

CineNotes

Appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta • 10 gennaio 2018 • nuova serie **2669 (2982)**

I risultati Cinetel 2017: cinema italiano in calo di competitività

Il box office italiano ha registrato, nel 2017, una flessione in termini di presenze e incassi. Secondo Cinetel, che rileva il 95% delle presenze dell'intero mercato, i **biglietti venduti** nel 2017 sono stati **92.336.963**, con un **calo del 12,38%** rispetto al 2016. Diminuiscono anche gli **incassi: 584.843.610 di euro**, con una **flessione dell'11,63%**. Se cala la quota di mercato del **cinema italiano** in termini di presenze (**18,28%** contro il 28,71% del 2016), aumenta quella del cinema statunitense, passata dal 55,19% del 2016 al 65,12%). Cala invece il numero di film distribuiti che nel 2017 sono stati 536, a fronte dei 554 del 2016. I dati **Cinetel** sono stati presentati e commentati oggi a Roma, presso l'**ANEC**, dalle associazioni degli esercenti **ANEC** e **ANEM** e dai distributori e produttori dell'**ANICA**. Alla presentazione, introdotta dall'Amministratore Delegato di Cinetel, **Richard Borg**, sono intervenuti anche i presidenti ANICA **Francesco Rutelli**, ANEC **Alberto Francesconi**, ANEM **Carlo Bernaschi**; **Andrea Occhipinti**, Sezione Distributori ANICA, **Francesca Cima**, Sezione Produttori ANICA, e il Direttore generale Cinema del MiBACT, **Nicola Borrelli**.

Di seguito alcune tabelle distribuite in data odierna, che sintetizzano gli aspetti più evidenti: il calo del 2017 (e l'andamento degli ultimi cinque anni); il calo dei mesi estivi (periodo aprile-settembre); i film di nuova uscita, le quote di mercato intero anno solare.

Risultati totali

	presenze	2016%	2015%	2014%	2013%	incasso	2016%	2015%	2014%	2013%
Anno 2017	92.336.963	-12,38	-7,07	0,89	-5,23	584.843.610	-11,63	-8,23	1,67	-5,47
Anno 2016	105.385.195		6,06	15,14	8,16	661.844.025		3,86	15,05	6,97
Anno 2015	99.362.667			8,56	1,98	637.265.704			10,78	3,00
Anno 2014	91.526.747				-6,06	575.247.515				-7,02
Anno 2013	97.431.465					618.699.909				

Quote di mercato

	Anno 2017			
	incidenza %			
	presenze	incasso	presenze	incasso
STATI UNITI	60.125.924	387.619.551	65,12	66,28
ITA+Cop	16.880.223	103.149.979	18,28	17,64
Altri	15.330.816	94.074.081	16,60	16,09
Totale	92.336.963	584.843.610		

Le quote di mercato negli ultimi anni – **ITALIA/COP** 2016: **28,71%**, 2015: **21,35%**, 2014: **27,92%**.
USA 2016: **55,19%**, 2015: **60,01%**, 2014: **49,63%**.

Nel **periodo aprile-settembre 2017**, la quota di mercato **ITALIA/COP** è scesa al **10,70%**, quella **USA** è salita al **69,25%**. Nello stesso periodo 2016, erano rispettivamente 13,06% e 69,05%.

I film di nuova uscita

	Film totali	ITA+COP	3D
Anno 2017	536	218	38
Anno 2016	554	208	36

Mese per mese

	presenze	incasso	confronto 2017/16 %		andamento progressivo %		peso mese su anno %	
			presenze	incasso	presenze	incasso	presenze	incasso
gen-17	14.419.324	89.222.566	-29,46	-35,53	-29,46	-35,53	15,62	15,26
gen-16	20.441.018	138.403.139					19,39	20,91
feb-17	10.108.636	60.034.046	-1,48	-8,22	-20,11	-26,77	10,95	10,26
feb-16	10.260.917	65.409.890					9,73	9,88
mar-17	9.520.049	56.810.314	1,99	-3,69	-14,96	-21,59	10,31	9,71
mar-16	9.333.967	58.989.811					8,85	8,91
apr-17	8.458.489	53.142.799	12,46	20,99	-10,62	-15,49	9,16	9,09
apr-16	7.521.368	43.923.253					7,14	6,64
mag-17	5.518.453	32.762.698	-18,26	-23,50	-11,57	-16,47	5,98	5,60
mag-16	6.751.521	42.829.785					6,40	6,47
giu-17	3.863.183	25.080.009	-19,59	-15,85	-12,22	-16,42	4,18	4,29
giu-16	4.804.478	29.803.082					4,56	4,50
lug-17	3.120.935	20.302.507	0,30	9,06	-11,60	-15,23	3,38	3,47
lug-16	3.111.569	18.615.128					2,95	2,81
ago-17	3.648.641	23.015.756	-23,84	-24,06	-12,47	-15,86	3,95	3,94
ago-16	4.790.933	30.306.030					4,55	4,58
set-17	7.221.430	47.980.799	-5,43	3,72	-11,75	-13,95	7,82	8,20
set-16	7.636.173	46.260.743					7,24	6,99
ott-17	7.934.787	52.866.866	-21,56	-14,11	-12,92	-13,97	8,59	9,04
ott-16	10.115.675	61.549.732					9,60	9,30
nov-17	7.794.045	50.844.029	-19,66	-11,54	-13,61	-13,73	8,44	8,69
nov-16	9.701.003	57.480.017					9,20	8,68
dic-17	10.728.991	72.781.221	-1,95	6,42	-12,40	-11,65	11,62	12,44
dic-16	10.941.931	68.388.688					11,85	11,69
Tot.2017	92.336.963	584.843.610						
Tot.2016	105.410.553	661.959.297						

N.B.: Confronto Progressivo % è la variazione 2017 su 2016 dal 1° gennaio alla fine del mese in corso.

I risultati nei principali mercati esteri



Nel corso della conferenza stampa odierna sono stati forniti i primi dati dei principali mercati europei. Secondo i primi dati forniti dal CNC, in **Francia** nel 2017 si è registrata una **diminuzione delle presenze del 2%** (209,2 milioni, erano 213 nel 2016) e un risultato al botteghino di 1,3 miliardi di euro. Si tratta del terzo miglior risultato degli ultimi cinquant'anni, dopo il 2011 e il 2016. La quota del **cinema francese** è stata del **37,40%** (era al 35% nel 2016) e 16 film nazionali hanno registrato più di 1 milione di spettatori.

Secondo i dati *ComScore*, in **Spagna** si è registrato **-0,7%**, con un incasso totale di 597 milioni di euro e **99,7 milioni di biglietti** venduti (-0,5%). Il **box office tedesco** è cresciuto del **3,6%** per un incasso totale di 995,4 milioni di euro. I biglietti venduti ammontano a 113,7 milioni, i film nazionali sono al 25,60% (nel 2016 erano al 16%). Cresce anche il **box office britannico**, **+4,7%** rispetto al 2017 (1,38 miliardi di sterline, nel 2016 furono 1,32).



È terminato senza slanci e con amare conferme *l'annus horribilis* per il cinema in sala. Spenta l'eco delle fiduciose dichiarazioni ufficiali degli addetti ai lavori a Sorrento, ricomponiamo un quadro già noto allo sfinimento: **preoccupante disaffezione del pubblico verso il cinema italiano, l'estate che non si allunga, le date autunnali sovraccariche, il respiro assai ridotto dei film medio piccoli**, e su tutto l'inesorabile consapevolezza che si sta facendo molto buon cinema dalle piattaforme in streaming, sempre più fuori dalle sale. L'emorragia senza fine di spettatori è già emergenza sistema? Forse no, in fondo non siamo, dicono, messi tanto peggio del resto dell' Europa, in leggera

flessione la Francia ma in lieve aumento in altri paesi, o degli Usa, per la prima volta in segno meno dopo decenni di crescita. È certo inoltre che **i decreti sul cinema**, ormai quasi in campo, aspergeranno sul mercato fondi talmente copiosi da far risollevarle le sorti di tutta l'industria. Verrebbe da obiettare che i fondi per sostenere la produzione di audiovisivo, pur se maggiormente selettivi rispetto al passato, non garantiscono la rinascita del cinema in sala, anzi è più probabile che produttori, autori, talenti, tecnici si orientino verso i terreni più fertili della *seriality*. Come si può immaginare una discontinuità verso quel cinema italiano in caduta libera nel gradimento, se anche quest'anno si è inseguito vanamente il pubblico occasionale delle Feste, una volta più di tutte umiliato da **commedie di malinconica bruttezza**, che più non graffiano, anzi feriscono la dignità dello spettatore? È come se ancora oggi ci si ostinasse a fare film per una categoria antropologica dei cosiddetti "spettatori da cinema", diversi da quelli che scovano su Netflix o Sky o Amazon storie stimoli molto più sorprendenti in nome dei quali l'industria ha occupato *manu militari* centinaia di sale in Italia nel periodo più delicato, perché il più proficuo, con risultati che nemmeno nella vituperata estate.

Ed ancora, siamo certi che le misure di sostegno per tutti i vari settori saranno la leva per cambiare le sorti del nostro mercato? Non è più ragionevole pensare che qualsiasi sostegno alla Produzione, alla Distribuzione, all'Esercizio, essendo un integratore di risorse, non potrà mai dispiegare la sua efficacia se la struttura del mercato del cinema in sala continua ad essere fragile, irrisolta e abbandonata alla deriva delle proprie insuperabili criticità? I contributi per fare o rifare il cinema presuppongono un apporto sensibile di risorse da parte delle aziende, ma le aziende di Esercizio, nella stragrande maggioranza marginano molto poco, le casse sono esangui causa problema stagionalità, quindi a loro volta devono essere finanziate. In tempi di continuo calo del mercato e soprattutto in tempi di economia post crisi, **la finanziabilità è ridotta al minimo**, perché l'indebitamento di aziende deboli è visto con grande diffidenza. Da qui l'elementare equazione: se non c'è finanza non ci sono i contributi. Oppure il nuovo credito d'imposta per la programmazione, ripensato per sostenere soprattutto chi programma cinema italiano e d'autore: ma se la quota di cinema italiano non arriva al 20% e il cinema d'autore ha il fiato corto, alla fine servirà a poco. Pochi incassi = poco credito d'imposta. O ancora, l'alternativa pensata per premiare la programmazione estiva, anche a vantaggio del cinema non nazionale o europeo. Ma se nell'estate non cambia nulla, arriviamo alla stessa conclusione: pochi film d'estate = poco credito d'imposta. È lodevole che il Presidente ANEC **Francesconi** faccia appello alle risorse del Ministero per finanziare una campagna mediatica per il cinema in sala, ma torniamo sempre lì: se le regole del mercato non cambiano faremo sempre le Feste coi fichi secchi. Se questa è la situazione, se tutti gli attori dell'industria del cinema sono consapevoli del declino cui stiamo assistendo mese dopo mese, forse è il caso di cominciare ad avere qualche reazione? Mah! Apriamo i listini, li mettiamo uno dietro l'altro e ci accorgiamo che, salvo il beneficio della provvisorietà delle date, abitudine ormai diffusa nella Distribuzione, per il 2018 le cose stanno esattamente come lo sono sempre state: congestione gennaio-marzo/ottobre-dicembre, film italiani e di qualità rarefatti da aprile, poi scomparsi fino a settembre (magari con Cannes si recuperano Sorrentino e Garrone); estate con i soliti pochi inevitabili blockbuster (nemmeno l'Italia a casa dai Mondiali è servita); **l'animazione per strategia condivisa migrata tutta dalla fine di agosto** in poi. Se vogliamo provare a rialzarci forse è il caso di cominciare a fare delle scelte politiche, a sedersi, Produttori, Distributori, Esercenti, attorno allo stesso tavolo, tutti partecipi all'idea che il mercato del cinema in sala è un bene comune da far sopravvivere e rilanciare.

Come? **Modificando le strategie produttive e distributive**, assumendosi ognuno la responsabilità di fornire **un contributo che vada oltre la propria ristretta visione aziendalista**, dotandosi di **Linee Guida**, di un codice di autoregolamentazione del mercato, sforzi cui vada associato l'impegno dell'Esercizio a rinnovarsi e mantenere salda l'identità della sala come luogo deputato per l'esperienza collettiva della visione del film, esperienza che nessun divano domestico potrà sostituire. Certo tutto questo significa assumersi rischi mai corsi prima, ma possiamo oggi affermare che l'immobilismo eviterà il collasso del nostro mercato? Commentando la rincorsa dell'Italia iniziata dopo la guerra, che la portò ad essere una delle società più avanzate del pianeta, lo storico **Ernesto Galli della Loggia** dichiara che tale risultato si è raggiunto "*grazie alle scelte politiche compiute dai gruppi dirigenti della più varia formazione. Forse sono stati tutti vittime di un'illusione. Ma è pur vero che, senza essere dominati da un'idea – un'idea anche al di là di ogni ragionevolezza – senza una fiducia cieca che sfiora l'autoinganno, è forse impossibile intraprendere alcunché di grande*".

Gianantonio Furlan, Esercente

BOX OFFICE ESTERI – Jumanji e Star Wars si confermano



Il weekend in Gran Bretagna vede, come già negli Usa, **Jumanji: Benvenuti nella Giungla** (Sony) detronizzare **Star Wars: Gli ultimi Jedi** (Disney): il primo incassa 3,9 milioni di sterline per complessivi 26,3 M£, il secondo 3,6 M£ per un totale di 76,7 M£. In terza posizione si piazza **The greatest showman** (Fox) con 2,4 M£ (il totale è di 10 M£, seguito da **Pitch perfect 3** (Universal) con 1,6 M£ (in totale 12,6 M£) Quinto **Tutti i soldi del mondo** (Sony) con 1,2 M£ al debutto in 486 schermi. **Ferdinand** (Fox) incassa 1,1 M£ e porta il totale a 8,4 M£, seguito da **Molly's game** (eOne) con 1,1 M£ al debutto in 489 copie, 2,2 M£ incluse le anteprime. Ottavo **Paddington 2** (StudioCanal) con 1 M£, che porta il totale a 40,4 M£.

In Francia, resiste **Star Wars: Gli ultimi Jedi** con 770mila presenze in 1.027 copie, per complessivi 6,4 milioni. Stabile **Jumanji: Benvenuti nella Giungla**, secondo con 689mila spettatori e un totale di 2,2 milioni, seguito dai cartoni animati **Ferdinand** (580mila presenze, in totale 1,7 milioni) e **Coco** (502mila presenze, in totale 3,9 milioni). Quinto **Paddington 2** con 328mila spettatori (in totale 1,7 milioni), sesto al debutto l'horror **Insidious: The last key** (Sony), 266mila spettatori in 221 copie, seguito da un altro debutto, **Molly's game** (SND) che realizza 227mila presenze in 324 copie. Ottavo **Assassino sull'Orient Express** (Fox), 204mila spettatori e un totale di 1,1 milioni, nono **Santa & Cie.** (Gaumont), 203mila spettatori e un totale di 1,9 milioni, decimo **L'ora più buia** (Universal) con 178mila spettatori al debutto in 275 copie.

BAFTA britannici, "La forma dell'acqua" guida le nomination



Il Leone d'Oro di Venezia **La forma dell'acqua** ha conquistato 12 candidature, tra cui quelle per film, regista e protagonista, all'edizione 2018 dei British Academy Film and Television Awards, **BAFTA**. Al di là di **The shape of water**, il talento britannico domina le nomination. **L'ora più buia** di Joe Wright e **Tre manifesti a Ebbing, Missouri** di Martin McDonagh hanno ricevuto 9 nomination ciascuno, compresa quella del miglior film. Gli altri due candidati al titolo di miglior film sono **Dunkirk** e **Chiamami col tuo nome**.

Quattro dei cinque attori protagonisti candidati sono britannici: **Daniel Day-Lewis** (*Il filo nascosto*), **Daniel Kaluuya** (*Get Out - Scappa*), **Gary Oldman** (*L'ora più buia*) e **Jamie Bell** (*Film stars don't die in Liverpool*), ai quali si aggiunge **Timothée Chalamet**, protagonista di *Chiamami col tuo nome* di **Luca Guadagnino**, candidato come miglior regista assieme a Denis Villeneuve, Christopher Nolan, Guillermo Del Toro e Martin McDonagh.

Le attrici in lizza sono la britannica **Sally Hawkins** per *La forma dell'acqua*, l'irlandese **Saoirse Ronan** per *Lady Bird*, l'australiana **Margot Robbie** per *I, Tonya* e due americane dirette da britannici: **Annette Bening** (*Film stars don't die in Liverpool*) e **Frances McDormand** (*Tre manifesti a Ebbing, Missouri*). I film in lingua straniera: **Elle** di Paul Verhoeven, **Loveless** di Andrey Zvyagintsev, **First they killed my father** di Angelina Jolie, **The handmaiden** di Park Chan-wook, **Il cliente** di Asghar Farhadi. La cerimonia di premiazione 2018 si terrà sabato 18 febbraio.

Lucia Recalde (MEDIA Europa Creativa): "innalziamo il livello di collaborazione"



Cineuropa.org ha incontrato a Berlino **Lucía Recalde**, durante le celebrazioni per il 30° anniversario degli European Film Awards, per discutere dell'attuale situazione di MEDIA, programma di Europa Creativa.

MEDIA è a buon punto per il 2017, cosa rimane da fare adesso?

Sappiamo che il programma MEDIA sta raggiungendo i suoi obiettivi e può accettare le sfide individuate: la frammentazione dell'industria, la globalizzazione, il passaggio al digitale e l'accesso ai finanziamenti. Bisogna fare di più nella transizione al digitale, perché il modo in cui vengono consumati i contenuti in Europa sta cambiando piuttosto sensibilmente, e il nostro programma vuole aiutare l'industria europea ad adattarsi a questi nuovi modelli. Ma il digitale significa anche opportunità di entrare in contatto con il pubblico ed aprirsi a nuove ed innovative strategie di marketing.

Adotterete misure specifiche nei prossimi anni, per andare incontro a questi cambiamenti?

Vogliamo usare il programma MEDIA per innalzare il livello di collaborazione nell'industria. Ci rendiamo conto che nessun paese e nessun segmento dell'industria può affrontare da solo queste sfide.

Cosa accadrà dopo il 2020, una volta che il programma MEDIA sarà concluso?

La Commissione Europea pensa di adottare tutte le misure proposte dal Quadro finanziario pluriennale entro l'estate del prossimo anno, il che significa che abbiamo sei mesi per preparare tutte le nostre proposte. Una

cosa che sta emergendo nell'agenda europea è il contributo della formazione e della cultura al rafforzamento dell'identità europea. Ci sono molti elementi interessanti sulla comunicazione, che la commissione ha adottato a novembre. Allo scopo di promuovere la nostra diversità culturale, dobbiamo promuovere la nostra identità comune; le due cose vanno di pari passo.

Il pubblico giovane è una delle priorità delle vostre iniziative culturali e di formazione...

Siamo convinti che i film giochino un ruolo estremamente importante nella diffusione di questi valori identitari. Non possiamo pensare al futuro del cinema solo in termini di produzione, dobbiamo pensare anche alle future generazioni di amanti del cinema. Non possiamo escludere il pubblico.

<http://cineuropa.org/it.aspx?t=interview&l=it&did=344325>

The Space, Toby Bradon nuovo Managing Director



Dall'8 gennaio **The Space Cinema** ha un nuovo **Managing Director: Toby Bradon**, approdato direttamente dalla sede londinese di **Vue International** (società proprietaria di The Space Cinema), dove ha ricoperto il ruolo di Direttore Esecutivo per lo sviluppo strategico e aziendale. Per il circuito, 36 multiplex e un totale di 362 sale, il manager avrà la responsabilità di condurre a buon fine investimenti e sviluppi importanti, tra cui il lancio delle poltrone Recliner di Vue, lo sviluppo dell'offerta Retail con nuovi prodotti e servizi e l'introduzione del sistema operativo Vista all'interno del circuito. "Bradon punterà a cogliere tutte le opportunità possibili per ampliare il circuito, anche tramite acquisizioni sul territorio nazionale - spiega l'azienda. Proseguirà, inoltre, il lavoro già avviato con altri operatori leader del settore, a supporto dello sviluppo di strategie che incrementino il numero di ingressi nei cinema italiani per tutto l'anno, a vantaggio dell'intero mercato".

<http://www.engage.it/aziende/the-space-cinema-nuovo-managing-director-toby-bradon/131794#8v7FTIC3vEXV47mx.99>



www.anecweb.it

Gli esercenti ANEC possono richiedere la password di accesso alle **informazioni professionali riservate** del sito, scrivendo all'indirizzo di posta: ufficiocinema@anec.it



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



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 995852 - Registrazione Tribunale di Roma n. 510 e n. 511 del 19.11.2001 – Direttore responsabile: Mario Mazzetti. Ha collaborato: Gabriele Spila. cinenotesweb@gmail.com → **Le notizie possono essere liberamente riprodotte citando la fonte e citando, quando evidenziata, la fonte originaria.** 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.**