

CineNotes

appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta • 10 luglio 2017 • nuova serie **2617 (2930)**

BOX OFFICE ITALIA – “Spider-Man” realizza il 67% dell'incasso totale



Anche in Italia arriva Spider-Man ma, seppure saldamente al comando, l'incasso non è da record: **Spider-Man: Homecoming** (Warner Bros) incassa 2,6 milioni di euro in 923 schermi, con una media di 2.873 euro e una percentuale del **67% sul totale** della classifica del weekend. Scende in seconda posizione **Transformers - L'ultimo cavaliere** (Universal), con 313mila euro e un totale di 4,1 M€, seguito da **2:22 il destino è già scritto** (Notorious), stabile in terza posizione con 191mila euro e un totale di 616mila euro. La parte centrale della classifica resta immutata: quarto **La Mummia** (Universal), 117mila euro al quinto weekend e complessivi 4,3 M€; quinto **Pirati dei Caraibi - La vendetta di Salazar** (Disney), 100mila euro e un totale di 12,2 M€ al settimo weekend; sesto **Bedevil - Non installarla** (Adler), 66mila euro e un totale di 353mila euro; settimo **Civiltà perduta** (Eagle), 63mila euro per complessivi 535mila euro. Guadagna un posto **Wonder Woman** (WB), 36mila euro e un totale di 3,4 M€, seguito da **Nerve** (01) con 33mila euro (supera così il milione di euro) e da **Codice criminale** (Videa), che al secondo weekend entra nella Top Ten con 33mila euro e un totale di 184mila euro.

L'altro debutto della settimana, la parodia **Fausto & Furio** (Sunshine), è 21° con un incasso di 10mila euro in 25 schermi (media: 404 euro). A parte l'evento speciale su Vasco Rossi, esce dalla Top Ten **The Latin dream** (Anerica, 157mila euro dopo 2 weekend).

L'incasso complessivo del fine settimana è di 3,9 M€, **+8%** rispetto al precedente, **+77,75%** rispetto a un anno fa, che vedeva debuttare con 686mila euro **Tartarughe Ninja - Fuori dall'ombra**.

Il punto

Il mese Nel periodo **1-9 giugno 2017** si sono incassati nel campione Cinetel **7,6 milioni di euro, +51,56%** rispetto a luglio 2016, **+5,04%** rispetto al 2015. Si è venduto **1 milione di biglietti, +23,68%** rispetto al 2016, **-7,90%** rispetto al 2015.

L'anno Nel periodo **1 gennaio-9 luglio 2017** si sono incassati **324,6 milioni di euro, -15,54%** rispetto all'analogo periodo 2016, **-4%** rispetto al 2015. Si sono venduti **52,9 milioni di biglietti, -11,71%** rispetto al 2016, **+0,99%** rispetto al 2015. Lo scorso weekend il saldo era rispettivamente **-16,16%** e **-12,16%**.

Le quote di mercato Il cinema Usa è al **67,37%** degli incassi e il 29,20% dei film distribuiti. Il cinema italiano è al **17,99%** con il 31,03% dei film. Seguono **Francia** (5,18%), **Gran Bretagna** (4,08%) e **Australia** (2,06%). Un anno fa, gli Usa erano al 49,88%, l'Italia al 37,54%.

La distribuzione Nel periodo **1 gennaio-9 luglio**, sempre prima **Universal** col 23,30% degli incassi e il 4,66% di film distribuiti. Seguono **Walt Disney** (15,30%), **Warner Bros** (14,22%), **01 Distr.** (12,31%), **20th Century Fox** (8,45%), **Medusa** (6,71%), **Lucky Red** (5,13%), **Eagle** (4,39%), **Videa** (2,60%).

BOX OFFICE USA – Spider-Man vola alto



Il weekend Usa **7-9 luglio** vede debuttare trionfalmente **Spider-Man: Homecoming** (Sony, budget 175 milioni di dollari) con 117 M\$ in 4.348 sale (media: 26.912 dollari), seguito da **Cattivissimo me 3** (Universal), che cede il primato incassando 34 M\$ al secondo weekend (il totale ammonta a 149,1 M\$). Terzo **Baby driver** (TriStar) con 12,7 M\$ per un totale di 56,8 M\$, quarto **Wonder Woman** (WB) con 10,1 M\$ che portano il totale al sesto weekend a 368,7 M\$. Quinto **Transformers: L'ultimo cavaliere** (Paramount) con 6,3 M\$ e complessivi 118,9 M\$, seguito da **Cars 3** (Disney) con 5,6 M\$ e un totale di 133,7 M\$ al quarto fine settimana. Al settimo posto **The house** (WB) con 4,8 M\$, in totale 18,6; ottavo, dal dodicesimo, il piccolo caso **The big sick** (Lionsgate, ha debuttato al Sundance Festival), che incassa 3,6 M\$ in 326 schermi al terzo

weekend (la media è sempre molto alta, 11.196 dollari) per complessivi 6,9 M\$. Nono **47 metri** (Ent) con 2,8 M\$ e un totale di 38,5 M\$, decimo **L'inganno** (Focus) con 2 M\$ in 941 schermi per un totale di 7,4 M\$. **Escono dalla Top Ten Pirati dei Caraibi: La vendetta di Salazar** (Disney, 168,8 M\$ dopo 7 weekend) e **La Mummia** (Universal, 77,9 M\$ dopo 5 fine settimana).

Altro film proveniente dal Sundance, **A ghost story** con Casey Affleck e Rooney Mara (A24) incassa 108mila dollari in 4 sale (la media schermo è superiore al primo in classifica. L'incasso totale dei primi 10 film è 199 M\$, **+26,6%** rispetto al precedente weekend, **-1,9%** e **-1,4%** rispetto all'analogo weekend dei due anni precedenti, che videro in vetta *Pets* e *Minions*. (Boxofficeguru)

Accordo di distribuzione Lucky Red-STX



Sarà *All the Money in the World*, il film sul rapimento di John Paul Getty III che il regista britannico **Ridley Scott** sta girando a Roma con Kevin Spacey, Michelle Williams e Mark Wahlberg, il primo film STX che **Lucky Red** porterà in Italia. La società guidata da **Andrea Occhipinti**, che quest'anno festeggia i 30 anni d'attività, ha infatti firmato un accordo pluriennale di distribuzione con **STX International**, e porterà in Italia i titoli prodotti e distribuiti in America e Regno

Unito da STX, entrando così nella squadra dei partner della compagnia americana, che copre 150 paesi in tutto il mondo e ha 33 accordi di partnership attualmente in vigore. (Cineuropa.org)

"Dunkirk" avrà la più ampia uscita 70mm in 25 anni



Dunkirk di Christopher Nolan uscirà nel mondo in 125 sale 70mm, come riporta la Warner Bros Pictures. Si tratta dell'uscita più larga in tale formato da 25 anni in qua. Registi come Nolan, Paul Thomas Anderson, Tarantino sono affezionati al 70mm, punto di riferimento dell'industria per la valutazione di un film in alta risoluzione, utilizzato in passato per *Lawrence d'Arabia* e *Ben-Hur*. Peccato però che i cinema abbiano abbandonato la pellicola: occorre una grande

influenza da parte dei registi per obbligarli a rispolverare l'impianto in 70mm e impiegare personale preparato. Nel 2016, *The Hateful Eight* di Tarantino uscì in 100 copie a 70mm, ma secondo alcuni analisti le sale hanno sborsato complessivamente dagli 8 ai 10 M\$ per installare i proiettori. Nel 2014, *Interstellar* fu proposto in 50 sale Imax nel format 70mm. In larga parte, *Dunkirk* è stato girato con cineprese 2D IMAX ad altissima risoluzione. La posizione di Nolan a favore dello spettacolo su grande schermo è netta: ha respinto pubblicamente il tentativo delle Major di offrire film sulle piattaforme streaming a breve distanza dall'uscita in sala. È noto inoltre per non essere un fan della proiezione digitale. In molti territori **Dunkirk** uscirà il 21 luglio, in Italia il 31 agosto: la **Sala Energia dell'Arcadia di Melzo** ha già annunciato la copia in 70mm.

(Variety)

Ciné: GFK e il cinema d'estate



Presentata a **Ciné** la ricerca **La destagionalizzazione nel cinema: cause e possibili soluzioni**, promossa da DGC e ANICA e realizzata da **GFK** su un campione di 1600 persone dai 14 anni in su. **Edmondo Lucchi** ha illustrato ostacoli e motivazioni alla frequenza al cinema nel periodo estivo: una convergenza di fattori che, presi da soli, non spiegano esaurientemente il fenomeno, indicando inoltre possibili forme di contrasto. Il primo problema è lo spostamento di parte della popolazione in **luoghi di villeggiatura**, dove **non sempre c'è nelle vicinanze un cinema**. Altro forte ostacolo è la **quantità di offerte alternative** per il tempo libero, che in estate si moltiplicano; collegato a esso, la tendenza a stare in luoghi aperti, associando il cinema a un "luogo chiuso" più connotato ai periodi autunnale e invernale. **L'offerta** di film in sala, **non adeguata** rispetto ad altri periodi dell'anno per quantità e qualità, è solo uno dei fattori: considerazione necessaria per risolvere il problema, ma non sufficiente. Il **prezzo** di per sé non è considerato dagli intervistati più alto che nel resto dell'anno, ma la difficoltà di portare gente al cinema può suggerire forme di **promozione** nel periodo, o legate a un **target specifico** (i ragazzi e i giovani, ad esempio). Un aspetto da non trascurare è quello ambientale: non si tratta solo dell'aria condizionata, la cui assenza è sempre più rara (ma nelle risposte indicate c'è invece chi trova che al cinema faccia "troppo freddo"), ma una più generale impostazione della sala cinematografica, per contrastare l'immagine che lo spettatore ne ha come di luogo chiuso, in contrasto con la propria idea di svago estivo. Molti intervistati sono addirittura convinti che tutti i cinema siano chiusi in estate... Occorre dunque, per Lucchi, «aprire un "cantier strategico" dedicato agli ambienti del cinema, considerando allestimento e design, opportunità di rinfresco e ristoro, offerte pre e post

proiezione in sinergia con il contenuto del film...». Gli ostacoli non mancano, ma secondo la ricerca i **margini di crescita sono notevoli**. Soprattutto se tutto il settore agirà in modo sistematico su questo fronte, agendo congiuntamente sull'offerta di film e sugli ambienti delle sale. <http://www.anecweb.it/notiziaevento.php/31178>

Il PostModernissimo di Perugia premiato come impresa innovativa



La **Conferenza Nazionale dell'Impresa Culturale** dell'Aquila, organizzata da Federculture, ha ospitato il **Premio Cultura di Gestione** per le imprese culturali, realizzata allo scopo di riconoscere modelli innovativi di intrapresa che hanno saputo generare un impulso in termini di incremento e miglioramento dell'offerta di beni e attività culturali, della loro produzione e della loro fruizione pubblica. Premiato il **PostModernissimo di Perugia** quale **esempio d'innovatività e concretezza**, scelto tra oltre 70 progetti candidati

da ogni regione, esperienze innovative nella valorizzazione del territorio.
<http://www.perugiatoday.it/cronaca/premio-cultura-gestione-cinema-postmodernissimo.html>

Pubblicità on line in crescita



A maggio 2017 il **mercato italiano della pubblicità online** torna a crescere con un bel dato, **+7,5%**: "Si tratta dell'incremento percentuale più elevato registrato da gennaio 2015", ha affermato il presidente Fcp-Assointernet, **Giorgio Galantis**, che ha spiegato come "il risultato recupera la flessione del primo quadrimestre spostando in terreno positivo il dato progressivo gennaio-maggio, al +0,6%". Si nota il boom dell'advertising **mobile**, con una crescita forte dell'84,1%, trainata anche dal **tablet** che mette a segno un +116,6%. Buoni anche i dati che arrivano dal segmento **Smart TV/Console**, che registra un +30,4%, mentre in leggera flessione è il **web**, che segna una perdita dell'1,1%.

<https://www.key4biz.it/pubblicita-online-mercato-italiano-cresce-del-7-miglior-dato-degli-ultimi-due-anni-grazie-smartphone/>



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.**