



sala
& salotto

Il pubblico audiovisivo fra presenze, profili e frequenza in sala



Il dialogo fra Cinetel, CinExpert e Sala e salotto

La specificità delle metriche e la complementarietà degli strumenti

Dimensionamento del mercato



Un servizio di **raccolta ed elaborazione dati di tipo continuativo su presenze e incassi** in circa 1000 cinema con oltre 3000 schermi, visualizzazione dati *real time* e >100 tipi di report

Profilazione del pubblico



Un **rilevamento di tipo campionario su base settimanale** sul **contributo alle presenze dei diversi segmenti di pubblico** (per periodi e film) con >32.000 interviste/anno

Penetrazione e contestualizzazione



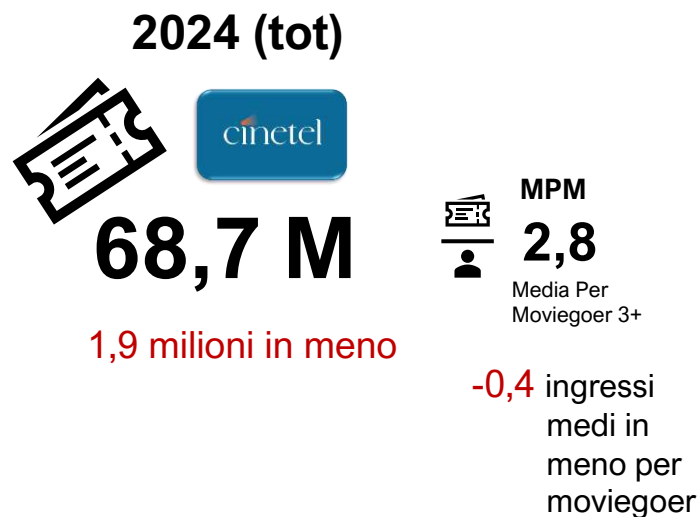
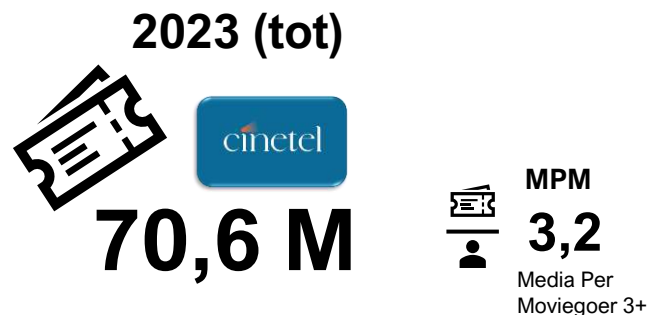
Una **ricerca di base** realizzata ogni anno su campione nazionale (7.000 casi) per **consuntivare annualità e semestri in termini di dimensionamento dei bacini e frequenza in sala**



2024 vs 2023: quasi 2 milioni di ingressi in meno ma 2 milioni di spettatori in più

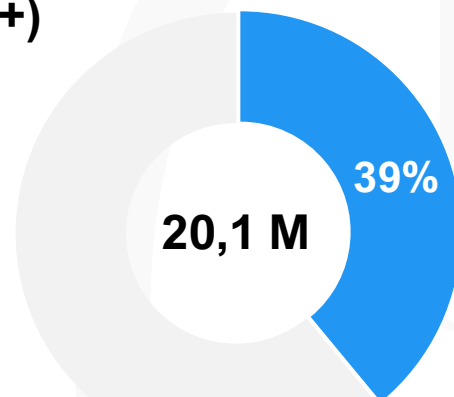
Il 42% degli italiani con più di 3 anni va al cinema almeno una volta all'anno ma la media/ingressi scende a 2,8

Ingressi Cinetel per anno e media per moviegoer

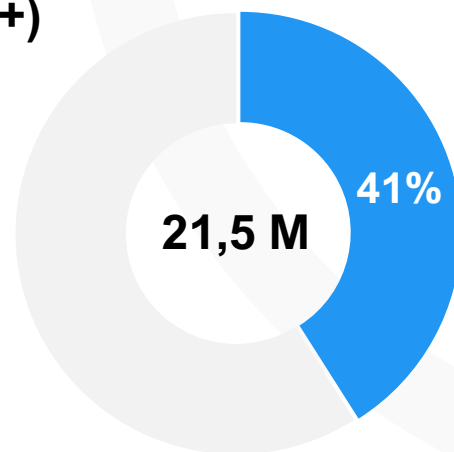


Al cinema almeno una volta (nell'arco dell'anno) – dati in % e *1000

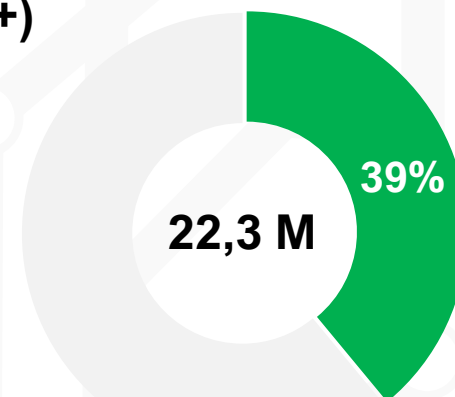
2023 (15+)



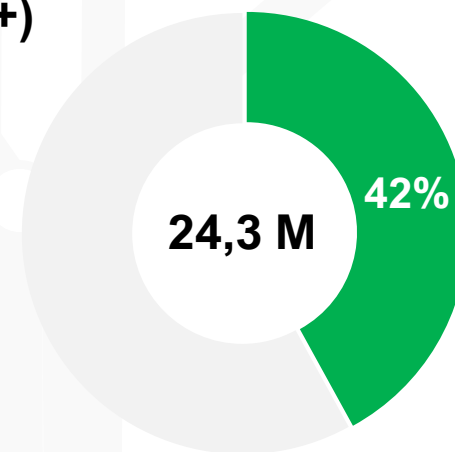
2024 (15+)



2023 (3+)



2024 (3+)



1,4 milioni incrementali

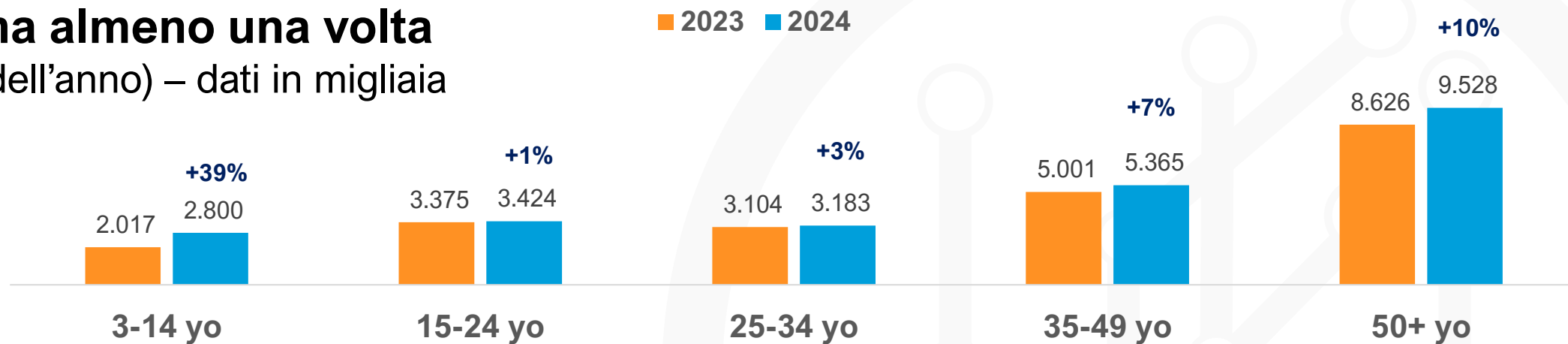
2,0 milioni incrementali



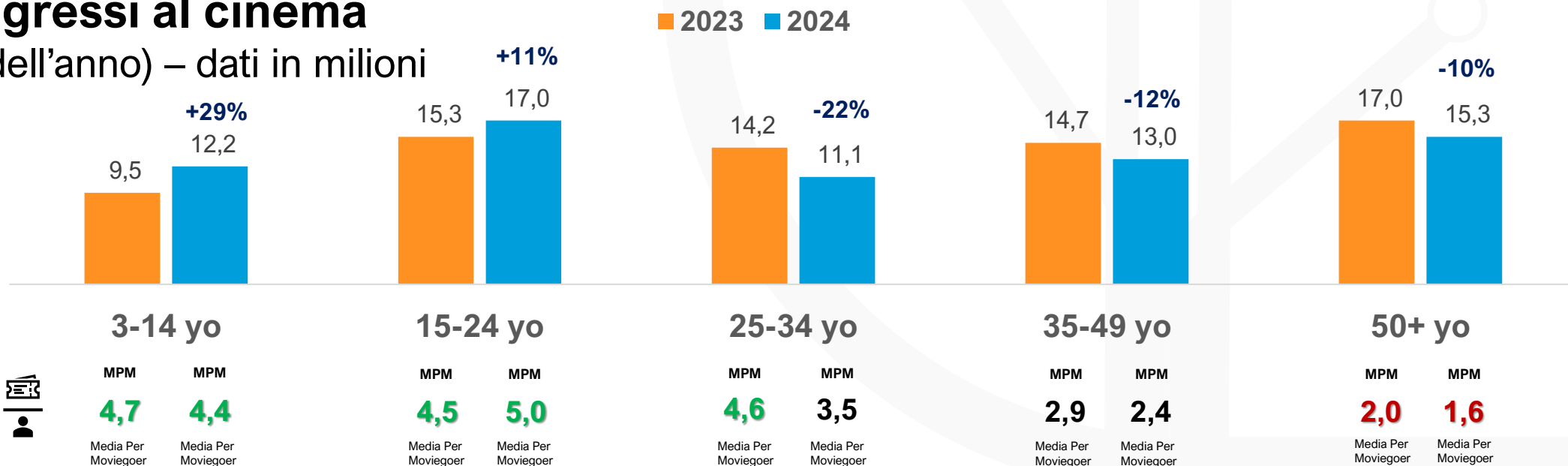
Ingressi e dimensionamento dei bacini: una lettura per classi d'età

3-14enni in crescita per «teste» e tkts, +11% gli ingressi dei 15-24enni calo tkts per i 25-49enni, 50+ con più spettatori e meno tkts

Al cinema almeno una volta (nell'arco dell'anno) – dati in migliaia



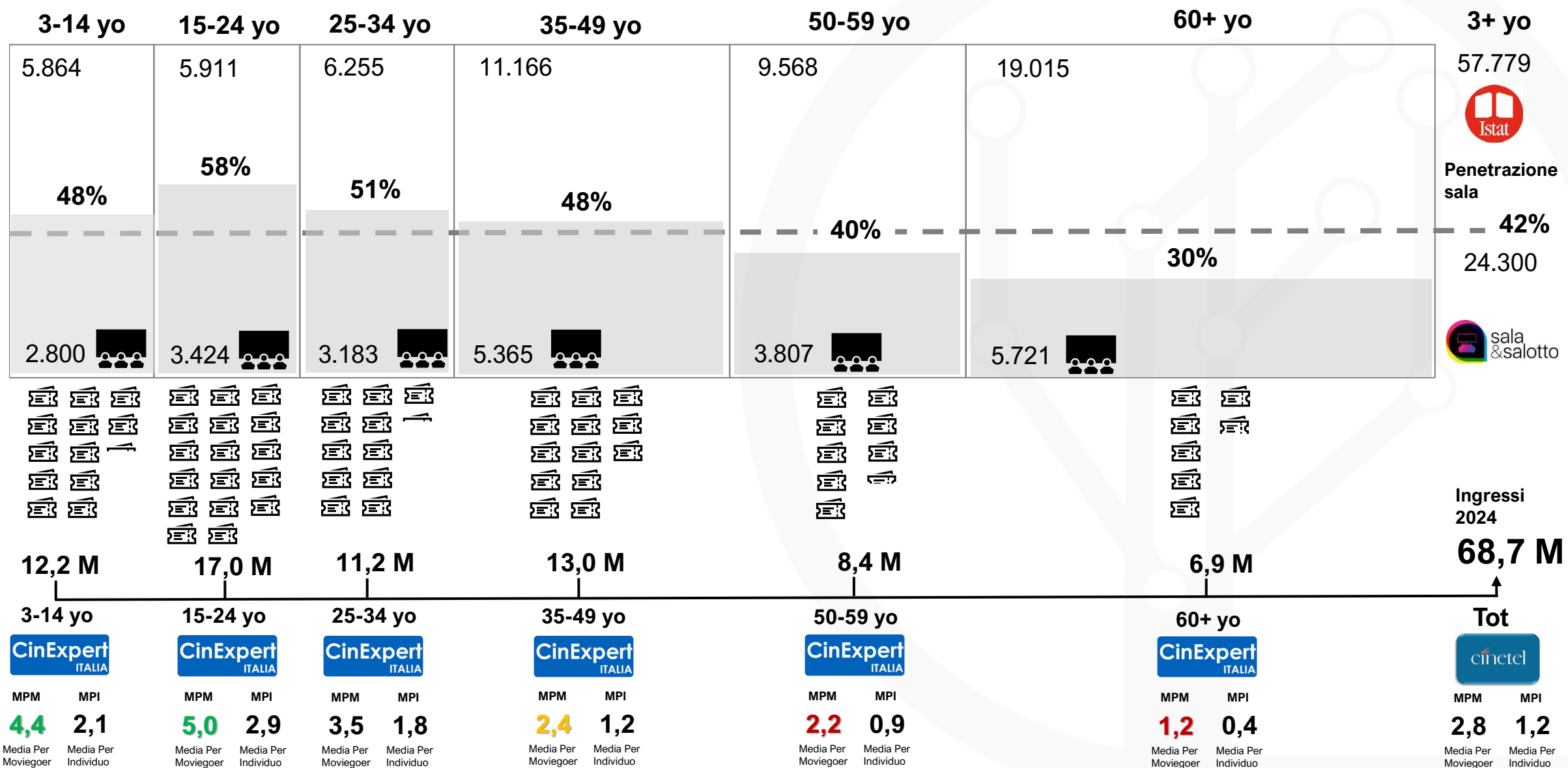
Totale ingressi al cinema (nell'arco dell'anno) – dati in milioni





Dai dati Istat sulle classi d'età al contributo alle admissions del 2024

Gli over60 sono l'ultimo segmento per sbigliettamento pur avendo il bacino più numeroso; frequenza più elevata per i 15-24enni



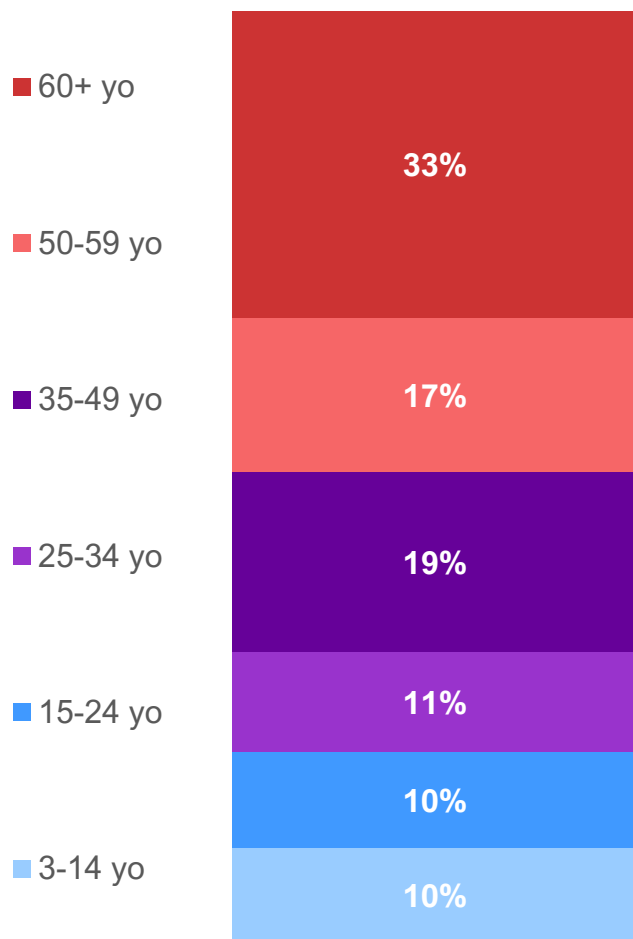
N.B. Le espansioni all'universo individui sono in migliaia



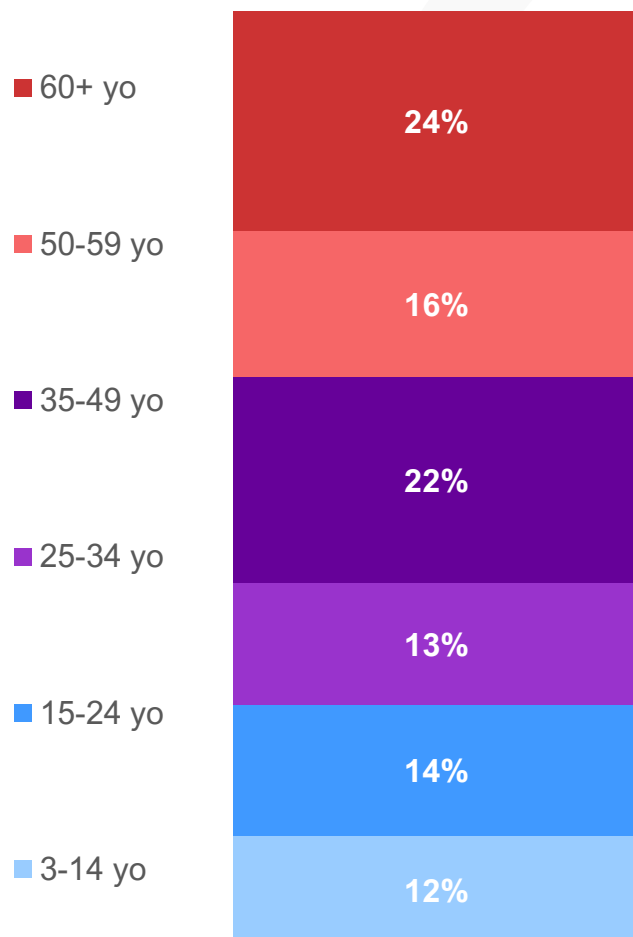
Gli under25 sono il 20% della popolazione ma esprimono il 43% delle admissions

Gli over50 sono il 50% della popolazione ma esprimono il 22% delle admissions (pur essendo il 40% dei moviegoer)

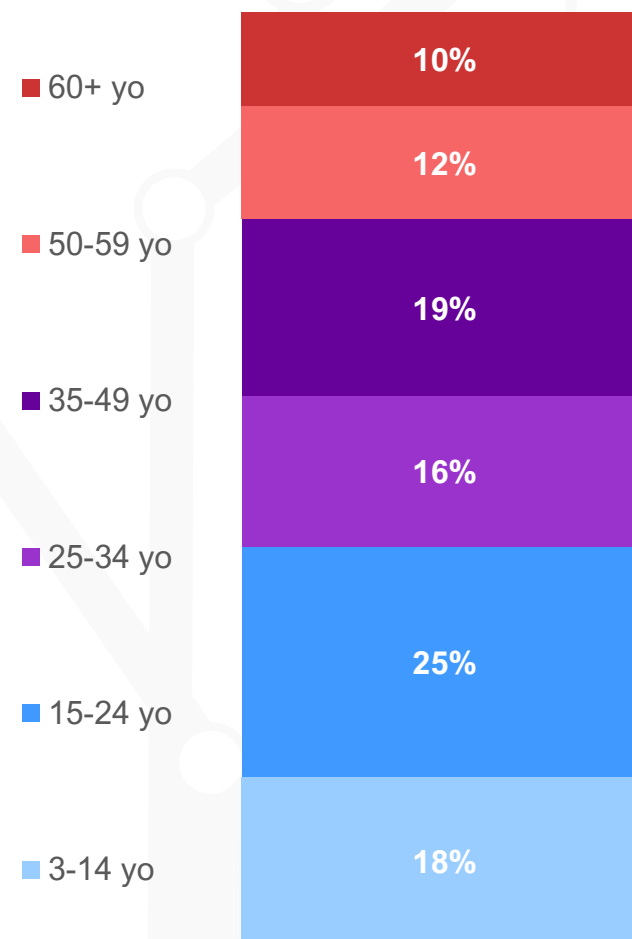
Popolazione 3+
(quote per classi d'età)



Moviegoer 3+
(quote per classi d'età)



Contributo ingressi
(quote per classi d'età)



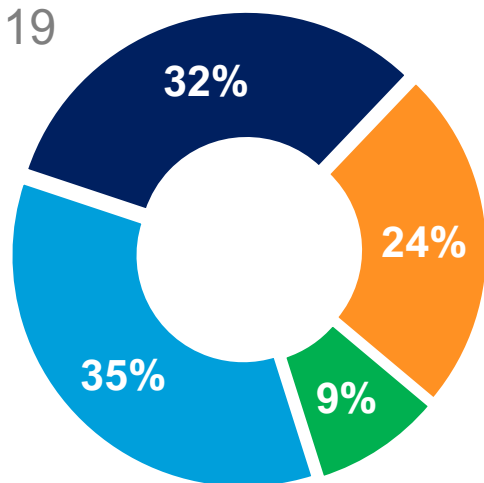


Moviegoer 15+ e composizione per cine-tipo: la «diluizione» del 2024

Calano gli alto-consumanti e cresce di 2,2 milioni l'aggregato dei *Casual* (anche grazie ai moviegoer incrementali)

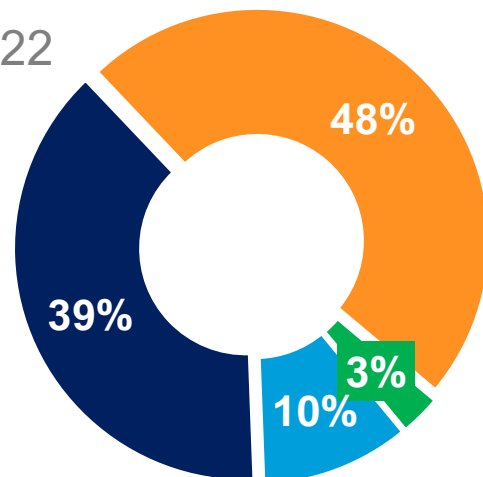
26,4 milioni
di moviegoer 15+
nel 2019

M19



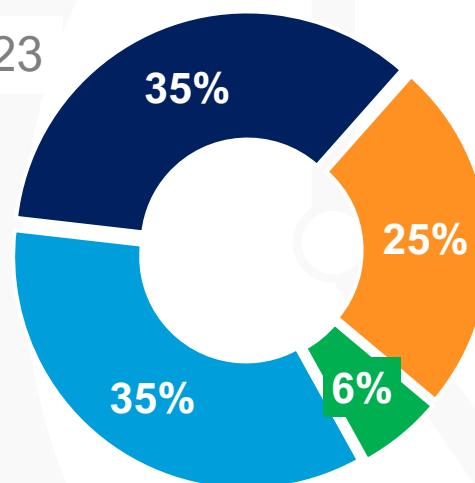
18,7 milioni
di moviegoer 15+
nel 2022

M22



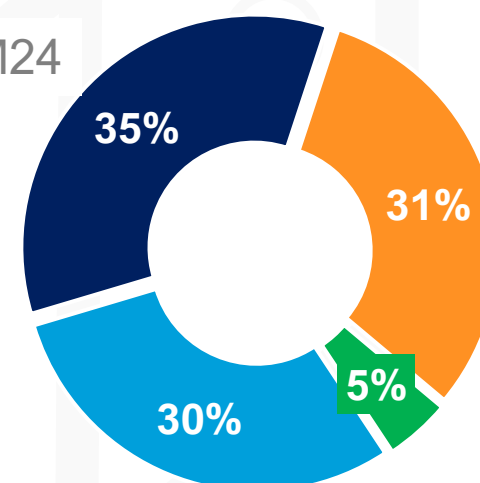
20,1 milioni
di moviegoer 15+
nel 2023

M23



21,5 milioni
di moviegoer 15+
nel 2024

M24



CINE-MAD (>10 TKTS/ANNO)
Frequent (label CinExpert)

CINE-MOLTO (5-10 TKTS/ANNO)
Regular (label CinExpert)

CINE-MEDIO (3-4 TKTS/ANNO)
Mid Casual (label CinExpert)

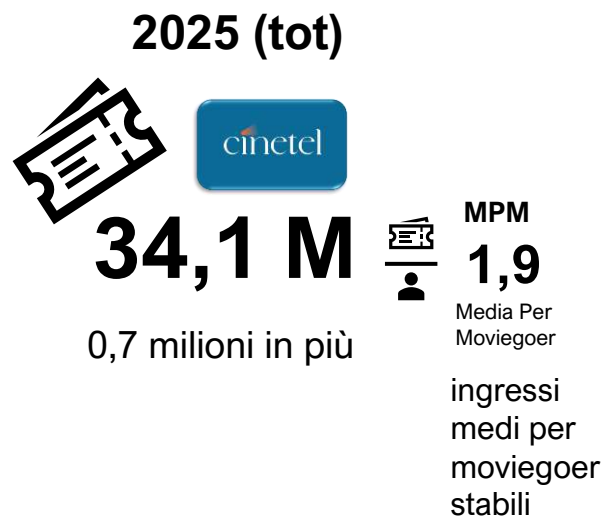
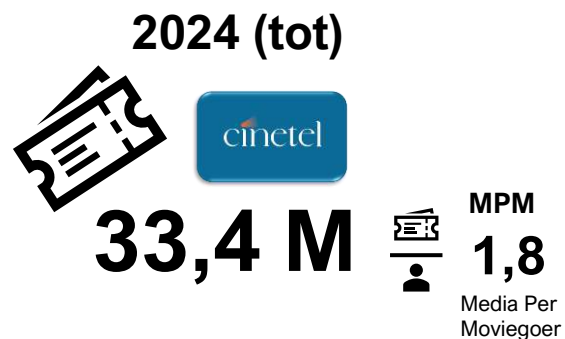
CINE-MENO (1-2 TKTS/ANNO)
Super Casual (label CinExpert)



Lieve arrotondamento ingressi nel semestre con penetrazione stabile

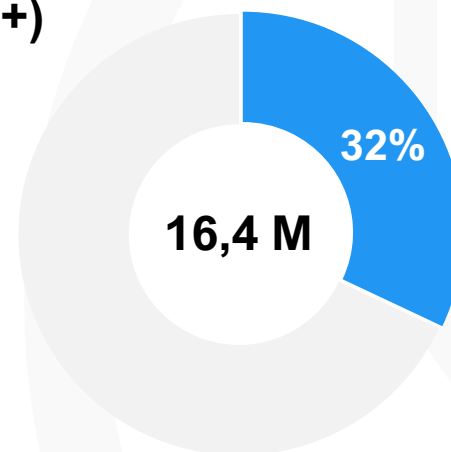
Moviegoer 3+ oltre i 18 milioni nel primo semestre del 2025, con una media ingressi inferiore ai due

Ingressi nel 1° semestre e media per moviegoer

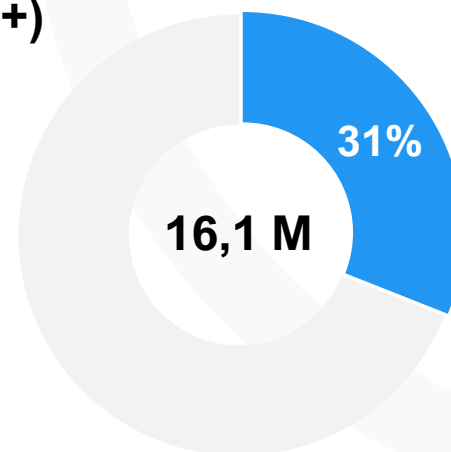


Al cinema nel 1° semestre (gennaio-giugno '24 vs '25) – dati in % e *1000

2024 (15+)

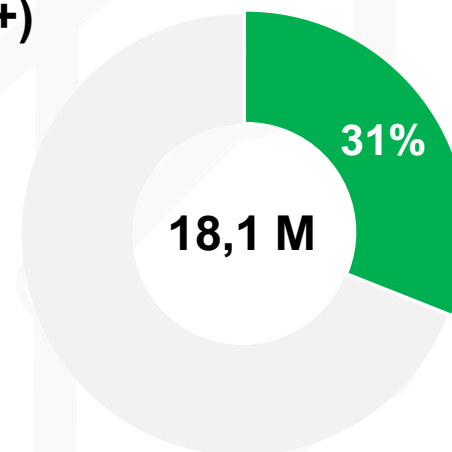


2025 (15+)

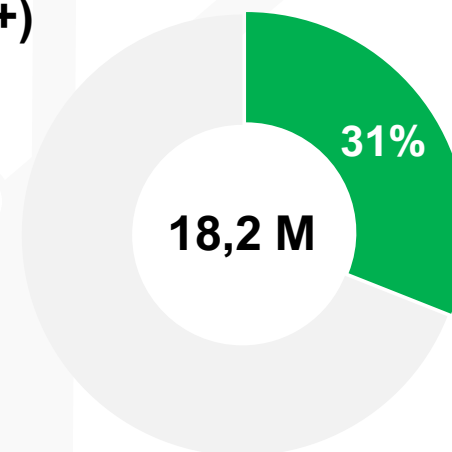


0,3 milioni in meno

2024 (3+)



2025 (3+)



0,1 milioni in più



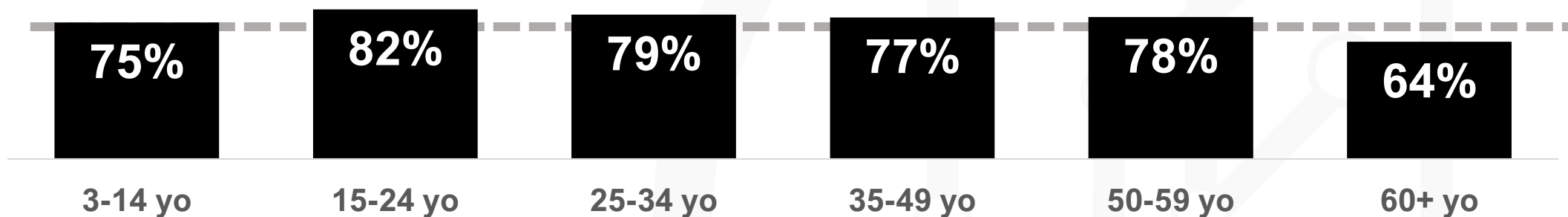
I 60+ hanno già espresso in un semestre il 59% degli ingressi dell'anno precedente

Per i 15-24enni la quota più alta di spettatori «almeno una volta in sala» ma quota di sbigliettato molto bassa

% spettatori* espressi nel primo semestre 2025 rispetto al totale del 2024

*almeno una volta in sala nel periodo in base alle stime campionarie di Sala e salotto

TOT: 75%



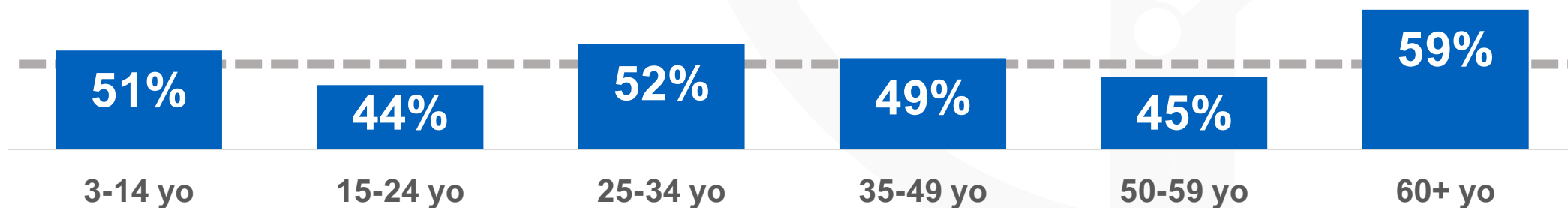
DILUIZIONE

INTENSIFICAZIONE

% ingressi* espressi nel primo semestre 2025 rispetto al totale del 2024

*quota di admissions calcolata in base alle stime campionarie di CinExpert

TOT: 50%





sala
& salotto

Lo spazio delle iniziative che agiscono sulla leva del prezzo



Le prospettive di Happy Cinefamily fra target diretto ed allargato

Il segmento degli under12 vale più di 10 milioni di ingressi (ma solo 1,5 milioni riguardano film italiani)

3-12 yo

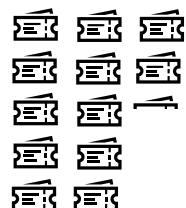
4.746



48%



2.300



10,4 M

3-12 yo

CinExpert
ITALIA

MPM

4,5

Media Per
Moviegoer

MPI

2,2

Media Per
Individuo

I 3-12enni in Italia sono più di 4,7 milioni (Istat)

Meno della metà dei 3-12enni è stato al cinema almeno una volta nel 2024, per un equivalente di 2,3 milioni
(accompagnato da uno o più adulti, spesso con altri coetanei)

CinExpert stima che i biglietti ascrivibili ai 3-12enni siano 10,4 milioni, di cui 1,5 (il 14%) riguardano film italiani

~ 1,5 M



+



Ingressi
titoli EU

+



Ingressi genitori in accompagnamento
che vanno da 0 (accompagnati da altri) a 2



La scontistica di Happy Cinefamily (2,5€ a biglietto) punta ad un boost sugli under12 e a portare a 2 l'accompagnamento genitoriale: agisce sulla singola esperienza ma è multi-ticket



Le iniziative che agiscono sulla leva del prezzo e un'ipotesi di studio*

*il concept CINE CARNET costituisce una mera ipotesi di studio volta a verificare l'apertura del pubblico verso la tipologia di iniziativa



Vincolo di target:
nessuno

Vincolo di offerta:
Film ITA ed EU

Vincolo di periodo:
13/06-20/09

Applicazione:
Singolo biglietto

Agevolazione:
€ 3,5 (costo tkt)



Vincolo di target:
nessuno

Vincolo di offerta:
nessuno

Vincolo di periodo:
21/09-25/09

Applicazione:
Singolo biglietto

Agevolazione:
€ 3,5 (costo tkt)



Vincolo di target:
*under12 e 2 genitori**
**co-presenti*

Vincolo di offerta:
Film ITA ed EU

Vincolo di periodo:
26/09-31/12

Applicazione:
Singolo biglietto

Agevolazione:
*Sconto di € 2,5**
**minimo 3 ingressi*



CINE CARNET

Vincolo di target:
nessuno

Vincolo di offerta:
nessuno

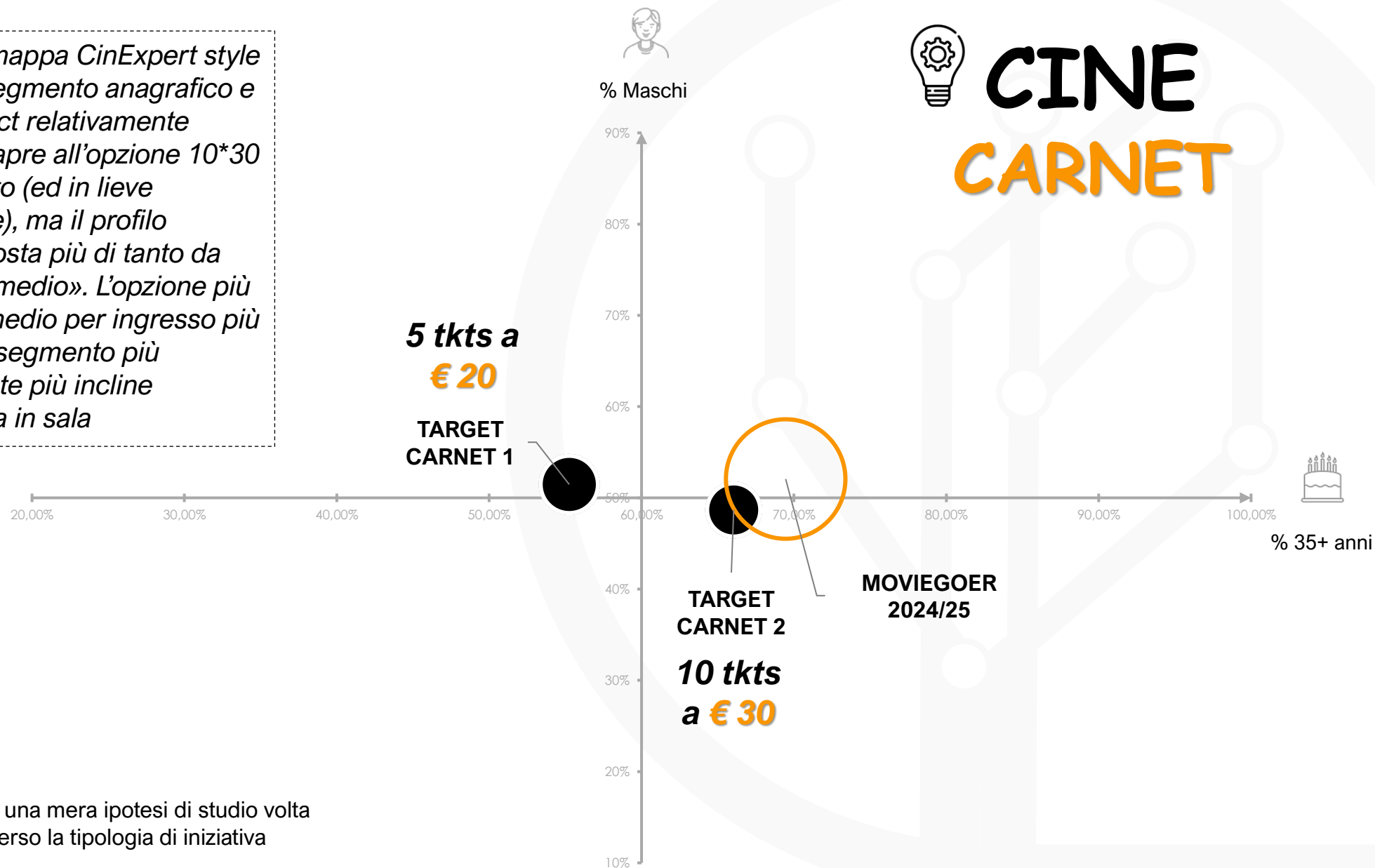
Vincolo di periodo:
3 mesi/6mesi

Applicazione:
Carnet da 5/10 ingressi

Agevolazione:
5 tkts a € 20
10 tkts a € 30

I target dei CINE-CARNET* nella mappa

Il posizionamento nella mappa CinExpert style con accentuazioni per segmento anagrafico e genere individua prospect relativamente baricentrici. Quello che apre all'opzione 10*30 è relativamente più adulto (ed in lieve accentuazione femminile), ma il profilo complessivo non si discosta più di tanto da quello dello «spettatore medio». L'opzione più leggera (ma con costo medio per ingresso più alto) è nelle corde di un segmento più giovane e già mediamente più incline all'esperienza del cinema in sala



*il concept CINE CARNET costituisce una mera ipotesi di studio volta a verificare l'apertura del pubblico verso la tipologia di iniziativa

Note: Carnet 1 = 5 film/20€, entro 3 mesi; Carnet 2 = 10film/30€, entro 6 mesi

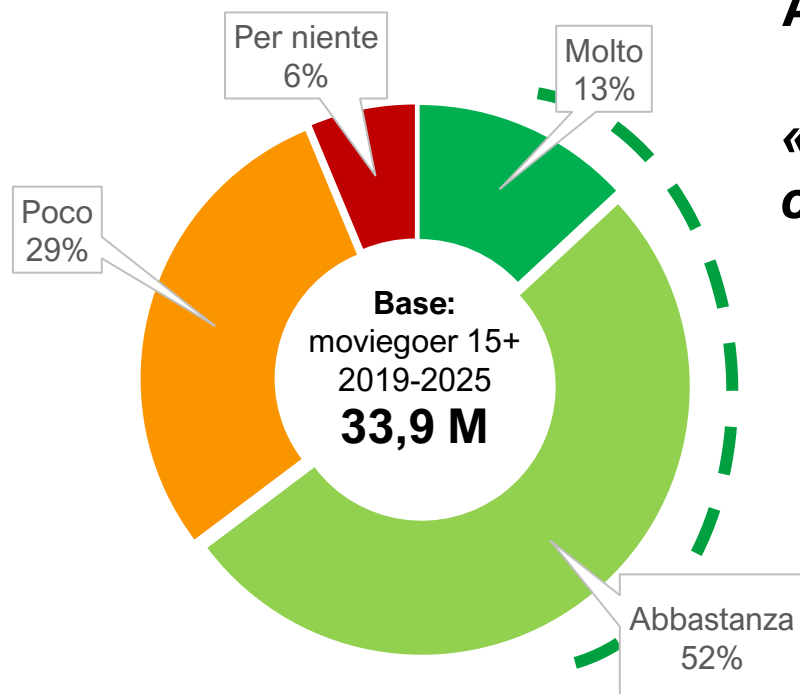


sala
& salotto

Il cinema italiano fra trend percepiti e desiderata

«La qualità media dei film italiani proposti al cinema è in crescita»

Livello di condivisione



ALTRI STATEMENT CORRELATI

«I film italiani sono sempre più capaci di spaziare fra diversi generi»

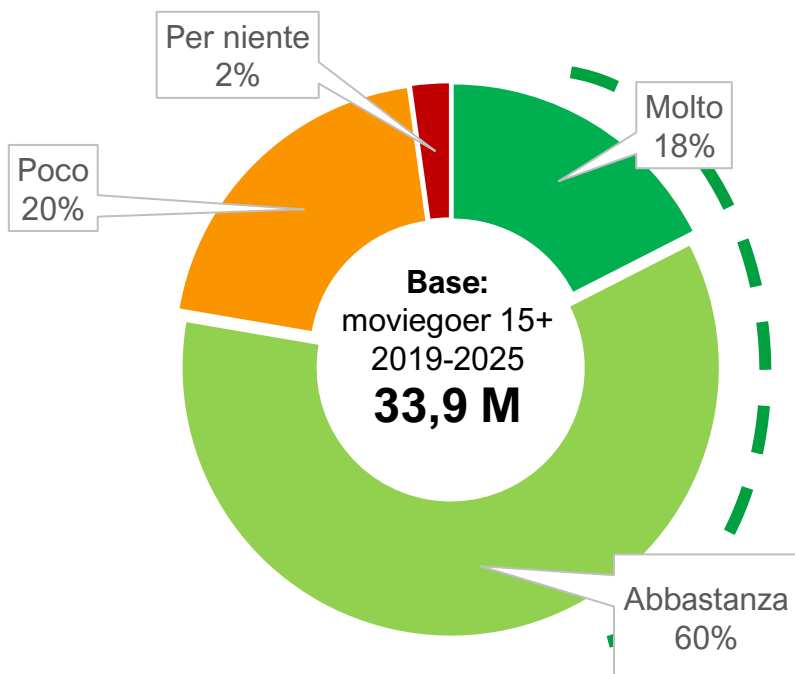
«I migliori autori e registi italiani si confrontano alla pari con il miglior cinema d'autore internazionale»

Due spettatori su tre condividono il trend di miglioramento qualitativo in atto per il cinema italiano (pur con un maggior peso della voce «abbastanza»). **Si esprimono in questa direzione anche spettatori le cui scelte attuali lasciano poco spazio alla cinematografia nazionale** (ma non sono portatori di pregiudizio)

**DI BENE
IN MEGLIO**

«I film italiani proposti al cinema dovrebbero dare più spazio a nuovi talent»

Livello di condivisione



ALTRI STATEMENT CORRELATI

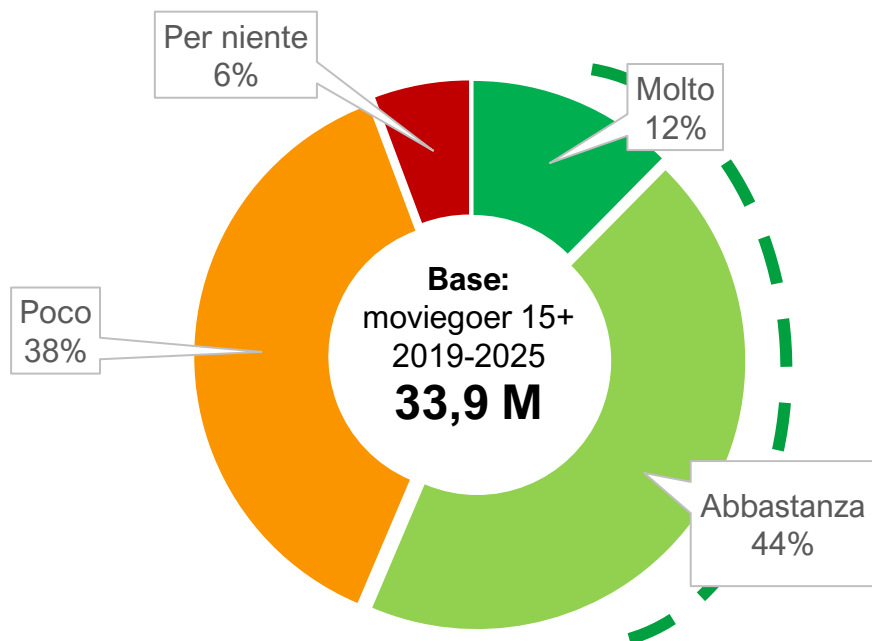
«Il cinema italiano dovrebbe dare più spazio alle donne (registe, sceneggiatrici, attrici)»

La condivisione dell'auspicio migliorativo del dare più spazio a nuovi talent è ancora più forte rispetto al trend di miglioramento complessivo. **Quattro moviegoer su cinque la pensano così. Fortemente correlato lo statement che declina l'esigenza al femminile e la estende a registe e autrici.**

**PIÙ SPAZIO
AL NUOVO**

«I film italiani dedicano poco spazio a storie che rappresentano i miei coetanei e la mia realtà»

Livello di condivisione

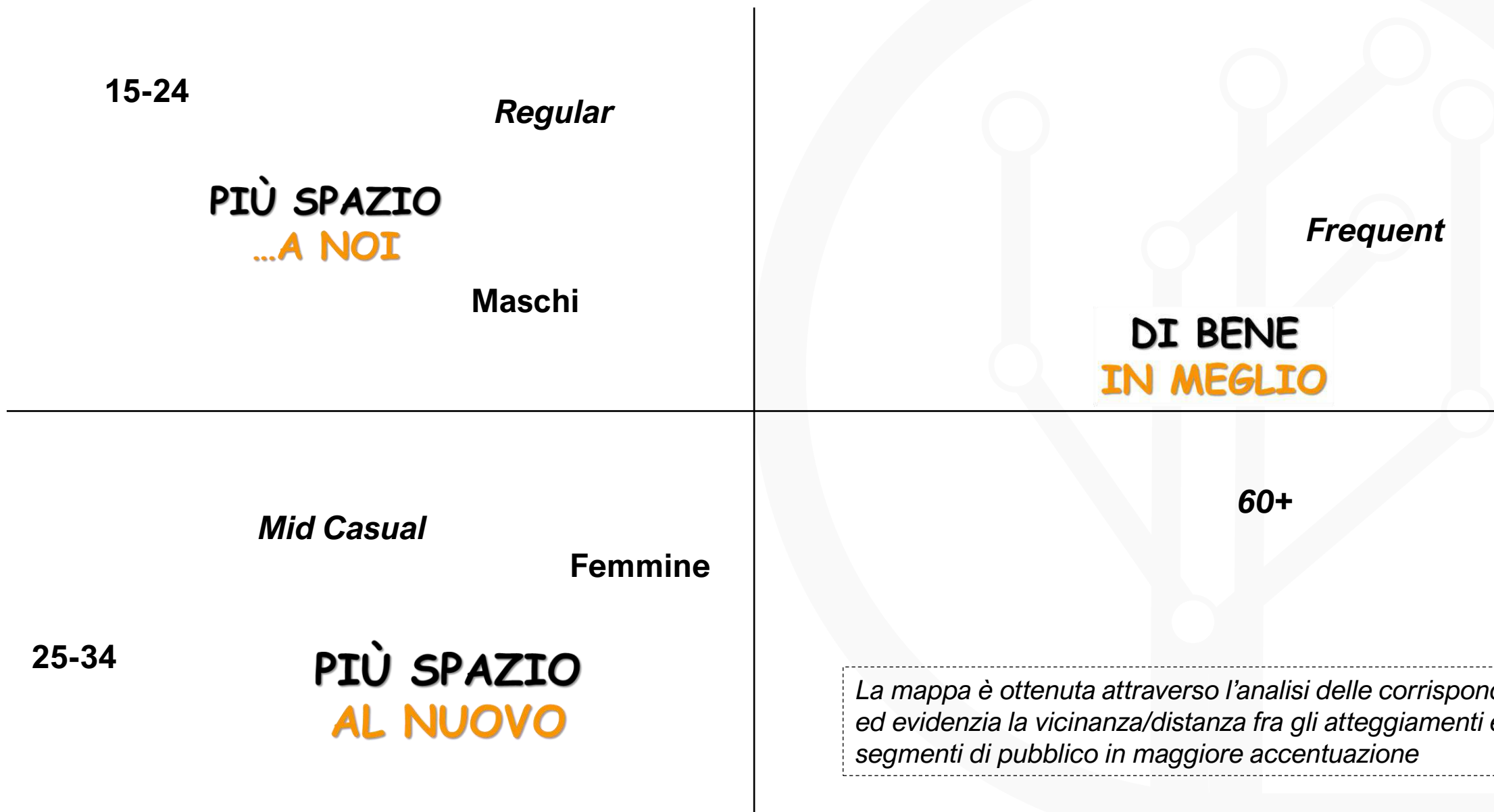


ALTRI STATEMENT CORRELATI

«Occorre dare più spazio al cinema per ragazzi ed ai lungometraggi di animazione italiani»

Per 56 moviegoer su 100 che si sentono debolmente «rispecchiati» dalle scelte narrative del cinema italiano, ce ne sono ovviamente 44 che non evidenziano questo deficit, che rimane comunque ampio e rilevante e si estende al bisogno percepito di una più solida cinematografia per ragazzi

**PIÙ SPAZIO
...A NOI**

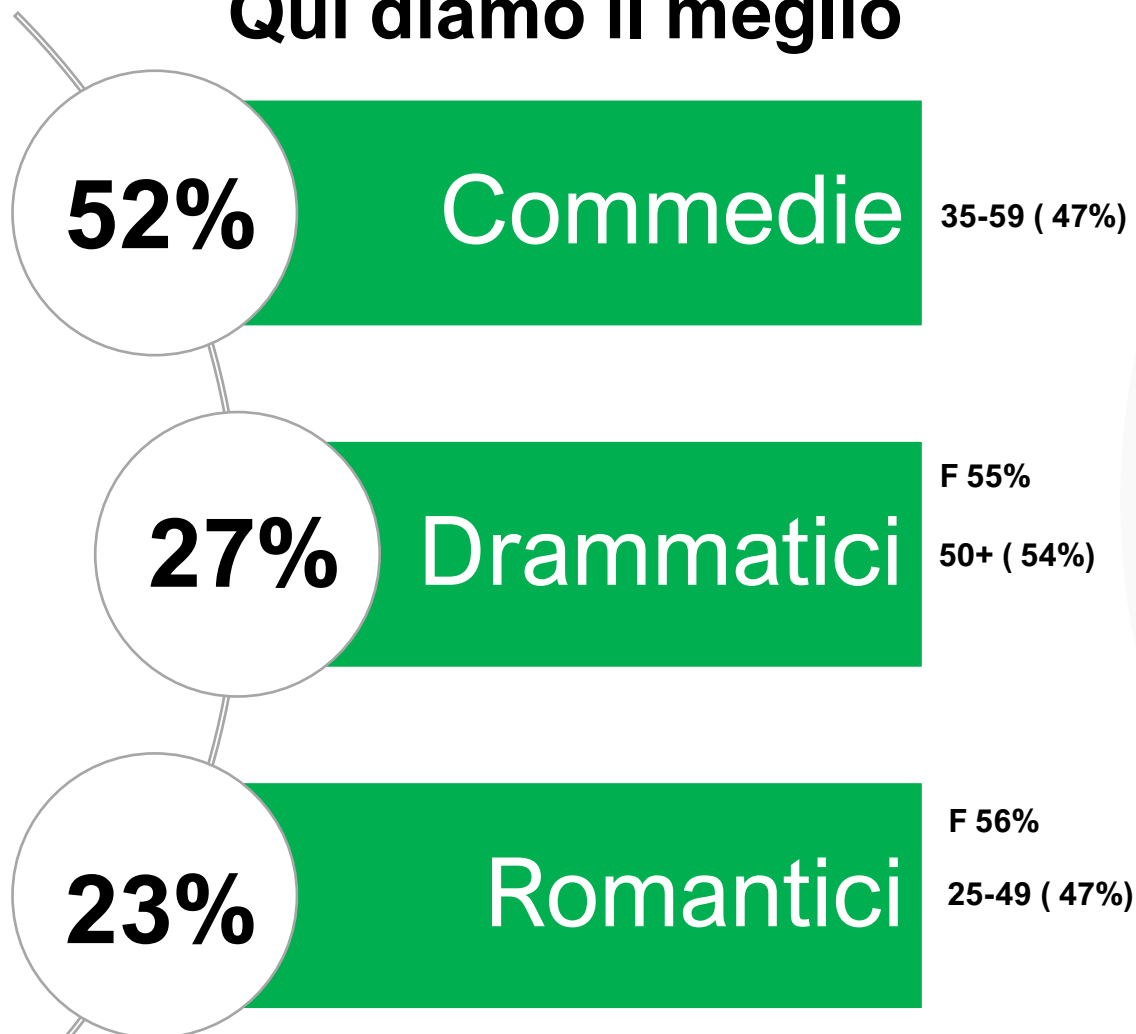




Cinema italiano e generi: quello che ci viene meglio e dove possiamo osare

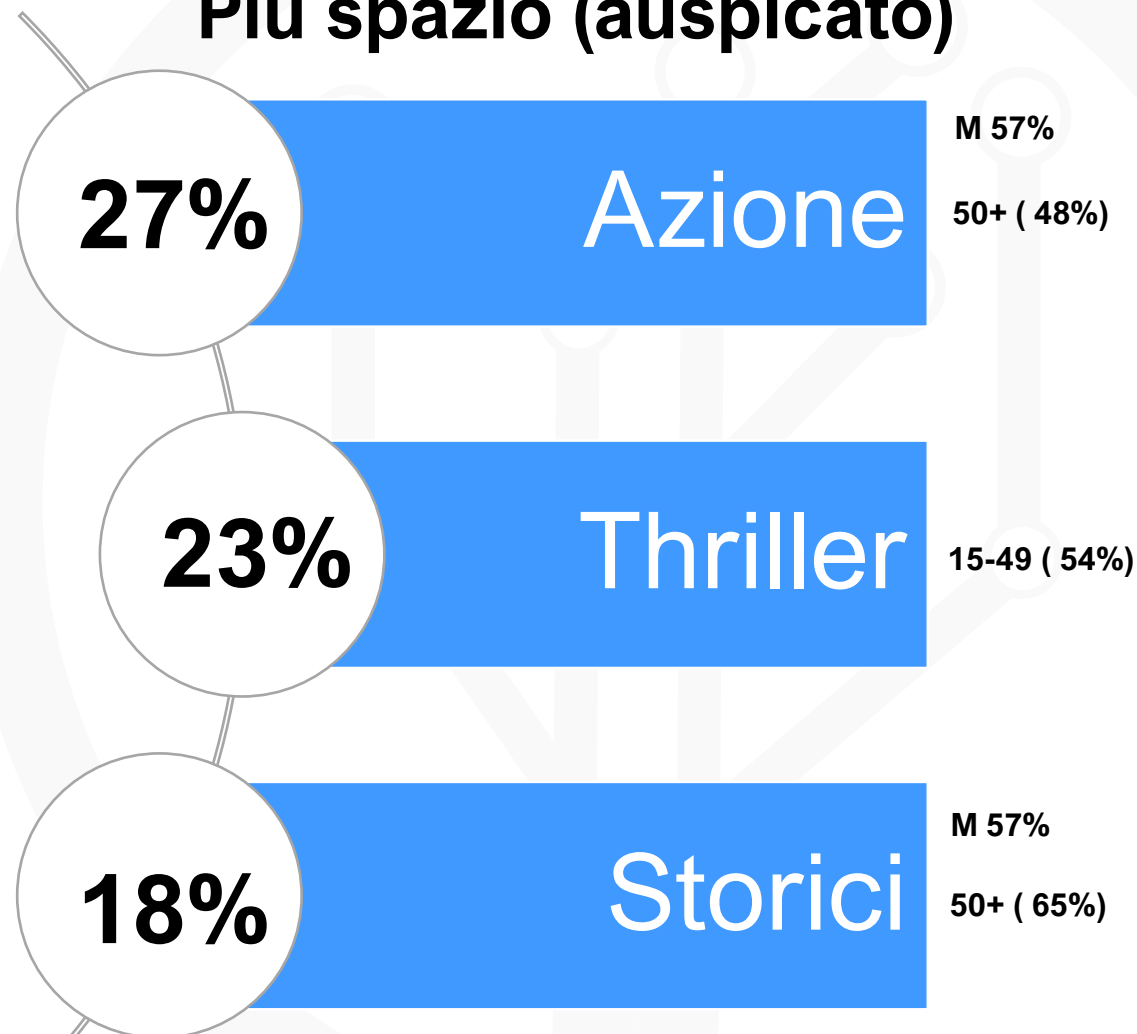
I generi sul podio e i segmenti di pubblico in accentuazione

Qui diamo il meglio



Base: moviegoer 15+ 2019-2025

Più spazio (auspicato)



Base: moviegoer 15+ 2019-2025

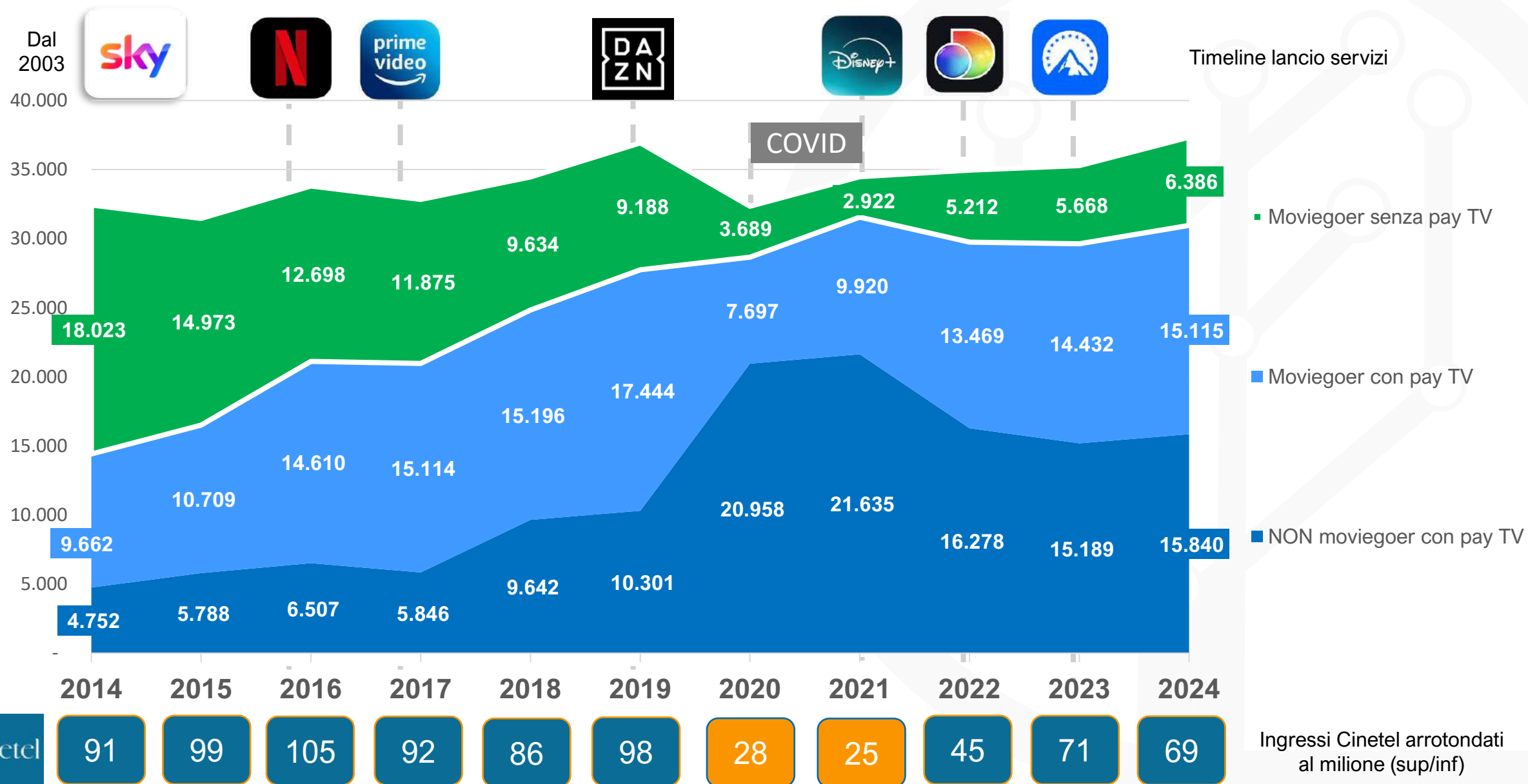


sala
& salotto

L'evoluzione del mix del pubblico audiovisivo



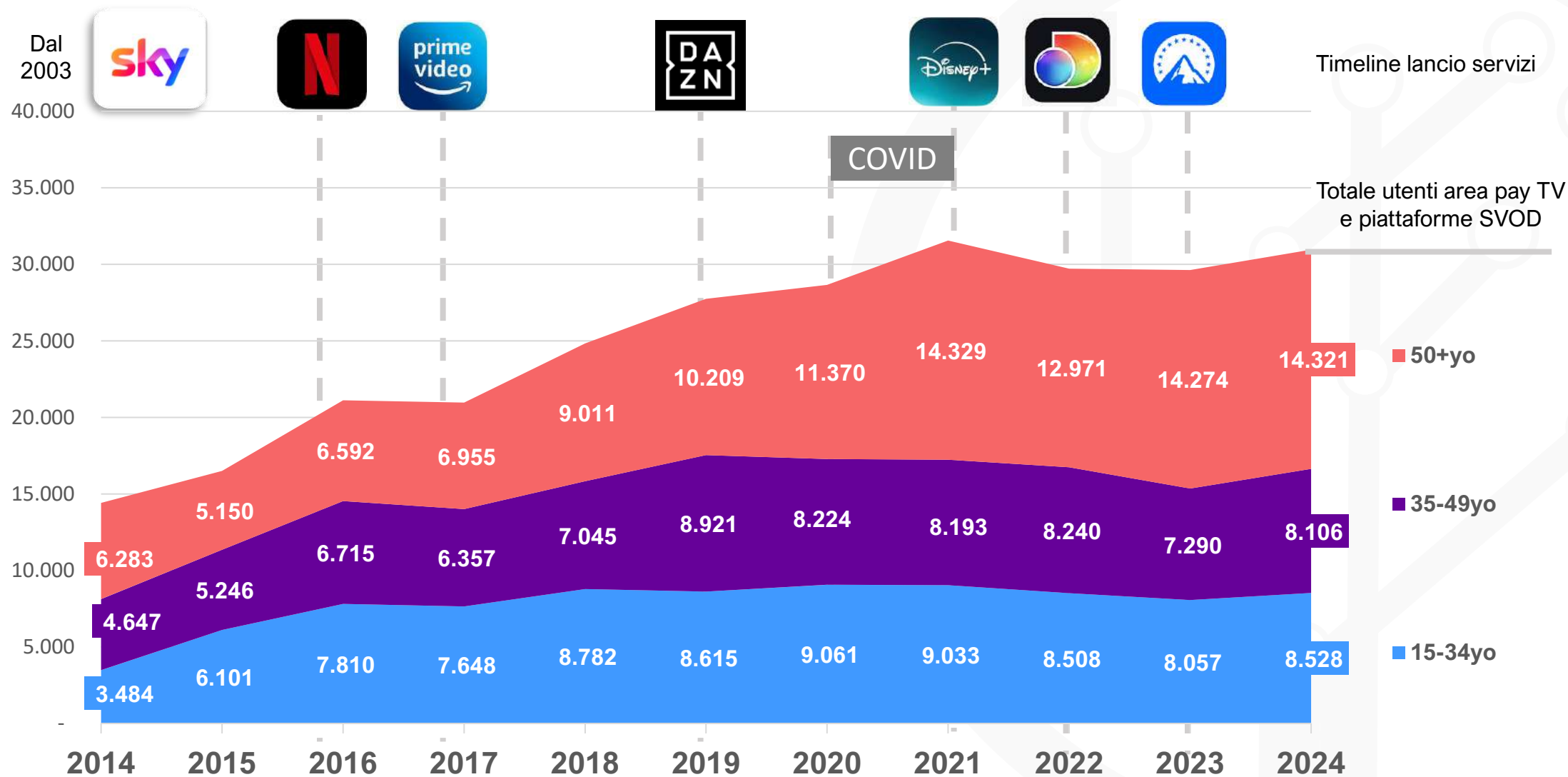
Raddoppia in 10 anni il numero di italiani con accesso a pay TV e piattaforme





8 milioni di 15-34enni in area pay TV fin dal 2016, over50 raddoppiati in 10 anni

Durante il 2020-2021 balzo dei 50+ verso le piattaforme, che ora esprimono il 46% dell'utenza (nel 2015 erano il 31%)



Gli under35 si sono avvicinati più velocemente al mondo dei servizi SVOD e, durante il COVID, hanno solo arrotondato la penetrazione, che per gli over50 è cresciuta in modo significativo (con trade off sala?)

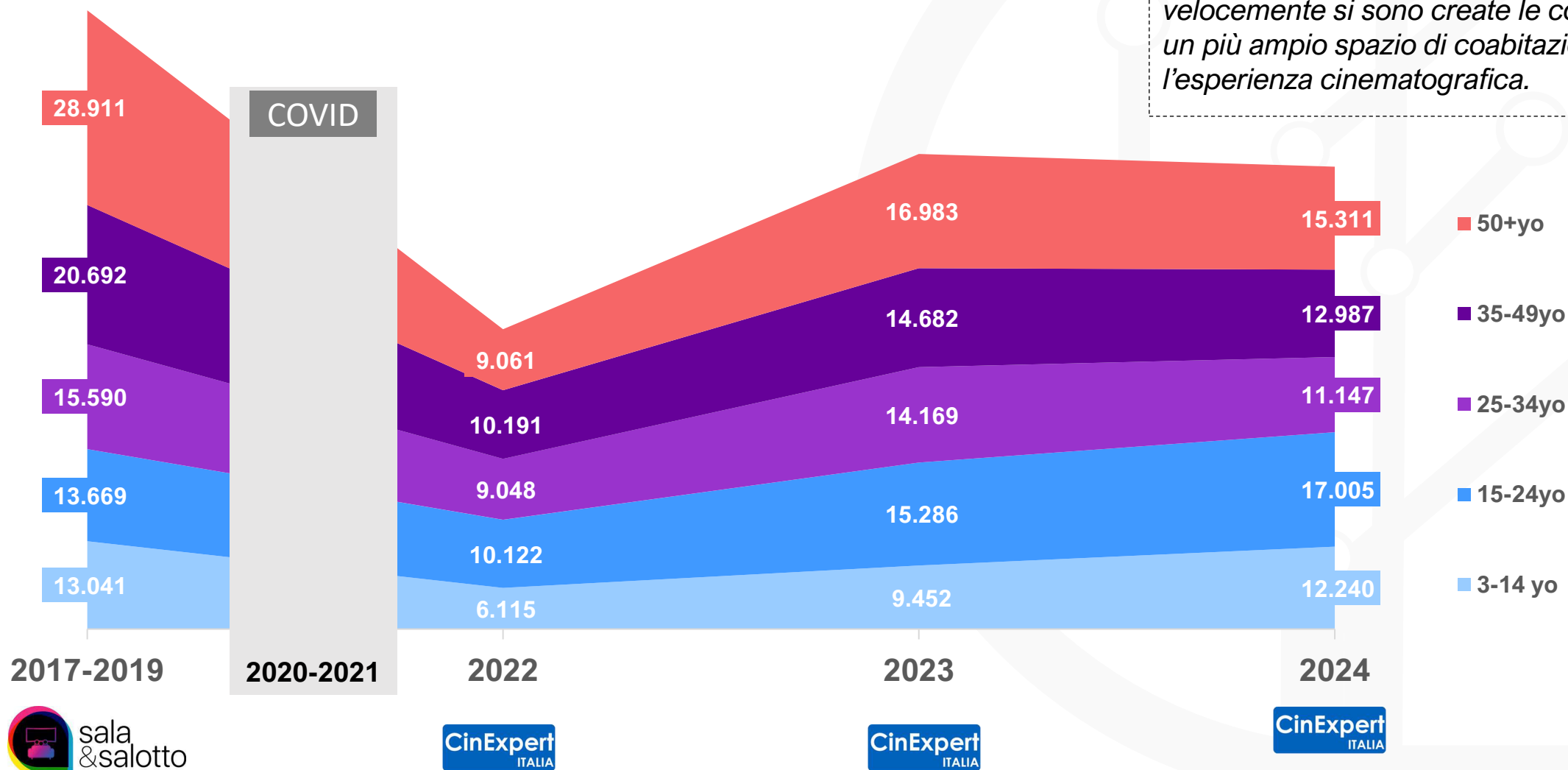


Contributo alle admissions dei 50+ quasi dimezzato dal pre al post-covid

Negli stessi anni, raddoppia il bacino dei 50+ con accesso a pay TV e piattaforme

Contributo alle admissions delle diverse classi d'età

Per gli under24 l'accesso alle piattaforme era già una prassi nel pre-pandemia e più velocemente si sono create le condizioni per un più ampio spazio di coabitazione con l'esperienza cinematografica.





sala
& salotto

Grazie per l'attenzione!