

# CineNotes

Appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta • 19 marzo 2018 • nuova serie **2694** (3007)

## BOX OFFICE ITALIA – Il ritorno di Lara Croft



La classifica Cinetel del **weekend 15-18 marzo** vede debuttare al comando **Tomb raider** (Warner, anche 3D) con 1,6 milioni di euro in 490 copie (media: 3.276 euro), seguito dal debutto italiano **Metti la nonna in freezer** (01), 1,3 M€ in 431 schermi (media: 3.105 euro). Scende in terza posizione **La forma dell'acqua** (Fox), 858mila euro per complessivi 7,6 M€ al quinto fine settimana; in quarta un altro debutto, **Maria Maddalena** (Universal), 602mila euro in 380 schermi (media: 1.585 euro), seguito da **Red Sparrow** (Fox), 436mila euro e un totale di 2,9 M€. Sesto **È arrivato il broncio** (M2), 339mila euro e complessivi 1,5 M€, seguito da **Il giustiziere della notte** (Eagle), 327mila euro per complessivi 1,2 M€. Ottava posizione per **Il filo nascosto** (Universal), 291mila euro al quarto weekend per un totale di 3,4 M€; nono **Puoi baciare lo sposo** (Medusa, era quarto), 262mila euro e un totale di 2,2 M€. Chiude la Top Ten **Lady Bird** (Universal), 252mila euro, in totale 1,5 M€.

**Altri debutti:** **Oltre la notte** (Bim) è 12° con 226mila euro in 124 copie (media: 1.828 euro), **Il mio uomo perfetto** (Indip.) 16° con 87mila euro in 27 copie (media: 3.255 euro), **Rudolf alla ricerca della felicità** (Mediterranea) 17° con 76mila euro in 125 copie (media: 613 euro), **Un amore sopra le righe** (Officine Ubu) 22° con 44mila euro in 50 copie (media: 896 euro), **Visages villages** (Cineteca di Bologna) 23° con 44mila euro in 29 copie (media: 1.517 euro), **Rachel** (Fox) 29° con 28mila euro in sole 19 copie (media: 1.513 euro). **Escono dalla Top Ten:** **Black Panther** (Disney, appena 6,9 M€ dopo 5 weekend), **A casa tutti bene** (01, 8,9 M€ e quasi 1,4 milioni di spettatori dopo 5 fine settimana) e **Belle & Sebastien - Amici per sempre** (Notorious, 2,6 M€ dopo 4 fine settimana).

L'incasso complessivo del weekend è 8,3 M€, -3% rispetto al precedente weekend, -33,91% rispetto a un anno fa, quando scendeva in campo *La Bella e la Bestia* incassando ben 7 M€

## Il punto

**Il mese** Nel periodo **1-18 marzo** si sono incassati **31,6 milioni di euro**, -16,97% rispetto al 2017, -14,93% rispetto al 2016; si sono venduti **4,9 milioni di biglietti**, -24,03% rispetto al 2017, -16,84% sul 2016.

**L'anno** Nel periodo **1 gennaio-18 marzo** si sono incassati **176,5 milioni di euro**, -5,81% rispetto all'analogo periodo 2017, -26,77% rispetto al 2016; si sono venduti **27,1 milioni di biglietti**, -12,51% rispetto al 2017, -25,91% sul 2016. Lo scorso weekend, il saldo era rispettivamente -3,85% e -11,39%.

**Le quote di mercato** Dal **1° gennaio** il **cinema Usa** ha una quota di mercato del **50,41%** degli incassi con il 23,47% dei film distribuiti. Il **cinema italiano** è al **32,54%** con il 33,42% dei film. Seguono **Gran Bretagna** (10,50%) e **Francia** (3,57%). Un anno fa, gli Usa erano al 65,73%, l'Italia al 21,63%.

**Le distribuzioni** La classifica vede al primo posto **01 Distr.** (16,76% degli incassi, 7,22% dei film), seguita da **Warner Bros** (14,27%), **Universal** (13,98%), **Fox** (12,56%), **Disney** (11,94%), **Vision** (6,37%), **Filmauro/Universal** (4,90%), **Lucky Red** (3,89%), **Eagle** (3,47%), **Medusa** (3,41%), **Notorious** (2,03%).

## BOX OFFICE USA – Pantera Nera batte Tomb Raider



Nel **weekend USA 16-18 marzo** la musica non cambia: ancora primo **Black Panther** (Disney) con 27 milioni di dollari al quinto weekend, per un totale di 605,4 M\$. Seguono due debutti: secondo il nuovo **Tomb raider** (Warner, budget 94 M\$), che incassa 23,5 M\$ in 3.854 sale (media: 6.104 dollari, quasi mille in meno del primo in classifica); terzo **I can only imagine** (Roadside Attraction, budget 7 M\$), film per famiglie con Dennis Quaid che incassa 17 M\$ in 1.629 sale (media: 10.476 dollari). Quarto **Nelle pieghe del tempo** (Disney), 16,5 M\$ e un totale di 61 M\$, seguito da un altro debutto, **Love, Simon** (Fox) con 11,5 M\$ in 2.402 sale (media: 4.788 dollari). Sesta posizione per **Game night** (WB), 5,5 M\$ e un totale di 54,1 M\$, seguito da **Peter Rabbit** (Sony) con 5,2 M\$ e complessivi 102,4 M\$. Ottavo (era terzo) l'horror **Strangers: Prey at**

**night** (Aviron) con 4,8 M\$ (in totale 18,6 M\$), nono **Red sparrow** (Fox) con 4,4 M\$ e un totale di 39,5 M\$, seguito da **Il giustiziere della notte** (MGM), 3,3 M\$ e un totale che sfiora i 30 M\$.

Escono dalla Top Ten: **Anniamento** (Paramount, 29,5 M\$ dopo 4 fine settimana), **Jumanji: Benvenuti nella Giungla** (Sony, 400,2 M\$ dopo ben 13 weekend) e **The hurricane heist** (Entertainment, 5,3 M\$ dopo 2 fine settimana). I primi 10 film incassano 119 M\$, **-3,3%** rispetto al weekend precedente, rispettivamente **-52,8%** e **+2,9%** rispetto agli analoghi weekend 2017 e 2016. *(boxofficemojo)*

### L'ANEC sulla promozione del cinema: un'occasione mancata



La scorsa settimana la **Presidenza ANEC** ha reso noto, con lettera indirizzata ad Anica e trasmessa per conoscenza alla DG Cinema del Mibact, che il **Congresso nazionale** riunitosi in data 13 marzo ha **deliberato all'unanimità contro l'impostazione dei CinemaDays** data dalla stessa Anica, in accordo con il Mibact, dal momento che, a sole tre settimane dal primo periodo utile identificato (9-12 aprile), le **modalità** e il **dettaglio promozionale** dell'iniziativa (messaggio, contenuto dello spot e pianificazione) **non erano ancora stati resi noti**, nonostante i ripetuti solleciti di ANEC a ormai più di un mese dalla proficua riunione del **gruppo tecnico interassociativo**. L'impressione ricavata, poi confermata dai fatti sentendo parlare i rappresentanti Anica di un comunicato stampa imminente, era quella di una **volontaria esclusione dell'esercizio dal processo consultivo e decisionale**. L'anomalia procedurale si è riverberata nella decisione del Congresso ANEC, con il **rammarico per l'occasione mancata di rilancio dei CinemaDays**, evento **fortemente voluto da ANEC e ANEM nel 2015 e nel 2016**, sulla scia di precedenti edizioni della "Festa del Cinema" e di analoghe iniziative promozionali realizzate in Francia e Spagna ormai da anni, con grande successo.

Il tentativo di realizzare con continuità e su basi solide una campagna promozionale una o due volte l'anno, per pochi giorni e a prezzo promozionale per rilanciare la magia dello spettacolo cinematografico, si è interrotto a fine 2016 per la **campagna a 2 euro** fortemente voluta e realizzata dal Mibact che, se ha avuto il merito di dispiegare **risorse ingenti per una promozione forte e incisiva** del Cinema sui media tradizionali e sui social network, dall'altro lato ha creato **nel pubblico la convinzione che il cinema potesse essere fruibile a un prezzo troppo basso**, creando un effetto-attesa che non ha giovato alla frequentazione complessiva delle sale **né ha creato nuovo pubblico**, come ha confermato uno studio commissionato dallo stesso Mibact alla società GFK. Anche in quel caso, considerazioni critiche in chiave propositiva formulate dall'ANEC, sull'entità dello sconto e sulle modalità di coinvolgimento della professione cinema, sono state minimizzate e messe in cattiva luce dalle altre Associazioni del settore, in un clima di attesa per i decreti attuativi della legge cinema.

Venendo ad oggi, l'ANEC aveva confermato il proprio **pieno interesse nel rilancio dei CinemaDays**, **attesa la disponibilità del Mibact** a finanziare una nuova campagna promozionale. Due i periodi considerati per i 4 giorni a prezzo scontato, dal lunedì al giovedì: aprile e fine settembre-inizio ottobre. Ai due periodi, l'Anica ha aggiunto (con una "**logica-pacchetto**") che ha suscitato perplessità per la scarsa propensione al dialogo) ben sette giorni di **promozione a 3 euro a metà luglio** e, dopo una discussione articolata e su proposta dello stesso esercizio, una settimana di **anteprime a prezzo pieno** dei film di punta in uscita nelle settimane successive, da svolgersi **a metà agosto**.



Fermo restando che la **scarsa distribuzione estiva** di film validi è un **problema pluridecennale** che l'ANEC non manca di evidenziare come **una delle più incisive cause della stasi del mercato** in Italia (fermo intorno ai 100 milioni di spettatori annui), si è ritenuto che una **semplice "rassegna" a metà luglio** di film della stagione trascorsa **non fosse occasione valida e opportuna** per una campagna promozionale tesa a rilanciare il consumo di cinema in estate. Nelle riunioni successive, è stato comunicato dai vertici dei distributori Anica che titoli di punta sarebbero usciti a metà luglio, anche se i listini annunciati dalle stesse Case distributrici erano del tutto privi di nuove uscite nella data considerata. Qualche titolo in effetti è stato successivamente posizionato nel periodo di riferimento, per buona volontà di un paio di società, ma ancora ben lungi dal dare la sensazione della convinzione che il mercato italiano possa definirsi maturo e al passo con gli altri principali mercati europei, con una stagione estiva degna di questo nome. La realtà è ben nota agli addetti ai lavori: niente cinema italiano in attesa dell'affollamento veneziano; pochi film d'autore; diversi blockbuster americani rinviati a fine estate o in autunno.

È vero che la nuova **legge cinema**, fortemente voluta dal **ministro Franceschini**, prevede **incentivi di natura fiscale per l'uscita di produzioni italiane nel periodo estivo**; è del pari vero che un incentivo promozionale per agevolare il troppo atteso cambio di mentalità è ugualmente valido e necessario. Tuttavia, quanto è avvenuto nelle ultime settimane non va nella direzione giusta, in assenza di significativi passi avanti nel rilancio di cinema competitivo e di qualità da giugno a metà agosto. In più, **l'Anica si è assunta il ruolo**, non necessario, **di referente unico nei confronti del Mibact, dando per scontata un'adesione acritica** a ogni proposta, **senza garantire un dialogo proficuo e la condivisione di obiettivi e strumenti**.

**Cosa proponeva l'ANEC?** Innanzitutto di realizzare una campagna promozionale incentrata sul **valore dell'andare al cinema, più che sul prezzo scontato**: una sorta di "filo conduttore" da realizzare nel lungo periodo, con alcune **declinazioni incentrate "anche" sull'elemento del prezzo**: declinazioni individuate nei **due periodi di CinemaDays**, come già nel 2015 e 2016; in aggiunta, **soltanto in presenza di un'offerta valida si sarebbe accettata di buon grado una promozione estiva**, in un periodo che vede moltissimi cinema costretti a chiudere per mancanza di offerta e una quota di mercato di cinema nazionale in caduta libera, senza eguali in altri mercati europei.

Inoltre, la Presidenza ANEC aveva individuato rilevanti **personalità del mondo della Musica** italiana pronte a spendersi in prima persona per la promozione del Cinema. Tuttavia, **i contenuti della campagna ormai alle porte**, si ribadisce, **sono rimasti segreti** e sono **tuttora sconosciuti** alle migliaia di sale italiane che pure sono chiamate a farsi parte attiva. Giova ricordare che l'ANEC, attraverso l'AGIS, è socio fondatore dei Premi **David di Donatello**, che nella serata di premiazione di mercoledì 21 marzo avrebbero dovuto lanciare ufficialmente la promozione di metà aprile: il lancio avverrà, ma mezza industria del cinema non sa concretamente cosa si andrà a lanciare.

Si aggiunge che i contatti avuti da molte aziende ANEC con alcuni dei principali distributori hanno palesato una mancanza di informativa circa le date e le modalità della promozione, suggerendo che, in caso di mancato gradimento delle stesse, alcune uscite di rilievo avrebbero potuto essere a rischio rinvio.



In definitiva, a ridosso dell'annuncio della campagna Mibact-Anica mediante **comunicato stampa di venerdì 16 marzo** (che, per inciso, definisce genericamente Carlo Bernaschi "presidente degli esercenti"), l'ANEC non può che rammaricarsi delle **modalità ad *excludendum*** portate avanti dalle **Presidenze dei produttori e dei distributori** Anica, come della tendenza a perorare atteggiamenti da *captatio benevolentiae* nei confronti di misure incentivanti ad esclusivo vantaggio dei propri associati e non dell'intero mercato, ivi incluso il miraggio di risolvere la stagionalità del cinema italiano senza alcun passo avanti concreto.

#### David di Donatello: Spielberg premio alla carriera



**Steven Spielberg** riceverà il David alla Carriera nella serata dei **Premi David di Donatello**, mercoledì 21, trasmessa in diretta in prima serata su Rai 1 e condotta da Carlo Conti. "Siamo profondamente emozionati e onorati di consegnare il David alla Carriera a Steven Spielberg, ha detto **Piera Detassis**, fra i pochi che hanno realmente segnato la storia del cinema, plasmandola e riscrivendola secondo nuovi canoni". Spielberg presenterà durante la cerimonia le prime immagini del suo nuovo *Ready Player One*, in uscita il 28 marzo, distribuito dalla Warner.

#### Nicchiarelli: anteprima UNIC a Bruxelles



Tra le attività **UNIC** di sensibilizzazione dell'Unione Europea a Bruxelles figura l'organizzazione di anteprime di coproduzioni europee: il 26 marzo è la volta di **Nico, 1988**, coproduzione italo-belga diretta da **Susanna Nicchiarelli** che ha già vinto il premio *Orizzonti* all'ultima Mostra di Venezia. La regista romana sarà a Bruxelles per l'occasione assieme alla protagonista, la danese **Trine Dyrholm**.



[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)

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.**