

CineNotes

appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta • 15 maggio 2017 • nuova serie **2598 (2911)**

BOX OFFICE ITALIA – “Alien: Covenant”, unico titolo sopra il milione



Cambia il podio della classifica Cinetel nel **weekend 11-14 maggio**: primo **Alien: Covenant** (Fox), 1,1 milioni di euro in 480 schermi (media: 2.361 euro), seguito da **King Arthur: Il potere della spada** (Warner) con 709mila euro in 518 schermi (media: 1.370 euro) e un totale nei 5 giorni di 858mila euro. Scende in terza posizione **Guardiani della Galassia vol. 2** (Disney), che incassa 386mila euro per un totale al terzo weekend di 6,6 M€. Quarto **Famiglia all'improvviso** (Lucky Red), che coi 364mila euro del fine settimana raggiunge quota 6 M€; debutta al quinto posto **Tutto quello che vuoi** (01), 249mila euro in 192 schermi (media: 1.297 euro), seguito da **Baby boss** (Fox) con 215mila euro e complessivi 6,4 M€. In settima posizione **Gold - La grande truffa** (Eagle) con 167mila euro e un totale di 808mila, seguito da **La tenerezza** (01) con 147mila euro (in totale 1,9 M€). Debutta in nona posizione **Song to song** (Lucky Red) con 145mila euro in 261 schermi (media: 558 euro), seguito da **The circle** (Adler), 120mila euro e un totale di 1,9 M€.

Altri debutti: **Richard - Missione Africa** (M2) è 11° con 116mila euro in 291 schermi (media: 402 euro), **Qualcosa di troppo** (Adler) 12° con 107mila euro in 179 schermi (media: 599 euro), **On the Milky Road** (Europictures) 18° con 33mila euro in 38 schermi (media: 872 euro), **Una settimana e un giorno** (Parthénos) 21° con 17mila euro in 24 schermi (media: 737 euro), **E se mi comprassi una sedia?** (Pragma) 22° con 14mila euro in 26 schermi (media: 558 euro), la riedizione di **Manhattan** (Cineteca di Bologna) 24° con 11mila euro in 33 schermi (media: 345 euro). Escono dalla Top Ten: **Codice Unlocked** (Notorious, 600mila euro dopo 2 weekend), **Fast & Furious 8** (Universal, 14,5 M€ dopo 5 fine settimana), **Adorabile nemica** (Teodora, 243mila euro dopo 2 weekend), **Insospettabili sospetti** (WB, 444mila euro dopo 2 weekend). L'incasso complessivo del fine settimana è 4,5 M€, **-24%** rispetto al precedente, ben **-42,26%** rispetto a un anno fa, quando a *Captain America: Civil War* si affiancavano i debutti sopra il milione di euro di *Money monster* e *The boy*.

Il punto

Il mese Dal 1° al 14 maggio si sono incassati **17,2 M€**, **-27,58%** rispetto al 2016, **-7,55%** rispetto al 2015. Si sono venduti **3 milioni di biglietti**, **-16,60%** rispetto al 2016, **+6,34%** sul 2015.

L'anno Nel periodo **1 gennaio-14 maggio** si sono incassati **276,2 M€**, **-16,43%** rispetto all'analogo periodo 2016, **-2,39%** rispetto al 2015. Si sono venduti **45,5 milioni di biglietti**, **-11,11%** rispetto al 2016, **+3,88%** rispetto al 2015. Lo scorso weekend il saldo era rispettivamente **-15,87%** e **-11,17%**.

Le quote di mercato Il cinema Usa ha il **66,98%** degli incassi con il 29,82% dei film distribuiti. Il cinema italiano è al **19,34%** con il 30,53% dei film. Seguono **Francia** (5,62%), **Gran Bretagna** (2,67%) e **Australia** (2,19%) e. Un anno fa, gli Usa erano al 47,15%, l'Italia al 41,21%.

La distribuzione **Universal** è sempre prima col 22,23% degli incassi e il 4,38% dei film; seconda **Warner Bros** (13,89%), terza **01 Distr.** (13,56%), seguono **Walt Disney** (13,23%), **20th Century Fox** (9,15%), **Medusa** (7,84%), **Lucky Red** (5,61%), **Eagle Pictures** (4,78%), **Videa** (2,63%).

BOX OFFICE USA – I Guardiani resistono al comando



Classifica Usa del **weekend 12-14 maggio** senza variazioni in vetta: **Guardiani della Galassia vol. 2** incassa 63 milioni di dollari e porta il totale a 246,1 M\$. Seguono due debutti: seconda la commedia al femminile **Fottute!** (*Snatched*, Fox, budget 42 M\$, in Italia dal 15/6) incassa 17,5 M\$ in 3.501 sale (media: 4.999 dollari), soltanto terzo **King Arthur: Il potere della spada** (WB, budget 175 M\$) che incassa 14,7 M\$ in 3.702 sale (media: 3.971 dollari).

Quarto **Fast & Furious 8** (Universal), 5,3 M\$ e un totale di 215 M\$ al quinto weekend, seguito da **Baby boss** (Fox) con 4,6 M\$ per complessivi 162,3 M\$. Sesto **La bella e la bestia** (Disney), 3,8 M\$ e un totale di 493,1 M\$, settimo **How to be a latin lover** (Pantelion), 3,7 M\$ per complessivi 26,1 M\$. Debutta in ottava posizione **Lowriders** con Eva Longoria (BH Tilt), 2,4 M\$ in 295 sale (media: 8.180 M\$), seguito da **The circle** (STX), 1,7 M\$ e un totale di 18,9 M\$, e dall'indiano **Baahubali 2: The conclusion** (Great India) con 1,5 M\$ per complessivi 18,9 M\$. Tra gli altri debutti, oltre 100mila dollari in 4 sale per **Parigi può attendere** di Eleanor Coppola (Sony Classic). Escono dalla Top Ten, tutti dopo 6 weekend: **Gifted** (Fox Searchlight, in totale 21,4 M\$), **Insospettabili sospetti** (WB, 42,3 M\$) e **I Puffi: Viaggio nella foresta segreta** (Sony, 42,1 M\$). I primi dieci incassano 118,4 M\$, **-35,8%** rispetto al precedente weekend, **-3,7%** e **-32,5%** rispetto ai weekend 2016 e 2015. (Boxofficeguru)

MediaSalles: sono 38mila gli schermi europei digitalizzati



Sono 37 i paesi europei di cui MEDIA Salles rileva l'andamento del consumo di cinema e l'evoluzione delle infrastrutture cinematografiche. Si è infatti aggiunta la Bielorussia, 9,5 milioni di abitanti con 140 schermi. All'inizio del 2017 sono così diventati **quasi 38.000 gli schermi europei dotati di tecnologia digitale**, con un **incremento del 3,5%**. I proiettori digitali installati nell'arco del 2016 sfiorano quota 1.300, con una media mensile di poco superiore alle 100 unità. Nella stragrande maggioranza il tasso di penetrazione digitale è del 100% o quasi. Non mancano eccezioni, soprattutto nell'Europa Centro-Orientale. Il tasso inferiore rilevato in Repubblica Ceca è legato alla diffusa presenza di sale caratterizzate da un ruolo più socioculturale che commerciale: cinema che, non disponendo delle risorse per affrontare la transizione tecnologica, offrono spettacoli mediante proiettori elettronici che utilizzano il dvd. Tra i paesi ancora distanti dal completamento della digitalizzazione, alcuni hanno registrato nel corso del 2016 un tasso di crescita superiore a quello medio europeo: è il caso dell'Estonia (+11%) ma soprattutto della Serbia, passato da 47 a 78 schermi digitali (+66%). L'incidenza degli schermi 3D sembra ormai stabilizzata al 51%, senza variazioni.

Carpignano a Cannes col sostegno di Martin Scorsese



Il fondo, ancora senza nome, creato da **Martin Scorsese** per aiutare registi emergenti debutta a Cannes con il primo progetto, **A ciambra** di **Jonas Carpignano**, selezionato dalla *Quinzaine des Réalisateurs*. Il fondo nasce da una partnership tra Scorsese, la Sikelia Productions di **Emma Tillinger Koskoff** e RT Features del brasiliano **Rodrigo Teixeira**. Tillinger Koskoff ha dichiarato che "Marty ed io lavoriamo per valorizzare registi con una forte capacità di creare immagini. Sosteniamo film sotto i 3 milioni di dollari senza il requisito irrealistico di vendite estere significative. In post-produzione, forniamo il nostro parere in fase di montaggio, poi lavoriamo coi nostri agenti di vendita per assicurare sostegno presso i distributori interessati e restare al fianco del film attraverso la sua uscita". I progetti sono individuati "nei vari laboratori (Sundance, Torino Film Lab, Venezia, Cannes Cinefondation, Berlinale Talent Campus, Tribeca) e si rivolgono a chi attraverso corti, opere prime o seconde hanno attirato l'interesse di stampa, festival, distributori e produttori che conosciamo", ha aggiunto la Tillinger Koskoff. "Naturalmente i registi possono rivolgersi direttamente a noi".

"Dopo essere stato selezionato, Carpignano è venuto a New York e ci ha fatto vedere il corto da cui è tratto (che vinse a Cannes 2014 il *Discovery Award* della *Settimana della Critica*) assieme alle idee per svilupparlo. È ambientato in Italia, elemento di grande interesse per Scorsese". È il secondo film di Carpignano dopo **Mediterranea**, presentato alla *Semaine* di Cannes 2015 e rimasto inedito in Italia. È ambientato in un campo Rom della Calabria, con attori non professionisti. (ScreenDaily)

Tecnologia della sala: lo schermo LED Samsung supera il test DCI



Il **display LED** della **Samsung Electronic** per il cinema digitale ha superato il test di affidabilità **DCI** e può dunque essere usato per le proiezioni cinematografiche. Dopo la dimostrazione rigorosamente a inviti al *CinemaCon* di Las Vegas lo scorso marzo, è sorprendente la rapidità con cui la tecnologia introdotta dalla Samsung affronta il mercato. In precedenza soltanto proiettori Barco, Christie e NEC basati sulla tecnologia DLP della Texas Instrument, e i Sony LCoS

SXRD, sono stati approvati come dispositivi *DCI compliant*. La certificazione è stata compiuta lo scorso marzo dalla Keio University in Giappone, uno dei partner di Digital Cinema Initiatives per la sperimentazione e la certificazione degli impianti digitali. Non è ancora noto quali saranno i successivi passaggi, dalla società ancora nessun comunicato stampa. Si ritiene che Samsung avrà un prodotto **in commercio entro la fine dell'anno** da promuovere con forza. La certificazione DCI dovrebbe inoltre spronare le attività nel cinema

LED di **Sony Electronics**, che ha mostrato il prototipo al CinemaCon (un HSI Immersive), come altri potenziali concorrenti. Samsung sta proseguendo le dimostrazioni private a circuiti di sale, major e comunità creativa. Da outsider dell'industria tecnica, è assistita da GDC Technology, partner negli *integrated media block* (IMB). GDC ha anche annunciato il progetto di un sistema *premium large format* (PLF) in 8K che utilizza tecnologia Samsung. Quest'ultima ha acquisito Harman International, che realizza gli altoparlanti JBL utilizzati nei cinema di tutto il mondo.

Parlando dell'imminente **CineEurope**, il presidente UNIC **Phil Clapp** ha detto che "probabilmente il più atteso sviluppo tecnologico ruoterà attorno agli schermi LED, che a fronte di un modello sostenibile potranno rappresentare una svolta nel settore". Tuttavia Clapp è cauto laddove ammette che è cambiato il contesto degli investimenti nell'esercizio, "**senza alcuna prospettiva di nuovi meccanismi di finanziamento** da parte di tutta l'industria a sostegno delle sale, che rendono più rischiose le decisioni e le prospettive di ritorno dell'investimento". La tecnologia è la stessa dei televisori LED, con alcune differenze come l'HDR (high dynamic range) a 16-bit, mentre i prodotti al consumo sono di solito 10-bit. Per essere proiettati su tali schermi, i film dovranno essere masterizzati espressamente per gli schermi LED ultrabright a "500 nits" (146 footlambert anziché 14), con le Major già sotto pressione per i DCP da realizzare per i diversi standard di immagine (Imax, Dolby Cinema, EclairColor, Barco Escape).

Al CinemaCon, **Sony** si è dichiarata lieta della spinta di Samsung, dal momento che, a differenza di quanto avvenuto con l'LCD della tecnologia di proiezione SXRD, non sarà l'unica in campo. Il Crystal LED Sony (CLEDIS™) potrebbe non essere altrettanto avanzato in termini di conformità DCI o prospettive commerciali e la Sony probabilmente si concentrerà maggiormente sui proiettori laser, mantenendo un atteggiamento più cauto verso la tecnologia LED. Uno dei problemi che Samsung dovrà affrontare riguarda il sonoro, non potendo sistemare gli **altoparlanti dietro lo schermo**. Nulla è contenuto nel progetto sottoposto alla DCI, in quanto le specifiche DCP non forniscono elementi agli esercenti su come costruire le sale. Tuttavia, posizionare le casse ai lati dello schermo LED non conseguirà l'effetto desiderato: a differenza dei televisori LED, non c'è un equivalente Dolby Atmos da posizionare sotto lo schermo. Il nuovo sistema Sony Acoustic Surface™ potrebbe essere sviluppato nel CLEDIS, ma è improbabile che Sony lo ceda a Samsung. <https://celluloidjunkie.com/2017/05/12/samsungs-led-cinema-screen-passes-dci-compliance-test/>



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.**