

CineNotes

appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta • 22 giugno 2017 • nuova serie **2611 (2924)**

BOX OFFICE ESTERO – “Wonder Woman” in Francia, in GB “La Mummia”



In Gran Bretagna, nel weekend 16-18 giugno, **Wonder Woman** (WB) si conferma in testa con 1,8 milioni di sterline per complessivi 16,2 M£. Alle sue spalle **La mummia** (Universal) con 1,1 M£ e complessivi 6,1 M£, seguito da **Pirati dei Caraibi - La vendetta di Salazar** (Disney), 737mila sterline per un totale di 17,3 M£. Quarto **Baywatch** (Universal) con 514mila sterline (totale: 8 M£), seguito da due debutti: al quinto posto il biopic **Churchill** (Lionsgate) con 392mila sterline in 345 schermi, al sesto il drammatico **Gifted - Il dono del talento** (Fox) con 305mila sterline in 323 schermi. Seguono altri due titoli Fox: **My cousin Rachel** (273mila sterline e un totale di 1,5 M£) e **Diario di una schiappa: Portatemi a casa** (202mila sterline e un totale di 5,1M£). A chiudere la Top Ten **Guardiani della Galassia vol. 2** (Disney) con 181mila sterline e un totale di 40,4 M£, e il documentario **Whitney** (Dogwoof), che debutta con 93mila sterline in 60 schermi.

In Francia, invece, **Wonder Woman** deve cedere il passo a **La mummia**, che debutta al primo posto con 401mila spettatori in 690 copie. Per la supereroina, al secondo weekend, 317mila spettatori e un totale oltre il milione. Terzo **Pirati dei Caraibi: La vendetta di Salazar** (209mila spettatori, totale 2,8 milioni), davanti alla commedia francese **Quel che ci unisce - Ritorno a Borgogna** (StudioCanal), che debutta con 141mila spettatori in 520 copie. Scende al quinto posto **Marie-Francine** (Gaumont), 81mila spettatori per complessivi 621mila, davanti al thriller francese di ambientazione nazista **HHhH** (Mars), 47mila spettatori per complessivi 149mila, e a **L'amant double** di Ozon (Mars), 25mila spettatori e un totale di 334mila. Ottavo **Guardiani della Galassia Vol. 2** (25mila spettatori, totale sopra i 3 milioni), seguito da **Nos patriotes** (Paname), 22mila spettatori al debutto in 199 copie, e **King Arthur: Il potere della spada** con 21mila presenze (in totale 753mila).

(ScreenDaily, JP BoxOffice)

SIAE: 113,8 milioni di spettatori nel 2016



Per lo spettacolo in Italia, il 2016 conferma le tendenze positive evidenziate nel 2015: è quanto emerge dai dati dell'Annuario dello Spettacolo SIAE, diffusi mercoledì. In particolare, segnala la SIAE, significativa la performance dell'attività cinematografica che registra un deciso incremento di tutti gli indicatori. Cresciuti infatti sia il numero degli ingressi (113,8 milioni, +6,65%) che la spesa al botteghino (695 milioni, +4,64%).

CINEEUROPE: Nasce la Global Cinema Federation



A Barcellona è stata annunciata ieri la creazione della **Global Cinema Federation**, raggruppamento dei principali circuiti di sale e associazioni con l'intento di rappresentare gli interessi globali dell'esercizio. Il cinema oggi è un fenomeno dinamico con un box office planetario di 38,6 miliardi di dollari. Con il rapido sviluppo in corso in America Latina, Africa e nella regione Asia-Pacifico, i circuiti coinvolti riconoscono l'ampiezza delle opportunità di mercato e delle questioni implicate – tra cui pirateria, standard tecnologici, pratiche di uscite in sala, pratiche di commercio internazionale e i rapporti fondamentali con i partner della distribuzione. Per orientare le riflessioni su tali temi e aumentare il profilo delle sale cinematografiche presso enti internazionali e partner dell'industria, 11 tra i principali circuiti e le due principali associazioni internazionali hanno fondato Global Cinema Federation, una federazione di interessi che mira a **informare, istruire e sensibilizzare**. Nel salutare l'iniziativa, il CEO del gruppo messicano Cinépolis, **Alejandro Ramirez Magaña** (nella foto), alla guida del gruppo di lavoro che ha sviluppato il progetto, ha commentato: “E' una fase eccitante per i cinema e i partner dell'industria in tutto il mondo, considerate la collaborazione globale e la costante innovazione. Abbiamo deciso di dar vita alla Federazione per dare alla nostra industria una voce molto più forte in questo nuovo panorama, e nei prossimi mesi raggiungeremo tutti i principali gruppi e le associazioni di riferimento per dar corpo a un organismo inclusivo, capace di parlare a nome di un'ampia fetta della comunità dell'esercizio internazionale”. I **circuiti fondatori** sono AMC, Cinemark, Cineplex, Cinépolis, Cineworld, CJ-

CGV, Event Cinemas, Les Cinémas Gaumont-Pathé, Regal Cinemas, Vue International e Wanda Cinemas. Le **associazioni fondatrici** sono NATO e UNIC. Tutti insieme, enti e circuiti citati operano in più di 90 territori.

Mentre i lavori proseguiranno per formulare le posizioni comuni e le procedure operative, una prima riunione si è svolta a Barcellona e altre similari si terranno al CineAsia, CinemaCon e in altri eventi di interesse per il settore. Tra le **priorità di intervento** si citano: lotta alla pirateria, esclusività della sala, norme sull'accessibilità, rapporti con le Major e la comunità creativa, tecnologia e standard, regolamentazione dei diritti musicali, commercio internazionale e investimenti all'estero. Al di là dei membri fondatori, l'ingresso sarà consentito a tutti i circuiti con più di 250 schermi e alle associazioni nazionali di esercizio. Lo scambio costante di informazioni e *best practice* da parte di tutti i soci è una componente essenziale della GCF. (COMUNICATO STAMPA)

UNIC, Phil Clapp confermato presidente



I delegati **UNIC** (International Union of Cinemas), che riunisce esercenti e associazioni europee, hanno rinnovato le cariche associative per i prossimi due anni. L'Assemblea Generale UNIC, riunita a Barcellona durante le giornate di **CinEurope**, ha confermato alla presidenza **Phil Clapp** (CEO di UK Cinema Association), ma anche altre figure ai vertici dell'associazione tra cui, tra i vicepresidenti, **Mario Mazzetti** responsabile dell'Ufficio Cinema ANEC. "Sono lieto e onorato dalla fiducia che i membri dell'UNIC hanno mostrato per me e per i miei colleghi membri del Consiglio, per assicurare che l'organizzazione continui a fornire una voce forte e influente per il settore cinematografico europeo" ha dichiarato Clapp. "Un ruolo mai così vitale: mentre il settore nel suo complesso sta vivendo un periodo di grande successo, ci saranno sempre sfide che possono essere affrontate nel modo migliore insieme a tutta l'industria. Non vedo l'ora di continuare a lavorare con gli altri membri del Consiglio e con il team dell'ufficio UNIC per aiutare a portare il nostro settore a livelli ancora più alti".

"Ci complimentiamo con Clapp per la sua rielezione e ci rallegriamo per la conferma di Mazzetti ai vertici di UNIC" ha commentato il presidente ANEC **Luigi Cuciniello**, "un significativo riconoscimento del ruolo di ANEC, storica associazione di categoria, e del lavoro svolto dal nostro delegato negli anni scorsi. Apprezziamo in particolar modo la prospettiva più ampia su cui l'associazione degli esercenti europei affronta i temi più delicati (dalle window ai diritti e alla geocalizzazione dei contenuti) su cui ANEC è in prima linea: è infatti anche sul fronte internazionale che si devono concentrare e si possono misurare i nostri sforzi". Al fianco di Clapp, questi i componenti del Direttivo Unic: il vicepresidente vicario **Jean-Pierre Decrette** (Francia), i vicepresidenti **Edna Epelbaum** (Svizzera), **Mario Mazzetti** (Italia), **Kim Pedersen** (Danimarca), **Matthias Leonardy** (Germania) e il tesoriere **Jaime Tarrazon** (Spagna).

CINEEUROPE: Gli adolescenti, questi sconosciuti



Alla scoperta del pubblico degli adolescenti per portarli al cinema. Così si potrebbe sintetizzare il convegno di martedì mattina al **CineEurope** di Barcellona. Organizzato da UNIC con Coca Cola, è la seconda parte di un'indagine iniziata l'anno scorso. **Jan Runge** ha ricordato alcuni dati emersi nel 2016, che evidenziavano come si stesse erodendo la presenza del pubblico tra i 15 e i 24 anni negli ultimi anni. In Gran Bretagna, ad esempio, è calata del 7% dal 2008 al 2015 e in Germania è scesa dal 70% al 38% del totale. L'89% degli esercenti intervistati ha dichiarato che il target 12-25 anni è quello chiave; a fronte del 26% degli intervistati che ha dichiarato che questo pubblico è cresciuto negli ultimi dieci anni, il 52% ne ha sottolineato, invece, il calo mentre il 79% ha evidenziato che è molto difficile attrarre i giovani.

Quest'anno sono stati presentati i risultati di una ricerca commissionata da Unic a **Gfk**, che ha riguardato **Francia, Germania e Gran Bretagna**. Analizzando fasce anagrafiche diverse (18-25, 15-17 e 12-14 anni), lo studio ha evidenziato come i ragazzi siano molto esigenti con la qualità e la comodità dell'offerta. Il tempo libero a disposizione è percepito essere sempre meno e il cinema è in competizione con altre forme di entertainment. Soprattutto, uscire per andare al cinema richiede uno sforzo ma è considerato una forma molto interessante per occupare il tempo libero e per vivere momenti speciali in condivisione con gli amici.

Altro tratto comune: il cinema vuol dire immergersi in **un altro mondo** e per questo fondamentali sono **l'atmosfera, il suono, le immagini e la qualità della struttura**. I ragazzi vanno al cinema pianificando la serata e il 50% abbina la visione di un film ad altro. "E' necessario offrire un'esperienza intensa" ha dichiarato **Susanna Meyer** di Gfk. Ci sono poi delle differenze a seconda dell'età. Ai 12-14enni basta vedere film sul grande schermo; i 15-17enni al cinema vogliono vivere esperienze con gli amici; i 18-25enni di base preferiscono stare a casa a vedere un film o andare al cinema per eventi precisi. "Anche se a casa sono disordinatissimi, una volta al cinema i ragazzi chiedono temperatura gradevole, pulizia, spazio, poltrone comode, tempi ridotti per acquistare biglietti, staff accogliente. Chiedono di comprare biglietti e anche cibo

direttamente dal telefono, **app dedicate, carte fedeltà** e la possibilità di consegna del cibo acquistato direttamente in sala. Da parte loro gli esercenti dovrebbero utilizzare più **canali quali Twitter o Snapchat** per comunicare; entrare in contatto con gli adolescenti attraverso i social media”, ha specificato Susanna Meyer. Una via interessante sarebbe che i cinema si dotassero di **canali youtube**, in cui magari ospitare blogger per far arrivare messaggi ai ragazzi. I cinema dovrebbero dotarsi di aree apposite dedicate dove i teenager possano stare prima di entrare in sala o dopo aver visto il film (in questo senso Coca Cola è stata partner di un progetto sperimentale presso un cinema a Tilburg in Olanda, che sta dando risultati interessanti). Ha concluso la ricercatrice di Gfk: “Al cinema i ragazzi chiedono un’esperienza più totalizzante, non solo vedere un film ma ampliare l’offerta con più contenuti, come serie tv, partite di videogiochi, eventi sportivi o visione di making off dei film per andare oltre la pellicola”.

<http://www.e-duesse.it/News/Cinema/CineEurope-gli-adolescenti-questi-sconosciuti-218856>

CINEEUROPE: “Innovazione e diversità chiavi del successo del cinema europeo”

Nel **discorso di apertura** dell’edizione 2017 di **CineEurope**, il presidente UNIC **Phil Clapp** ha evidenziato l’importanza dell’innovazione e della diversità nel successo del cinema in Europa. Clapp ha ringraziato la Commissione Europea per il sostegno all’edizione corrente, auspicando che sia l’inizio di un più ampio impegno. Parlando dello stato del settore, Clapp ha auspicato una **collaborazione costante** a tutti i livelli: “In un mondo sempre più consolidato e connesso, possiamo solo imparare dalle reciproche esperienze e riflessioni”. Clapp ha ricordato l’andamento positivo di molti mercati europei nel 2016, lodando gli investimenti compiuti e la creatività delle imprese e circuiti di sale: “Nonostante le prove contrarie, molti insistono nel definire *tradizionale* il settore sala: nulla di più lontano dalla verità, la nostra linfa vitale è la **necessità di innovare, di trovare nuovi modi di coinvolgere il pubblico**. Di innovazione si è parlato nel seminario aperto, lunedì mattina, da **Lucia Recalde** dell’Unità Europa Creativa della Commissione Europea (foto), che ha visto tra i relatori **Jean Mizrahi** di Ymagis, il regista di *Spiderman Jon Watts*, **Tim Richards** di Vue Cinemas, **Mikhail Lorgren** di SF Studios e l’esercente svizzera **Edna Epelbaum**. Clapp ha toccato il tema dell’**equilibrio di genere** ai vertici dell’industria, oggetto del convegno di apertura di CineEurope: a breve sarà lanciato un **progetto pilota di mentoring** per la crescita di **professioniste donne**. Ringraziamenti finali per **Jan Runge**, direttore generale uscente (a luglio sarà sostituito da Laura Houlgatte), che in sei anni ha contribuito a riportare il cinema al centro delle politiche europee.



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.**