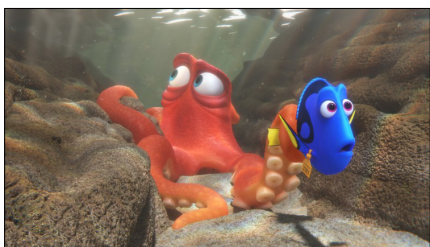


CineNotes

appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta • 19 settembre 2016 • nuova serie **2515 (2828)**

BOX OFFICE ITALIA – Dory risolve il mercato di settembre



Nel **weekend italiano 15-18 settembre** del campione **Cinetel** spicca l'uscita di **Alla ricerca di Dory** (Walt Disney), che in 4 giorni incassa 5,5 milioni di euro in 800 schermi (media: 6.957 euro), distanziando il secondo posto del debuttante **Trafficanti** (Warner), che incassa 879mila euro in 264 schermi (media: 3.331 euro). Scende in terza posizione **lo prima di te** (Warner), 836mila euro per un totale al terzo weekend di 6,1 M€. Altro debutto in quarta posizione, **L'estate addosso** di Gabriele Muccino (01), 757mila euro in 413 schermi (media: 1.833 euro, incasso totale 909mila euro incluso il mercoledì). Scende al quinto posto **Independence day: Rigenerazione** (Fox), 649mila euro e un complessivo di 2,1 M€.

Debutta in sesta posizione l'evento Lucky Red **The Beatles: Eight days a week – The Touring years**, con un incasso di 582mila euro in 227 schermi (media: 2.566 euro). Settimo **L'era glaciale: In rotta di collisione** (Fox), 485mila euro e un totale di 8,3 M€. Ottavo **Jason Bourne** (Universal) con 267mila euro (in totale 2,5 M€), nono **Man in the dark** (WB), 239mila euro (in totale 955mila), decimo **Fuck you, prof! 2** che debutta con 150mila euro in 136 schermi (media: 1.103 euro).

Altri debutti: **Questi giorni** di Giuseppe Piccioni (Bim) è 12° con 123mila euro in 104 schermi (media: 1.188 euro), **Demolition** (Good Films) 14° con 78mila euro in 83 schermi (media: 946 euro).

L'incasso complessivo del weekend è 11,2 milioni di euro, **+87%** rispetto al precedente e **+9,94%** rispetto al weekend 2015, che vedeva debuttare *Inside out* con 5,8 milioni. (Cinetel)

Il punto

Il mese Nel periodo **1-18 settembre 2016** si sono incassati nel campione Cinetel **29,7 milioni di euro**, ovvero **-19,18%** rispetto all'analogo periodo 2015, **+9,01%** rispetto al 2014. Si sono venduti **4,9 milioni di biglietti**, **-13,02%** rispetto al 2015, **+13,86%** rispetto al 2014.

L'anno Nel periodo **1 gennaio-18 settembre 2016** si sono incassati nel campione Cinetel **457,8 milioni di euro**, **+9,88%** rispetto all'analogo periodo 2015, **+21,92%** rispetto al 2014. Si sono venduti **71,9 milioni di biglietti**, **+11,13%** rispetto al 2015, **+18,94%** rispetto al 2014. Lo scorso fine settimana, il saldo era rispettivamente **+10,06%** e **+10,71%**.

Le quote di mercato Il **cinema Usa** nel 2016 ha una quota di mercato del **55,12%** degli incassi con il 29,88% dei film distribuiti. Il **cinema italiano** è al **32,02%** con il 31,04% dei film. Seguono **Gran Bretagna** (4,66%), **Francia** (1,65%) e **Spagna** (1,26%). Un anno fa, gli Usa erano al 62,96%, l'Italia al 18,50%.

La distribuzione Nel periodo **1 gennaio-18 settembre 2016** è sempre al comando, nella classifica per distribuzioni, **Medusa Film** con una quota di mercato del 20,50% (presenze: 19,14%) con il 2,97% di film distribuiti. Seguono: **Warner Bros** (15,50%), **20th Century Fox** (13,01%), **Walt Disney** (12,41%), **Universal** (8,15%, con *Filmauro* 10,11%), **01 Distribution** (6,87), **Lucky Red** (6,41%), **Eagle** (4,18%).

BOX OFFICE USA – È ancora "Sully"



Nel **weekend Usa 16-18 settembre** è sempre **Sully** di Clint Eastwood (Warner) a occupare la prima posizione, con un incasso di 22 milioni di dollari (un contenuto -37% rispetto al debutto) e un totale di 70,5 M\$. Seguono tre debutti: il nuovo **Blair Witch**, horror targato Lionsgate (budget 5 M\$) che incassa 9,6 M\$ in 3.121 sale (media: 3.092 dollari); **Bridget Jones's baby** (Universal, budget 35 M\$), terzo con 8,2

M\$ in 2.927 sale (media: 2.815 dollari); il biopic di Oliver Stone **Snowden** (Open Road, budget 4 M\$), quarto con 8 M\$ in 2.443 sale (media: 3.284 dollari). Quinta posizione per **Man in the dark** (Screen Gem), 5,6 M\$ e complessivi 75,3 M\$ al quarto weekend. Perde quattro posizioni **When the bough breaks** (Screen Gems), 5,5 M\$ e un totale al secondo fine settimana di 22,7 M\$, mentre scende al settimo posto **Suicide Squad** (WB), 4,7 M\$ e complessivi 313,7 M\$ dopo sette weekend. Ottavo **The wild life** (Lionsgate) con 2,6 M\$ (6,6 dopo due weekend), seguito da **Kubo e la spada magica** (Focus) con 2,5 M\$, in totale 44,2 M\$ al quinto weekend, e da **Il drago invisibile** (Disney), 2 milioni e un totale di 72,8 M\$ al sesto fine settimana.

Escono dalla Top Ten: **Hell or high water** (Lionsgate, 22,7 M\$ dopo 6 weekend), **Bad moms** (STX, 110 M\$ dopo 8 weekend), **Sausage party** (Sony, 95,3 M\$ dopo 6 weekend). I primi dieci incassano 70,9 M\$, -11,7% rispetto allo scorso weekend, rispettivamente -26,2% e -21,2% rispetto al 2014. (boxofficemojo)

Cinema2Days, i risultati dell'intera settimana

I dati **Cinetel** della settimana 12-18 settembre, caratterizzati dal primo mercoledì a 2 euro, confermano i dati positivi del giorno 14. In tutto, nei sette giorni si sono incassati **13.854.697 euro**, +46,91% rispetto alla settimana precedente, +4,36% rispetto all'analoga settimana 2015 e +56,22% rispetto al 2014. Il mercoledì è stato il quarto maggior incasso della settimana, dopo le tre giornate del weekend.

Dal punto di vista delle presenze, mercoledì ha rappresentato il secondo miglior risultato dietro la domenica (607mila presenze contro 652mila). A livello complessivo, i biglietti venduti nella settimana sono **2.470.308**, +63,06% rispetto alla settimana precedente (1,5 milioni), +23,87% rispetto all'analoga settimana 2015 (1,9 milioni), +75,11% rispetto al 2014 (1,4 milioni). I risultati del lunedì e del martedì, considerata l'attesa dell'evento, sono stati negativi anche come presenze, ma ampiamente "ripagati" dagli esiti della giornata a 2 euro.



Cambio ai vertici AGPCI, Marina Marzotto nuovo presidente



A 8 anni dalla fondazione di **AGPCI** (Associazione Giovani Produttori Cinematografici e Indipendenti), la fondatrice **Martha Capello** lascia la guida dell'Associazione, che oggi raggruppa 136 aziende dell'audiovisivo italiano. L'Assemblea ha eletto all'unanimità **Marina Marzotto** Presidente, affiancata in Consiglio Direttivo dalla Vice Presidente **Marzia Dal Fabbro** (Sound Art 23), **Andrea Giannattasio** (Victor and the Peacock), **Mario D'Andrea** (MDL Creations) e **Luca Immesi** (Esperimentocinema), in carica come Delegati Nazionali. Confermato **Alessandro Costantini**, Segretario Generale.

Martha Capello si è dichiarata "felice ed emozionata per questo importante momento di crescita. L'Associazione è nata da una mia intuizione ma adesso è qualcosa che appartiene a tutti ed esiste perché sempre più persone credono nell'importanza di appartenere a questo gruppo". La neo Presidente ha illustrato il modello organizzativo già in fase di attuazione, che punta su una forte presenza territoriale e partecipazione diffusa all'operatività con la costituzione di **Gruppi Regionali** che possano dialogare con gli enti locali ed in particolare con Film Commission e Fondi Regionali. Dotati di una rappresentanza diretta, i Gruppi Regionali riportano al Direttivo Nazionale le esigenze e istanze della base e possono proporre progetti locali o d'interesse nazionale. Tra i temi strategici per l'Agpci: formazione, internazionalizzazione, sviluppo della produzione Green, Mercato con la gestione del programma di Pitch Market.

Festival di Toronto, il pubblico premia "La la land"



Si è concluso il **Toronto Film Festival** con l'attribuzione dei premi del pubblico. Il riconoscimento come miglior film è andato a **La La Land** di Damien Chazelle, già film d'apertura alla Mostra di Venezia. La sezione **Midnight Madness** è stata vinta dall'action thriller **Free fire** di Ben Wheatley, con Brie Larson. Miglior documentario **I am not your negro** di Raoul Peck. Il **Toronto Platform Prize**, attribuito da una giuria di personalità del mondo del cinema, è andato a Pablo Larrain per **Jackie**.

Spagna, cinema in crescita dell'8%



Cresce il **mercato spagnolo** rispetto al 2015. La Fapae (che raggruppa le società di produzione audiovisiva nazionali) durante il Festival di San Sebastian ha tenuto l'annuale conferenza stampa sul mercato iberico. Al 15 settembre, il box office era di 405 milioni di euro per 67,5 milioni di spettatori, con una **crescita dell'8% per gli incassi e del 7,5% per le presenze**. I film spagnoli hanno incassato 56,8 milioni di euro per 9,3 milioni di spettatori con una **quota di mercato del 14%**. In aumento del 24% il numero di produzioni spagnole (142), anche se il 50% circa è composto da documentari. Per **Ramon Colom**, presidente Fapae, "le cifre dimostrano che il cinema spagnolo è in sintonia con i gusti del pubblico già da diversi anni. Le prossime uscite da qui a fine anno fanno ben sperare che questa quota di mercato si possa consolidare". <http://www.eldespresso.it/News/Cinema/Spagna-cinema-in-crescita-dell-8-2016071>



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.**