 104 distribuite in 70 comuni e in 8 province, con la sola esclusione delle province di Mantova e di Sondrio. La Figura 19, mostra l'incidenza degli spettatori che hanno utilizzato i coupon Esselunga rispetto al totale degli spettatori delle sale aderenti per provincia. Gli spettatori che hanno utilizzato il coupon Esselunga nel 2017, rappresentano il 4,30% di tutti gli spettatori delle sale coinvolte nella promozione<sup>22</sup>.

Il grafico indica il numero di punti vendita Esselunga presenti in ogni provincia accanto al nome della provincia stessa.

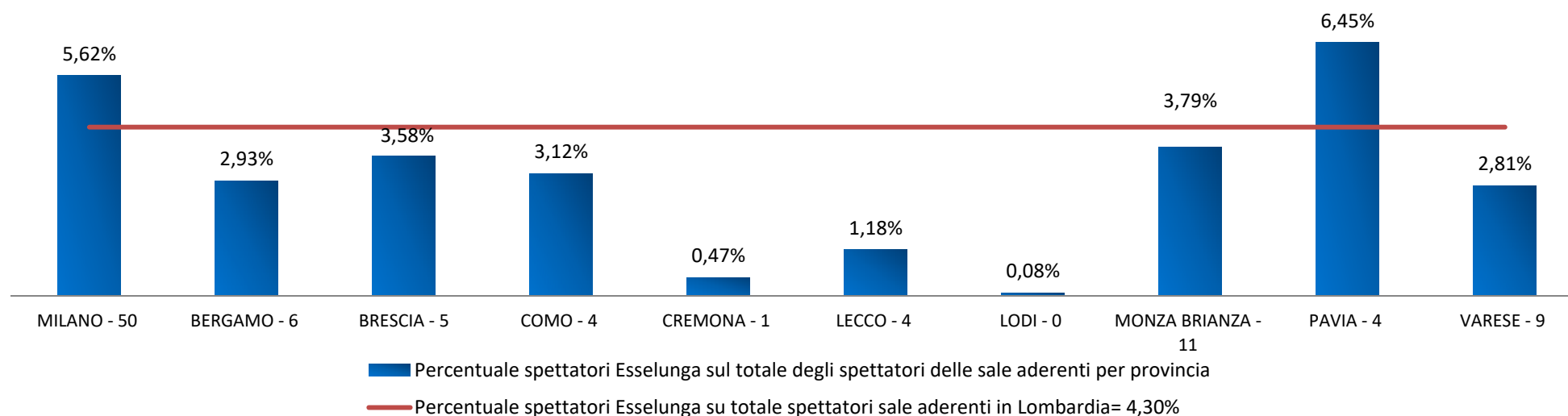


Figura 19 Percentuale degli spettatori Esselunga sul totale degli spettatori delle sale che aderiscono a Al Cinema con FIDATY, a confronto con la percentuale regionale (coupon utilizzati in Lombardia/Tot spettatori sale aderenti)

<sup>21</sup> Fonte: Esselunga

<sup>22</sup> Fonte: AGIS lombarda



## 7. Schermi di classe. La scuola al cinema



*Schermi di classe. La scuola al cinema* è un progetto di **Regione Lombardia** in collaborazione con **AGIS/ANEC lombarda**, **Fondazione Cineteca Italiana** e con il sostegno di **Fondazione Cariplo**. L'iniziativa di durata triennale, nel 2017 al suo secondo anno di attività, ha l'obiettivo di migliorare la relazione tra il mondo delle scuole e la sala cinematografica, al fine di avvicinare i giovani alla fruizione del prodotto cinematografico di qualità. Il progetto intende fornire occasioni di integrazione alla didattica attraverso la realizzazione di un catalogo ragionato di film; avviare alla minore disponibilità economica con interventi di facilitazione (proiezioni gratuite per le scuole); organizzare un coordinamento regionale di **sale cinematografiche d'essai** pronte a relazionarsi con le scuole.

Nel 2017, hanno aderito a *Schermi di classe* 71 sale d'essai. Le 134 proiezioni realizzate nel corso dell'anno, hanno coinvolto circa 120 istituti scolastici e oltre 24.000 studenti delle scuole primarie e secondarie. La Tabella 10 mostra la distribuzione territoriale degli studenti coinvolti<sup>23</sup>.

Provincia	Sale aderenti	Istituti scolastici	Studenti coinvolti	Percentuale studenti coinvolti sul totale degli spettatori per provincia
MILANO	22	40	7.930	0,10%
BERGAMO	9	15	2.780	0,15%
BRESCIA	8	7	1.743	0,10%
COMO	2	4	658	0,09%
CREMONA	2	6	791	0,14%
LECCO	1	1	227	0,28%
LODI	3	6	1.492	0,74%
MANTOVA	5	6	1.105	0,21%
MONZA BRIANZA	10	13	3.182	0,18%
PAVIA	2	2	609	0,09%
SONDRIO	2	4	1.449	0,84%
VARESE	5	13	2.674	0,25%
<b>TOT</b>	<b>71</b>	<b>120</b>	<b>24.640</b>	

Tabella 10 Sale cinematografiche, istituti scolastici e studenti che hanno aderito a Schermi di classe nel 2017 per provincia e percentuale degli spettatori di Schermi di classe sul totale degli spettatori di ogni provincia.

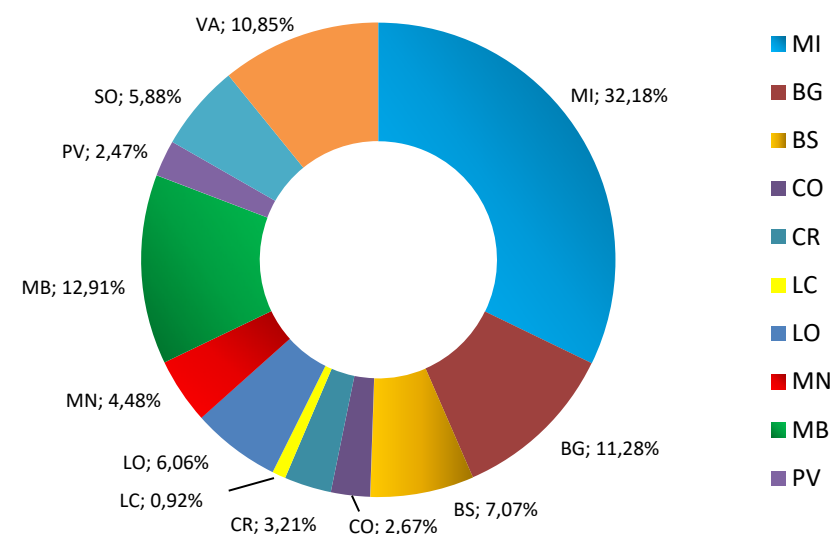


Figura 20 Distribuzione territoriale degli spettatori di Schermi di classe. La scuola al cinema

<sup>23</sup> Fonte: AGIS lombarda

## 8. Una finestra sull'Europa

### 8.1 L'incidenza della produzione nazionale

L'incasso totale del **cinema italiano** (incluse le coproduzioni) in sala durante l'anno 2017 è stato di € 103.149.979, il 17,64% del totale box office (-46,35% rispetto al 2016); gli ingressi sono stati 16.880.223, pari al 18,28% del totale dei biglietti venduti (-44,21% rispetto al 2016). Più nel dettaglio, il cinema italiano ha incassato circa 89 milioni di euro in meno rispetto al 2016 per un numero di biglietti venduti inferiore di 13.3 milioni. Il solo film Quo Vado di Checco Zalone aveva corrisposto circa il 34% degli incassi e il 31% delle presenze del cinema italiano nel 2016. Il **cinema americano** ha incassato un totale di € 387.619.551 (66,28% del box office; +5,24% rispetto al 2016). Segue il cinema italiano, il **cinema inglese** (39.7 milioni di euro, quota mercato 6,80%; -18,35% dal 2016) , la **produzione francese** (24.7 milioni di euro; quota mercato 4,23%; +112,11% rispetto al 2016) e quella **tedesca** (5.2 milioni di euro; quota mercato 0,90%; -31,24% rispetto al 2016)<sup>24</sup>.

La Figura 21 mostra la quote di film nazionali in cinque Paesi dell'Europa Occidentale. La Francia da oltre dieci anni si mantiene sempre oltre il 33% fino a un massimo del 45,40%<sup>25</sup>.

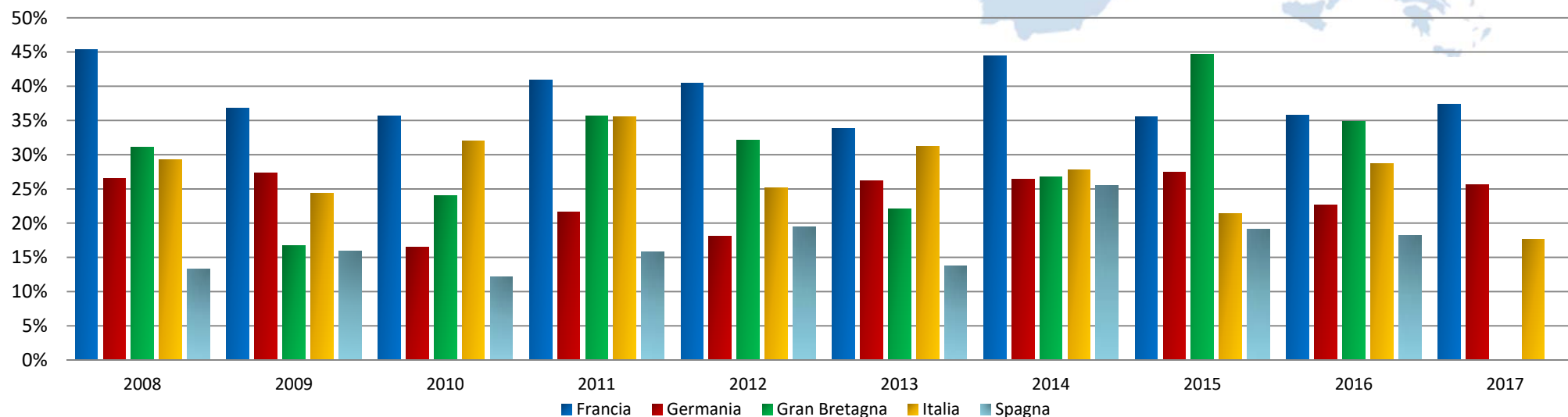


Figura 21 Percentuale di presenze dei film nazionali sul totale in Francia, Germania, Gran Bretagna, Italia, Spagna dal 2008 al 2017. Fonte: MEDIA Salles (2017 dati provvisori). I dati del 2017 di Spagna e Gran Bretagna non sono ancora noti.

<sup>24</sup> Fonte: Cinetel

<sup>25</sup> Fonte: MEDIA Salles

## 8.2 Costo medio dei biglietti

Nel 2017 il costo medio dei biglietti in **Italia** si è attestato a **6,33 euro**<sup>26</sup>. In leggero aumento rispetto all'anno precedente (5,96 euro), risulta sensibilmente inferiore a quello di altri Paesi europei, quali la **Francia** (6,50 euro), la **Germania** (8,63 euro) e la **Gran Bretagna** (8,44 euro); in **Spagna** invece il costo medio dei biglietti è inferiore a quello italiano (5,90 euro)<sup>27</sup>.

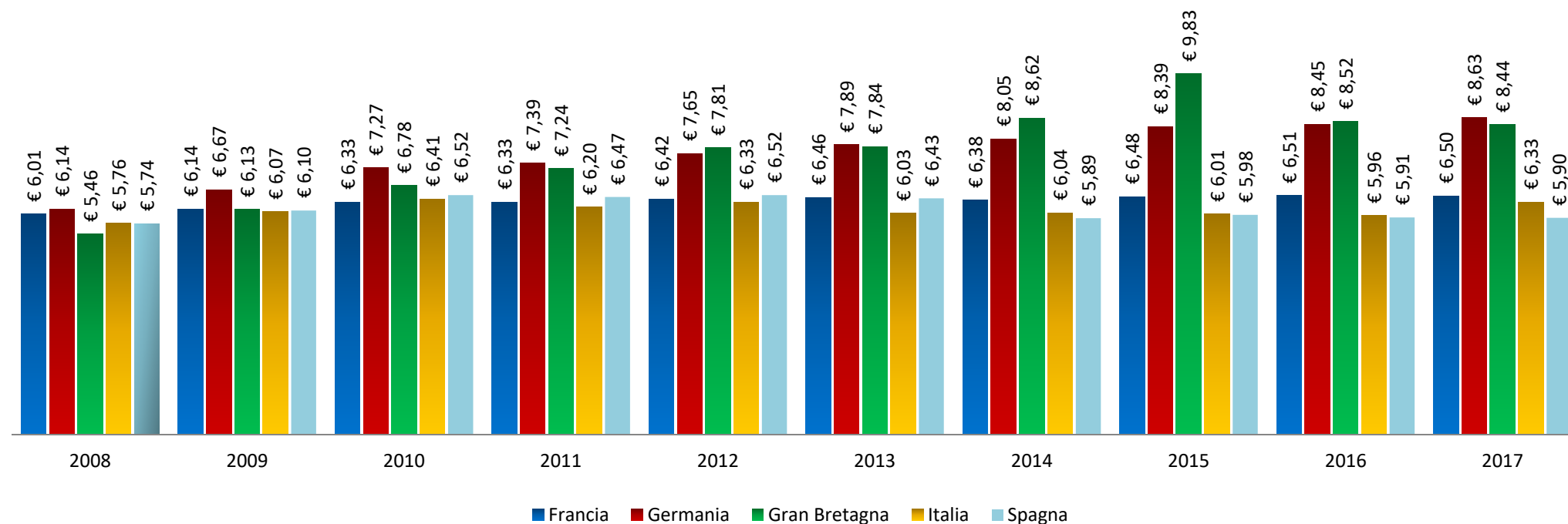


Figura 22 Costo medio dei biglietti in Francia, Germania, Gran Bretagna, Italia, Spagna dal 2008 al 2017. Fonte: MEDIA Salles (2017 dati provvisori). Fonte dato Italia 2017: elaborazione AGIS lombarda su dati Cinetel

<sup>26</sup> Fonte: Elaborazione AGIS lombarda su dati Cinetel

<sup>27</sup> Fonte: MEDIA Salles (Dati 2017 provvisori)

### 8.3 Spettatori

In Italia nel 2017 i biglietti staccati hanno subito un calo del 12,38% rispetto al 2016. Il dato risulta fortemente negativo rispetto alla media dei Paesi UE Ovest (-1,5%): in Gran Bretagna e Germania, ad esempio, si registra un leggero aumento rispettivamente dell'1,4% e 1,0%; in Francia e Spagna invece si rileva un lieve calo, rispettivamente dell'1,8% e dello 0,6%. Il dato italiano è di gran lunga inferiore anche al dato di UE Est pari al +5,8%<sup>28</sup> (Figura 23).

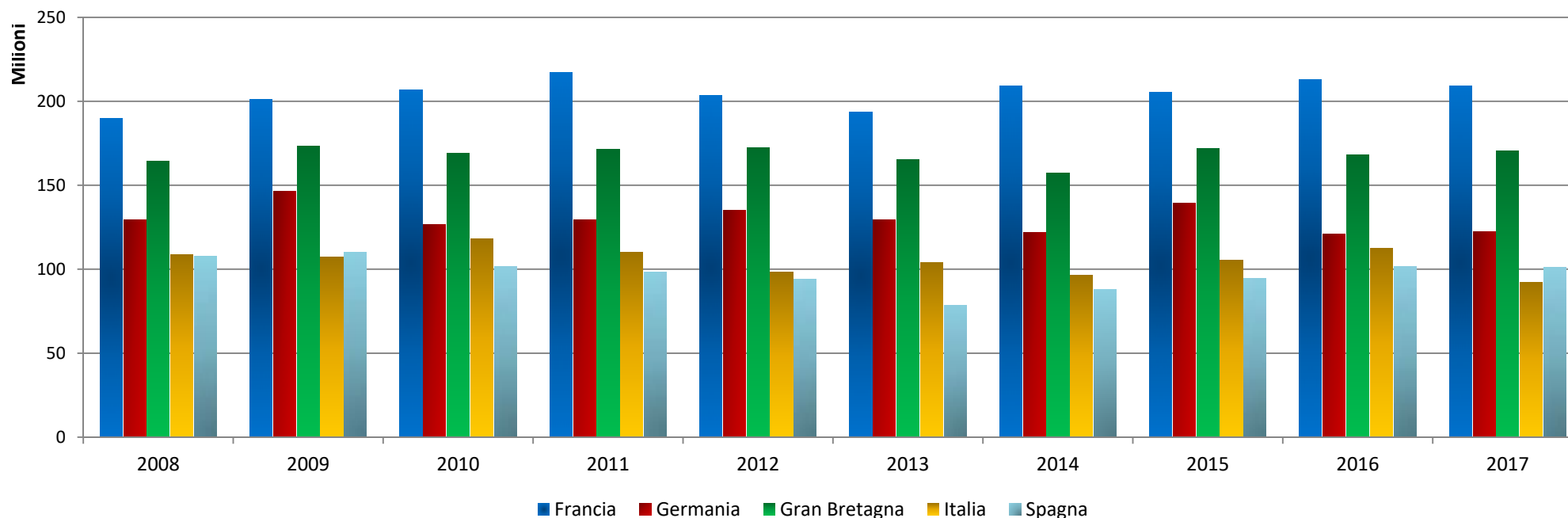


Figura 23 Spettatori in Francia, Germania, Gran Bretagna, Italia, Spagna dal 2008 al 2017. Fonte: MEDIA Salles (2017 dati provvisori). Fonte dato Italia 2017: Cinetel

<sup>28</sup> Fonte: MEDIA Salles (dati 2017 provvisori)

## 8.4 Spesa al botteghino

Nel 2017 la spesa complessiva in Italia per l'acquisto di biglietti è stata di **584.843.610 euro**, un calo dell'11,63% rispetto al 2016<sup>29</sup>. Anche in questo caso il dato è inferiore alla media europea, in particolare UE Ovest (-0,75%) e UE Est (+11,07%). In Germania e in Gran Bretagna si registra un aumento del 3,23% e del 0,45% dal 2016. In Francia e Spagna, invece, si rileva un leggero calo, rispettivamente dell'1,63% e del 3,65%<sup>30</sup>. In termini di valori assoluti, in Francia e Gran Bretagna si registrano i risultati più elevati, con la spesa al botteghino inglese che supera da 5 anni quella francese. L'Italia e la Spagna si attengono a valori decisamente più bassi (Figura 24).

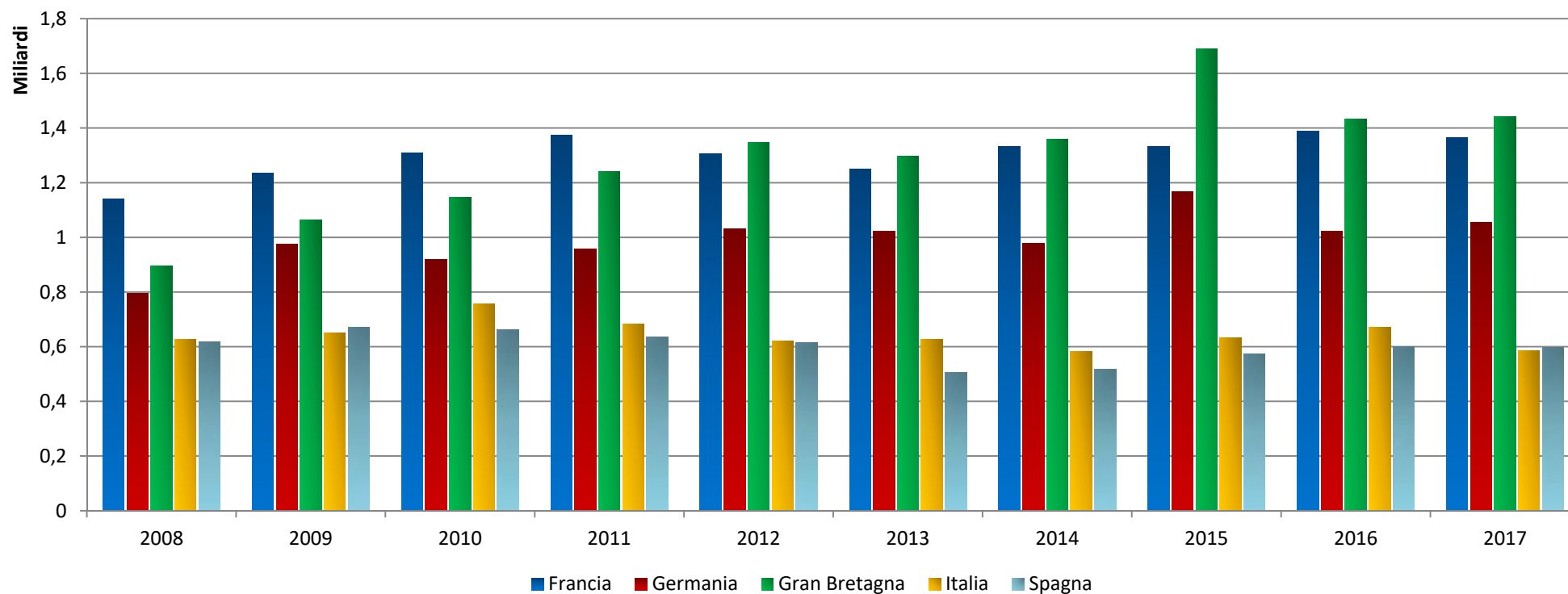


Figura 24 Spesa al botteghino in Francia, Germania, Gran Bretagna, Italia e Spagna dal 2008 al 2017. Fonte: MEDIA Salles (2017 dati provvisori). Fonte dato Italia 2017: Cinetel

<sup>29</sup> Fonte: Cinetel

<sup>30</sup> Fonte: MEDIA Salles

## 8.5 Diffusione dell'esercizio cinematografico

In Italia si contano 2,9 schermi per cinquantamila abitanti<sup>31</sup>, una densità simile a Paesi come la Germania, Spagna e Gran Bretagna, ma lontana dai 4,5 della Francia<sup>32</sup>. La Figura 25 rappresenta il numero di strutture cinematografiche per Paese dal 2008. La Figura 26 mostra il numero di schermi: il dato italiano è inferiore di oltre un migliaio e mezzo rispetto alla Francia<sup>33</sup>, ma simile al dato della Spagna e della Gran Bretagna.

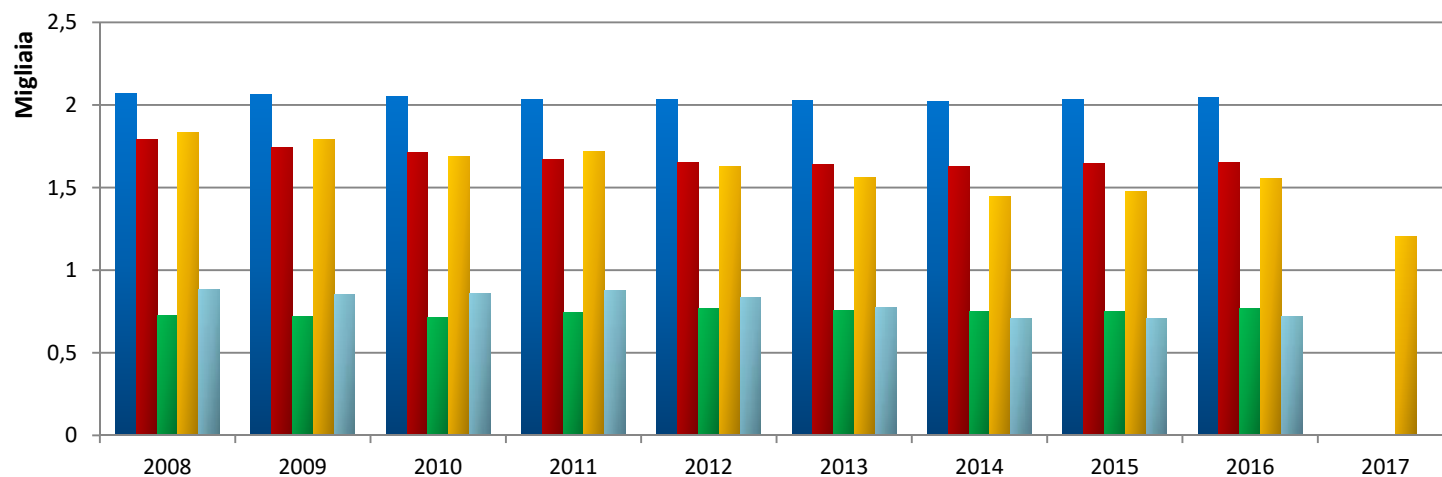


Figura 25 Strutture cinematografiche in Francia, Germania, Gran Bretagna, Italia e Spagna dal 2008 al 2017. Fonte: MEDIA Salles.  
Fonte dato Italia 2017: Cinetel

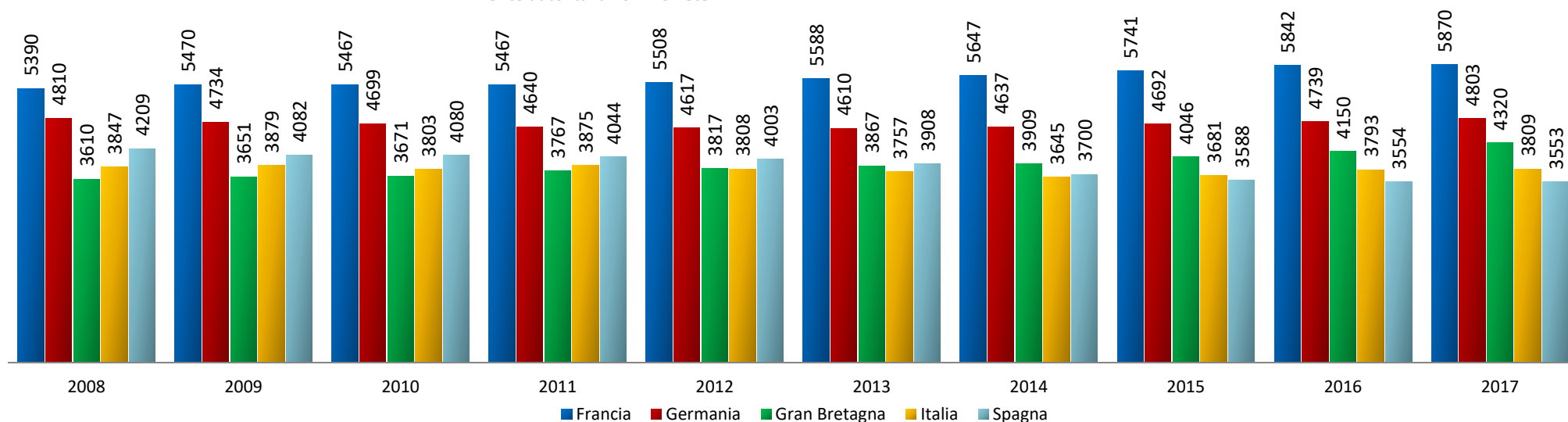


Figura 26 Schermi in Francia, Germania, Gran Bretagna, Italia e Spagna dal 2008 al 2017. Fonte: MEDIA Salles.

<sup>31</sup> Elaborazione AGIS lombarda su dati Cinetel

<sup>32</sup> Fonte: MEDIA Salles

<sup>33</sup> Fonte: MEDIA Salles

## 8.6 Frequenza annuale pro capite

Per quanto riguarda la frequenza pro capite, tra i Paesi considerati i valori più elevati sono stati registrati in Francia, segue la Gran Bretagna. La frequenza in Italia è circa la metà di quella francese, ma leggermente superiore a quanto registrato in Germania<sup>34</sup>.

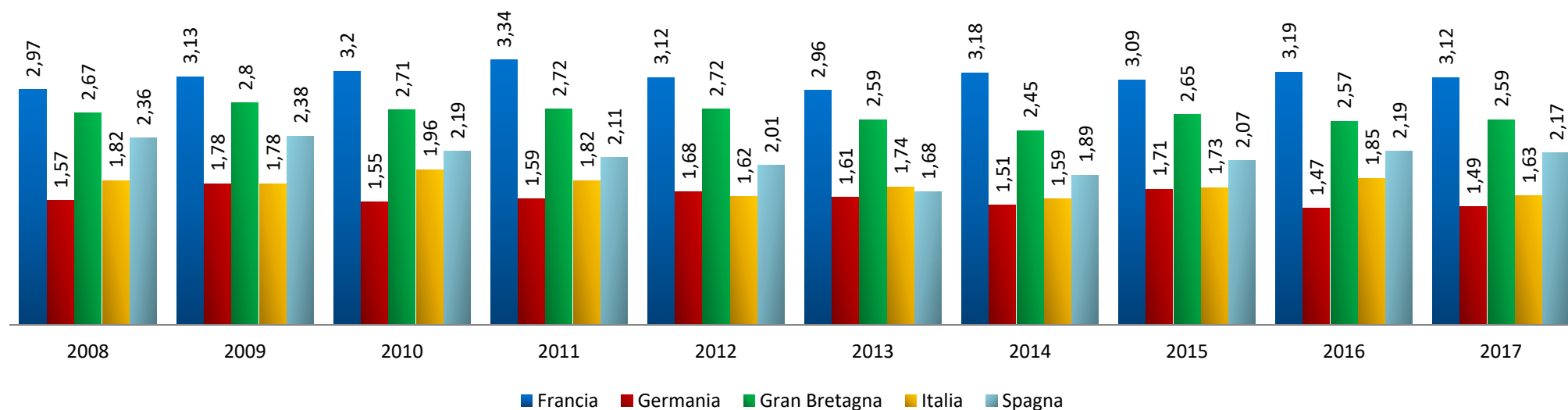


Figura 27 Frequenza annuale pro capite in Francia, Germania, Gran Bretagna, Italia e Spagna dal 2008 al 2017. Fonte: MEDIA Salles. Fonte dato Italia 2017: elaborazione AGIS lombarda su dati Cinetel.

<sup>34</sup> Fonte: MEDIA Salles



## 9. Uno sguardo alla filiera cinematografica

Secondo lo studio *ITALIA CREATIVA - Studio sull'Industria della Cultura*, pubblicato da Ernst & Young nel 2016, i ricavi delle sale cinematografiche nel 2015 rappresentavano il 5,7% dei **ricavi totali** del settore dell'audiovisivo, classificandosi quarti in ordine di rilevanza rispetto alle altre categorie riportate (Figura 28)<sup>35</sup>.

Audiovisivo - Valore economico (Mln€)					
	2012	2013	2014	2015	Δ % 2012 - 15
Ricavi da broadcasters da advertising	3.877	3.474	3.420	3.427	-11,6%
Ricavi dell'emittente pubblica da canone	1.629	1.624	1.492	1.540	-5,5%
Ricavi dei broadcasters da pay TV e altre fonti	3.585	3.713	3.626	3.571	-0,4%
Ricavi delle sale cinematografiche	750	762	715	795	5,9%
Ricavi da vendita e noleggio di DVD e Blu-Ray	407	342	325	332	-18,4%
Ricavi da OTT TV indipendenti (non gestite da broadcasters)	106	145	197	276	160,2%
Investimenti esterni in produzioni cinematografiche	106	109	86	122	15,5%
Ricavi dalle scuole di cinema, TV e di giornalismo	171	162	166	171	-0,4%
Contributi pubblici al settore cinematografico (produzione, distribuzione, esercizio, enti di settore)	208	197	216	280	34,8%
Altri ricavi (licensing e merchandising, export, festival del cinema, ecc)	369	332	419	522	41,6%
<b>Totale diretti</b>	<b>11.208</b>	<b>10.861</b>	<b>10.662</b>	<b>11.035</b>	<b>-1,5%</b>
Ricavi da vendita dispositivi audio/video	3.413	3.210	3.082	2.934	-14,0%
<b>Totale indiretti</b>	<b>3.413</b>	<b>3.210</b>	<b>3.082</b>	<b>2.934</b>	<b>-14,0%</b>
<b>Totale</b>	<b>14.621</b>	<b>14.072</b>	<b>13.744</b>	<b>13.968</b>	<b>-4,5%</b>

Figura 28 Ricavi diretti e indiretti del settore dell'audiovisivo. Fonte "ITALIA CREATIVA - Studio sull'Industria della Cultura", Ernst & Young, 2016



Figura 29 Valori economici e loro variazioni percentuali del settore dell'audiovisivo. Fonte "ITALIA CREATIVA - Studio sull'Industria della Cultura", Ernst & Young, 2016

<sup>35</sup> Ernst & Young Financial-Business Advisors S.p.A, 2016



Alla luce dell'importanza del consumo cinematografico in sala, sia per il settore dell'audiovisivo che per l'industria creativa nel suo insieme, si ritiene utile rappresentarne la filiera per offrire una panoramica degli attori e dei fattori che incidono su di esso.

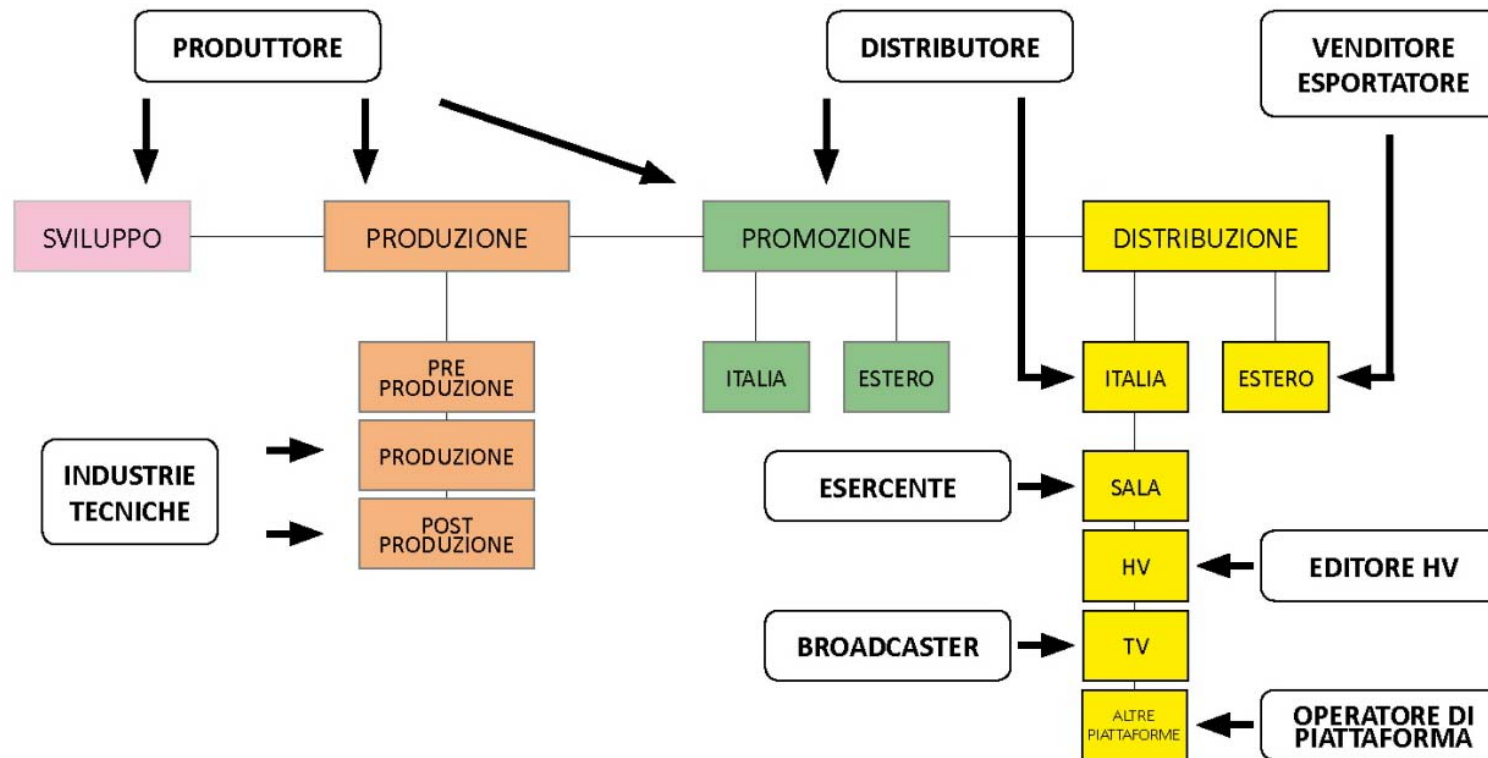


Figura 30 La filiera cinematografica e i suoi attori. Fonte: ANICA