

CineNotes

appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta • 4 gennaio 2017 • nuova serie **2551 (2864)**

BOX OFFICE USA – Testa a testa tra “Rogue One” e “Sing”

Il weekend Usa 30 dicembre 2016 - 2 gennaio 2017 (che include la festività del giorno 2) vede sempre in testa **Rogue One: A Star Wars Story** (Disney), con 64,3 milioni di dollari e un totale di 439,7 M\$. Seconda posizione per **Sing** (Universal) con 56,4 M\$ e un totale di 180 M\$. Terzo **Passengers**, che al



secondo weekend incassa 20,7 M\$ con un totale di 66 M\$. Quarto **Oceania** (Disney), 14,3 M\$ al sesto weekend e complessivi 213,3 M\$. Quinta la commedia **Perché proprio lui?** (Fox), 13 M\$ e un totale al secondo weekend di 37,5 M\$, seguito da **Barriere - Fences** (Paramount) con 12,7 M\$ e complessivi 32,4 M\$. Al settimo posto **La la land** (Lionsgate, la media schermo più alta della Top Ten) con 12,3 M\$ e un totale di 37 M\$, ottavo **Assassin's creed** (Fox) con 10,8 M\$ e complessivi 41,9 M\$, seguito da due film che rientrano tra i primi

dieci: **Manchester By The Sea** (Roadside), 5,4 M\$ e un totale di 29,8 M\$, e **Animali fantastici e dove trovarli** (WB), 5,4 M\$ e complessivi 225,4 M\$.

Tra le uscite limitate, buone medie schermo per **Il diritto di contare** (Fox, 16° con 1,1 M\$ in 25 cinema, media 45mila \$), **Patriots Day** (Lionsgate, 200mila \$ in 7 cinema, media 28mila \$), **20th Century Women** (A24, 146mila \$, media 36mila \$), Paterson (Bleecker Street, 88mila \$ in 4 schermi). Escono dalla Top Ten: La festa prima delle feste (Paramount, 52 M\$ dopo 4 weekend) e **Collateral beauty** (WB, 26,9 M\$ dopo 3 weekend). I primi dieci film incassano 215,5 M\$, -14,1% rispetto al weekend 23-26 dicembre. (Fonte: Box Office Mojo)

BOX OFFICE FRANCIA – 4 milioni di spettatori per “Rogue One” e “Oceania”



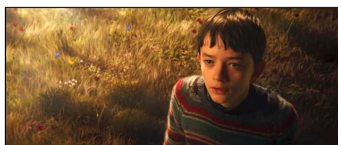
Nel weekend 28 dicembre 2016 - 1 gennaio 2017 in Francia, sempre primo **Rogue One - A Star Wars Story** con 853mila spettatori e un totale di 3,99 milioni. È già a quota 4,6 milioni complessivi **Oceania**, che nel weekend registra 738mila presenze. Terzo il debuttante **Passengers** (Sony), con 487mila presenze in 537 sale, seguito da **Two is a family** (Mars) con 425mila e un totale di 2,1 milioni di spettatori. Quinto **Assassin's creed** (Fox), che nel secondo weekend registra 423mila spettatori per un totale di 1,3 milioni. Sesto il cartone animato **Ballerina** (Gaumont), 361mila presenze e un totale di 1,3 milioni al terzo weekend, seguito da **À fond** (Wild Bunch), commedia francese che in due settimane totalizza 627mila presenze. Ottavo **Papa ou maman 2** (Pathé) con 175mila spettatori e un totale di 1,2 milioni. Chiudono la Top Ten **Animali fantastici e dove trovarli**, 163mila spettatori e un totale di 3,8 milioni, e **Norm** (La Belle), 391mila spettatori. (JP-Box Office)

Francia, 213 milioni di spettatori nel 2016



Il Centro Nazionale del Cinema ha reso noti i dati relativi al 2016 in Francia: sono stati staccati oltre 213 milioni di biglietti che equivalgono a una crescita del 3,6% rispetto al 2015. Si tratta del secondo risultato più alto degli ultimi cinquant'anni, secondo solo ai 217 milioni del 2011. La quota di mercato del cinema francese è stata del 35%. Il film più visto dell'anno è **Zootropolis** con 4,8 milioni di spettatori, davanti a **Oceania** con 4,6 milioni. Tra i film francesi di maggior successo: **Les Tuche 2** (foto, 4,6 milioni di spettatori) e **Camping 3** (3,2 milioni). (E-Duesse)

Spagna, +6% nel 2016



Il mercato spagnolo cresce. Secondo i dati di Comscore pubblicati da Variety, nella penisola iberica il 2016 ha fatto registrare una crescita del 6% negli incassi, arrivando a 600,8 milioni di euro. **Superati i 100 milioni di spettatori**, per la prima volta dal 2009. Il mercato spagnolo, quindi, continua a

crescere dopo la crisi del 2013, a causa dell'aumento dell'Iva sul prezzo dei biglietti che aveva frenato i consumi (gli incassi si fermarono a 522 milioni di euro). Tra i fattori di crescita, da citare sicuramente la **Fiesta del Cine** che si tiene due volte all'anno. Il film campione d'incassi è stato **A monster calls** di José Antonio Bayona (foto), con 26,1 milioni di euro. I film spagnoli hanno ottenuto una **quota di mercato del 18%**. <http://www.e-duesse.it/News/Cinema/Spagna-il-cinema-cresce-del-6-2-12900>

2016 anno record per gli Usa, ma non al netto dell'inflazione



Un prezzo medio del biglietto più elevato, più alti sovrapprezzi per il "premium pricing" e naturalmente i blockbuster che hanno fatto la differenza: sono i motivi principali dell'incasso 2016 di **11,4 miliardi di dollari** (dati: *Camscore*) nel mercato nordamericano, il più alto mai riscontrato, superiore agli 11,1 Md\$ del 2015.

Al netto dell'inflazione, tuttavia, il 2016 si posiziona al settimo posto nella classifica degli incassi di tutti i tempi. La migliore performance è del 2002 con 9,1 Md\$, ai valori correnti corrispondente a 12,2 Md\$. A seguire il 2003 (12,1 Md\$) e poi: 2004 (11,98), 2009 (11,92), 2010 (11,6) e 2001 (11,4). Per quanto riguarda i **film campioni d'incasso**, l'annata è stata dominata dai sequel: *Alla ricerca di Dory*, *Captain America: Civil War*, *Rogue One: A Star Wars Story*, *Pets*, *Il libro della giungla*, *Deadpool* e poi *Bad Moms* e *Man in the dark* i principali artefici dell'annata record. Il **prezzo medio** ha raggiunto 8,73 dollari. Più alti i **costi "premium" di 3D, Imax e "luxury theatres"**, tali da mitigare l'impatto del calo di biglietti venduti: 1,33 miliardi nel 2016, comunque +1% sul 2015.

<http://www.screendaily.com/box-office/2016-hits-record-114bn-ranks-seventh-in-real-terms/5112485.article?blocktitle=LATEST-FILM-NEWS&contentID=40562>

Window, inchiesta di ScreenDaily



ScreenDaily si è interrogato sui segnali di crepe nella struttura tradizionalmente rigida di **window "theatrical"**, dopo l'appello al cambiamento di alcuni dirigenti delle Major e un dibattito in corso a livello internazionale. L'AD Warner Bros Entertainment, **Kevin Tsujihara**, aveva lo scorso novembre rivelato che la Major era in trattativa con i circuiti di sale per abbreviare il periodo ("stiamo dialogando per la prima volta costruttivamente con gli esercenti", aveva detto). A Londra, il presidente della Film Distributor Association **David Puttnam** ha dichiarato che i distributori hanno bisogno di flessibilità per uscire in sala nelle date ottimali". Nel **mercato britannico**, l'esclusività della sala ha una durata di **4 mesi** prima dell'uscita in DVD e molti distributori decidono a ritroso la data di uscita theatrical rispetto alla distribuzione dei film in DVD a Natale e Pasqua, i periodi più redditizi, con la conseguenza di periodi con scarse uscite e altri di cannibalizzazione. Negli **Usa**, i grandi distributori ipotizzano una window molto breve (poche settimane) con film di prima visione distribuiti con prezzi fortemente maggiorati per l'home video "premium". Al momento, la window è negli Usa di circa 12 settimane, circa 4 in meno rispetto all'Inghilterra, dove l'indisponibilità dei titoli in home video rispetto alle uscite *day and date* statunitensi preoccupa anche con riferimento al mercato illegale. **Phil Clapp**, direttore generale dell'UKCA (associazione degli esercenti), commenta che "il periodo osservato per ciascun film è il risultato di negoziati commerciali separati e riservati tra circuiti e distributori".

ScreenDaily analizza i principali mercati europei. Per l'**Italia**, la window di 120 giorni, talora si riduce a 105 e in alcuni casi l'uscita VOD beneficia di ulteriore riduzione di 2-3 settimane. Nonostante l'avallo governativo del sistema, si precisa che "grazie alla straordinaria energia dell'esercizio la window è rimasta ferma", citando l'esempio dell'uscita quasi *day and date* nel 2005 di *The interpreter* in VOD ad opera di H3G, che comportò il pressoché totale smontaggio del film dalle sale. In **Germania**, la **nuova legge cinema** ha lasciato invariata la window a **6 mesi**, nonostante le pressioni per ridurla a 4 mesi, con la motivazione che una riduzione porterebbe gli esercenti a programmare essenzialmente blockbuster, il cui successo si esaurisce in poche settimane, a detrimento del cinema tedesco. Nel caso dei film finanziati con denaro pubblico, la window per la pay tv è di 12 mesi, 18 quella per la tv generalista. In **Spagna**, la principale preoccupazione è la **pirateria**, con la window che oscilla tra i 3 e i 4 mesi. La **Francia** è tra i pochi paesi che disciplinano la window per legge: l'intervallo è di 4 mesi, con possibilità di deroga fino a 3 mesi in base agli incassi del film.

<http://www.screendaily.com/features/are-much-shorter-theatrical-windows-around-the-corner/5112398.article?blocktitle=LATEST-FILM-NEWS&contentID=40562>

Il cinema è più caro dai tempi dell'euro?



Il Corriere della Sera on line ha pubblicato ieri la seguente notizia:

Più cari caffè e pizza, meno i telefonini. La bilancia dei prezzi in 15 anni di euro

L'euro compie 15 anni: è entrato in circolazione il primo gennaio 2002. Ricordate? Ci si preoccupava della troppa moneta (invece della carta) da tenere nei portafogli (si diffusero i portamonete a mezzaluna, ormai caduti in disuso) e si cercava di tenere a mente il concambio (un euro valeva 1936,27

lire), facendo i conti con la calcolatrice davanti ai banchi della spesa. Subito dopo è venuto il problema dei rincari.

Ma che cosa è salito e che cosa è sceso, nei listini dei prezzi di questi 15 anni? È aumentato il prezzo del caffè al banco (la tazzina classica, ora spesso soppiantata dalle più costose capsule per le macchine da caffè, domestiche e non): da 900 lire a 90 centesimi di euro (come dire 1.472 lire). E sono salite le bollette di luce e gas, la benzina e il cinema, l'aspirina e il Big Mac, persino la pizza Margherita: in media e fatte le debite distinzioni fra pizzerie e regioni, è passata da 6.500 lire (3,36 a euro) agli attuali 7,5 euro. Lo dicono i calcoli, riportati dall'Ansa, dell'Associazione Nens (Nuova economia Nuova società, fondata da Pier Luigi Bersani e Vincenzo Visco con Nicola Rossi, Giulio Sapelli, Giuseppe Farina e Paolo Ferro Luzzi), che ha fatto le pulci ai cartellini di ieri e di oggi. In compenso, sono scesi i prezzi dell'elettronica: dai telefonini alle macchine fotografiche. E, proprio dal 2017, anche il Canone Rai tornerà a costare meno che nel gennaio 2002.

http://www.corriere.it/economia/cards/piu-cari-caffe-pizza-meno-telefonini-bilancia-prezzi-15-anni-euro/espresso-luce-rincari-piu-sensibili_principale.shtml

Da parte dell'ANEC, questa la replica inoltrata:

L'articolo pubblicato sul Corriere della Sera on line, relativo ai rincari riscontrati nei 15 anni di vigenza dell'euro, tra cui è espressamente menzionato il cinema, merita una breve ma argomentata considerazione a **rettifica**.

In 15 anni (dati Siae) il prezzo medio nelle sale cinema è passato da 5,65 a 6,19 euro. In termini percentuali, il prezzo medio di 6,19 euro del 2015 (il dato 2016 non è ancora disponibile) è più alto del 9,7% rispetto al prezzo medio del biglietto nel 2002 (5,65 euro), laddove la variazione percentuale del costo della vita (dato Istat) nello stesso arco temporale ammonta al 24,8%.

Certo, il prezzo massimo è aumentato in 15 anni, e non poteva essere altrimenti: dalle 14.000 lire si passa agli 8,50 euro (in taluni casi anche di più, come le proiezioni in 3D), ma a parte l'aumento ben poco consistente (parliamo di 16.400 lire) rispetto ad altri generi (un caffè al bar, e in generale la ristorazione), va evidenziato che esiste una gamma estesissima di prezzi ridotti nei giorni feriali o per particolari categorie di pubblico, di promozioni mirate a prezzo scontato (ad esempio *Cinema2Day*, prima ancora la *Festa del Cinema*), di tariffe e formule in abbonamento molto vantaggiosi su base aziendale. Insomma, il cinema è e rimane una forma di impiego del tempo libero molto economica, in termini sia generali che comparati.



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.**