

# CineNotes

Appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta • 15 marzo 2018 • nuova serie **2693 (3006)**

## BOX OFFICE ESTERO – Intramontabile Showman



In **Gran Bretagna** resta primo **Black Panther**, che incassa 2,94 milioni di sterline per un totale di 39,8 M£ al quarto fine settimana. Con un sorprendente +26%, **The greatest showman** (Fox) torna in seconda posizione con 1,56 M£, per un totale di 37,3 M£ all'11° weekend. Terzo **Red Sparrow** (Fox), 1,17 M£ e complessivi 4 M£, seguito da **Game night** (WB) con 886mila sterline e un totale di 2,6 M£. Quinto **Lady Bird** (Universal) con 697mila sterline e complessivi 3,9 M£, seguito da **Ricomincio da noi** (eOne) con 556mila sterline per un totale al terzo weekend di 3,5 M£. Settima posizione per **La forma dell'acqua** (Fox), che incassa dopo l'Oscar 550mila sterline (+31%), portando il totale a 6,3 M£. Ottavo **Coco** con 470mila sterline per complessivi 17,8 M£, seguito da **Tonya** (eOne) con 405mila sterline e un totale di 2,8 M£, e da **Tra manifesti a Ebbing, Missouri** (Fox) che incassa 359mila sterline, per complessivi 13,9 M£.

In **Francia** resta saldamente in vetta **La Ch'tite famille**, che aggiunge 1,1 milioni di spettatori nel secondo weekend per un totale di 3,4 milioni. Stabile in seconda posizione **Black Panther** con 359mila presenze, che portano il totale a 2,89 milioni. Terzo, con un balzo di tre posizioni, **La forma dell'acqua** con 225mila spettatori e un totale di 818mila al terzo weekend. Quarto **Maze Runner: La rivelazione** (Fox), 198mila spettatori un totale di 2,6 milioni, seguito da **Les Tuches 3** (Pathé), quarto con 155mila spettatori e un totale di 5,4 milioni. Sesto **Belle & Sebastien - Amici per sempre** (Gaumont), 135mila spettatori e un totale di 1,4 milioni, seguito dalla commedia **M.me Mills, une voisine si parfaite** (UGC), che debutta in 318 sale con 112mila spettatori. Ottavo **Le voyage di Ricky** (Paradis), animazione belga in 3D che realizza al quinto weekend 83mila presenze per complessive 540mila, seguito da **Cinquanta sfumature di rosso** con 77mila presenze (in tutto 2,6 milioni) e da **I primitivi** (StudioCanal), 75mila presenze e un totale di 809mila. (ScreenDaily, JP Box Office)

## Il Congresso ANEC: campagna promozionale solo con basi diverse



Il **Congresso nazionale dell'ANEC**, riunitosi a Roma il 13 marzo, si è espresso negativamente riguardo all'ipotesi di **campagna promozionale** proposta per il 2018. In particolare, la perdurante **assenza di notizie certe** circa contenuti, pianificazione mediatica e l'imminenza del primo periodo considerato ha giocato un ruolo non secondario nella scelta di non adesione, oltre alla considerazione, più volte espressa a livello interassociativo, che il **prezzo** fortemente ridotto non può essere elemento prevalente della campagna promozionale, che invece deve accompagnarsi alla valorizzazione dello spettacolo cinematografico in sala.

Forte perplessità e contrarietà è stata manifestata in particolare sulla settimana a prezzo scontato nel mese di **luglio**, senza una **certezza di uscite importanti**. L'ANEC ha ribadito la volontà di contribuire a realizzare una forte campagna promozionale che incentivi la fruizione del cinema in sala a partire dai film italiani ed europei, e si dichiara disponibile a nuovi incontri con l'ANICA e la Sezione Distributori e Produttori.

## Meeting del cinema indipendente a Roma



Oggi e domani alla **Casa del Cinema di Roma** il **VII Meeting Internazionale di Cinema indipendente**, promosso da **AGICI** con **FICE** e **AGIS Calabria**. Domani dalle 14.30 alle 16.00 convegno **Circuitazione del prodotto cinematografico italiano**, in collaborazione con FICE e ANEC: uno sguardo sulle dinamiche che regolano la competitività dell'esercizio cinematografico e sui meccanismi di programmazione delle sale, sulla disponibilità del prodotto al piccolo come al grande esercizio. Il confronto tra esercizio e distribuzione pone un particolare accento sulla valutazione dell'impatto della nuova normativa a favore della programmazione estiva e dell'auto-distribuzione. Modera **Marco Spagnoli**, partecipano **Domenico Dinoa** (Fice), **Luigi Longiro** (01), **Paolo Orlando** (Medusa), **Aldo Lemme** (Adler), **Giorgio Ferrero** (Ferrero Cinemas). Dalle 16:30 alle 18:00 si parlerà di **Critica e giornalismo cinematografico. Le criticità dell'anteprima per la stampa**. Modera Giorgio Gosetti, intervengono **Antonio Monda**, **Franco Montini**, **Laura Delli Colli**, **Francesco Ranieri Martinotti**. In programma inoltre pitch, incontri con professionisti.

## Abbonamento sala in GB: estrema cautela



Dopo la notizia pubblicata da *ScreenDaily* e ripresa da *CineNotes*, relativa al sito **cPass** che invitata a iscriversi per stipulare in un secondo momento l'**abbonamento sala** come lo statunitense **MoviePass**, la rivista britannica ha parlato con il fondatore di cPass, **Puya Vahabi**, in merito al piano di avviamento del servizio. Vahabi ha dichiarato che la società ritiene **non sostenibile un servizio di abbonamento mensile di 9,95 £**, in cambio della possibilità di vedere un film al giorno (come pubblicizzato sul sito). **“E' un'offerta limitata ai primi 5000 sottoscrittori”**, ha spiegato. **“Anche il servizio in vigore negli Usa non può essere sostenibile (negli Usa viene rimborsato all'esercente l'equivalente del prezzo pieno; il vantaggio per la società che gestisce MoviePass sta nell'avere a disposizione un rilevante elenco di informazioni sui consumatori, NdR)**. Le difficoltà saranno maggiori se le sale non accetteranno nel lungo periodo una revisione al ribasso della cifra rimborsata”. Inizialmente, cPass dovrà pagare il biglietto pieno ai cinema, anche se al momento non si comprende come, dal momento che la società non ha un fondo a disposizione al di là del periodo iniziale. Vahabi ha aggiunto che la società “ha diverse soluzioni da sperimentare”, dall'utilizzo dati per finalità commerciali all'utilizzo della piattaforma per utilizzare i biglietti invenduti. Il servizio potrebbe essere esteso ad altre forme di spettacolo, come concerti e prosa. L'idea è di inviare le prime tessere agli abbonati entro 3-6 mesi, a seconda del processo di sviluppo della piattaforma, inizialmente valida solo a Londra. Al momento non ci sono circuiti aderenti, anche se cPass sarà collegata a una Mastercard prepagata - Mastercard ha tuttavia dichiarato di non avere accordi in essere. Insomma, siamo ancora in una fase sperimentale, con tutte le cautele del caso. (*ScreenDaily*)

## I giovani e il cinema nella conferenza degli esercenti britannici



Gli esercenti hanno urgente bisogno di rivolgersi a un pubblico giovane, secondo l'analista **Owen Geddes**, vicepresidente **Devicescape** (società di servizi web alle imprese), intervenuto alla conferenza dell'UKCA, l'associazione degli esercenti britannici. Un sondaggio condotto tra mille giovani di 18-24 anni ha rivelato che il 74% del campione ha Netflix, il 52% Amazon Prime e il 92% va al cinema. **“Il prezzo è un elemento che i giovani trascurerebbero in caso di evento sociale: l'80% infatti pensa che andare al cinema sia un evento”**. Il tema per gli esercenti **“è come farli andare al cinema, come farli andare a bere qualcosa o al ristorante dopo la proiezione. Bisogna vedere che cosa può rendere questa serata speciale, perché la condividano sui social media coinvolgendo gli amici”**. Geddes si è soffermato sul modello Movie Pass che negli Stati Uniti, a 9,95 \$ al mese, offre la possibilità di andare a vedere un film al giorno. Geddes ha sottolineato che il 65% del campione 18-24 anni si è detto disponibile a sottoscrivere un abbonamento per un anno e che il prezzo giusto sarebbe di 4,99 £. Conclude Geddes: **“calcolando che in GB ci sono 5,8 milioni di giovani nella fascia d'età considerata, se il 65% sottoscrivesse l'abbonamento ci sarebbe sul piatto una torta di 225 M£”**. A introdurre cambiamenti del genere saranno soggetti che possiedono *big data* dei loro clienti: **“per questo gli esercenti devono avere lo stesso tipo di dati, altrimenti perderanno il controllo dei loro clienti”**. (*E-Duesse*)



[www.anecweb.it](http://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](mailto:ufficiocinema@anec.it)



Con la Convenzione BNL/ANEC/ACEC puoi cedere il credito d'imposta digitale e rendere subito liquido il tuo contributo

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. [cinenotesweb@gmail.com](mailto: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](mailto: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.**