

CineNotes

appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta • 22 marzo 2017 • nuova serie **2578 (2891)**

BOX OFFICE ESTERO – “La bella e la bestia” in GB tra i migliori debutti di sempre



In **Gran Bretagna**, nel **weekend 17-19 marzo**, debutto trionfale per **La bella e la bestia** (Disney) con 19,7 milioni di sterline, quinto miglior esordio di sempre. Secondo **Kong: Skull Island** (Warner) con 2,69 M£ e un totale di 11 M£, seguito da **Scappa - Get out** (Universal) con 2,1 M£ al debutto in 470 cinema. Scende in quarta posizione **Logan** (Fox) con 1,7 M£ e complessivi 20,2 M£, quinto **The Lego Batman movie** (WB) con 512mila sterline che portano il totale a 26,6 M£. Sesta posizione per **Viceroy's house** (Fox) che incassa 238mila sterline, con un totale di 3,1 M£. Settimo **Sing** (Universal), 220mila sterline e complessivi 28,2 M£, seguito da **Moonlight** (Altitude) con 192mila sterline (in totale 3,8 M£), da **Elle** (Lionsgate) con 121mila sterline (in totale 518mila) e da **Personal shopper** (Icon Film) con 116mila sterline al debutto in 65 cinema.

In **Francia**, dove il film Disney esce oggi, nel **weekend 15-19 marzo** non ci sono novità in vetta: sempre primo **Kong: Skull Island** con 398mila spettatori che portano il totale sopra il milione. Secondo **Logan** con 296mila spettatori, per un totale di 1,7 milioni. Terzo **Alibi.com** (StudioCanal) con 250mila presenze, che portano il totale sopra i 3 milioni, seguito dal nuovo ingresso **L'embarras du choix** (Pathé), commedia nazionale che totalizza 189mila spettatori in 456 sale. Quinto **Patients** (Gaumont) con 175mila spettatori (in totale 715mila), seguito da **Split** (Universal) con 168mila spettatori e da **Lion** (SND) con 166mila. Ottavo **Il diritto di contare** con 154mila spettatori, seguito da due debutti al di sotto delle aspettative: nono **Chacun sa vie**, nuovo film di Claude Lelouch (Metropolitan) con 140mila spettatori in 375 sale, decimo **The lost city of Z** di James Gray (StudioCanal) con 106mila spettatori in 162 sale.

(Fonte: ScreenDaily, JP Box Office)

Proseguono i negoziati Major-circuiti per la “premium window”



Sei delle sette principali **Major hollywoodiane** spingono per offrire film in home video a poche settimane dall'uscita in sala. In particolare, Fox e Warner mostrano una forte flessibilità sulla tempistica. Inizialmente, il **CEO Warner Kevin Tsujihara** aveva avviato i negoziati con l'esercizio offrendo una percentuale dei ricavi digitali se avessero accettato una **tariffa on demand di 50 dollari** per il noleggio, intorno ai 17 giorni dalla prima. Al momento, la maggior parte dei film è resa disponibile non prima di 90 giorni dall'uscita in sala. Alcune Major mettono in vendita i film in formato elettronico a circa 70 giorni dal debutto. Altre Case, come **Fox** e **Universal**, ritengono troppo alto il prezzo al pubblico di 50\$, e stanno provando a persuadere gli esercenti ad accettare un progetto che prevede un prezzo premium on demand inferiore con una window leggermente più ampia. Fox e WB, per esempio, stanno considerando un termine da 30 a 45 giorni al prezzo rental di 30\$. Universal, sinora il negoziatore più aggressivo, vorrebbe una window entro i 20 giorni.

Le Major provano così a interrompere il calo di vendite dei dvd; inoltre, ritengono di poter ottenere una maggiore efficienza dell'investimento pubblicitario avvicinando i tempi tra sala e *home entertainment*. Naturalmente c'è la questione dello spostamento dei gusti del consumatore. I più giovani, abituati ai servizi streaming come Netflix, hanno l'abitudine di accedere ai contenuti quando e come vogliono. Anche **Lionsgate**, **Paramount** e **Sony** stanno discutendo con alcuni circuiti (**AMC**, **Regal**, **Cineplex**). **Disney non è interessata a ridurre la window**, e non è una sorpresa dal momento che distribuisce Marvel, Star Wars e cartoni animati, che tendono ad avere una vita più lunga in sala. A causa della normativa antitrust, le Major non possono lavorare congiuntamente per raggiungere accordi collettivi, bensì devono operare individualmente con i singoli circuiti. Le trattative proseguono da più di un anno e sono lungi dal concludersi, anche perché i modelli in ballo sono molteplici (alcuni vorrebbero uscire in noleggio quando il numero di schermi scende al di sotto di una certa soglia; altri ritengono che solo alcuni film potrebbero essere disponibili in anticipo, non quelli dalla tenitura più lunga). I **circuiti** hanno speso milioni di dollari in indagini sul comportamento del pubblico, e sono preoccupati del fatto che la disponibilità a prezzi contenuti dopo pochi giorni **farà crollare il consumo di cinema**. Su un aspetto non transigono: se anche dovessero concordare sull'accesso *premium*, la window a prezzi attuali (3-6 dollari il noleggio, 20\$ circa per la vendita o la copia digitale): in poche parole, il modello attuale di *home entertainment* non dovrebbe cambiare per almeno cinque-dieci anni.

<http://variety.com/2017/film/news/studios-premium-vod-early-1202013205/>

Reed Hastings critica il settore cinema



L'innovazione dell'industria cinematografica negli ultimi 30 anni? "I popcorn sono sicuramente più buoni, ma niente di più". È stata questa la risposta provocatoria di **Reed Hastings**, CEO di **Netflix**, durante un Q&A presso la sua sede centrale a Los Gatos, in California. Secondo Hastings, i nuovi modelli di distribuzione potrebbero fare quello che i *cable networks* hanno fatto per gli show televisivi. "Quello che Netflix intende fare è distribuire film. È fondamentale per la crescita del settore cinematografico". E riguardo all'abbattimento delle window: "Non siamo contro i cinema. Vogliamo solo che i film escano in contemporanea". Il servizio streaming è stato, infatti, fortemente criticato dai maggiori circuiti americani e dalla National Association of Theatre Owners per non seguire le tradizionali window. L'anno scorso Netflix ha siglato un accordo con iPic Entertainment, un piccolo circuito con 15 cinema, per distribuire le sue produzioni originali in *day and date* con la loro uscita online sulla piattaforma svod. Un'intesa volta non tanto a ottenere alti incassi, ma necessaria per concorrere agli Oscar con i propri film. <http://www.e-duesse.it/News/Cinema/Reed-Hastings-spietato-contro-i-cinema-215698>

Cannes, impazza il toto-festival



Impazza il toto-film per il 70° **Festival di Cannes, dal 17 al 28 maggio** con madrina **Monica Bellucci**. Il vero **Jean-Luc Godard** potrebbe assistere al finto Godard interpretato da Louis Garrel nel film di **Michel Hazanavicius** *Redoutable* ma potrebbe anche presentare il suo ultimo *Image et parole*. Il programma verrà svelato a metà aprile, il tam tam internazionale fa rimbalzare indiscrezioni, supposizioni, speranze. Nel toto-Cannes i nomi ricorrenti sono quelli di **Sofia Coppola, Michael Haneke, Alexander Payne, Yorgos Lanthimos, Ridley Scott, Guy Ritchie, Christopher Nolan, Luc Besson, Roman Polanski, Abdellatif Kechiche, Wim Wenders, Deniz Gamze Erguven**. L'Italia, nel 2016 assente dalla competizione e reduce da una stagione non luminosissima, punta invece su **Paolo Virzì** (si spera guadagni il concorso *The leisure seeker* con Helen Mirren e Donald Sutherland), i **Fratelli Taviani, Sergio Castellitto**, i giovani **Andrea Pallaoro** e **Fulvio Risuleo**. Paolo e Vittorio Taviani, Palma d'oro 1977 per *Padre padrone*, hanno pronto *Una questione privata* dal romanzo di Fenoglio sulla Resistenza, protagonista Luca Marinelli. Sergio Castellitto punta alla Croisette con *Fortunata*, con Jasmine Trinca ragazza madre alla periferia di Roma. Tra i giovani, occhi puntati su Andrea Pallaoro, classe 1982, nascita in Italia e formazione americana: ne *La balena* ha diretto Charlotte Rampling. Fulvio Risuleo, 27 anni e premiato a Cannes per i corti *Lievito madre* e *Varicella*, ha diretto *Guarda in alto*. C'è poi un'indiscrezione che infiamma il popolo dei cinefili: nella Giuria guidata da Pedro Almodòvar potrebbe "piovere" addirittura Bruce Springsteen. (*Il Messaggero*)

Verdone e D'Alatri sui 2 euro e sui prezzi dei cinema



Nei giorni scorsi due registi si sono espressi a sfavore dell'iniziativa ministeriale **Cinema2Day**. **Carlo Verdone**, sulle colonne di *Repubblica Milano*, ha dichiarato: "Bisogna smetterla con i mercoledì a 2 euro. Certo, quelle sere c'è il pienone, ma gli



altri giorni c'è il deserto". Il regista e attore ha spiegato la sua idea di sala cinematografica: "I cinema devono essere luoghi di aggregazione. Magari con una biblioteca, o una sala incontri, o un ristorante, o tutto questo assieme". Anche **Alessandro D'Alatri** si è espresso: "Oggi andare al cinema è diventato troppo costoso. Nove euro è una cifra troppo alta per una famiglia media italiana", ha dichiarato a *Il Giornale*. Secondo il regista di *Casomai* "dall'altra parte, portare a due euro il biglietto, come proposto dal governo, significherebbe svilire il progetto culturale che sta alla base del prodotto cinematografico". La sua proposta è trovare un prezzo d'ingresso in sala più basso di quello attuale ma uniforme, "attorno ai 4-5 euro e uguale ogni sera. In questo modo le sale cinematografiche si riempiranno nuovamente". <http://www.e-duesse.it/News/Cinema/Verdone-e-D-Alatri-contro-i-mercoledì-a-2-euro-215702>

Sulle riflessioni di D'Alatri abbiamo ricevuto la replica di Paolo Protti, presidente MediaSalles:



D'Alatri dice che il cinema in Italia costa molto e che per andare al cinema servono 9 euro e che ciò, moltiplicato per un nucleo familiare, diventa un costo eccessivo. Poi aggiunge che la proposta del Ministro dei mercoledì a 2 euro svilisce il prodotto e che invece se il prezzo del biglietto fosse intorno ai 5 euro tutti i giorni le sale si riempirebbero. E afferma ciò anche in relazione all'**abbassamento dei costi con l'avvento della proiezione digitale**. Queste affermazioni possono riflettere una legittima opinione personale ma non corrispondono al vero. Come si può vedere dall'Annuario **European Cinema Yearbook** pubblicato da MEDIA Salles, il prezzo medio del biglietto cinema in Italia nel 2016 è stato di **6 euro** (il calcolo tiene conto delle varie riduzioni, promozioni, abbonamenti...). In Europa Occidentale solo il Portogallo ha un prezzo inferiore, mentre uguale a noi lo ha la Spagna. E il **prezzo medio in Europa Occidentale** è di circa 8 euro.

Altro dato interessante è che **Italia, Grecia, Irlanda e Spagna** sono le uniche nazioni che **hanno visto il prezzo medio del biglietto cinematografico diminuire tra il 2010 e il 2016**. Questi sono dati reali a cui fare riferimento prima di esprimere giudizi sommari, che possono risultare pertinenti in alcune situazioni ma non sono la fotografia del mercato complessivo.

Anche sul digitale è necessario spendere una parola. D'Alatri afferma che i costi ora sono più contenuti. Indubbiamente anche gli esercenti delle sale cinematografiche si aspettavano una contrazione dei costi dopo l'iniziale investimento. La realtà invece mostra che i costi sono cresciuti in virtù di due fattori: i proiettori digitali hanno una vita di gran lunga più breve rispetto a quelli analogici e costi di manutenzione decisamente più onerosi. Infine, sarebbe bene ricordarsi che il cinema ha tramutato il costo della lira in euro senza fare le speculazioni che moltissimi altri settori hanno operato.

Addio a Roberto Popolo



Il cinema piange **Roberto Popolo**, scomparso ieri a 63 anni. Popolo ha lavorato al commerciale, anche come direttore, in numerose aziende quali **Cecchi Gori, Lucky Red, Esse&Bi, Sharada** fino, in tempi più recenti, **Mediterranea**, facendosi sempre apprezzare, oltreché per la sua professionalità, per l'estrema disponibilità. (E-Duesse)

BREVI

Sat free in crescita del 37%, si allarga il bacino utenze Tivùsat

Nuova edizione DigitalTRENDS: "cresce del 37% il bacino lordo di chi è intenzionato a diventare un utente sat free, con una quota di 2,23 milioni di famiglie". Aumenta la preferenza a Tivùsat per HD e canali free.

<https://www.key4biz.it/sat-free-in-crescita-del-37-si-allarga-il-bacino-utenze-tivusat/>

Digital Single Market. Angela Merkel punzecchia la Ue, "acceleri su Data Protection e copyright"

Appello della cancelliera tedesca alle autorità Ue: accelerare sul quadro normativo comune in tema di utilizzo e proprietà dei dati.

<https://www.key4biz.it/digital-single-market-angela-merkel-punzecchia-la-ue-acceleri-su-data-protection-e-copyright/>



BNL
GRUPPO BNP PARIBAS



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.**