

Il cinema italiano piace e vince premi, ma fatica ancora a trasformare il prestigio in una forza di sistema

2026-09-09 14:20:57 di Forbes.it

URL:<https://forbes.it/2026/09/09/cinema-italiano-reputazione-premi-pubblico-gap-internazionale/>

Il cinema italiano ha prestigio, talento e un rapporto con il pubblico domestico in miglioramento, ma fatica ancora a trasformare questi elementi in una forza di sistema. È quanto emerge dall'**AI Reputation Index (Airi) di Cogit AI** per *Forbes Italia*, che assegna al settore un punteggio di **69,80 su 100**: appena 0,2 punti sotto la soglia dei 70 che segna l'ingresso nella fascia di «reputazione solida». L'intervallo plausibile dell'indice, compreso tra 65,03 e 74,57, attraversa quella soglia. A sostenere il risultato sono soprattutto tre dimensioni: **prestigio e riconoscimento**, con 78 punti su 100, **relazione con il pubblico italiano**, a 77, e **forza creativa e capitale di talento**, a 74. Più indietro la rilevanza mediatica e culturale (72), la circolazione e attrattività internazionale (66), la capacità industriale (65) e l'adattamento distributivo e l'innovazione (61). Il dato più basso riguarda **fiducia, inclusività e resilienza**, a 52 punti.

Più quota di mercato, ma meno spettatori

Uno dei dati più significativi riguarda il mercato domestico. Nel 2025 il cinema italiano ha raggiunto il **32,7% degli incassi e il 33,3% delle presenze**, contro rispettivamente il 21,22% e il 21,56% del 2019. Una crescita di oltre 11 punti percentuali in sei anni. Il risultato va però letto insieme alla contrazione complessiva delle sale. Nello stesso periodo le presenze totali sono passate da **97,59 a 68,3 milioni**, mentre il box office è sceso da 635,45 a 496,5 milioni di euro. Il cinema nazionale conquista quindi una quota maggiore di un mercato che, in termini assoluti, resta più piccolo rispetto al periodo pre-pandemia. Alla crescita della quota si accompagna inoltre una valutazione qualitativa positiva: secondo la rilevazione ANICA/ERGO citata nel report, due spettatori su tre percepiscono un miglioramento del cinema italiano. Resta però un problema di rappresentazione, con il **56%** dei moviegoer che dichiara di sentirsi poco rappresentato dalle narrazioni.

Il gap tra prestigio e pubblico internazionale

È soprattutto fuori dall'Italia che emerge uno dei principali limiti reputazionali. Il cinema italiano continua a ottenere riconoscimenti nei principali festival internazionali ed è apprezzato da critica, giurie, buyer e coproduttori. Le vendite all'estero sono inoltre cresciute del **123% tra il 2017 e il 2021**. Manca però la prova di una capacità altrettanto forte di raggiungere un pubblico internazionale ampio. I dati CresCine considerati nell'analisi mostrano visualizzazioni relative inferiori per i film italiani nei sei grandi mercati Netflix osservati, mentre non sono disponibili survey omogenee che permettano di misurare la reputazione del cinema italiano presso il pubblico estero. Cogit AI definisce questa distanza **"reputation gap funzionale"**: non un problema di qualità percepita, ma la difficoltà nel convertire il riconoscimento in distribuzione e audience. Non a caso la circolazione internazionale, che vale 66/100, è la dimensione con il maggiore potenziale inespresso dell'indice: **5,1 punti non realizzati sui 15 disponibili**.

Una produzione consistente, ma distante dalla Francia

Sul piano industriale, nel 2024 sono stati **366 i film italiani ammissibili**, di cui 103 coproduzioni, con costi

complessivi di produzione superiori agli 800 milioni di euro. Il tax credit per la sola produzione cinematografica ha raggiunto 247 milioni, mentre l'export è stimato tra 106 e 156 milioni di euro l'anno. Il confronto internazionale mostra però un problema di scala. Nel 2022 gli investimenti nella produzione cinematografica erano pari a **580 milioni di euro in Italia contro 1,182 miliardi in Francia**. Solo il 25% delle opere italiane superava inoltre un budget di 2,5 milioni, contro il 52% di quelle francesi. Tra le altre vulnerabilità individuate dal report ci sono la dipendenza dagli incentivi, il recupero ancora incompleto delle sale, la disponibilità limitata di dati sulle condizioni professionali e sulle piattaforme e il tema dell'inclusività. Nel 2024 la quota di registe è salita al **20%, dal 17% del 2023**, ma resta lontana dalla parità.

Chi costruisce la reputazione del cinema italiano

L'analisi individua anche i professionisti capaci di trasferire il proprio successo alla reputazione dell'intero settore. Su **36 candidature esaminate, soltanto sette superano il test** elaborato da Cogit AI: **Gianfranco Rosi, Alice Rohrwacher, Matteo Garrone, Paolo Sorrentino, Maura Delpero, Paola Cortellesi e Massimo Cantini Parrini**. Sei su sette appartengono alla regia o alla scrittura, segnale di una reputazione ancora concentrata su pochi nomi e ruoli. Tra i casi considerati ci sono *Fuocoammare*, Orso d'Oro alla Berlinale nel 2016; *Lazzaro Felice*, premiato per la sceneggiatura a Cannes nel 2018; *Io Capitano*, Leone d'Argento a Venezia e candidato agli Oscar; *Vermiglio*, Leone d'Argento e vincitore di sette David di Donatello; e *C'è ancora domani*, che ha incassato 32,9 milioni di euro ed è stato distribuito in 18 Paesi. Quest'ultimo rappresenta, secondo l'analisi, il caso in cui il percorso tra opera, pubblico e circolazione internazionale risulta più chiaramente documentato.

La sfida è trasformare il prestigio in sistema

Nel decennio considerato dall'analisi, l'Airi ricostruito è passato da **62 punti nel 2016 a 69,80 nel 2025**, con una flessione a 61 nel 2021 e una risalita a 68 nel 2023. Una crescita progressiva, senza però un vero salto strutturale. Per il periodo 2026-2028, Cogit AI individua tre possibili scenari. Quello positivo passa da maggiore trasparenza del sostegno pubblico, crescita delle coproduzioni e delle vendite internazionali e più titoli capaci di collegare festival, pubblico e piattaforme. Lo scenario base prevede invece una sostanziale stabilità, mentre quello critico sarebbe caratterizzato da instabilità regolatoria, minore capacità distributiva, rallentamento delle sale e scarsa trasparenza dei risultati. Il quadro che emerge è quindi quello di un cinema con un **capitale reputazionale forte ma ancora poco scalabile**: più robusto di quanto suggeriscano le sole presenze in sala, ma meno solido di quanto potrebbero far pensare i premi internazionali. La sfida, secondo l'Airi, è trasformare talento e riconoscimenti in distribuzione, pubblico e reputazione sistemica.