

Appeal
e potenzialità
del cinema
italiano
negli USA



*indagine
dell'Istituto Luce
Cinecittà*

a cura di SWG



VENEZIA
4 settembre 2013



Gli americani davanti al grande schermo



Che cosa cercano gli americani al cinema: risate, adrenalina, sentimenti e... fantasia

Parliamo di cinema. Lei che generi di film preferisce?

I RE

commedia/ comico	64
avventura/ azione	59

IL PRINCIPE

drammatico	43
------------	----

I CONTI

animazione	21
fantasy	21

I DUCHI

commedia/ romantico	37
thriller/ giallo	36
fantascienza	33

ALTRO

inchiesta	18
storico, su vicende e personaggi del passato	15
guerra	13
western	6



Americano, italiano o francese:

PROFILI per tre universi cinematografici

Pensando al cinema..., Lei come lo definirebbe?

IL CINEMA AMERICANO



IL CINEMA ITALIANO



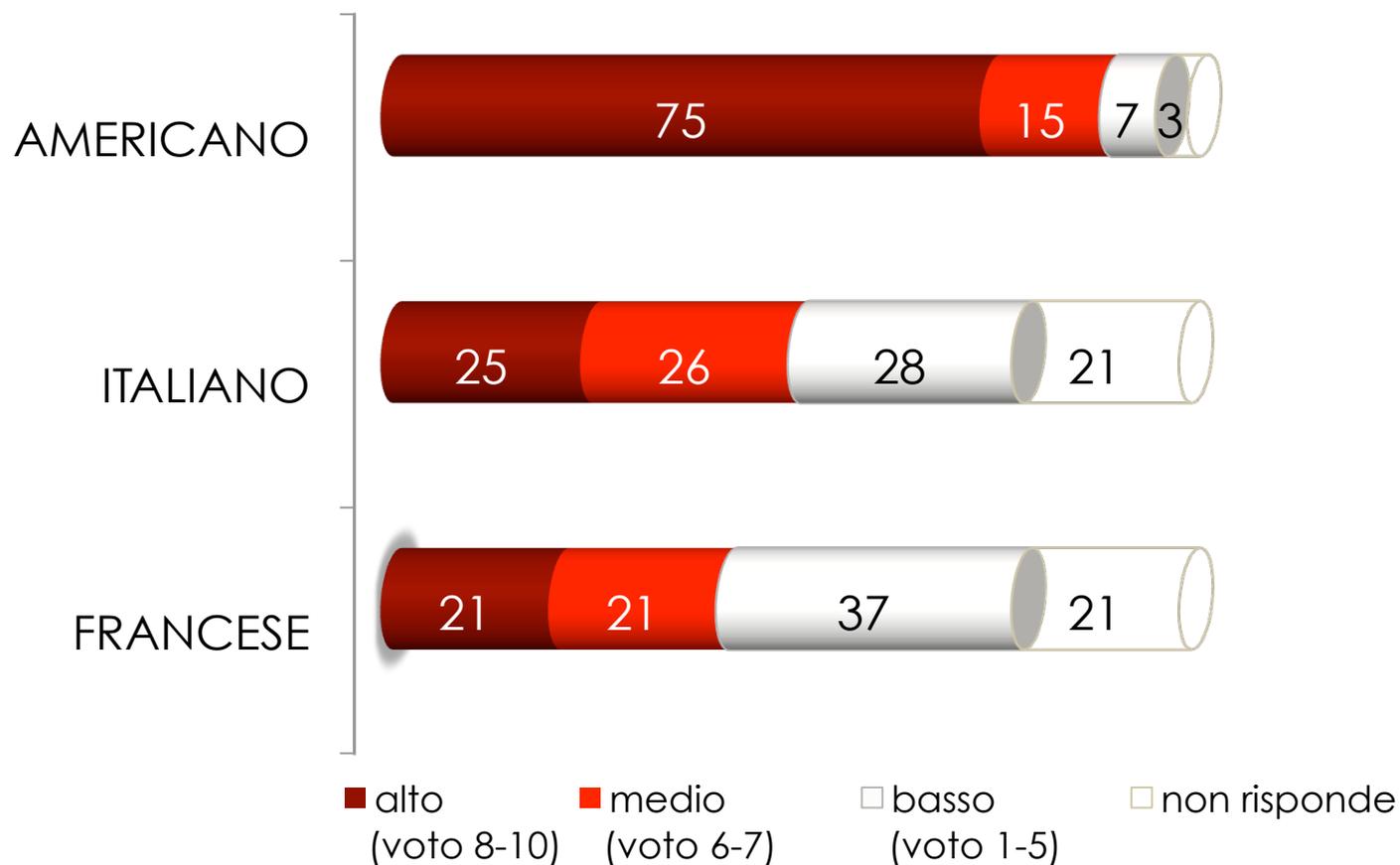
IL CINEMA FRANCESE



Gradimento: il cinema americano superstar

In generale, quanto Le piace il cinema.....

LIVELLO DI GRADIMENTO



SWG

SWG® TUTTI I DIRITTI RISERVATI



Il cinema italiano per gli americani



I must dell'Italian style:

gusto, fashion e creatività

Secondo Lei da che cosa è rappresentata maggiormente la CULTURA ITALIANA?



cinema	16
musica	14
design	12
letteratura	9
teatro	9
scienza	8
tecnologia	4
materie politiche, economiche e legali	4



Il cinema italiano: minimal evocation,

ma i sentimenti battono la mafia

Parliamo in particolare di cinema italiano.

Quando pensa al CINEMA ITALIANO che cosa Le viene in mente? (risposta spontanea)

Nebulosa romanticismo

film romantici, d'amore	8
Antonioni	1
Mastroianni	1
Sophia Loren	3

Film stella

La vita è bella (Benigni)	5
Il postino	2
Tornatore (Nuovo Cinema Paradiso)	1

Italian sounding

Il Padrino, Scarface, ecc.	15
----------------------------	----

Italian Life

Paesaggi	4
Cibo/vino	3
Bellezza dei costumi	1

spaghetti western	4
-------------------	---

Neorealismo e drammatico

De Sica	1
Rossellini	1
Neo-realismo	1

Cinema del Boom

Fellini	4
La dolce vita	4

Stereotipi

Mafia	3
Gangster	3



L'identity ancora fragile, in evoluzione

Quando Lei pensa al cinema italiano a che cosa lo associa?



I film in bianco e nero

19

Attori e attrici famose

16

Attori eccellenti

15

Colonne sonore famose

11

Cinecittà

5



Drammatico, romantico, storico o comico: i generi associati al cinema nostrano

A quali dei seguenti generi cinematografici associa maggiormente il cinema italiano?

44
%
DRAMMATICO

37
%
COMEDIA

22
%
STORICO

20
%
COMICO

avventura/azione	15
guerra	11
di inchiesta	11
western	9
thriller	8
fantasy	5
fantascienza	4
animazione	3
mobster/gangster	1



La mancanza di veri protagonisti:

Fellini, Benigni e poi...

Quali registi italiani conosce? (risposta spontanea)



11
%

FEDERICO
FELLINI



8
%

ROBERTO
BENIGNI



4
%

SERGIO
LEONE



3
%

BERNARDO
BERTOLUCCI

?

63
%

NESSUNO/
NON RICORDA

2%

Roberto Rossellini

Franco Zeffirelli

Michelangelo Antonioni

Pierpaolo Pasolini

1%

Luchino Visconti

Dario Argento

Vittorio De Sica

Giuseppe Tornatore



Gli attori del passato e... poche stelle

Quali attori italiani conosce? (risposta spontanea)



13
%

SOPHIA
LOREN



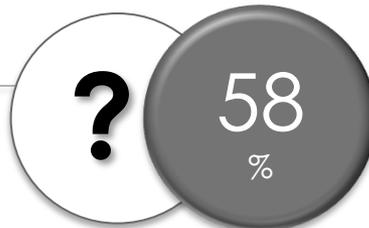
7
%

ROBERTO
BENIGNI



6
%

MARCELLO
MASTROIANNI



NESSUNO/
NON RICORDA

3%

Monica Bellucci

2%

Gina Lollobrigida

Isabella Rossellini

1%

Claudia Cardinale

Asia Argento

Giancarlo Giannini

Rossano Brazzi

Vittorio De Sica

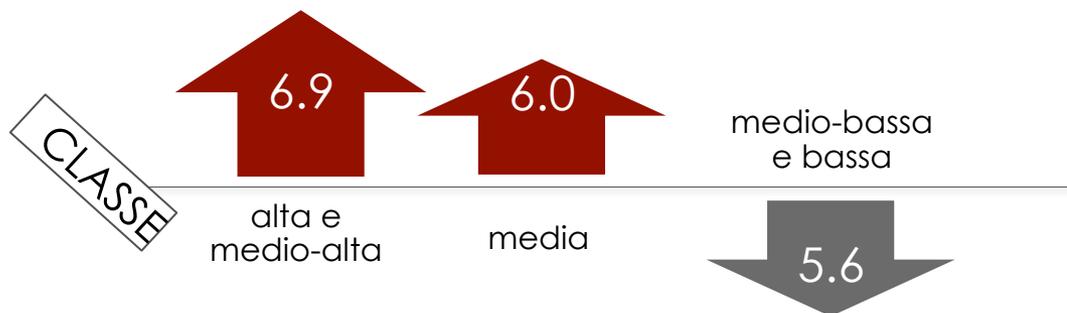
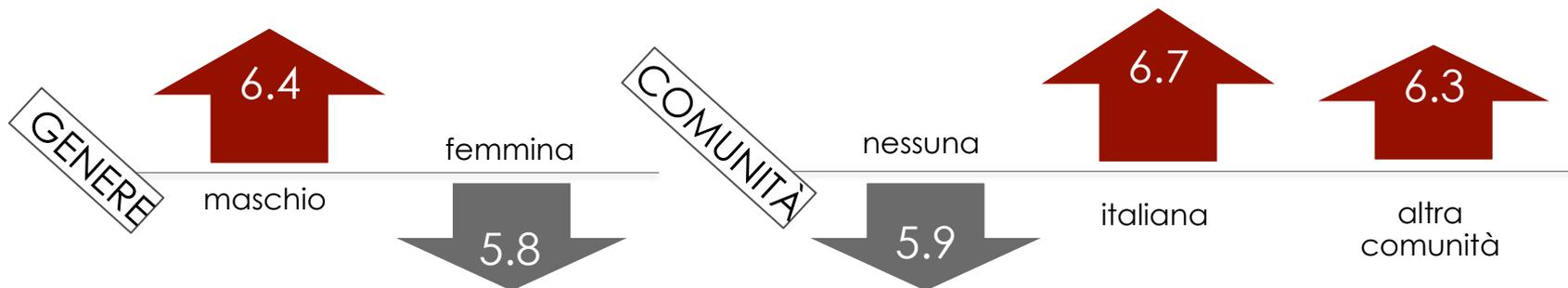
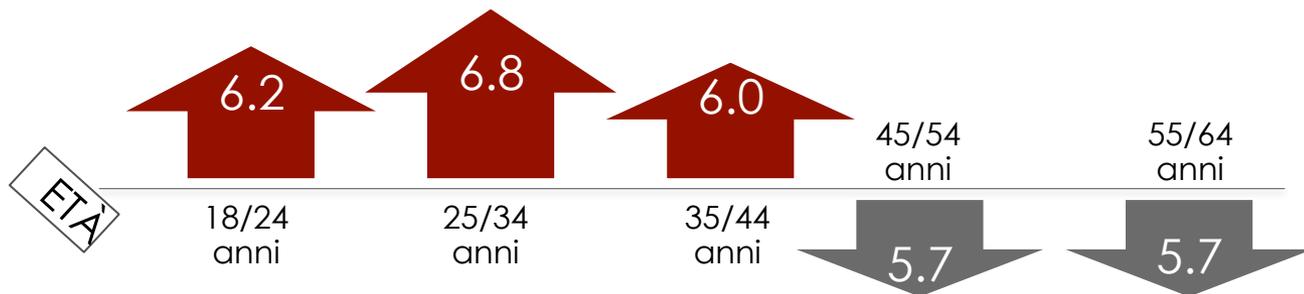
Michele Placido



A chi piace di più il cinema italiano:

giovani, uomini e upper class

In generale, quanto Le piace il cinema ITALIANO?
(Scala 1-10 per ciascun attributo dove 1 è voto minimo e 10 è voto massimo)



Valori medi - Base: 1008



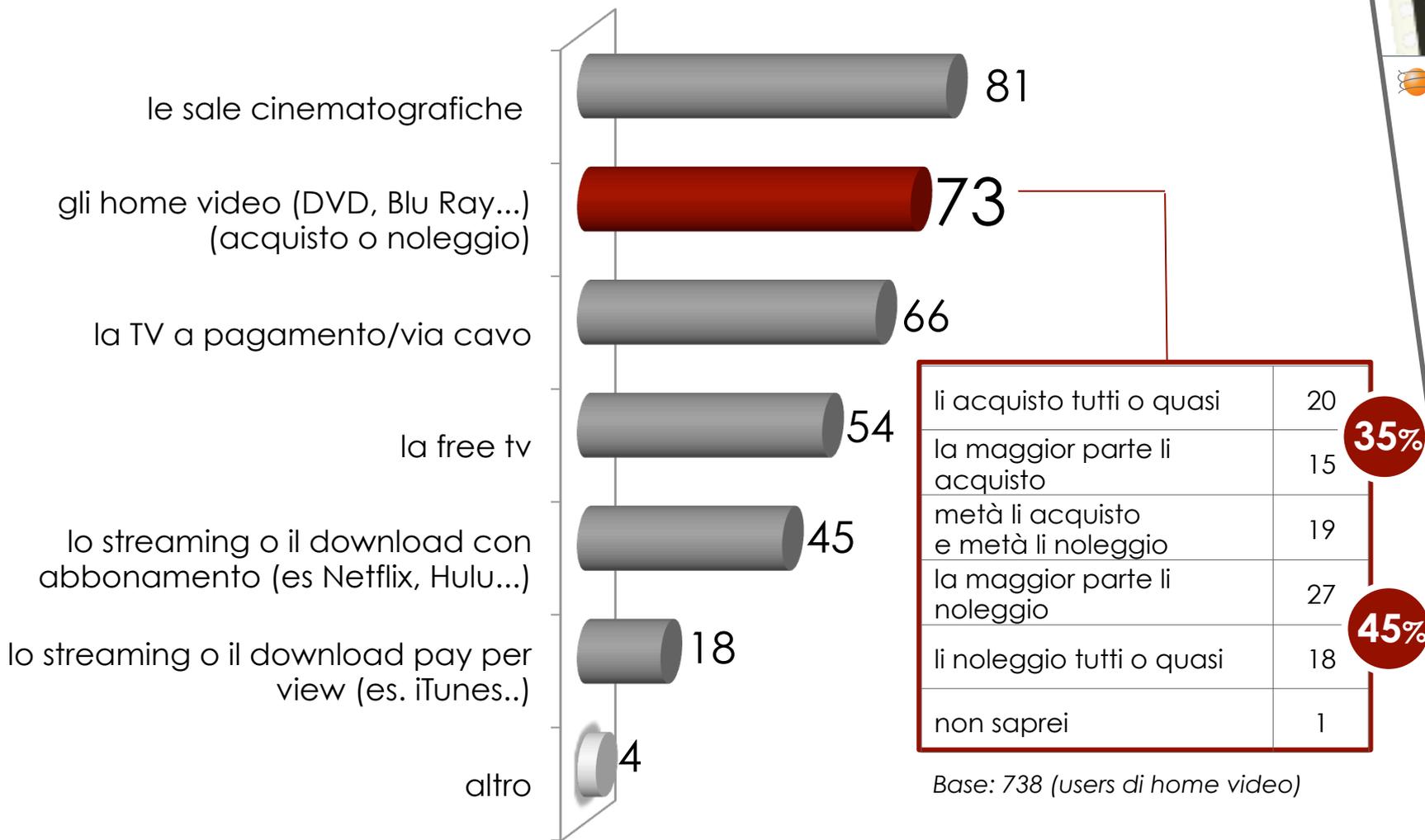


Tendenze di consumo cinematografico negli Usa



La pluri-domanda: sale cinematografiche, home video e tv a pagamento

Per vedere un film lei preferisce..



Base: 738 (users di home video)

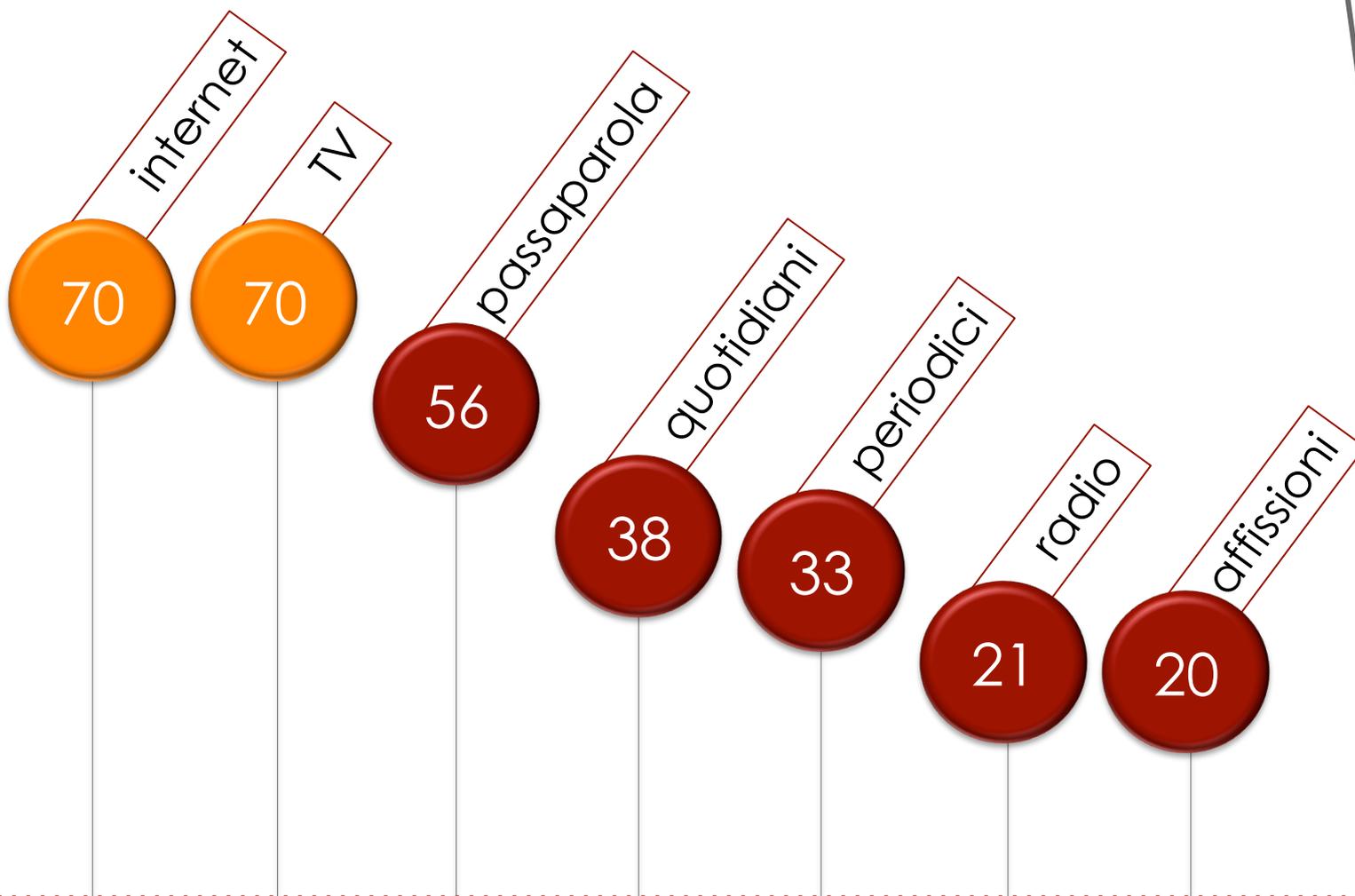
Valori % - Base: 1008 - Possibili più risposte



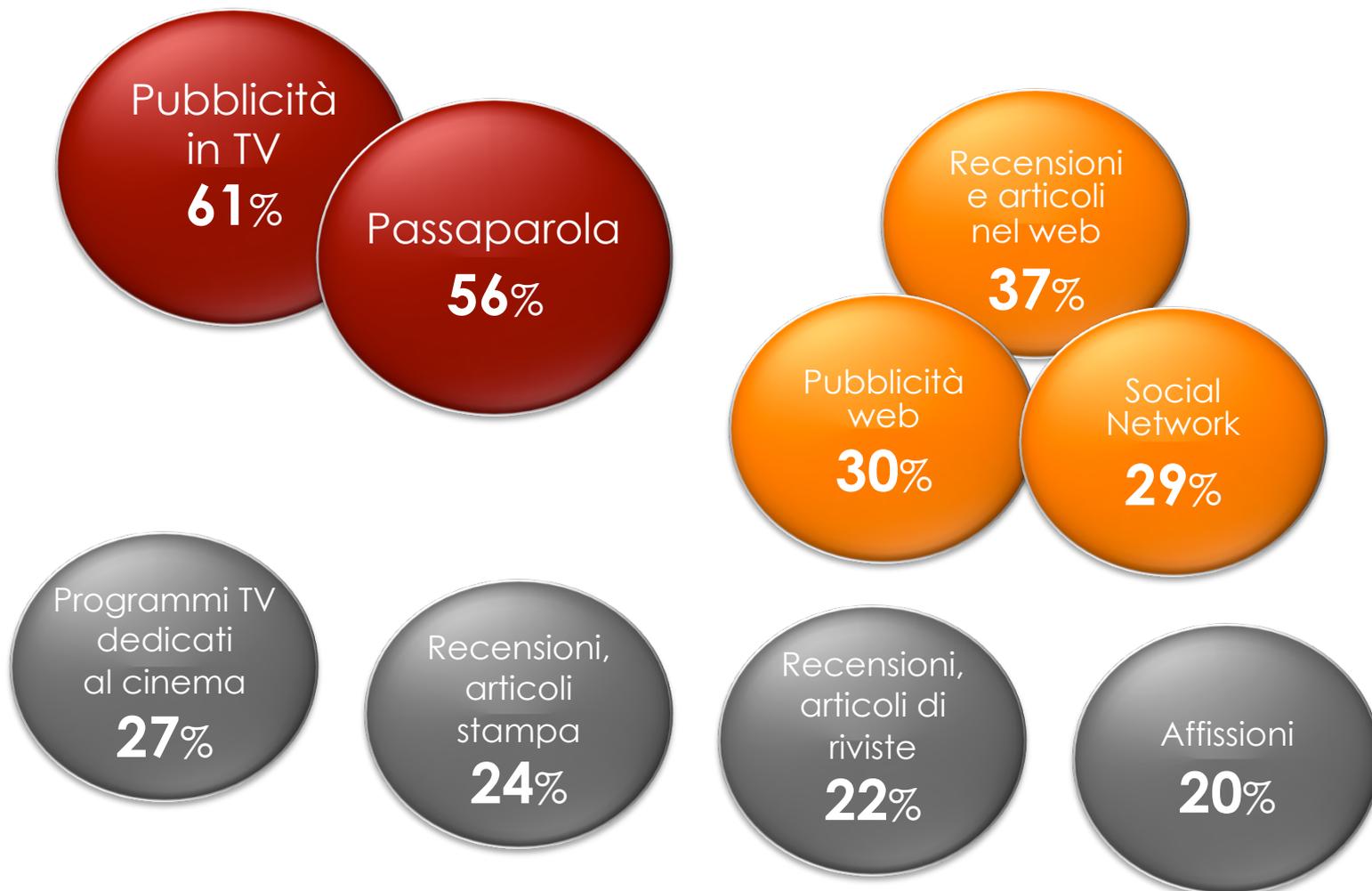
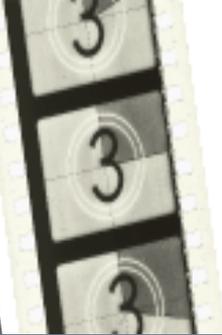
SWG® TUTTI I DIRITTI RISERVATI

Consuetudini informative: rete e tv in primis

Quando sceglie un film da andare a vedere, dove si informa?



La galassia dei fattori che induce la scelta



programmazione dei cinema nei quotidiani	18
pubblicità alla radio	15
pubblicità nei quotidiani	14
recensioni e articoli nei periodici specializzati	11

recensioni e articoli alla radio	11
pubblicità nei periodici specializzati	10
pubblicità nelle riviste periodiche	9
trailer al cinema o su home video	2

Valori % – Base: 817 (soggetti che dichiarano di andare al cinema) - Possibili più risposte

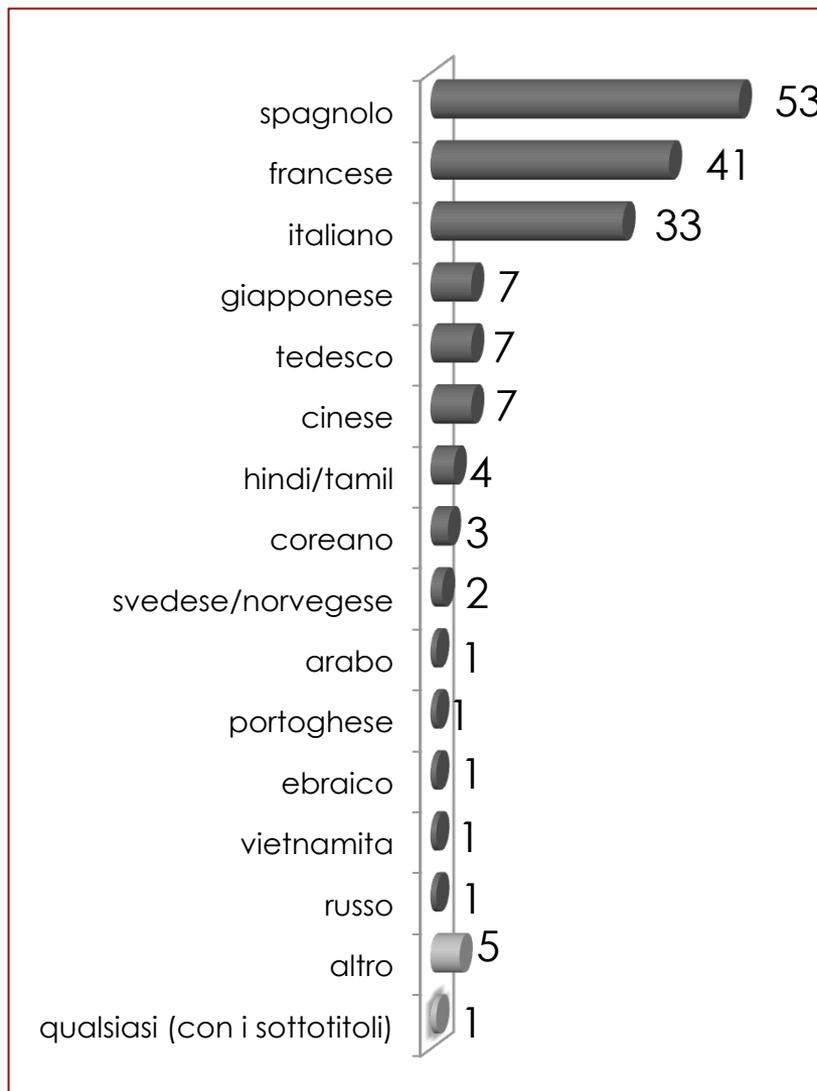
Fruizione di film stranieri in lingua originale

Le capita di guardare film stranieri in lingua originale (con o senza sottotitoli)?

sempre o quasi	26
spesso	13
qualche volta	16
raramente	7
mai	38



Base: 1008

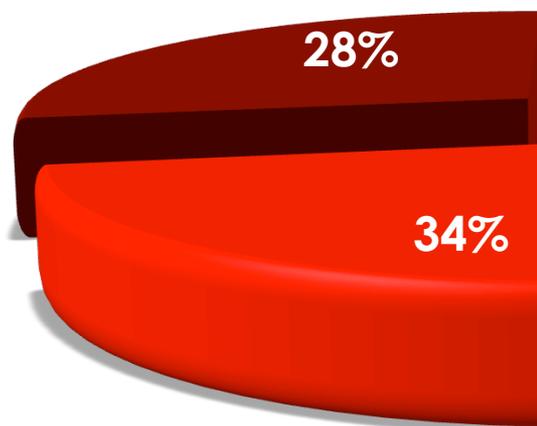


Base: 625 (soggetti che guardano film stranieri in lingua originale) - Possibili più risposte



Il 28% guarda film italiani

**Guarda film italiani
con FREQUENZA MEDIA O ALTA**



28%

34%

Guarda pochi film
o non sceglie in base
alla nazionalità

12%

26%

RIFIUTO

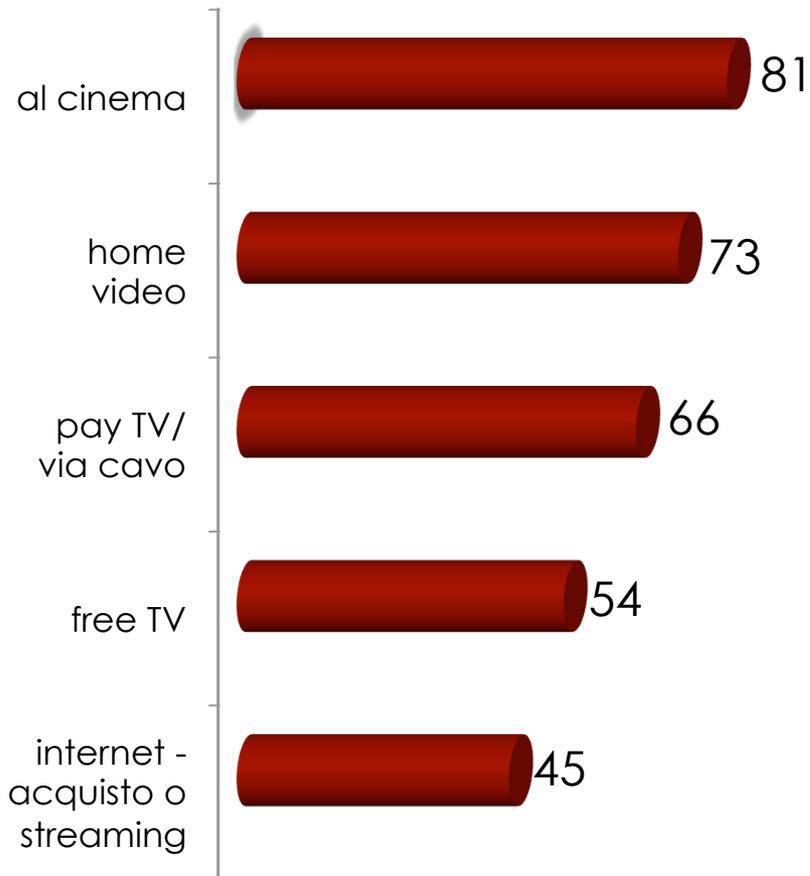
(non gradimento dei film italiani,
dei sottotitoli, preferenza di film USA)

**Mancata o limitata fruizione
per CONTINGENZE ESTERNE**

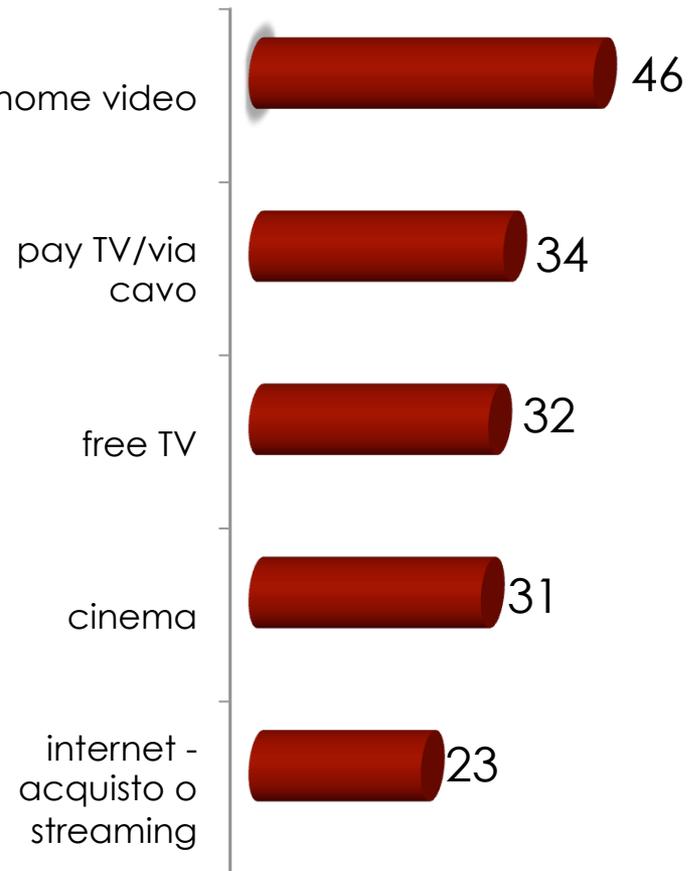
(mancata conoscenza, scarsa reperibilità)



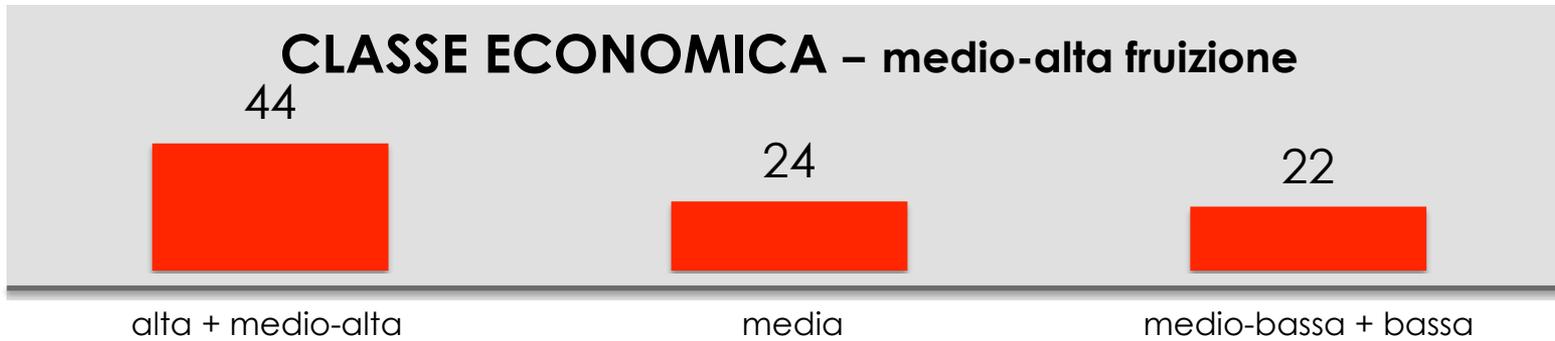
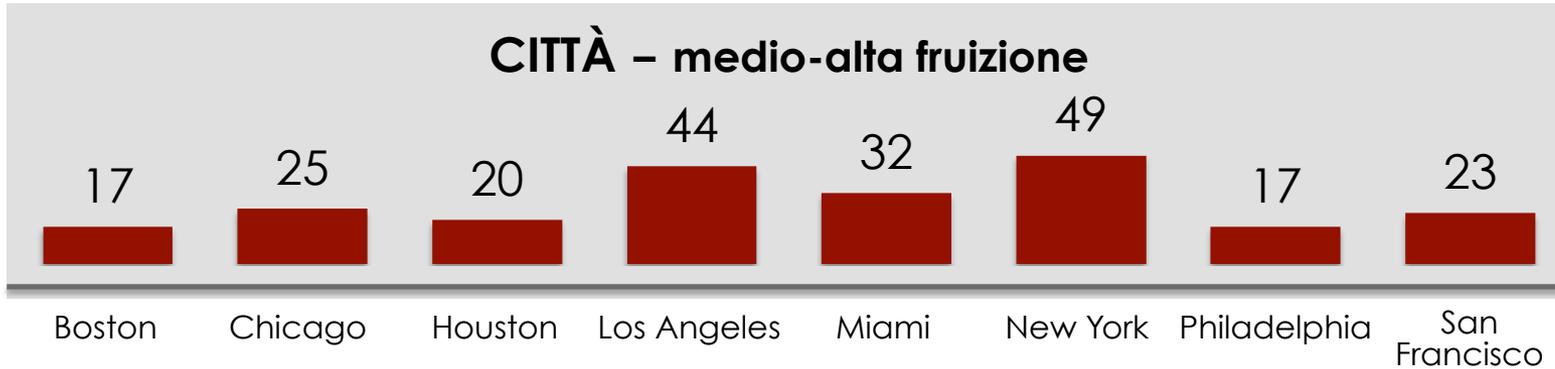
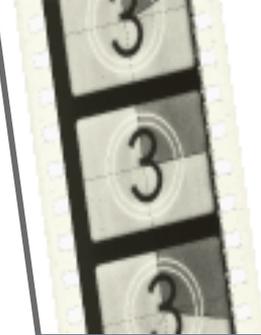
LE ABITUDINI DEGLI AMERICANI



LE SCELTE DI CHI GUARDA I FILM ITALIANI



Chi guarda il cinema italiano: l'upper class, i residenti nelle grandi città e la comunità italiana



SWG® TUTTI I DIRITTI RISERVATI

Perché non scelgo film italiani...

Per quale motivo non guarda I film italiani?



non capisco l'italiano	9
non mi piace leggere i sottotitoli	6
preferisco film americani/ sono i migliori	4
non scelgo i film in base al paese di provenienza	2
nessun motivo particolare/ non guardo molti film	14



SWG® TUTTI I DIRITTI RISERVATI

Spinta al cinema italiano: il classico vince

Se ne avesse l'occasione, con che probabilità guarderebbe...
(scala di propensione)

UN BEST SELLER
ITALIANO

47%

UN VECCHIO
FILM ITALIANO

40%

UN FILM ITALIANO
DI UN GIOVANE
REGISTA

37%



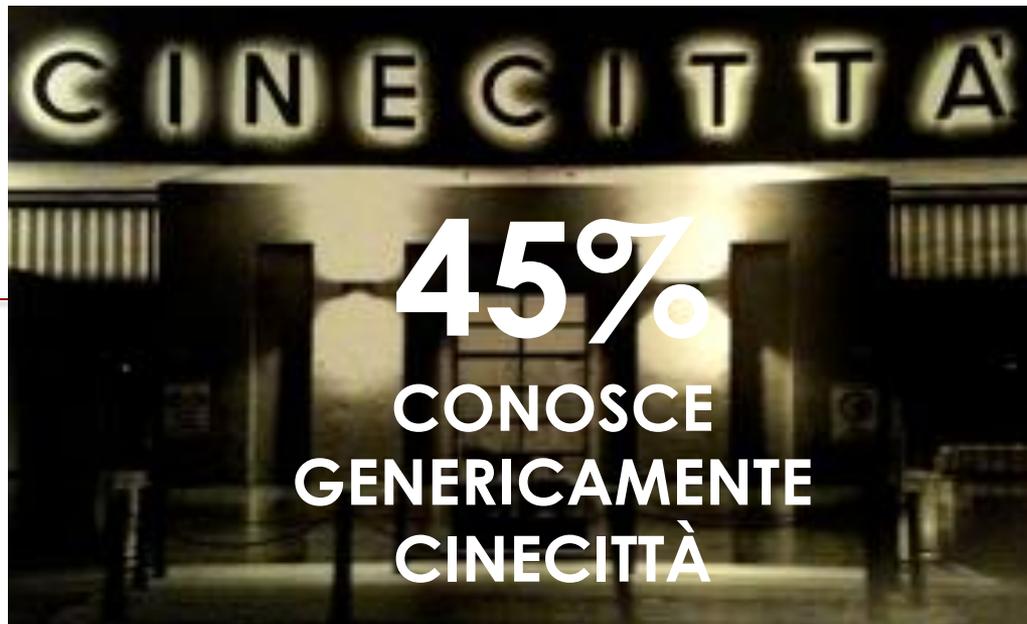


IMMAGINE, POTENZIALITÀ ED EQUITY DEL BRAND CINECITTÀ



Cinecittà: la buona base di partenza

Per quanto ne sa, che cosa è CINECITTÀ?



14%

una casa di produzione cinematografica



11%

un genere cinematografico

un luogo a Roma dove una volta si giravano i film

13%



7%

una zona di Roma

SWG

SWG® TUTTI I DIRITTI RISERVATI

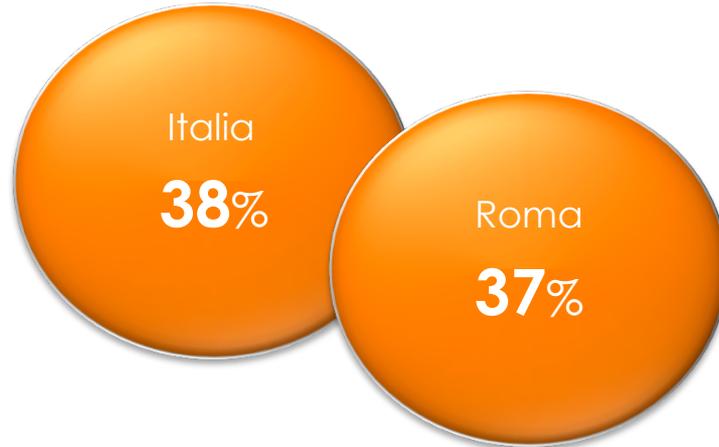
Cinecittà, le galassie di immagine: tra mondanità, stile e grande schermo

A che cosa associa Cinecittà?

IL CINEMA



FATTORE GEOGRAFICO

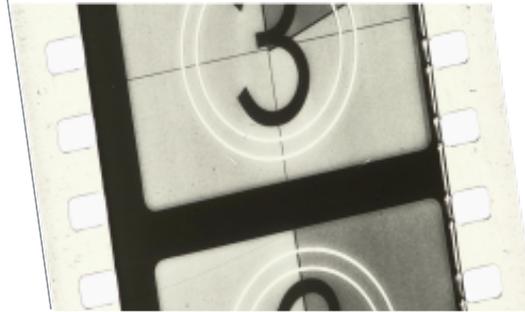


LA DOLCE VITA



STYLE





METODOLOGIA



METODOLOGIA

Indagine esplorativa di natura **quantitativa** di tipo ad hoc con **questionario semi-strutturato** sottoposto ad un campione rappresentativo del target di riferimento.

Le interviste sono state realizzate online con il **metodo CAWI** (Computer Aided Web Interviews).

UNIVERSO

L'universo di riferimento è composto da individui:

- residenti negli USA,
- abitanti in 8 grandi città,
- di età compresa tra 18 e 64 anni,
- laureati o con master post laurea
- fruitori di film per il cinema.

La scelta di circoscrivere in questo modo l'universo di riferimento è motivata dall'intenzione di concentrare l'osservazione su quello che possiamo ipotizzare come il core target di prodotti/interessi correlati al cinema (pensando anche ad un ipotetico mercato di line extension).

CAMPIONE

Il campione contatti è rappresentativo della distribuzione dei 18-64enni in base ai parametri: genere, età.

Le interviste sono state distribuite in modo equo nelle 8 città campione.

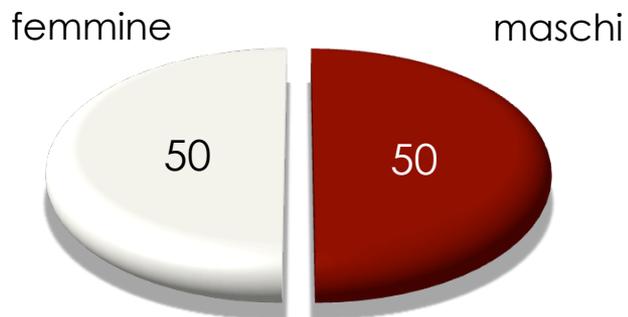
I soggetti eleggibili all'intervista sono stati selezionati in base ad uno screening su:

- livello scolare
- fruizione di film per il cinema

La numerosità campionaria è di **1.008 casi** (standard error pari a $\pm 3,2$).

Le interviste sono state realizzate dal 20 giugno al 1 luglio 2013.

Composizione del campione



Età:	
18-24 anni	12
25-34 anni	28
35-44 anni	25
45-54 anni	19
55-64 anni	16

Livello scolastico:

laurea	74
post laurea	26

Città:

Boston	12
Chicago	13
Houston	12
Los Angeles	13
Miami	12
New York	13
Philadelphia	12
San Francisco	13





www.swg.it | info@swg.it | pec: info@pec.swg.it

Trieste, via S. Francesco 24, 34133 – t +39.040.362525 – f +39.040.635050

Milano, via G. Bugatti 7/A 20144 – t +39.02.43911320 – f +39.040.635050

Enzo Risso

Direttore scientifico di SWG

Docente di sociologia dei processi culturali e comunicativi

enzo.risso@swg.it

SWG s.p.a. ha scelto di certificarsi nel 1999. È stata tra le prime società del settore a farlo, cogliendo quella che sarebbe stata la linea adottata dall'associazione internazionale della categoria. La certificazione UNI EN ISO 9001:2008 ricomprende tutta l'attività di ricerca, anche quella più recente legata al mondo Internet.

La società è membro di due organizzazioni di categoria: ESOMAR e ASSIRM. ESOMAR è l'associazione internazionale della ricerca di mercato e di opinione; svolge un'intensa attività formativa, normativa, regolamentare e rappresentativa della categoria con le istanze pubbliche e private (Unione europea, Stati, associazioni imprenditoriali). ASSIRM è l'omologa associazione italiana; svolge un'intensa attività legata ai problemi e alle necessità delle società di ricerca, con particolare attenzione al tema della qualità. È interlocutore della Pubblica Amministrazione e del mondo delle imprese private per i diversi aspetti dell'espletamento del lavoro di ricerca. SWG fa parte dal 2007 del consiglio direttivo dell'associazione.

SWG fa, inoltre, parte di un network internazionale di società di ricerca indipendenti INTERSEARCH - che non fanno parte di gruppi multinazionali; la partecipazione a questa rete consente uno scambio di esperienze e conoscenze e una possibilità di compiere lavori a carattere internazionale.