



Afīc →

Sala Festival

L'alternativa per il territorio (e il pubblico)

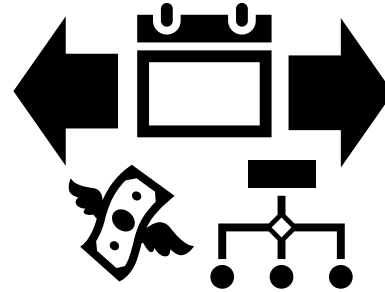
Aggiornamento del modulo di auto-diagnosi dei Festival di cinema, nella nuova prospettiva del rapporto con il territorio

Presentazione

Un disegno di ricerca modulare

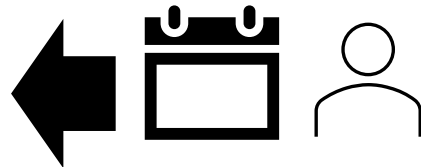
Le interviste ai responsabili dei festival (wave 2025)

Consuntivazione delle manifestazioni concluse e focus su luoghi delle proiezioni e rapporto con il territorio



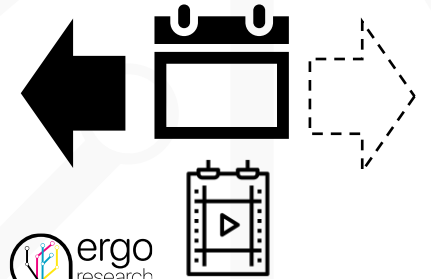
Il pubblico dei festival nello scenario olistico di DigitalTRENDS | Sala e salotto 2024-25

Spettatori che hanno guardato film nell'ambito di festival o manifestazioni dal 2021 al primo semestre 2025



Il sistema dell'offerta veicolata dai festival (2025) + LDA

Mappatura desk dei principali titoli proposti e Topic Modelling (LDA) su sinossi

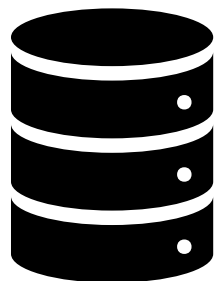


Cinetel oltre Cinetel (grazie a CinExpert) cinetel CinExpert ITALIA 2025

Profilo aggregato di chi, nei rilevamenti settimanali di CinExpert, riferisce di aver visto film in sala nei 7 giorni precedenti nell'ambito del programma di un festival e comunque fuori dalla programmazione commerciale del cinema (feb. '25/ gen. '26)

Un invito rivolto ad oltre 100 festival

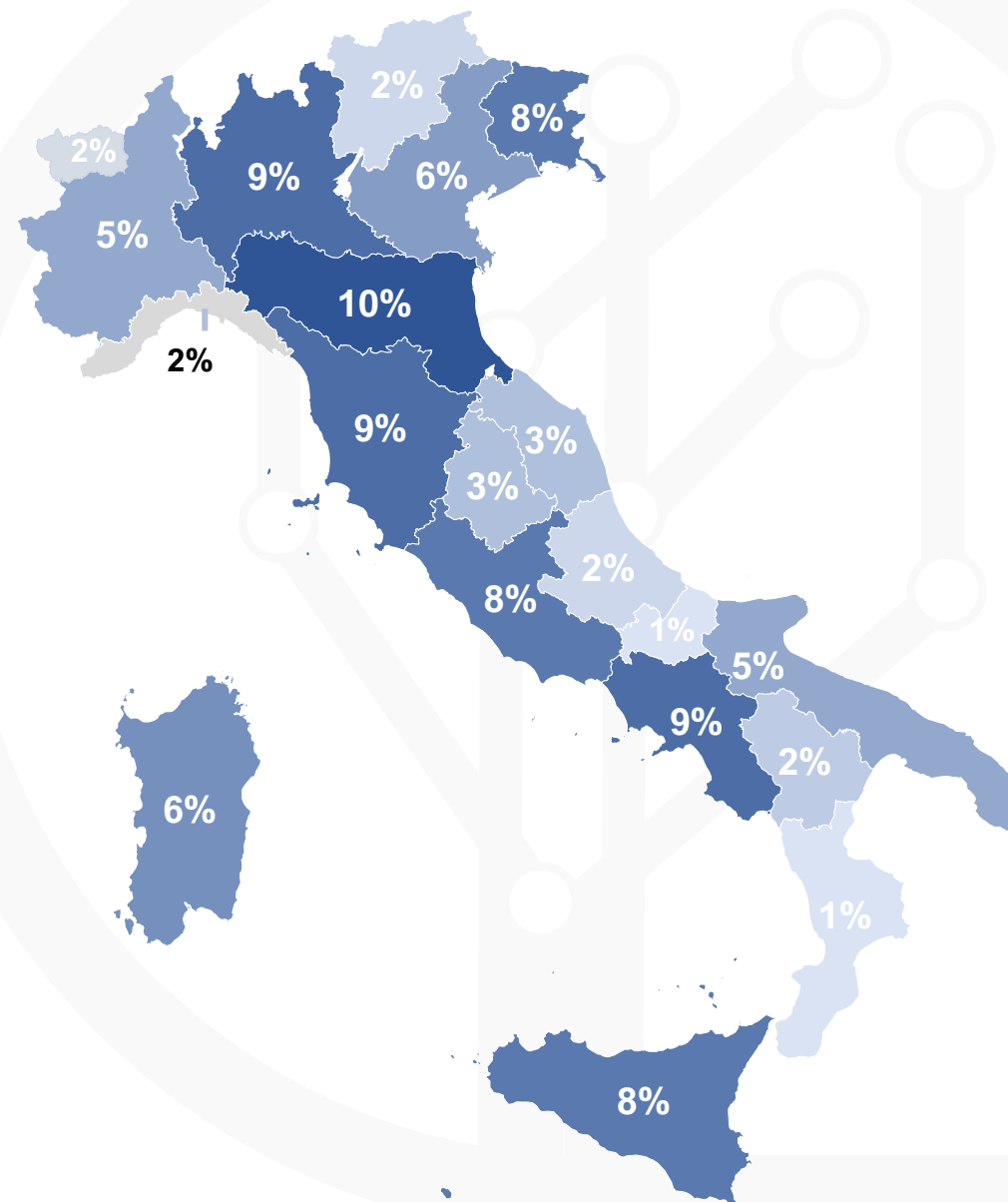
L'invito alla compilazione (online) è stato rivolto a **tutti gli altri associati** e ad alcune altre realtà espressione del mondo dei festival.



115

Afīc → festival

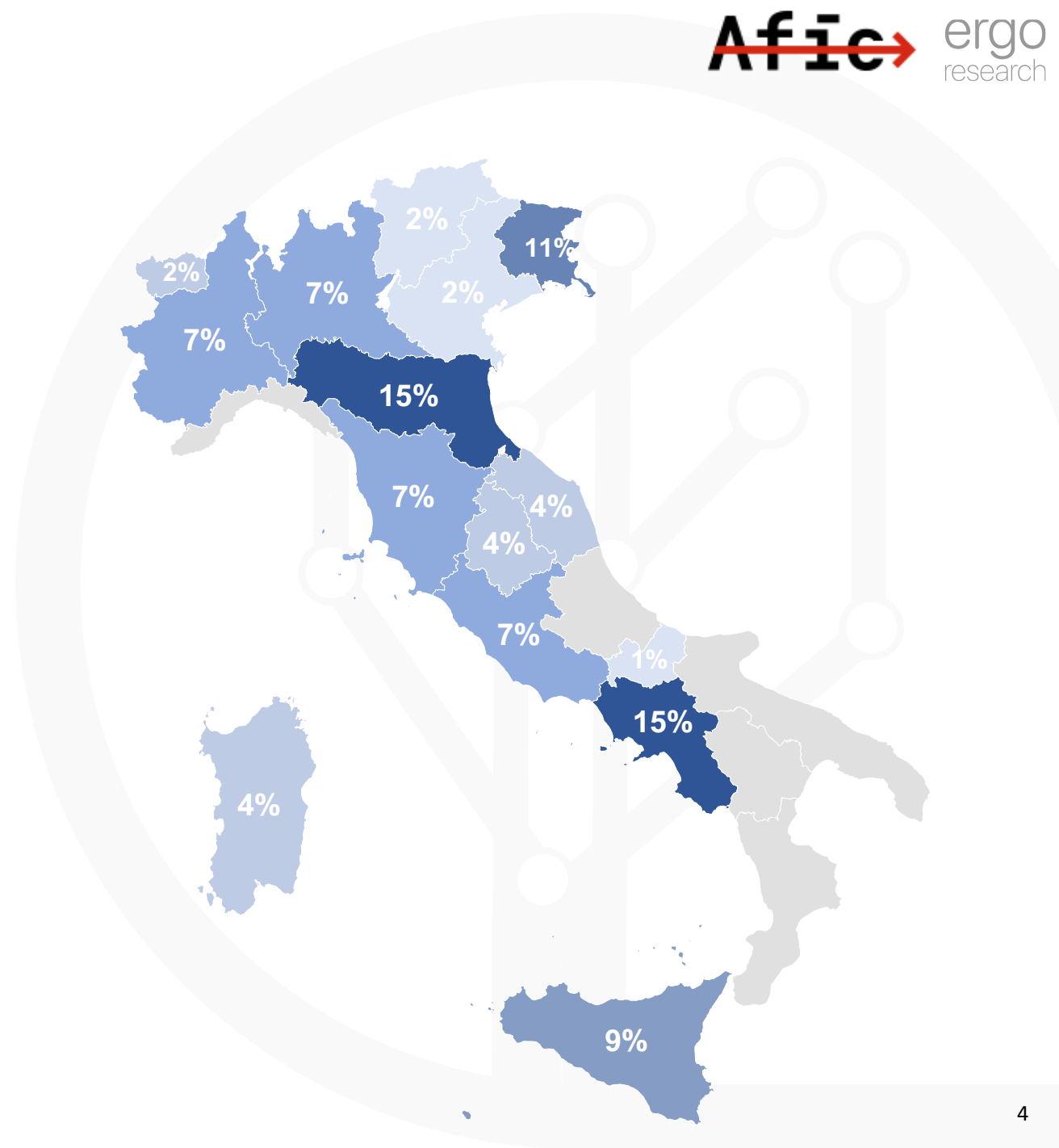
Finestra di rilevamento fra fine ottobre e dicembre 2025



46 festival

(rispondenti unici
su wave | 2025)

*È la **redemption più alta** (su singola wave) dall'avvio dei monitoraggi Afic-Ergo (3 in tutto), comunque influenzata dal periodo di rilevamento, dalla lunghezza del questionario, dalla calendarizzazione del festival consuntivato e dalle implicazioni dell'incertezza dei finanziamenti*



Note:

Base: totale campione (46 festival al 31/12/2025)

Afīc →

Alcune considerazioni

L'evento e l'organizzazione

Il budget e le spese

Le proiezioni in luoghi fisici e non

Il programma

Il pubblico da DigitalTRENDS
a Cinexpert

Conclusioni

Buttare «il cuore oltre il budget» non basta più

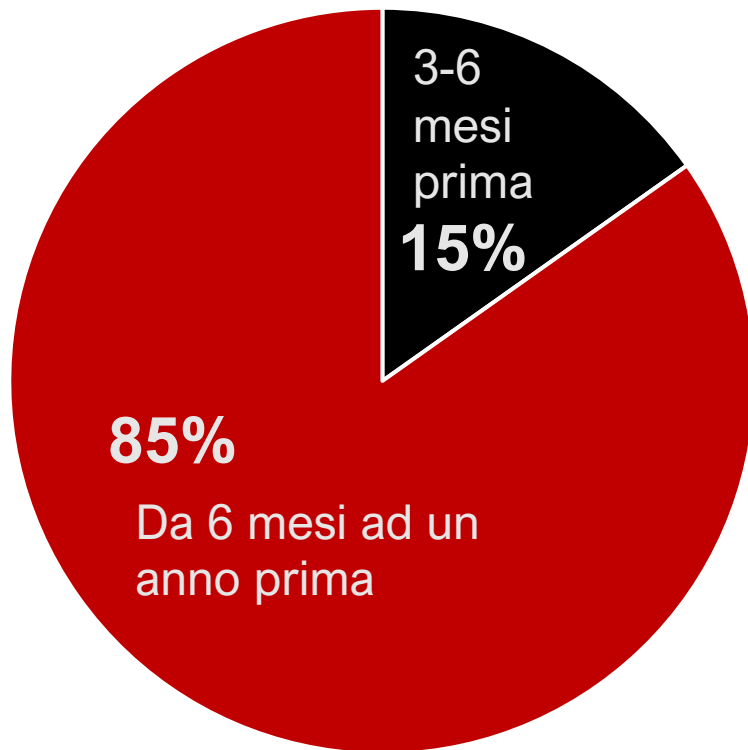
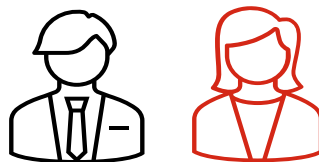
Il campione coinvolto nell'indagine Ergo-Afic ha espresso:

- una **realtà associativa solida**, in grado di coinvolgere gli associati anche in un periodo per molti non «sereno», con tasso di **partecipazione al monitoraggio nell'intorno del 40% (decisamente rara per un'indagine di tipo B2B)**
- un **rito di auto-diagnosi** giunto al terzo appuntamento, cui hanno contribuito le **figure con i più elevati livelli di responsabilità** nell'ambito di **manifestazioni festivaliere longeve** (in media 24 edizioni con cadenza annuale)
- **macchine organizzative che** attivano gruppi di lavoro senza soluzione di continuità fra un'edizione e l'altra, ma che **hanno dovuto ridimensionare il personale a contrattualizzazione diretta e l'apporto dei volontari** (soprattutto prima dell'evento, dove si registra un -12% nel numero medio di persone coinvolte)
- un **budget allocato sull'ultima edizione mediamente pari a 140.000€**, che per la maggioranza degli intervistati è **stabile** e che **vede il dichiarato di crescita superare i casi di flessione**, ma che **nella metà dei casi lamenta voci non coperte o vincolate all'esito dei bandi**
- la sostanziale impossibilità di avere a disposizione le risorse nei tempi auspicati: **oltre uno su quattro (27%) riferisce di ritardi di rilievo su meno del 25% del budget, il 30% segnala ritardi di erogazione per quote comprese fra il 25 ed il 50% del budget mentre oltre il 40% supera questa soglia**
- **per la metà degli intervistati si tratta di ritardi considerevoli: oltre i 6 mesi**
- **la criticità dei tempi ha riguardato in modo crescente il fronte ministeriale**, sia in relazione alla pubblicazione del bando (segnalazioni dall'87% degli intervistati), sia come tempi di erogazione (elemento critico per il 78% degli intervistati contro il 52% del precedente monitoraggio)

Lunga pianificazione, ma il personale scende un po'

D10

D8 e D9



PERSONALE COINVOLTO	PRIMA dell'inizio (numero medio e peso in percentuale)	DURANTE l'evento (numero medio e peso in percentuale)
Con contrattualizzazione personale diretta	3,8 15% ▼	5,1 11% ▼
Come lavoratori autonomi	10,0 41%	18,7 39%
Come volontari	10,8 44% ▼	24,7 48%
TOTALE	24,6 (-12%)*	48,5 (-3%)*

*rispetto al precedente monitoraggio

Una lunga pianificazione dato sostanzialmente stabile

Circa 25 persone coinvolte (in media) in fase organizzativa (in riduzione rispetto all'anno scorso, soprattutto per le contrattualizzazioni dirette. Il numero raddoppia durante l'evento (con calo meno sensibile) si conferma il ruolo determinante dei volontari

Note:

Base: totale campione (46 festival al 31/12/2025)

Le criticità segnalate riportano il focus sull'efficienza della macchina ministeriale fondamentale per il buon funzionamento dei Festival

D13a_b

**Note:**

Base: totale campione (46 festival al 31/12/2025)

Meno giorni, meno personale, meno spettatori... e più gratuità

Il budget inizialmente allocato sull'ultima edizione dei festival coinvolti figura dunque inizialmente stabile o in crescita, per poi scontare incognite sul «se», sul «quanto» e sul «quando» si riuscirà a rientrare:

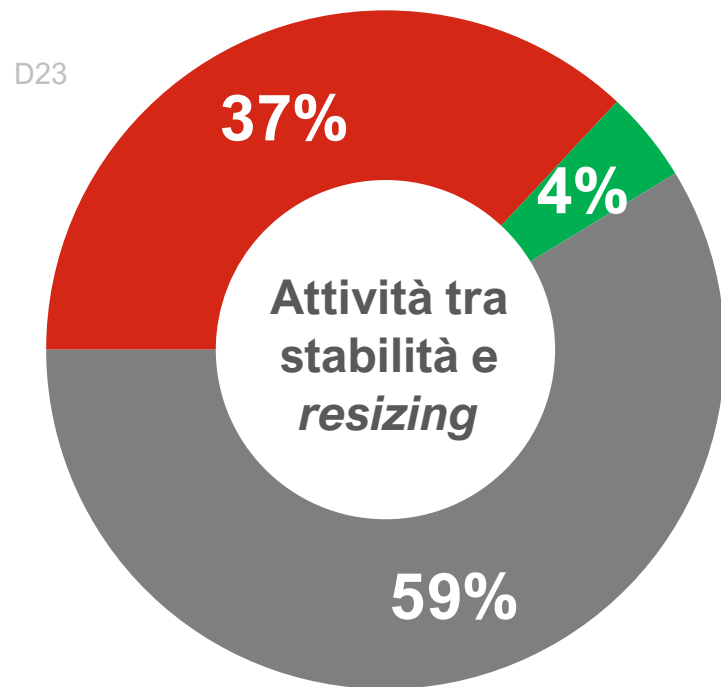
- **il 37% degli intervistati ha finito comunque col «ridimensionare attività per stare nel budget»** (un'esigenza emersa in proporzioni analoghe anche in occasione del precedente monitoraggio)
- la gestione dell'incertezza porta i festival a **ridurre** principalmente **i costi legati al personale coinvolto** (sia in senso assoluto che come retribuzione) e ad agire sulle **giornate complessive** (mediamente **1,4 giorni in meno**) e **sugli ospiti coinvolti** (ma non sulle opere)

Per quanto riguarda gli elementi qualificanti dell'esperienza:

- in lieve **flessione** la quota di festival che propongono la **formula ibrida** (presenza+piattaforma), che **consolida (al 72%) l'area esclusiva dell'esperienza in presenza**
- marcato **trade off fra festival che prevedono forme di pagamento (in calo) e formule con «accesso gratuito a tutti gli spettacoli»** (ora al 57%), sorprendentemente **disgiunta dall'obbligo di registrazione e accredito** (al 9%, con calo di 10 punti percentuali): **una scelta o un vincolo organizzativo?**
- **il numero di proiezioni dal vivo è alto** (in media sono 74) **e stabile**
- **le presenze rilevate/stimate passano da circa 11.000 a meno di 8.000**; un dato medio che si associa in parte al mix tipologico dei festival nel campione e in parte al fatto che molti riferiscono di una diminuzione dei giorni
- per chi continua a prevedere **fruizioni online** dei contenuti **crece il vincolo di registrazione anche per il free** (più facile da gestire su base tecnologica che in presenza), mentre **l'accesso a pagamento è a forfait**

Ritardi ed incertezze portano a ridurre le persone coinvolte nel festival

- Abbiamo dovuto ridimensionare delle attività per stare nel budget
- Siamo stati nelle condizioni di potenziare l'iniziativa
- Sono in linea con quello che avevamo previsto



Entità e tempistiche di erogazione delle risorse spingono i Festival a trovare un equilibrio tra stabilità e il ridimensionamento delle attività (in linea con quanto rilevato nel 2024-2025)



La gestione dell'incertezza e dei ritardi dei finanziamenti porta i festival a ridurre principalmente i costi legati al personale coinvolto (sia in senso assoluto che come retribuzione) e ad agire sulle giornate complessive e sugli ospiti coinvolti.

Note:

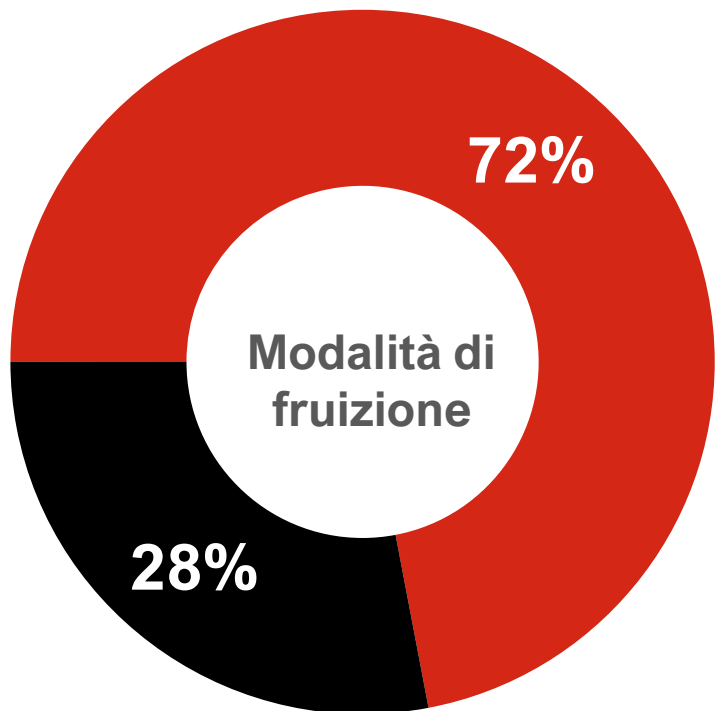
Base: totale campione (46 festival al 31/12/2025)

* Risposta multipla

Risale il «tutto gratis»: scelta o vincolo organizzativo?

D26a

- Solo in presenza
- Modalità ibrida (presenza più piattaforma)



La modalità solo presenza sale al 72% dal 65% dell'anno scorso.

D27



L'accesso gratuito torna ad essere la modalità più diffusa con una crescita di oltre 25 punti percentuali, mentre in parallelo scendono i festival che prevedono il ticket associato ad ogni singola proiezione

Note:

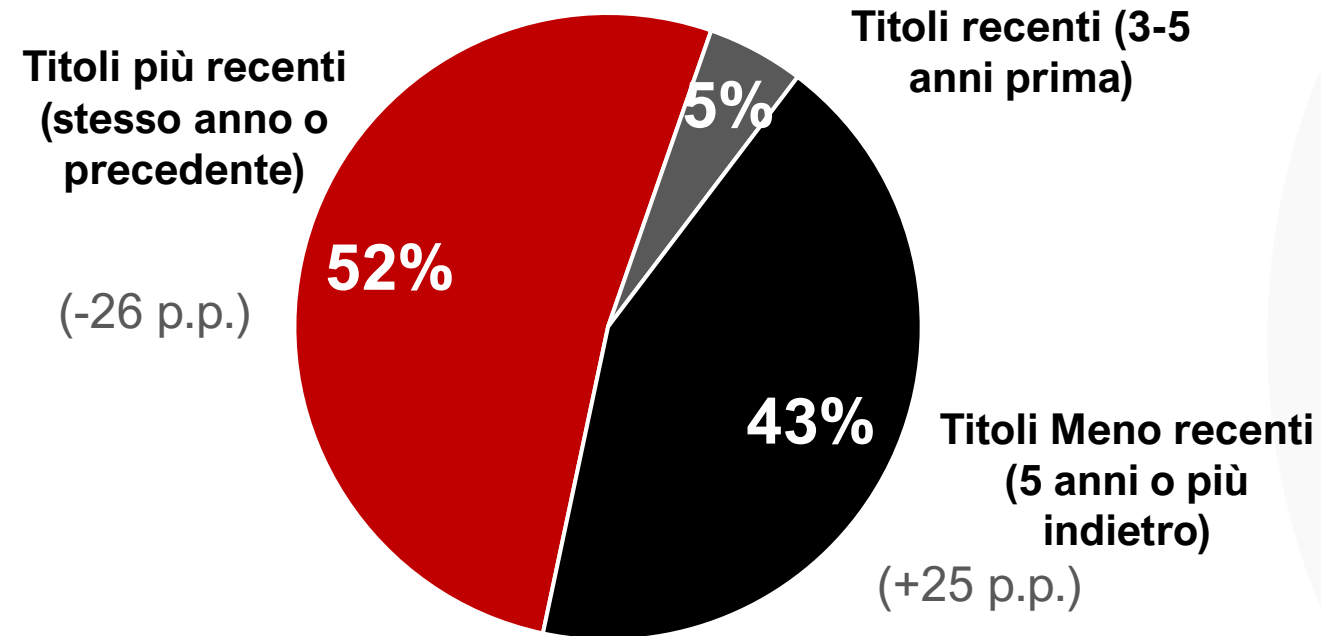
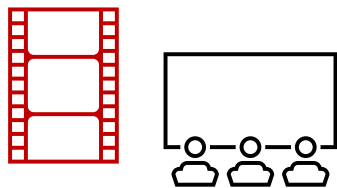
Base: totale campione (46 festival al 31/12/2025)
* Risposta multipla

Meno novità assolute nella programmazione e più eventi

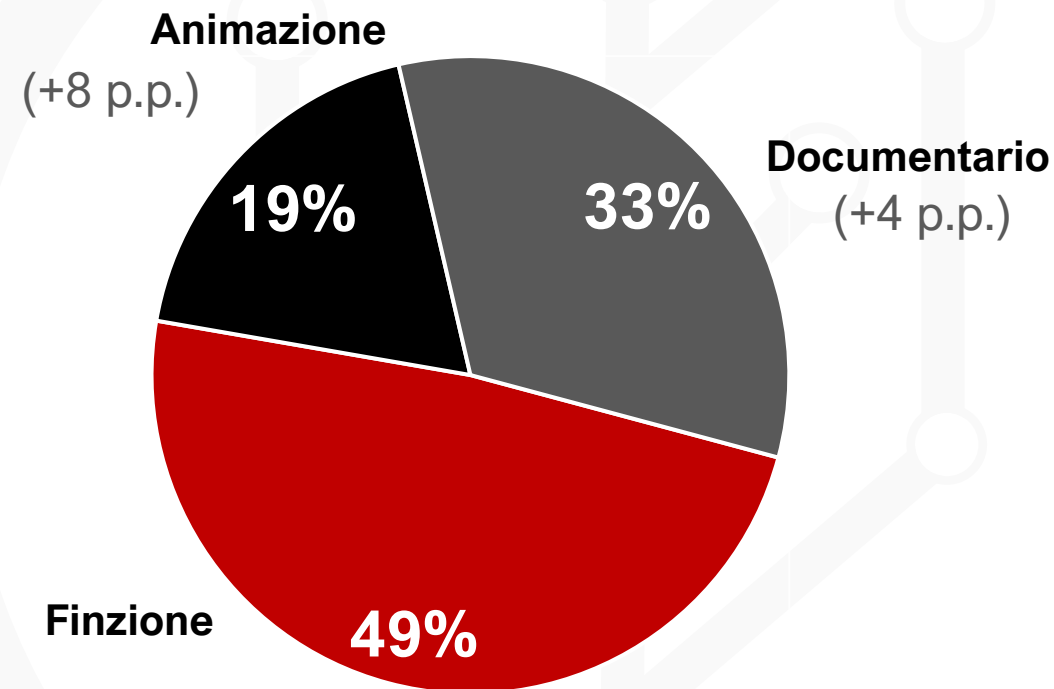
I 24 festival che hanno alimentato la verticalizzazione su contenuti ed eventi proposti, consentono di evidenziare che:

- la **media dei titoli proposti è 66** (lievemente più basso rispetto al campione complessivo)
 - **il 52% dei contenuti è molto recente** (voce in forte flessione rispetto al precedente modulo)
 - **il 43% dei contenuti proposti ha più di 5 anni** (voce in forte crescita)
 - circa il **33% sono documentari**, finzione al 49%, animazione al 19%
- **quasi il 75% ha dato spazio (anche o solo) ai lungometraggi**
- **il 68% indica «normali sale cinematografiche»** fra i luoghi preposti alle proiezioni
- **circa 1/3 degli spazi indicati sono stati appositamente attrezzati, portando «il cinema oltre il cinema»**
- **la media degli eventi è di 32 e cresce del +18%** (ogni 2 contenuti proiettati troviamo un evento)
- **meno convegni e masterclass: gli incontri fra talent e pubblico e le occasioni di intrattenimento** sono le esperienze più ricorrenti all'interno dei festival, sempre **più attenti anche ai target kids, al coinvolgimento laboratoriale e al rapporto con le altre forme di narrazione** (es. presentazione libri)
- **i festival portano il cinema «altrove», in luoghi e spazi poco presidiati dalle modalità distributive ordinarie, ma diventano a loro volta esperienze «estese» ed ibridate**

○ Più retrospettiva e programmazione alternativa alla finzione



Le retrospettive aumentano considerevolmente raggiungendo quasi la metà della programmazione

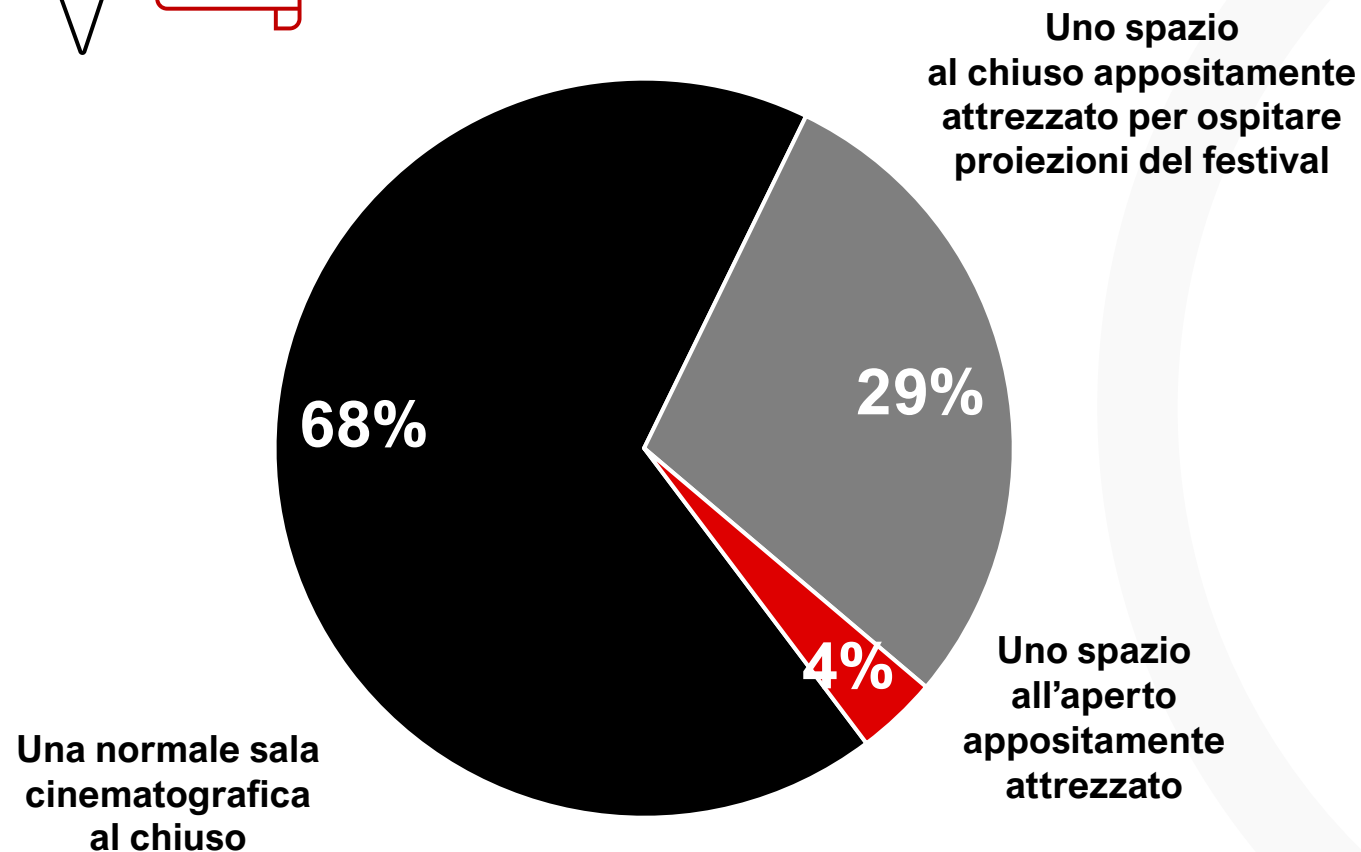
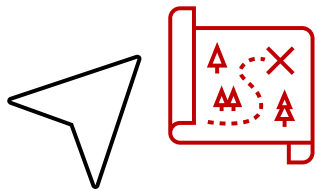


La metà delle proiezioni sono di Finzione, flessione rispetto al 24/25 (erano il 60%) a vantaggio soprattutto dell'animazione

Note:

Base: totale campione (24 festival al 31/12/2025)

Le tipologie dei luoghi dei Festival: il cinema oltre i cinema

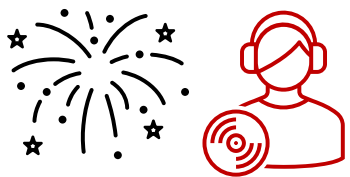


Prevalgono le sale cinematografiche, operative anche al di fuori del festival, ma circa 1/3 degli spazi indicati sono stati appositamente attrezzati

Note:

Base: totale campione (24 festival al 31/12/2025)

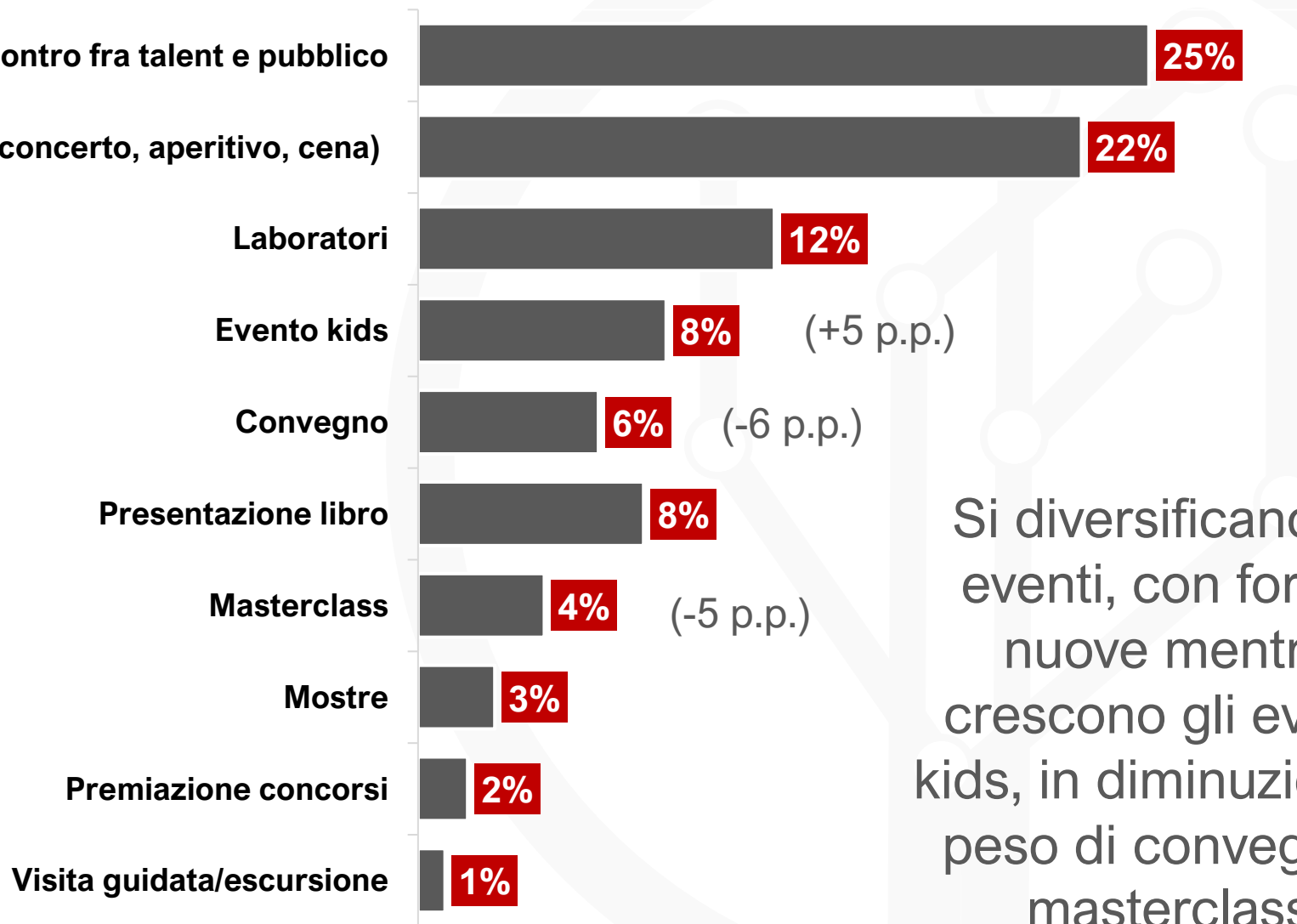
Gli eventi associati ai festival



Incontro fra talent e pubblico
Intrattenimento (concerto, aperitivo, cena)

MEDIA EVENTI
32,4
(+18% sul 24/25)

Il numero medio di eventi segnalati supera i 30 per festival, con un deciso incremento rispetto al 24/25, portando il rapporto contenuti vs eventi a 2,1 vs 1



Si diversificano gli eventi, con forme nuove mentre crescono gli eventi kids, in diminuzione il peso di convegni e masterclass

Note:

Base: totale campione (24 festival al 31/12/2025)

L'offerta festivaliera «oltre i temi del cinema commerciale»

18
rispondenti

Sono 18 i rispondenti che si sono resi disponibili per un approfondimento sulla programmazione dell'ultima edizione del festival, hanno fornito il dettaglio dei **titoli** proposti e una **sinossi** di accompagnamento per ciascuno di essi.

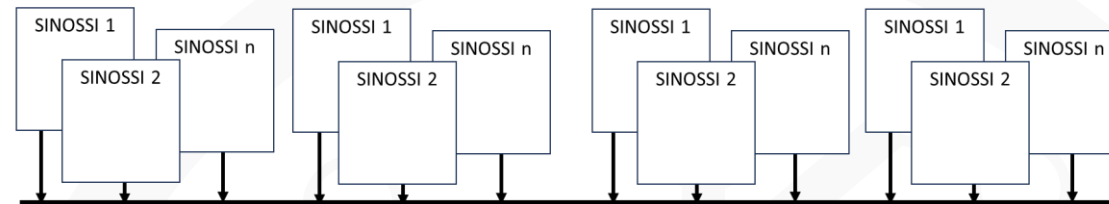
431
sinossi

Ciascuno ha caricato **in media** circa **24 sinossi**, per un totale di 431, con sole 8 duplicazioni e dunque **423 «titoli unici»**, capaci di rendere «unica» l'intera programmazione (che pure vede un 48% di titoli con 3 o più anni ma con duplicazioni minime).

431 ▶ **25,809** ~140k battute
sinossi parole



TOPIC MODELING
(estrazione automatica delle tematiche contenute nelle sinossi)

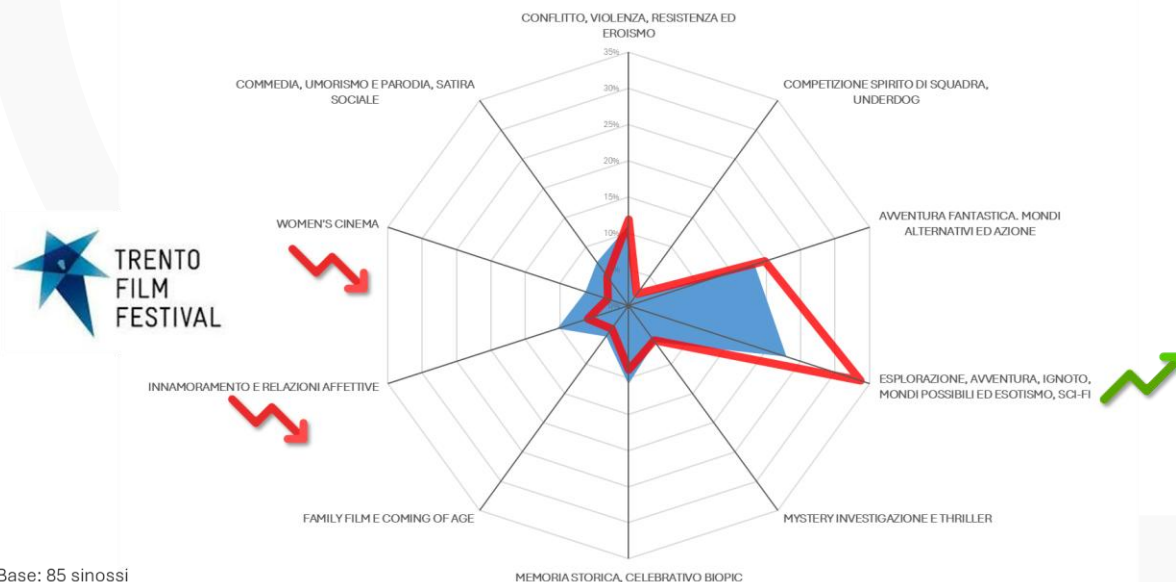


FRAMING
ARCHETIPICO

127 Processo di misurazione delle **affinità semantiche**
micro-archetipi narrativi (idealtipi tematici)

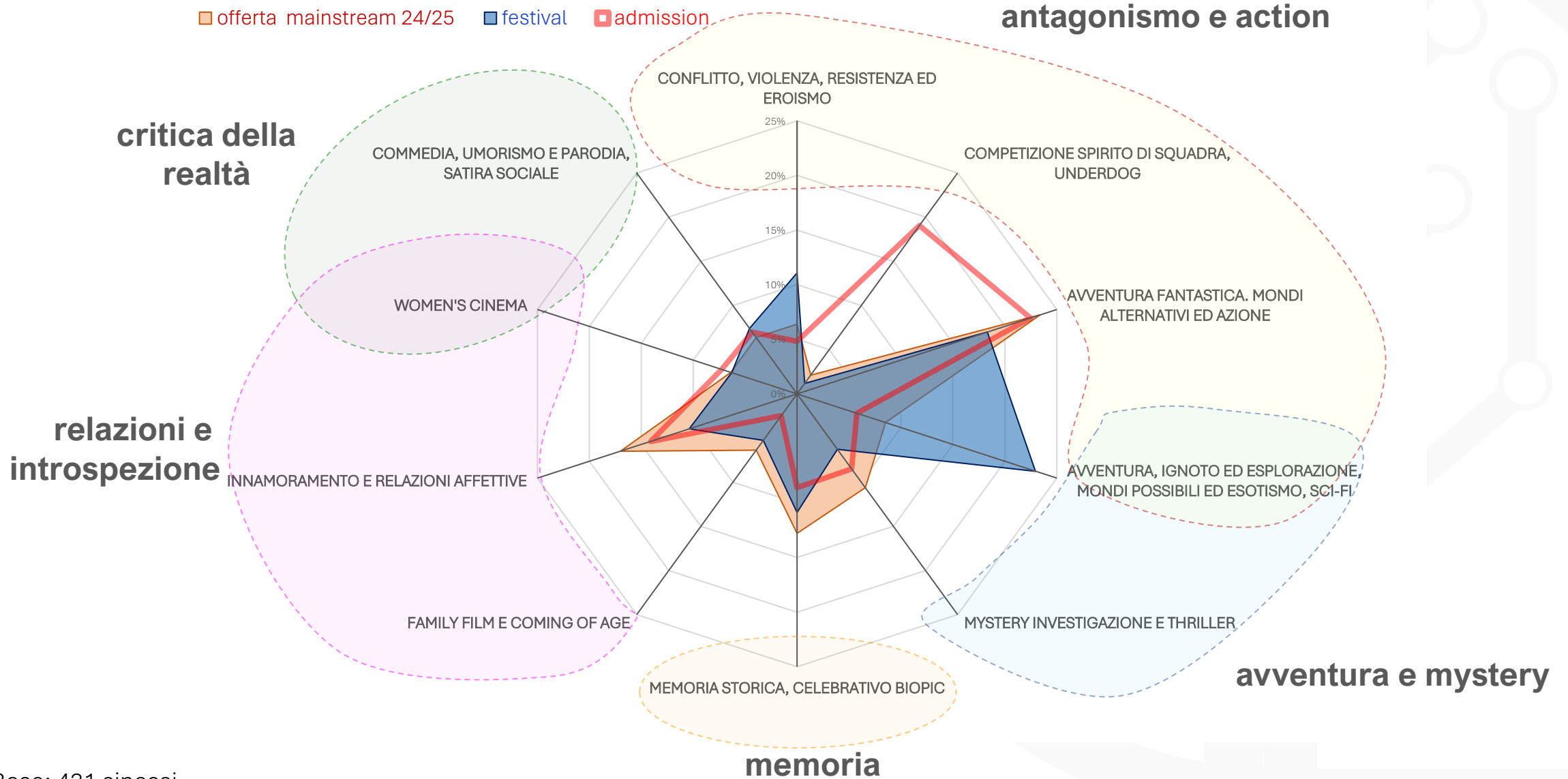
10 archetipi narrativi «latenti» nel sistema dei festival

■ media festival ■ TRENTO FILM FESTIVAL



Base: 85 sinossi

Le 10 tematiche narrative emerse



Pubblico e atti di visione

Nel periodo compreso fra il primo anno post-pandemia (2021) ed il primo semestre del 2025

- in un orizzonte di quasi **5 anni** la ricerca «Sala e salotto» individua **27,6 milioni di italiani** over15 con **esperienze cinematografiche** (legate a qualunque contesto e con frequenze differenti) con
 - **2,5 milioni di italiani 15+ con un pregresso legato a festival/manifestazioni** (almeno una volta)
 - includendo il 2019-2020 (pre-Covid) nel pregresso, il bacino sale a 3,2 milioni

In base a quanto sopra

- **in termini di «teste» (e nel solo post-covid) i festival lavorano su un bacino pari al 9% del totale dei moviegoer**, anche se non tutti vivono esperienze di questo tipo «almeno una volta ogni anno», abbassando così le dimensioni del bacino nell'anno medio

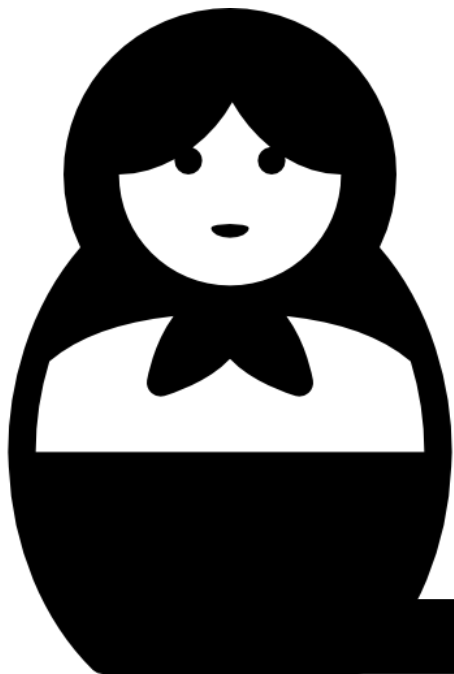
L'aggregato delle interviste realizzate nell'ambito di CinExpert consentono di portare «Cinetel oltre i cinema» stimando:

- **1,84 milioni di atti di visione** (solo lungometraggi) **alimentati dai festival su base annua** (*on top* rispetto al dato Cinetel)

Si tratta di un **volume equivalente al 2,7% dello sbigliettato complessivo Cinetel** (nell'anno mobile che va da gennaio 2025 a febbraio 2026), e, tenuto conto del fatto che il sistema dell'offerta festivaliera è attivo «a macchia di leopardo» per periodi e territori, oltre che del calo nel numero dei giorni, non deve sorprendere il fatto che

- **gli atti di visione dei festival calano del -12,6%** in un periodo in cui l'aggregato Cinetel fa segnare un -2,4%
- **gli under34 alimentano il 57% del consumo festivaliero** (contro il pur elevato 45% che lo stesso segmento esprime nell'aggregato CinExpert complessivo), con i **15-24enni** che **esprimono da soli il 32%**

Bacini festivalieri post-pandemia: the new matrioska



27,6 milioni
di moviegoer 15+
fra 2021 e 2025
(primo semestre)



2,5 milioni
di moviegoer 15+ con
pregresso legato a
festival/manifestazioni*
fra 2021 e 1° sem. 2025



Stima relativa alle «teste» a prescindere dalla frequenza



**Dato rilevato al netto delle rassegne (cui ora si lega una voce specifica, con rispondenti in parziale sovrapposizione)*

Focalizzandosi sul solo post-covid (dal 2021 al primo semestre 2025), il

9%

di chi ma vissuto almeno un'esperienza cinematografica riferisce un pregresso (nel periodo) relativo a festival o manifestazioni, per un equivalente di

2,5 milioni di individui (15+)

Lo scorso anno l'analoga stima calcolata sull'orizzonte 2019 (incluso)-2024 (primo semestre) individuava per i festival un bacino di 3,2 milioni, facendo dunque segnare un **-22% fra pre e post-pandemia**

Il pubblico dei festival nella prospettiva di CinExpert

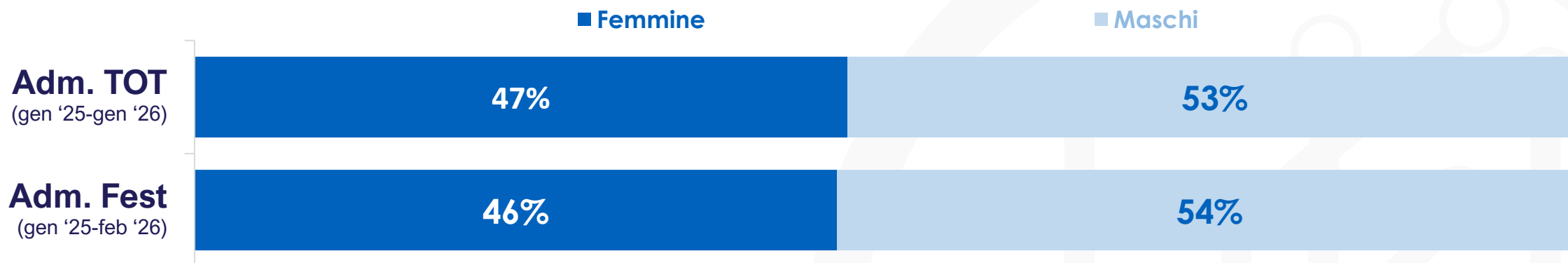
I dati cumulativi delle interviste somministrate in 52 settimane **da gennaio 2025 a febbraio 2026** (circa 30.000 in tutto) consentono di distinguere fra film visti «*nella programmazione del cinema*», film visti «*nell'ambito di una rassegna (ciclo di film) proposta da un cinema*» e film «*inclusi nella programmazione di un festival*». Le prime due voci sono (quasi interamente) consuntivate da **Cinetel**, che per il periodo in questione, rileva **69,3 milioni di admissions**. Parametrando a questo dato i riferimenti alla visione di film «inclusi nella programmazione di un festival» nel cumulativo dei campioni di CinExpert, si ottiene la stima di:

1,841 milioni di admissions* alimentate dai festival

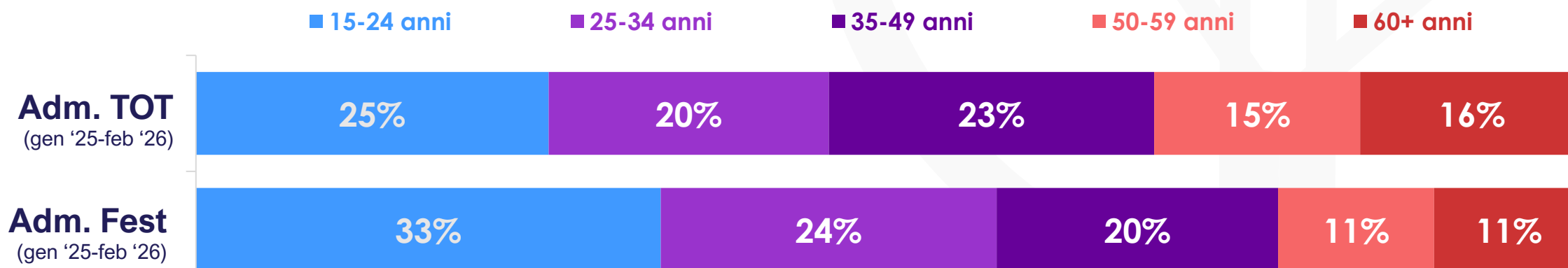
La stima si riferisce agli «**atti di visione**» e, sebbene l'item faccia riferimento a **film proposti «nella programmazione di un festival»**, non è da escludere un **possibile distorsione alimentata da esperienze riconducibili a «manifestazioni cinematografiche»** (es. cinema in piazza gratuito) non classificabili come «festival» ne' come «*rassegna (ciclo di film) proposta da un cinema*» o come «*programmazione di un cinema*». Trattandosi tuttavia di una metrica omogenea, consente di leggere i trend (su anno mobile).

-13% rispetto alla media mobile mar. '24 → feb. '25

Il profilo generale del pubblico dei festival (gennaio '25-febbraio '26)



Nel periodo che va da gennaio '25 a febbraio '26 il bilanciamento fra l'apporto fra componente maschile (lievemente prevalente) rimane simmetrico nel confronto fra l'aggregato del cinema commerciale e quello dei festival. Il 57% degli atti di visione festivalieri è espresso da spettatori under35.

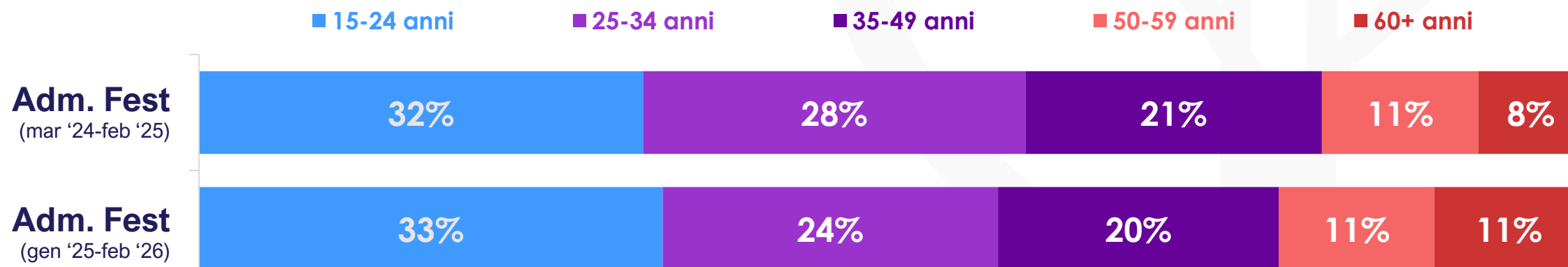


Distribuzioni CinExpert ricalcolate al netto della componente 3-14 anni (non considerata per il pubblico dei Festival)

Trend di composizione del pubblico dei festival ('24/'25 vs '25/'26)



Il confronto fra gli aggregati degli atti di visione festivalieri conferma la leggera prevalenza maschile (in linea con la stima totale del pubblico), mentre cresce la componente over 60. Lieve diminuzione per i 25-34enni, mentre gli under 25 si confermano il target di riferimento.



Distribuzioni CinExpert ricalcolate al netto della componente 3-14 anni (non considerata per il pubblico dei Festival)

Il *resizing* dei festival non stempera il rapporto con i giovani

L'ultimo monitoraggio Afic-Ergo intercetta le realtà festivaliere nella fase finale di un **anno pieno di incertezze**.

Questo non ha stemperato lo **spirito collaborativo degli associati** ed il desiderio di condividere un'**auto-diagnosi** relativa ad **edizioni affrontate con l'intento di non mettere in discussione il budget**.

Le **sorprese** sono arrivate **in itinere**, con **ritardi su quote importanti del budget** (e voci di fatto non coperte).

La conseguenza è un primo **resizing**, che **impatta sul numero delle persone coinvolte** (soprattutto nella fase organizzativa precedente l'evento), **sull'entità delle retribuzioni** e sugli **incentivi per i volontari**.

Cala anche il dichiarato sul **numero medio di giornate di festival** (1,4 giorni in meno).

Le **edizioni** rimangono **dense quanto a contenuti proposti** (ma cala la quota dei titoli recenti) e **crescono gli eventi**, sempre più pensati come **arricchimento dell'esperienza dello spettatore**, in parte con attività **contigue** (come nel caso degli incontri fra talent e pubblico) e in parte **complementari o alternative** (come i momenti conviviali).

E se i festival durano meno, con un volume di contenuti invariato, ed in parallelo crescono le attività collaterali, non sorprende che gli «**atti di visione**» **stimati per le singole edizioni** passino da **circa 11k (in media) a meno di 8k**. **Scende a 1,84 milioni (-13%) anche la stima CinExpert/Cinetel degli atti di visione su base annua** riconducibili ai festival (per la sola componente dei lungometraggi), con un **mix di composizione all'insegna degli under35**.

Questo continua ad avvenire in contesti che sono in prevalenza normali sale cinematografiche, ma **in un terzo dei casi portano «il cinema oltre i cinema» prevedendo un allestimento apposito di altri spazi**.

Che si tratti di un'**esperienza** (sempre più) **all'insegna della gratuità** può essere considerato un **elemento a valore**, ma colpisce il **passo indietro** su quello che costituisce il presupposto dell'*audience development*: la **registrazione con accredito obbligatorio** (verosimilmente a causa di vincoli logistico-organizzativi).

Il pubblico giovane rimane (comunque) saldamente in contatto con l'esperienza festivaliera.

I festival delle incertezze

- **Buttare «il cuore oltre il budget» non basta più**
- **Meno giorni, meno personale, meno spettatori... e più gratuità**
- **La gratuità avvicina (ma solo con l'obbligo di registrazione si resta in contatto)**
- **Meno novità assolute nella programmazione e più eventi**
- **I festival continuano a portare «il cinema oltre i cinema»**
- **L'offerta festivaliera «oltre i temi del cinema commerciale»**
- **Atti di visione sotto la soglia dei 2 milioni/anno (1,84 M)**
- **Il *resizing* dei festival non stempera il rapporto con i giovani**