

VerbanoNews

Le news del Lago Maggiore

Il cinema torna a riempire le sale: quasi 55 milioni di spettatori nel 2026. È davvero un boom?

Manuel Sgarella · Saturday, August 22nd, 2026

Nei cinema **quasi 55 milioni di spettatori dall'inizio dell'anno**, oltre 415 milioni di euro di incassi e una **crescita delle presenze di circa il 35% rispetto allo stesso periodo del 2025**. I dati del box office italiano aggiornati al 20 agosto raccontano un 2026 molto diverso dagli ultimi anni. E questa volta, per capire cosa sta succedendo, più degli incassi conviene guardare il numero dei biglietti venduti.

(Fonte dati: Cinetel. Confronti ed elaborazioni sui rapporti Cinetel 2019-2025 e sui dati di box office aggiornati al 20 agosto 2026)

L'incasso, infatti, **risente anche dell'aumento del prezzo medio del biglietto** e del peso crescente delle proiezioni premium. Le presenze dicono invece quante persone hanno effettivamente deciso di uscire di casa e andare al cinema. Ed è qui che il cambiamento diventa interessante.

Nei primi sette mesi del 2026 le sale italiane hanno registrato **48,26 milioni di presenze**: 40,51 milioni tra gennaio e giugno, a cui si aggiungono i 7,74 milioni di luglio. Nello stesso periodo del 2025 gli spettatori erano stati circa 38,5 milioni. Significa una crescita di oltre il **25% in un anno**. Ma il confronto più significativo è quello con il periodo **precedente alla pandemia**. La media gennaio-luglio degli anni 2017, 2018 e 2019 era di circa **51,9 milioni di presenze**. Il 2026 è quindi ancora sotto, ma soltanto del **7%**. Un divario molto diverso da quello che ha caratterizzato quasi tutta la ripresa **post-Covid, quando le sale continuavano a perdere circa un quarto degli spettatori** rispetto al periodo precedente.

L'estate che non esisteva più

È soprattutto quello che sta accadendo nei mesi estivi a suggerire un cambiamento più profondo. A maggio le presenze hanno superato i **7,5 milioni**, il 72,5% in più rispetto al maggio 2025 e, soprattutto, il 2,5% sopra i livelli medi pre-pandemia. Era dal 2019 che un mese non riusciva a superare il periodo precedente al Covid sia negli incassi sia nel numero degli spettatori. Poi è arrivato luglio: **7.743.653 spettatori e oltre 61 milioni di euro di incassi**, il miglior luglio mai registrato dall'inizio delle rilevazioni Cinetel. Le presenze sono cresciute del 77,8% sul 2025 e del 79,3% rispetto al luglio 2019.

E agosto sta andando nella stessa direzione. Entro il 20 del mese erano già state raggiunte **circa 6 milioni di presenze**. Per avere un riferimento, la media dell'intero agosto nel triennio 2017-2019 era di 4,82 milioni di spettatori. Nel 2025 l'intero mese si era fermato a poco più di 3,1 milioni. È

forse questo il dato più interessante. **Per decenni il mercato cinematografico italiano ha sofferto una fortissima stagionalità**, con l'estate considerata quasi un periodo morto. Nel 2026 maggio, luglio e ora agosto stanno dimostrando che il pubblico può andare al cinema anche quando tradizionalmente non lo faceva, a condizione che trovi film abbastanza forti da trasformare l'uscita in sala in un appuntamento.

Odissea, Spider-Man, Zalone: il film deve diventare un evento

A trascinare questa fase sono soprattutto alcuni titoli capaci di superare largamente la normale dimensione del mercato italiano. Al 20 agosto **“Odissea”** ha superato i 50 milioni di euro e i **6 milioni di spettatori**. **“Spider-Man: Brand New Day”** è oltre 4,1 milioni di presenze, mentre **“Il diavolo veste Prada 2”** ha superato quota 4 milioni. A questi si aggiunge il fenomeno di **“Buen Camino”**, uscito a Natale 2025 e arrivato complessivamente a oltre 9,5 milioni di spettatori, più di 5 milioni dei quali conteggiati nel 2026.

Sono film molto diversi tra loro: un kolossal d'autore, un cinecomic, il ritorno di una commedia diventata fenomeno popolare, un sequel legato a un titolo diventato parte dell'immaginario collettivo. Ma hanno qualcosa in comune: **sono percepiti come eventi**. Ed è probabilmente qui che si trova una delle chiavi della trasformazione.

La sala non può più competere con **Netflix, Prime Video, Disney+** e le altre piattaforme semplicemente offrendo la possibilità di vedere un film. Su quel terreno ha perso da tempo il monopolio. **Deve offrire qualcosa che lo streaming domestico non può riprodurre completamente**: lo schermo, il suono, la contemporaneità dell'uscita e soprattutto la sensazione di partecipare insieme ad altri a qualcosa che sta accadendo in quel momento.

Non è ancora un ritorno agli anni d'oro

Parlare di rinascita definitiva sarebbe però prematuro. Prima della pandemia il mercato italiano era già molto più grande di quello degli ultimi anni. Nel 2019 Cinetel registrò **97,7 milioni di presenze**. Nel 2016 erano state oltre **105 milioni**, nel 2011 101 milioni e nel 2010 quasi **110 milioni**.

La contrazione, inoltre, non è cominciata con il Covid. Tra il 2016 e il 2018 le presenze erano già scese da 105,3 a 85,9 milioni, prima di risalire a 97,7 milioni nel 2019. **È quindi troppo semplice attribuire tutto alla pandemia o alle piattaforme**: il mercato era già entrato in una fase di trasformazione, e la crescita dello streaming ha accelerato un cambiamento in corso.

Poi è arrivato il crollo: 28,1 milioni di presenze nel 2020, 24,8 nel 2021 e 44,5 nel 2022. La prima vera ripresa è arrivata nel 2023 con 70,7 milioni di spettatori, ma nei due anni successivi il mercato si è sostanzialmente fermato: 69,7 milioni nel 2024 e **68,36 milioni nel 2025**, ancora il 25,7% sotto la media 2017-2019. Il 2026 interrompe per la prima volta con decisione quella fase di stagnazione.

La sala non sta sconfiggendo le piattaforme, sta imparando a convivere

C'è però un'altra cautela necessaria. Non sono i contenuti alternativi o le nuove formule, da soli, a spiegare questi numeri. Nel 2025 eventi, riedizioni, cortometraggi e altri cosiddetti “contenuti complementari” avevano generato 2,44 milioni di presenze, appena il **3,6% del mercato complessivo**. Anche IMAX e 3D restano quote minoritarie, seppure in crescita. Il motore

principale rimangono dunque i film. La differenza sembra essere **come vengono distribuiti e percepiti**.

L'estate non viene più lasciata vuota. I grandi titoli vengono programmati durante tutto l'anno. Il cinema italiano ha avuto nel primo semestre una quota vicina al 30% del mercato, mentre blockbuster internazionali molto diversi tra loro sono riusciti a creare appuntamenti collettivi capaci di mobilitare milioni di persone. Per questo il 2026 può essere definito un boom, ma con una precisazione: **è un boom rispetto al cinema post-pandemico, non ancora rispetto ai migliori livelli storici della sala italiana**.

La novità più importante potrebbe essere un'altra. Dopo anni passati a chiedersi come riportare il pubblico al modello precedente, **il cinema sembra iniziare a costruirne uno nuovo**. Non prova più a competere con lo streaming sulla quantità di contenuti disponibili, terreno sul quale sarebbe inevitabilmente sconfitto. Prova a rendere alcuni film qualcosa per cui valga ancora la pena uscire di casa.

I dati di un solo anno non bastano per sapere se funzionerà. Ma dopo tre stagioni ferme intorno ai 70 milioni di spettatori, il 2026 è il primo segnale concreto che **l'esperienza collettiva della sala non è necessariamente destinata a ridursi: può trovare un nuovo spazio proprio dentro il mercato dominato dalle piattaforme**.

This entry was posted on Saturday, August 22nd, 2026 at 11:24 am and is filed under [Cinema](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can skip to the end and leave a response. Pinging is currently not allowed.