



Nella sua atipicità di industria culturale, di industria di prototipi, il cinema è l'unico settore economico che dispone di un monitoraggio istantaneo dei risultati reali del mercato e delle scelte dei consumatori. Ciò grazie ai dati e alle elaborazioni di Cinetel che quotidianamente rilevano e mettono a disposizione degli operatori presenze e incassi di tutti i film programmati in pressochè tutte le sale che li ospitano.

Saldare questo momento conoscitivo con una fotografia dei comportamenti, degli stili di vita degli spettatori nel tempo libero, delle motivazioni delle loro scelte è lo scopo che ha spinto ANEC e UNIDIM ad avviare la ricerca. Indagini consimili ci sono state, a partire dalla "storica" ricerca DOXA del 1977; esse peraltro o sono datate nel tempo o sono state realizzate per fini strettamente aziendali.

Con una ricerca ad ampio spettro si è invece voluto colmare in termini aggiornati e appropriati un gap di conoscenza, assistiti da moderne tecniche di rilevazione ed analisi.

Di questo siamo grati al Dipartimento di Sociologia e Comunicazione dell'Università di Roma "La Sapienza", al prof. Luciano Russi che ha curato il coordinamento scientifico e al gruppo dei suoi assistenti e collaboratori.

Ringraziamo anche il Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e la Direzione Generale Cinema che hanno con convinzione supportato l'iniziativa.

Confidiamo inoltre che l'iniziativa non si esaurisca in se stessa e che possa essere reiterata, per monitorare nel tempo il modificarsi di atteggiamenti e aspettative dei consumatori di cinema, siano essi assidui e fidelizzati che meramente potenziali.

La ricerca conclude una fase dell'impegno di ANEC ed UNIDIM. Grazie alle elaborazioni del Dipartimento di Sociologia e Comunicazione abbiamo ora una fotografia, una diagnosi, ma non una terapia.

Ora sta a noi, alle associazioni e alle imprese di esercizio e di distribuzione leggere e interpretare dati e risultati per farne discendere concreti atteggiamenti operativi, sia a carattere collettivo che di politica gestionale delle singole aziende.

Alla fase della conoscenza fa seguito quindi quella della analisi e della individuazione di comportamenti e strategie.

E' in tale contesto che la ricerca e il lavoro del Dipartimento troverà idonea collocazione e non si esaurirà in una pregevole ma pur sempre astratta proposizione.

*Walter Vacchino*  
Presidente dell'ANEC

*Richard Borg*  
Presidente dell'UNIDIM