

## CINEMA - Primi dati completi del mercato '78

# Identikit di una crisi

**Confermato il calo degli spettatori (-17,5%) e delle giornate di spettacolo (-9,6%) - La chiusura delle sale di periferia - Un discriminante assetto**

Qual è il livello raggiunto dalla crisi del cinema italiano? S'indaga qui dunque se i dati consentono di indagare sullo sviluppo del primo circuito di sfruttamento, i primi visioni, i prezzi e i pregiudizi, in quanto cominciano ad essere rese note le rilevazioni statistiche riguardanti l'intero mercato cinematografico.

Sono notizie che non contraddicono l'impressione di un progressivo aggravarsi delle difficoltà del nostro cinema, ma che ci consentono di precisare meglio i connotati dell'avversa congiuntura.

Quando, dopo aver si riferiscono ai dati di mercato, si comincia a venire confrontando alla fine di ottobre dello scorso anno, a tali cifre si è registrata una flessione nelle giornate di spettacolo del 9,6 per cento, una raduta delle frequenze del 17,5 per cento, una contrazione degli incassi dell'1,8 per cento e una crescita del prezzo medio dei biglietti del 19 per cento. Ecco dunque d'essere trovare conferma nei due dati che mancano alla compilazione del rendimento definitivo del 1978. L'anno appena trascorso marcherebbe una flessione delle giornate di spettacolo su perio-

de superiore alle 153 mila unità (da 1 milione 595.862 a 1.443.563), una riduzione degli spettatori vicina ai 65 milioni e mezzo (da 373.893.000 a 308.461.730), una diminuzione nella pesa del pubblico da 6,5 milioni a 5,72 milioni, da 12 miliardi e 890 milioni a 12,6 miliardi e 718 milioni), una lievitazione del prezzo medio da 917 a 1.091 lire. Da questi indici è possibile ricavare alcune indicazioni di un certo interesse.

## Una misura negativa

Una prima osservazione riguarda lo sfasamento fra il preoccupante livello di cadute delle frequenze e la contrazione quasi trascurabile dell'ammontare degli incassi. Come dimostra la forte crescita del prezzo medio d'ingresso, il mercato cinematografico ha

reagito ancora una volta alla flessione della domanda con un balzo all'insù dei « prezzi di vendita ». Una manovra già sperimentata negli anni passati e che, se non ha più la capacità di generare una contrazione delle vendite», come nel 1976

degli spettatori diminuivano, ma gli incassi aumentavano, funziona eppure sempre qualche decelerazione della velocità di caduta. Un deceleratore che si trascina dietro non poche conseguenze negative, prima fra tutte una sensibile contrazione dell'area « di servizio » (come dimostra la flessione delle giornate di spettacolo) da cui deriva una ribassata frequentazione delle sale di periferia.

In queste zone è già comparsa una « scomparsa ogni traccia d'offerta cinematografica ». Centinaia di piccole sale chiudono i battenti, migliaia di potenziali spettatori sono sempre più spinti verso l'utenza televisiva, centinaia di giovani sono costretti a migrare dalla periferia ai locali centrali.

Questi alcuni fra i segni della trasformazione dello spettacolo cinematografico, che si manifesta con particolare evidenza nel commercio di consumo, a costo massimo, ad intrattenimento riservato a quelli numericamente ancora consistenti, ma socialmente definiti.

Un secondo gruppo di considerazioni riguarda il « conto economico » del settore. Se è vero che il bilancio complessivo del mercato segna una perdita contenuta, ma pur tuttavia una perdita, e se non è meno vero che i produttori possano assicurare, alquanto, un profitto solo tenendo conto che le lire del 1978 sono « corse », da un processo inflattivo che si aggira attorno al 12 per cento, ciò non di meno i « conti in tasca » delle categorie economiche che operano nel settore vanno fatti avendo presente anche l'alleggerimento tributario attualmente in vigore. Chi, cioè, non dimentica le aliquote dell'imposta sui Spettacoli, una norma sui cui effetti hanno iniziato a farsi sentire nel 1978. Questa « riforma » fiscale ha largamente mediamente di un 10 per cento si è partiti alcuni mesi or sono.

Umberto Rossi

La percentuale d'aumento della sopravvenzione, nettarone superiore al tasso d'infrazione monetaria, dimostra la tendenza dei padroni del « rapore » a responsabilità dei maggiori circuiti urbani e dirigenti delle grandi imprese di noleggio) ad enarginare in modo sempre più da ciso i ceti popolari e gli spettatori, in particolare giovani e studenti, dotti di minor « capacità di spesa ». Inoltre questa politica dei prezzi, costretta dal pubblico ad esborso sempre più oneroso, determina come una maggiore frequentazione diventa sempre un vantaggio i prodotti che godono di più forti richiami pubblicitari. E' questo uno degli aspetti, per esempio, del successo di un film come *Grease*: a cui sono accorsi, spesso per rivederlo, visti strali giovanili i quali, pagando il palo balzello al botteghino, non hanno solo « scelto » (se fa per dire) di vedere quel film, ma hanno anche rinunciato ad andare al cinema un'altra volta.

In poche parole i dati, snora dappiù, dimostrano che il mercato cinematografico sta ritrovando, a tenori e fra mille sbalzi, un nuovo assetto: un assetto ancora più antipopolare e discriminante di quello da cui si è partiti alcuni mesi or sono.

Umberto Rossi

## Aumenta la selezione

La percentuale d'aumento della sopravvenzione, nettarone superiore al tasso d'infrazione monetaria, dimostra la tendenza dei padroni del « rapore » a responsabilità dei maggiori circuiti urbani e dirigenti delle grandi imprese di noleggio) ad enarginare in modo sempre più da ciso i ceti popolari e gli spettatori, in particolare giovani e studenti, dotti di minor « capacità di spesa ». Inoltre questa politica dei prezzi, costretta dal pubblico ad esborso sempre più oneroso, determina come una maggiore frequentazione diventa sempre un vantaggio i prodotti che godono di più forti richiami pubblicitari. E' questo uno degli aspetti, per esempio, del successo di un film come *Grease*: a cui sono accorsi, spesso per rivederlo, visti strali giovanili i quali, pagando il palo balzello al botteghino, non hanno solo « scelto » (se fa per dire) di vedere quel film, ma hanno anche rinunciato ad andare al cinema un'altra volta.

In poche parole i dati, snora dappiù, dimostrano che il mercato cinematografico sta ritrovando, a tenori e fra mille sbalzi, un nuovo assetto: un assetto ancora più antipopolare e discriminante di quello da cui si è partiti alcuni mesi or sono.

Umberto Rossi

La percentuale d'aumento della sopravvenzione, nettarone superiore al tasso d'infrazione monetaria, dimostra la tendenza dei padroni del « rapore » a responsabilità dei maggiori circuiti urbani e dirigenti delle grandi imprese di noleggio) ad enarginare in modo sempre più da ciso i ceti popolari e gli spettatori, in particolare giovani e studenti, dotti di minor « capacità di spesa ». Inoltre questa politica dei prezzi, costretta dal pubblico ad esborso sempre più oneroso, determina come una maggiore frequentazione diventa sempre un vantaggio i prodotti che godono di più forti richiami pubblicitari. E' questo uno degli aspetti, per esempio, del successo di un film come *Grease*: a cui sono accorsi, spesso per rivederlo, visti strali giovanili i quali, pagando il palo balzello al botteghino, non hanno solo « scelto » (se fa per dire) di vedere quel film, ma hanno anche rinunciato ad andare al cinema un'altra volta.

In poche parole i dati, snora dappiù, dimostrano che il mercato cinematografico sta ritrovando, a tenori e fra mille sbalzi, un nuovo assetto: un assetto ancora più antipopolare e discriminante di quello da cui si è partiti alcuni mesi or sono.

Umberto Rossi

La percentuale d'aumento della sopravvenzione, nettarone superiore al tasso d'infrazione monetaria, dimostra la tendenza dei padroni del « rapore » a responsabilità dei maggiori circuiti urbani e dirigenti delle grandi imprese di noleggio) ad enarginare in modo sempre più da ciso i ceti popolari e gli spettatori, in particolare giovani e studenti, dotti di minor « capacità di spesa ». Inoltre questa politica dei prezzi, costretta dal pubblico ad esborso sempre più oneroso, determina come una maggiore frequentazione diventa sempre un vantaggio i prodotti che godono di più forti richiami pubblicitari. E' questo uno degli aspetti, per esempio, del successo di un film come *Grease*: a cui sono accorsi, spesso per rivederlo, visti strali giovanili i quali, pagando il palo balzello al botteghino, non hanno solo « scelto » (se fa per dire) di vedere quel film, ma hanno anche rinunciato ad andare al cinema un'altra volta.

In poche parole i dati, snora dappiù, dimostrano che il mercato cinematografico sta ritrovando, a tenori e fra mille sbalzi, un nuovo assetto: un assetto ancora più antipopolare e discriminante di quello da cui si è partiti alcuni mesi or sono.

Umberto Rossi

La percentuale d'aumento della sopravvenzione, nettarone superiore al tasso d'infrazione monetaria, dimostra la tendenza dei padroni del « rapore » a responsabilità dei maggiori circuiti urbani e dirigenti delle grandi imprese di noleggio) ad enarginare in modo sempre più da ciso i ceti popolari e gli spettatori, in particolare giovani e studenti, dotti di minor « capacità di spesa ». Inoltre questa politica dei prezzi, costretta dal pubblico ad esborso sempre più oneroso, determina come una maggiore frequentazione diventa sempre un vantaggio i prodotti che godono di più forti richiami pubblicitari. E' questo uno degli aspetti, per esempio, del successo di un film come *Grease*: a cui sono accorsi, spesso per rivederlo, visti strali giovanili i quali, pagando il palo balzello al botteghino, non hanno solo « scelto » (se fa per dire) di vedere quel film, ma hanno anche rinunciato ad andare al cinema un'altra volta.

In poche parole i dati, snora dappiù, dimostrano che il mercato cinematografico sta ritrovando, a tenori e fra mille sbalzi, un nuovo assetto: un assetto ancora più antipopolare e discriminante di quello da cui si è partiti alcuni mesi or sono.

Umberto Rossi

La percentuale d'aumento della sopravvenzione, nettarone superiore al tasso d'infrazione monetaria, dimostra la tendenza dei padroni del « rapore » a responsabilità dei maggiori circuiti urbani e dirigenti delle grandi imprese di noleggio) ad enarginare in modo sempre più da ciso i ceti popolari e gli spettatori, in particolare giovani e studenti, dotti di minor « capacità di spesa ». Inoltre questa politica dei prezzi, costretta dal pubblico ad esborso sempre più oneroso, determina come una maggiore frequentazione diventa sempre un vantaggio i prodotti che godono di più forti richiami pubblicitari. E' questo uno degli aspetti, per esempio, del successo di un film come *Grease*: a cui sono accorsi, spesso per rivederlo, visti strali giovanili i quali, pagando il palo balzello al botteghino, non hanno solo « scelto » (se fa per dire) di vedere quel film, ma hanno anche rinunciato ad andare al cinema un'altra volta.

In poche parole i dati, snora dappiù, dimostrano che il mercato cinematografico sta ritrovando, a tenori e fra mille sbalzi, un nuovo assetto: un assetto ancora più antipopolare e discriminante di quello da cui si è partiti alcuni mesi or sono.

Umberto Rossi

La percentuale d'aumento della sopravvenzione, nettarone superiore al tasso d'infrazione monetaria, dimostra la tendenza dei padroni del « rapore » a responsabilità dei maggiori circuiti urbani e dirigenti delle grandi imprese di noleggio) ad enarginare in modo sempre più da ciso i ceti popolari e gli spettatori, in particolare giovani e studenti, dotti di minor « capacità di spesa ». Inoltre questa politica dei prezzi, costretta dal pubblico ad esborso sempre più oneroso, determina come una maggiore frequentazione diventa sempre un vantaggio i prodotti che godono di più forti richiami pubblicitari. E' questo uno degli aspetti, per esempio, del successo di un film come *Grease*: a cui sono accorsi, spesso per rivederlo, visti strali giovanili i quali, pagando il palo balzello al botteghino, non hanno solo « scelto » (se fa per dire) di vedere quel film, ma hanno anche rinunciato ad andare al cinema un'altra volta.

In poche parole i dati, snora dappiù, dimostrano che il mercato cinematografico sta ritrovando, a tenori e fra mille sbalzi, un nuovo assetto: un assetto ancora più antipopolare e discriminante di quello da cui si è partiti alcuni mesi or sono.

Umberto Rossi

La percentuale d'aumento della sopravvenzione, nettarone superiore al tasso d'infrazione monetaria, dimostra la tendenza dei padroni del « rapore » a responsabilità dei maggiori circuiti urbani e dirigenti delle grandi imprese di noleggio) ad enarginare in modo sempre più da ciso i ceti popolari e gli spettatori, in particolare giovani e studenti, dotti di minor « capacità di spesa ». Inoltre questa politica dei prezzi, costretta dal pubblico ad esborso sempre più oneroso, determina come una maggiore frequentazione diventa sempre un vantaggio i prodotti che godono di più forti richiami pubblicitari. E' questo uno degli aspetti, per esempio, del successo di un film come *Grease*: a cui sono accorsi, spesso per rivederlo, visti strali giovanili i quali, pagando il palo balzello al botteghino, non hanno solo « scelto » (se fa per dire) di vedere quel film, ma hanno anche rinunciato ad andare al cinema un'altra volta.

In poche parole i dati, snora dappiù, dimostrano che il mercato cinematografico sta ritrovando, a tenori e fra mille sbalzi, un nuovo assetto: un assetto ancora più antipopolare e discriminante di quello da cui si è partiti alcuni mesi or sono.

Umberto Rossi

La percentuale d'aumento della sopravvenzione, nettarone superiore al tasso d'infrazione monetaria, dimostra la tendenza dei padroni del « rapore » a responsabilità dei maggiori circuiti urbani e dirigenti delle grandi imprese di noleggio) ad enarginare in modo sempre più da ciso i ceti popolari e gli spettatori, in particolare giovani e studenti, dotti di minor « capacità di spesa ». Inoltre questa politica dei prezzi, costretta dal pubblico ad esborso sempre più oneroso, determina come una maggiore frequentazione diventa sempre un vantaggio i prodotti che godono di più forti richiami pubblicitari. E' questo uno degli aspetti, per esempio, del successo di un film come *Grease*: a cui sono accorsi, spesso per rivederlo, visti strali giovanili i quali, pagando il palo balzello al botteghino, non hanno solo « scelto » (se fa per dire) di vedere quel film, ma hanno anche rinunciato ad andare al cinema un'altra volta.

In poche parole i dati, snora dappiù, dimostrano che il mercato cinematografico sta ritrovando, a tenori e fra mille sbalzi, un nuovo assetto: un assetto ancora più antipopolare e discriminante di quello da cui si è partiti alcuni mesi or sono.

Umberto Rossi

La percentuale d'aumento della sopravvenzione, nettarone superiore al tasso d'infrazione monetaria, dimostra la tendenza dei padroni del « rapore » a responsabilità dei maggiori circuiti urbani e dirigenti delle grandi imprese di noleggio) ad enarginare in modo sempre più da ciso i ceti popolari e gli spettatori, in particolare giovani e studenti, dotti di minor « capacità di spesa ». Inoltre questa politica dei prezzi, costretta dal pubblico ad esborso sempre più oneroso, determina come una maggiore frequentazione diventa sempre un vantaggio i prodotti che godono di più forti richiami pubblicitari. E' questo uno degli aspetti, per esempio, del successo di un film come *Grease*: a cui sono accorsi, spesso per rivederlo, visti strali giovanili i quali, pagando il palo balzello al botteghino, non hanno solo « scelto » (se fa per dire) di vedere quel film, ma hanno anche rinunciato ad andare al cinema un'altra volta.

In poche parole i dati, snora dappiù, dimostrano che il mercato cinematografico sta ritrovando, a tenori e fra mille sbalzi, un nuovo assetto: un assetto ancora più antipopolare e discriminante di quello da cui si è partiti alcuni mesi or sono.

Umberto Rossi

La percentuale d'aumento della sopravvenzione, nettarone superiore al tasso d'infrazione monetaria, dimostra la tendenza dei padroni del « rapore » a responsabilità dei maggiori circuiti urbani e dirigenti delle grandi imprese di noleggio) ad enarginare in modo sempre più da ciso i ceti popolari e gli spettatori, in particolare giovani e studenti, dotti di minor « capacità di spesa ». Inoltre questa politica dei prezzi, costretta dal pubblico ad esborso sempre più oneroso, determina come una maggiore frequentazione diventa sempre un vantaggio i prodotti che godono di più forti richiami pubblicitari. E' questo uno degli aspetti, per esempio, del successo di un film come *Grease*: a cui sono accorsi, spesso per rivederlo, visti strali giovanili i quali, pagando il palo balzello al botteghino, non hanno solo « scelto » (se fa per dire) di vedere quel film, ma hanno anche rinunciato ad andare al cinema un'altra volta.

In poche parole i dati, snora dappiù, dimostrano che il mercato cinematografico sta ritrovando, a tenori e fra mille sbalzi, un nuovo assetto: un assetto ancora più antipopolare e discriminante di quello da cui si è partiti alcuni mesi or sono.

Umberto Rossi

La percentuale d'aumento della sopravvenzione, nettarone superiore al tasso d'infrazione monetaria, dimostra la tendenza dei padroni del « rapore » a responsabilità dei maggiori circuiti urbani e dirigenti delle grandi imprese di noleggio) ad enarginare in modo sempre più da ciso i ceti popolari e gli spettatori, in particolare giovani e studenti, dotti di minor « capacità di spesa ». Inoltre questa politica dei prezzi, costretta dal pubblico ad esborso sempre più oneroso, determina come una maggiore frequentazione diventa sempre un vantaggio i prodotti che godono di più forti richiami pubblicitari. E' questo uno degli aspetti, per esempio, del successo di un film come *Grease*: a cui sono accorsi, spesso per rivederlo, visti strali giovanili i quali, pagando il palo balzello al botteghino, non hanno solo « scelto » (se fa per dire) di vedere quel film, ma hanno anche rinunciato ad andare al cinema un'altra volta.

In poche parole i dati, snora dappiù, dimostrano che il mercato cinematografico sta ritrovando, a tenori e fra mille sbalzi, un nuovo assetto: un assetto ancora più antipopolare e discriminante di quello da cui si è partiti alcuni mesi or sono.

Umberto Rossi

La percentuale d'aumento della sopravvenzione, nettarone superiore al tasso d'infrazione monetaria, dimostra la tendenza dei padroni del « rapore » a responsabilità dei maggiori circuiti urbani e dirigenti delle grandi imprese di noleggio) ad enarginare in modo sempre più da ciso i ceti popolari e gli spettatori, in particolare giovani e studenti, dotti di minor « capacità di spesa ». Inoltre questa politica dei prezzi, costretta dal pubblico ad esborso sempre più oneroso, determina come una maggiore frequentazione diventa sempre un vantaggio i prodotti che godono di più forti richiami pubblicitari. E' questo uno degli aspetti, per esempio, del successo di un film come *Grease*: a cui sono accorsi, spesso per rivederlo, visti strali giovanili i quali, pagando il palo balzello al botteghino, non hanno solo « scelto » (se fa per dire) di vedere quel film, ma hanno anche rinunciato ad andare al cinema un'altra volta.

In poche parole i dati, snora dappiù, dimostrano che il mercato cinematografico sta ritrovando, a tenori e fra mille sbalzi, un nuovo assetto: un assetto ancora più antipopolare e discriminante di quello da cui si è partiti alcuni mesi or sono.

Umberto Rossi

La percentuale d'aumento della sopravvenzione, nettarone superiore al tasso d'infrazione monetaria, dimostra la tendenza dei padroni del « rapore » a responsabilità dei maggiori circuiti urbani e dirigenti delle grandi imprese di noleggio) ad enarginare in modo sempre più da ciso i ceti popolari e gli spettatori, in particolare giovani e studenti, dotti di minor « capacità di spesa ». Inoltre questa politica dei prezzi, costretta dal pubblico ad esborso sempre più oneroso, determina come una maggiore frequentazione diventa sempre un vantaggio i prodotti che godono di più forti richiami pubblicitari. E' questo uno degli aspetti, per esempio, del successo di un film come