

CineNotes

appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta • 26 giugno 2017 • nuova serie **2613 (2926)**

BOX OFFICE ITALIA – I “Transformers” fanno la differenza



Il campione Cinetel torna ad avere, nel weekend **22-25 giugno**, un titolo di successo: **Transformers - L'ultimo cavaliere** (Universal) debutta in prima posizione con un incasso di 1,8 milioni di euro in 805 schermi (media: 2.259 euro), seguito da **La mummia** (ancora Universal) con 401mila euro per complessivi 3,7 M€ al terzo weekend. Resiste al terzo posto, al quinto weekend, **Pirati dei Caraibi - La vendetta di Salazar** (Disney), con 304mila euro che portano il totale a 11,7

M€. Quarta posizione per **Nerve** (01) 240mila euro e un totale di 756mila, seguito da **Civiltà perduta** (Eagle Pictures), che al debutto incassa 195mila euro in 172 schermi (media: 1.139 euro). Sesto (era terzo) **Wonder Woman** (WB) con 192mila euro e un totale di 3 M€, seguito da **Una doppia verità** (Videa) con 105mila euro, per un totale di 345mila euro. Ottava posizione per **Baywatch** (Universal) con 104mila euro che portano il totale a 1,9 M€ al quarto weekend. Seguono due produzioni europee: nono **Aspettando il Re** (Lucky Red, di nazionalità tedesca) con 59mila euro (in totale 207mila euro), decimo il britannico **Lady Macbeth** (Teodora) con 36mila euro (in totale 102mila euro).

Altri debutti: **Parliamo delle mie donne** (Altre Storie) è 12° con 31mila euro in 66 schermi (media: 474 euro), **Girotondo** (Sedici Cinema) 27° con 4mila euro in 51 schermi (media: 82 euro), la coproduzione italiana **The habit of beauty** (Europictures) 29^ con 3mila euro in 11 schermi (media: 343 euro). Escono dalla Top Ten: **Parigi può attendere** (Good Films, 98mila euro dopo 2 weekend) e **Quando un padre** (Eagle, 225mila euro dopo 3 weekend).

L'incasso complessivo del fine settimana è 3,7 M€, **+24%** rispetto al precedente, **+24,61%** rispetto al weekend dello scorso anno, che vedeva debuttare *The conjuring - Il caso Enfield* appena sotto il milione di euro.

IL PUNTO

Giugno Dal 1° al 25 giugno si sono incassati **22 M€**, **-21,33%** rispetto all'analogo periodo 2016, **-28,88%** rispetto al 2015. Si sono venduti **3,3 milioni di biglietti**, **-24,85%** sul 2016, **-28,70%** sul 2015.

L'anno Nel periodo **1 gennaio-25 giugno** si sono incassati **314 M€**, **-16,84%** rispetto all'analogo periodo 2016, **-4,75%** rispetto al 2015. Si sono venduti **51,3 milioni di biglietti**, **-12,59%** rispetto al 2016, **+0,65%** sul 2015. Lo scorso weekend, il saldo era rispettivamente **-17,25%** e **-12,83%**.

Le quote di mercato Il cinema Usa sale al **67,19%** degli incassi col 29,11% dei film distribuiti. Il cinema italiano è al **18,22%** con il 30,84% dei film. Seguono **Francia** (5,30%), **Gran Bretagna** (4,03%) e **Australia** (1,93%). Un anno fa, gli Usa erano al 49,52%, l'Italia al 38,07%.

La distribuzione **Universal** resta saldamente al comando con il **23,02%** degli incassi e il 4,91% dei film; seconda **Walt Disney** (15,60%), terza **Warner Bros** (13,70%), poi **01 Distribution** (12,54%), **20th Century Fox** (8,69%), **Medusa** (6,91%), **Lucky Red** (5,26%), **Eagle Pictures** (4,40%), **Videa** (2,58%).

BOX OFFICE USA – Arrivano i “Transformers”



Anche la classifica Usa del weekend **23-25 giugno** vede primeggiare **Transformers - L'ultimo cavaliere** (Paramount, budget 217 milioni di dollari) con 45,3 M\$ in 4.069 sale (media: 11.133 dollari), seguito da due film cui è accreditato pressoché lo stesso incasso: **Cars 3** (Disney) con 25,1 M\$ e un totale di 99,8 M\$, e **Wonder Woman** (WB) con 25,1 M\$ per complessivi 318,3 M\$. Quarto **47 metri** (Entertainment) con 7,4 M\$ che portano il totale a 24,2 M\$, quinto **All**

eyez on me (Lionsgate), 5,8 M\$ e un totale di 38,6 M\$. Sesto **La mummia** (Universal) con 5,8 M\$ (in totale 68,5 M\$), settimo **Pirati dei Caraibi - La vendetta di Salazar** (Disney) con 5,2 M\$ e un totale di 160 M\$. Scende in settima posizione **Rough night** (Sony) con 4,7 M\$ per un totale di 16,6 M\$, nono **Capitan Mutanda** (Fox) con 4,2 M\$ e complessivi 65,7 M\$, davanti a **Guardiani della Galassia Vol. 2** (Disney) che incassa 3 M\$ per un totale ragguardevole di 380,2 M\$ dopo 8 weekend.

Tra i debutti, ottime medie incasso rispettivamente con 5 e 4 copie per **The big sick** (Lionsgate, commedia prodotta da Judd Apatow) e **L'inganno - The beguiled** (Focus, diretto da Sofia Coppola), che incassano 435mila e 240mila dollari. Esce dalla Top Ten il thriller **It comes at night** (A24, 13 M\$ dopo 3 weekend).

L'incasso dei primi dieci è 131,9 M\$, **-26,2%** sul weekend precedente, **-25,5%** e **-24,2%** su quello dei due anni precedenti. (*Boxofficemojo*)

Siglato a Matera protocollo d'intesa per i cinema della Basilicata



Il Protocollo di Intesa per rilanciare le **sale cinematografiche in Basilicata** è stato firmato da: Regione Basilicata, i 18 Comuni coinvolti, Sensi Contemporanei, Agenzia per la Coesione Territoriale, DG Cinema del Mibact e Lucana Film Commission. Nato per rafforzare la cooperazione istituzionale e giunto a valle dell'intervento di digitalizzazione delle sale cinematografiche avviato nel 2015, il documento getta le basi per offrire nuovi modelli di **gestione in rete delle sale**, aprire le stesse quali **contenitori culturali**, creare un indotto e far rivivere i paesi dell'entroterra lucano attraverso questi luoghi di identità culturale e di socialità. L'accordo è giunto al termine di una mattinata di studio sulla gestione delle **sale cinematografiche comunali**, iniziativa nell'ambito dell'Accordo di Programma Quadro *Lo Sviluppo dell'Industria*.

"L'appuntamento rientra in un percorso istituzionale partito un anno fa – spiega la dirigente dell'Ufficio *Sistemi Culturali, Turistici, Cooperazione Internazionale* della Regione Basilicata, **Patrizia Minardi** - e che ha coinvolto la parte privata insieme alle istituzioni, i 18 comuni proprietari delle sale cinematografiche. Abbiamo fatto di sopralluoghi e lavorato con il Ministero dei Beni Culturali, con l'agenzia di Coesione, la Regione e anche AGIS e **ANEC** per capire quali erano le esigenze dal punto di vista tecnologico. Oggi devono essere messe a bando per la gestione, da affidare a nuovi esercenti giovani o rafforzando gli esercenti che ci sono già". Bandi di gestione che prenderanno a riferimento l'esperienza del "**Multisala Naturale**", rete di **tre comuni toscani** che hanno condiviso approvvigionamenti e programmazione di film, spese di promozione e affissioni e biglietterie, rilanciando cinque sale cinematografiche. Esperienza, questa, raccontata a Matera da **Mario Lorini**, programmatore del Multisala Naturale Val d'Elsa, e **David Taddei**, Direttore Generale della Fondazione Elsa Culture Comuni. Il progetto "Multisala Naturale" è dunque il punto di partenza per creare un modello di sinergie, a livello locale, tra enti pubblici, culturali, esercenti, per la promozione della cultura cinematografica e per rivitalizzare i centri storici delle città. "Fare una programmazione unica in tutte le 18 sale – prosegue Minardi - che ci consenta di portare i film in circuitazione e anche di formare il pubblico.

Queste sale dovranno essere anche contenitori per un'offerta culturale che va dallo spettacolo alla musica oltre che al cinema, valorizzando le figure professionali della filiera fino ad arrivare poi ai percorsi di cineturismo". All'incontro hanno partecipato anche **Francesca Rossini**, segretario Unione Agis Puglia e Basilicata, e **Giulio Dilonardo**, presidente Agis e Anec Puglia e Basilicata, che ha commentato: "Ottimo il modello di concertazione della Basilicata, però ora sarebbe necessario operare con un interventi in favore delle strutture private per sostenere attività e programmazione di qualità".

https://www.sassiland.com/notizie_matera/notizia.asp?id=43181&t=siglato_a_matera_protocollo_intesa_per_rilancio_sale_cinematografiche_comunali_della_basilicata

Letta: "Vorrei i giovani in sala con 3 euro"



"Per riportare i giovanissimi in sala si potrebbe provare a immaginare un **prezzo fisso di 3 euro** per gli **under 20** o gli **under 25**". Lo propone **Giampaolo Letta**, amministratore delegato di Medusa, che ha presentato il listino della casa di produzione per il 2017/2018. Negli ultimi sette mesi, nonostante il mercato complessivo sia in netto calo (-17%, una crisi che ha colpito soprattutto i film di casa nostra) "Medusa si è difesa. È stata per incassi il secondo distributore italiano. Siamo riusciti pur con meno uscite ad avere incassi medi più importanti". È Medusa il film italiano di maggior successo della stagione, *L'ora legale*, con oltre 10 milioni di euro al botteghino. Il nuovo listino, dal valore in produzione di circa 30 milioni di euro, cui si aggiungono circa 12 milioni di costi per la promozione, "è al 99% italiano. Il nostro sforzo è lavorare su qualità e eterogeneità". Fra le cause dell'appannamento' del cinema italiano c'è "il ripetere spesso storie simili con gli stessi cast".

(ANSA)

Bellocchio: "La scuola insegni la storia del cinema"



Cinema Ritrovato. La rassegna propone fino al 2 luglio, in diversi luoghi della città, la proiezione di pellicole restaurate. (*Corriere della Sera*)

«Il cinema? Va insegnato nelle scuole. I film devono essere visti, commentati, discussi nelle ore di lezione, dalle elementari alle superiori, come si fa con Dante o con Leopardi. Ne sento parlare da 50 anni ma in Italia questo non succede ancora». Lo ha detto il regista **Marco Bellocchio**, presidente della **Cineteca di Bologna**, inaugurando la 31esima edizione del festival

"Downton Abbey" approderà su grande schermo



Il presidente di *NBCUniversal International Studios*, **Michael Edelstein**, ha confermato a Singapore che sarà girata presto la versione per il grande schermo della serie televisiva **Downton Abbey**. "C'è un film in lavorazione, lo è da un po' di tempo. Stiamo lavorando alla miglior sceneggiatura possibile e poi dovremo capire come mettere insieme il cast, ma siamo fiduciosi di girare l'anno prossimo". Le dichiarazioni provengono dall'evento *Downton Abbey: The Exhibition in Singapore*, prima tappa di un tour pluriennale che toccherà anche gli Usa, con costumi e scene inedite della serie. I componenti del cast presenti all'inaugurazione sono stati meno pronti a confermare la notizia, non avendo idea degli sviluppi. *Downton Abbey* è andato in onda per sei stagioni dal 2010 al 2015, vincendo tre *Golden Globes* e 15 *Emmy*. Ha debuttato su ITV in Gran Bretagna e PBS negli USA. (*Screen International*)



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.**