

CineNotes

appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta • 2 settembre 2016 • nuova serie **2508 (2821)**

I debutti del giovedì: "Io prima di te" meglio di "Jason Bourne"



Il box office del giovedì è all'insegna dei debutti. Ai primi due posti, infatti, due esordi: **Io prima di te** (WB) con 499mila euro in 384 schermi (media copia: 1.300 euro) e **Jason Bourne** (Universal), nuovo capitolo della saga interpretata da Matt Damon, con 211mila euro in 444 schermi (media copia: 476 euro). Al terzo posto **L'era glaciale: In rotta di collisione** (Fox) con 202mila euro (totale: 4,9 M€), davanti a **Suicide Squad** (Warner) con 153mila euro (totale: 10,3 M€), **Paradise**

Beach - Dentro l'incubo (Warner) con 85mila euro (totale: 1,2 M€), ed **Escobar** (Good Films) con 37mila euro (totale: 455mila euro). Debutta al settimo posto **La famiglia Fang** (Adler), diretto da Jason Bateman e da lui interpretato con Nicole Kidman, con 17mila euro in 156 schermi. A chiudere la Top Ten **Il drago invisibile** (Disney) con 16mila euro (totale: 3,1 M€), **Un padre, una figlia** (Bim) con 9mila euro (totale dopo tre giorni di 32mila euro) e **New York Academy** (Eagle) con 7mila euro (totale: 771mila euro). (Cinetel)

"Cinema2day", Franceschini presenta la promozione. Gli interventi dei relatori



È stata presentata ieri a Venezia **Cinema2Day**, un'iniziativa fortemente voluta dal Ministero dei Beni e delle Attività Culturali. E proprio il ministro **Dario Franceschini** era al Lido per presentare la promozione, che consiste nel proporre il biglietto al **cinema a due euro ogni secondo mercoledì del mese da settembre a febbraio**, insieme alle associazioni cinematografiche. Sono stati proiettati a giornalisti e operatori alcuni spot di vari tagli

che saranno da oggi sulle reti Rai, nelle sale cinematografiche, su YouTube e sui social network, realizzati dagli studenti del corso "Pubblicità e Cinema d'impresa" della sede milanese del Centro Sperimentale. Sul sito www.cinema2day.it sarà possibile trovare tutte le informazioni e l'elenco delle sale che aderiscono.

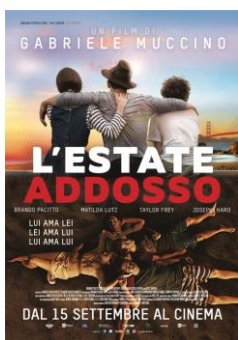
"L'operazione è frutto di una riflessione collegiale" ha spiegato il ministro **Franceschini**. "Da tempo la parte del ministero che si occupa di cinema lavora, in collaborazione con le associazioni, per aumentare la platea di pubblico in sala, in Italia più ristretta che in altri paesi, perché vedere un film al cinema è tutta un'altra storia. Serve un lavoro di squadra, in cui ognuno faccia la propria parte: un lavoro che ha già portato risultati, come la stesura di un disegno di legge approvato dal governo e dalla Commissione Cultura del Senato, e che presto sarà approvato dal Parlamento. Un ddl che offre più risorse al settore, ma non solo, anche per le sale: 120 milioni tra ristrutturazioni e apertura di nuove sale". Per il ministro Cinema2Day sarà un'iniziativa di grande successo: "Siamo partiti da un modello funzionante come i musei gratis la prima domenica di ogni mese, con effetti importanti anche sugli incassi: apprezzare una bella esperienza porta a volerla ripetere. Il cinema è un settore diverso, per questo siamo arrivati all'idea di un mercoledì al mese a due euro. Abbiamo preparato una forte campagna, non solo istituzionale sulle reti Rai ma anche sui new media che i giovani utilizzano, perché uno degli obiettivi è avvicinare i giovani al cinema. Dobbiamo lavorare sull'aumento dei consumi culturali: un altro strumento per questo obiettivo sarà la carta per i 18enni".

Il presidente dei produttori Anica, **Francesca Cima**, ha ringraziato il ministero "per averci sottoposto questa promozione, che grazie al prezzo così ridotto, che coincide con una sola moneta, può davvero rendere familiare l'esperienza cinematografica. È importante che per l'attuale governo il cinema sia un elemento di sviluppo, ma tutto lo sforzo che sta facendo il governo perderebbe senso se il pubblico non aumenta. Il cinema deve diventare un'abitudine: Cinema2Day è una grande occasione che dobbiamo comunicare bene, dai media a tutti quelli che fanno cinema". Il presidente dei distributori **Andrea Occhipinti** ha ricordato "che abbiamo accettato di andare oltre la Festa del cinema che funzionava già bene, a tre euro per quattro giorni due volte l'anno. Questo prezzo dovrebbe davvero incentivare le presenze ma stiamo pensando ad altre iniziative, per esempio in estate. Ci saranno più avanti anche altri spot, più legati al prodotto in sala in quei giorni".

Luigi Cuciniello, presidente Anec, ha rimarcato la volontà dell'associazione di "istituzionalizzare la promozione cinematografica. Oltre alle campagne sul lancio dei film, occorrono campagne istituzionali coordinate sulla fruizione in sala: ringraziamo a questo proposito il ministero, per il sostegno in passato su un'iniziativa CinemaDays che già funzionava, e ora per questa promozione che ha anche il significato di un test. Per anni è mancato un coordinamento: adesso c'è, credo sia questa l'unica strada. Anche per altre operazioni come la card per i 18enni. Certo, molti nostri colleghi si spaventano rispetto a un biglietto a soli due euro, pensando agli investimenti sostenuti nelle proprie strutture: questo prezzo non deve essere una svendita, ma una promozione. Sicuramente il target deve essere raggiungere i giovani; e serve anche l'aiuto di autori e talents». Cuciniello ha concluso con un riferimento alla stagione: «Il mercato sta viaggiando su una buona percentuale di crescita, nonostante i mesi di carestia rappresentati dall'estate».

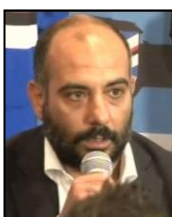
Carlo Bernaschi, presidente Anem, da parte sua ha ringraziato il ministro, "perché non si facevano da 20 anni campagne in tv, e anche per il disegno di legge che è estremamente necessario per permettere alle sale di adeguare le proprie strutture: le imprese sono pronte a investire, ma devono sapere che ci saranno ritorni in futuro. Per questo, dobbiamo tornare a parlare anche con il ministero di come risolvere il problema dell'estate". Infine, per **Nicola Maccanico** (direttore generale di Warner Bros. Italia) Cinema2Day "è la prova che le istituzioni – spesso criticate – possono a volte lavorare bene. L'iniziativa è molto importante e il ruolo del ministero come sintesi è stato decisivo per superare le paure: per ampliare il pubblico serve qualcosa di straordinario. La comunicazione è chiara e comprensibile facilmente. Se tutti sapremo veicolarla bene, anche legandola ai film in uscita, oltre a fare uno sconto al pubblico attuale avremo conquistato altro pubblico".

01 anticipa al mercoledì a 2 euro l'uscita de "L'estate addosso" di Muccino



Dopo la calda accoglienza veneziana (Cinema nel Giardino), **L'estate addosso** di Gabriele Muccino uscirà in sala mercoledì 14 settembre, con un giorno di anticipo rispetto alla data prefissata per aderire all'iniziativa "Cinema2Day". Il regista, i produttori del film Indiana Production Company con Rai Cinema e la distribuzione 01 sono entusiasti di supportare l'iniziativa. "La decisione di spostare l'uscita del film di Gabriele Muccino – dice **Paolo Del Brocco**, amministratore delegato di Rai Cinema – va incontro alla proposta del Ministro Franceschini di ridurre a 2 euro il costo del biglietto di ingresso ogni secondo mercoledì del mese. Grazie alla sensibilità del regista e dei produttori, aderiamo a questa iniziativa convinti che occorra unire le forze per cercare di ampliare il mercato cinematografico. Il film di Muccino ci sembra ideale per incentivare il pubblico, in particolare quello dei ragazzi, ad avvicinarsi ai consumi culturali e ad andare al cinema con maggiore facilità".

Estate e Natale, due facce della stessa medaglia?



Si è svolto stamattina a Venezia l'incontro sul mercato cinematografico, a cura di **Giorgio Ferrero** (vicepresidente vicario ANEC). Ferrero ha invitato alcuni operatori a confrontarsi su novità come la nascita della nuova distribuzione creata da Sky con alcuni produttori e sui nodi del settore. A cominciare dall'estate, **Luigi Lonigro** (01) ha sottolineato i passi avanti fatti: «Ricordiamoci dove eravamo pochi anni fa, da marzo a maggio non uscivano film importanti. Il risultato di *La pazza gioia*, con 6 milioni e mezzo di cui due milioni e mezzo da giugno ad agosto, sdogani definitivamente il mese di maggio. Non servono tanti film italiani, servono pochi ma importanti con un buon passaparola in un periodo in cui il pubblico è più distratto. Ci vuole coraggio a uscire in un periodo ancora basso performante». Per **Carlo Degli Esposti** (Palomar) «ogni film è un esperimento diverso e deve avere una promozione diversa. Se avessi un film forte per l'estate – anche come lancio: deve essere forte per il web – io me la sentirei. Per esempio, i film per teenager possono andare bene anche d'estate. Ma è fondamentale il confronto tra produttore e distributore».

L' esercente **Gianantonio Furlan** (vicepresidente ANEC) ha affermato: «I segnali che il pubblico possa aderire anche d'estate alle nostre proposte ci sono. Credo che anche il ministero debba essere un attore di questa situazione, un credito d'imposta straordinario per chi esce nel periodo maggio-agosto». Ma un altro problema è il Natale: attualmente sono previste quattro commedie italiane, un affollamento visto da tutti come un grande problema, ma apparentemente non risolvibile. E se Lonigro contesta la presenza di major americane sulle commedie italiane, **Mario Gianani** (Wildside) risponde che il film da lui prodotto e distribuito da Warner (*Poveri ma ricchi*) più che un film diretto da Fausto Brizzi è un film di Natale con Christian De Sica, «un attore che esce da sempre in quel periodo». Per Furlan, «estate e Natale sono due facce della stessa medaglia, segno di una mancata programmazione e di una carenza di strategia». Anche

su questo punto è stata richiamata da tutti la collaborazione tra distributori e produttori, per programmare meglio le scelte anche a livello produttivo.

Quanto alla nuova casa di distribuzione, pur nella cautela dei produttori coinvolti (Degli Esposti e Gianani), tutti gli intervenuti hanno sottolineato la positività di novità nella distribuzione e di una maggior concorrenza nel settore, nonché espresso l'auspicio di nuove scelte coraggiose dal punto di vista delle scelte a partire dal posizionamento dei film. Gianani ha ricordato: «Vogliamo lavorare per la continuità del mercato. Quando Medusa si era fermata Rai Cinema ha supplito, ma in futuro cosa succederà? Le cose possono cambiare. Noi vogliamo dipendere dalle incertezze delle scelte, ma mettere in sicurezza questa industria». Nel dialogo tra Giorgio Ferrero e gli operatori, sono intervenuti poi tra gli altri Marco Belardi, Domenico Dinoia, Paolo Protti e Carlo Bernaschi.

Agpci, presentato il nuovo Meeting



Il **Meeting Internazionale del Cinema Indipendente** tornerà l'anno prossimo a **Matera** in occasione della sesta edizione, in programma dal 15 al 19 marzo 2017. Ad annunciarlo ieri alla Mostra del Cinema sono stati **Martha Capello**, presidente dell'Associazione Giovani Produttori Cinematografici e Indipendenti (Agpci), **Domenico Dinoia**, presidente della Federazione Italiana Cinema d'Essai (Fice), e **Giulio**

Dilonardo, presidente Anec Puglia e Basilicata. Protagonisti di questi cinque giorni saranno convegni, attività di formazione e focus sul mercato. Saranno sette i temi affrontati nel corso del Meeting: l'attività pre-business, la distribuzione e Way-to-Market, l'educazione all'immagine e formazione dell'audience, la digitalizzazione, l'internazionalizzazione, la cooperazione nel Mediterraneo e la figura del produttore indipendente. La scorsa edizione del Meeting Internazionale del Cinema Indipendente ha registrato oltre 300 iscritti, 10 anteprime nazionali, due anteprime di grandi classici restaurati e otto anteprime di mercato riservate ai professionisti e alla stampa. Si sono svolti anche incontri one-to-one per oltre 50 progetti del cinema indipendente italiano presentati per la coproduzione, finanziamento e distribuzione a esponenti del settore nazionale e internazionale. <http://www.e-duesse.it/News/Cinema/Agpci-presentato-il-nuovo-Meeting-208257>



Con la Convenzione BNL/ANEC/ACEC puoi cedere il credito d'imposta digitale e rendere subito liquido il tuo contributo



Scopri le tariffe e i servizi esclusivi della Convenzione Enel Energia /ANEC riservati alle sale associate: energia elettrica, gas naturale, efficienza energetica. Info: Sezioni territoriali ANEC & Ufficio Cinema ANEC Nazionale

Voi emozionateli. Noi vi assicuriamo

Con la polizza "All Risk" dedicata agli Esercenti cinematografici



www.anecweb.it

Gli esercenti ANEC possono richiedere la password di accesso alle informazioni professionali riservate del sito, scrivendo all'indirizzo di posta: ufficiocinema@agisweb.it

CineNotes – Appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta – stampato in proprio – Editore Spettacolo Service s.r.l. – Via di Villa Patrizi 10 – 00161 Roma – tel. +39 06 884731 fax +39 06 4404255 - Registrazione Tribunale di Roma n. 510 e n. 511 del 19.11.2001 – Direttore responsabile: Mario Mazzetti. Collabora: Gabriele Spila. E mail: cinenotesweb@gmail.com

→ *Le notizie possono essere liberamente riprodotte citando la fonte e citando, quando evidenziata, la fonte originaria. Riservato ai soci Agis.* Per essere inseriti o cancellati dalla lista di spedizione inviare una e mail a cinenotesweb@gmail.com - Le foto presenti sono state in larga parte prese da Internet, e quindi valutate di pubblico dominio. Per chiedere la rimozione di foto o contenuti scrivere alla redazione. **La Direzione si riserva l'accettazione e la collocazione delle inserzioni pubblicitarie.**