

CineNotes

Appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta • 16 aprile 2018 • nuova serie **2703 (3016)**

BOX OFFICE ITALIA – Vince la “furia animale”



Nel **weekend Cinetel 12-15 aprile** ancora un film adrenalinico in vetta: **Rampage - Furia animale** (Warner Bros) debutta con 1,2 milioni di euro in 430 copie (media: 2.919 euro), precedendo **Io sono tempesta** (01) che al debutto in 376 schermi incassa 790mila euro (media: 2.102 euro). Scende in terza posizione **Nella tana dei lupi** (Lucky Red/Universal), 540mila euro e un totale di 1,7 M€. Quarto **Ready Player One** (WB), che al terzo weekend incassa 495mila euro per un totale di 4,3 M€. Stabile al quinto posto **I segreti di Wind River** (Eagle), 366mila euro e un totale di 832mila, seguito da **Sherlock Gnomes** (Fox) che debutta con 311mila euro in 333 schermi (media: 935 euro). Settimo **A quiet place - Un posto tranquillo** (Fox), 307mila euro e un totale di 869mila; altro debutto in ottava posizione, **The silent man** (Bim) incassa 270mila euro in 239 copie (media: 1.132 euro), seguito da

Il sole a mezzanotte (Eagle), 218mila euro e complessivi 3,2 M€. Decimo al debutto **The happy prince** (Vision), 208mila euro in 159 copie (media: 1.311 euro).

Altri debutti: **La casa sul mare** (Parthénos) è 18° con 86mila euro in 27 copie (la media schermo di 3.208 euro è la più alta del weekend), **Il viaggio delle ragazze** (Universal) 20° con 50mila euro in 105 copie (media: 479 euro), **Il prigioniero coreano** (Tucker Film) 21° con 39mila euro in 24 copie (media: 1.646 euro). **Escono dalla Top Ten:** **Tonya** (Lucky Red, 1,5 M€ dopo 3 weekend), **Peter Rabbit** (WB, 2,3 M€ dopo 4 fine settimana), **Contromano** (01, 1,6 M€ dopo 3 weekend), **Succede** (WB, 443mila euro dopo 2 fine settimana) e **Io c'è** (Vision, 1,2 M€ dopo 3 weekend).

L'incasso complessivo del weekend è 6,3 M€, **+12%** rispetto al precedente, **-37,95%** rispetto al weekend di un anno fa, che proponeva **Fast & Furious 8** con un incasso al debutto di 6,2 M€.

Il punto

Il mese Nel periodo **1-15 aprile** si sono incassati **20,1 milioni di euro**, **-5,29%** rispetto al 2017, **+3,29%** sul 2016; **i biglietti venduti** sono **3,4 milioni**, **-6,23%** sul 2017, **-6,07%** sul 2016.

L'anno Nel periodo **1 gennaio-15 aprile** si sono incassati **214,5 M€**, **-5,54%** rispetto all'analogo periodo 2017, **-23,94%** rispetto al 2016; si sono venduti **33,4 milioni di biglietti**, **-11,25%** rispetto al 2017, **-23,40%** sul 2016. Lo scorso weekend, il saldo era rispettivamente **-4,80%** e **-10,82%**.

Le quote di mercato Dal **1° gennaio** la **quota di mercato Usa** è del **52,72%** degli incassi col 25,06% dei film distribuiti. Il **cinema italiano** è al **31,78%** con il 33,49% dei film. Seguono **Gran Bretagna** (9,50%) e **Francia** (3,28%). *Un anno fa:* Usa al 67,19%, Italia al 20,59%.

Le distribuzioni **Warner Bros** prima col 16,61% degli incassi e il 6,91% dei film. Seguono: **01 Distr.** (16,05%), **Universal** (13,36%), **Fox** (11,61%), **Disney** (10,02%), **Vision** (5,98%), **Eagle** (4,89%), **Lucky Red** (4,20%), **Filmauro/Universal** (4,04%), **Medusa** (3,81%), **Notorious** (2,25%).

BOX OFFICE USA – “Rampage” primo anche in Nord America



Nel **weekend USA 9-15 aprile** debutta al comando della classifica **Rampage - Furia animale** (WB, budget 120 milioni di dollari) con 34,5 M\$ in 4.101 sale (media: 8.413 dollari), seguito da **A quiet place - Un posto tranquillo** (Paramount) con 32,6 M\$ e un totale di 99,6 M\$ dopo due weekend. Altro debutto in terza posizione, il thriller **Truth or dare - Obbligo o verità** (Universal, budget 3,5 M\$) incassa 19 M\$ in 3.029 sale (media: 6.299 dollari). Scende al quarto posto **Ready Player One** (WB), 11,2 M\$ al terzo fine settimana per complessivi 114,6 M\$, seguito da **Blockers** (Universal), 10,2 M\$ che portano il

totale a 36,9 M\$. Sesto **Black Panther** (Disney), 5,3 M\$ e un totale al nono weekend di 673,7 M\$. Guadagna tre posizioni **L'isola dei cani** (Fox Searchlight), settimo con 5 M\$ al quarto fine settimana per complessivi 18,4 M\$. Ottavo **I can only imagine** (Roadside Attractions), 3,8 M\$ e un totale di 74,9 M\$, seguito da **Acrimony** (Lionsgate) con 3,7 M\$ e un totale di 31,3 M\$. Chiude la classifica **Chappaquiddick** (Entertainment), 3 M\$ per un totale di 11 M\$.

Escono dalla Top Ten: **Sherlock Gnomes** (Paramount, 36,9 M\$ dopo 4 weekend) e **Pacific Rim: La rivolta** (Universal, 57,5 M\$ dopo 4 fine settimana). I primi 10 film incassano 128,5 M\$, **-8,8%** rispetto al weekend precedente, **-17,5%** e **-22%** rispetto agli ultimi due anni. (boxofficejo)

CinemaDays: il comunicato dell'ANEC...



In quattro giorni, i **CinemaDays** hanno attratto dal lunedì al giovedì **826mila spettatori**, per un incasso di 2,95 milioni di euro. Un risultato **inferiore per numero di spettatori del 29,9%** ai **CinemaDays di aprile 2016 (1,18 milioni di presenze** nei quattro giorni, 3,8 M€) e **del 53,8% a quelli di ottobre 2015 (1,79 milioni di presenze, 5,5, M€)**. Rispetto al periodo lunedì-giovedì delle **Feste del Cinema di maggio 2013 e 2014** (che duravano otto giorni, dal giovedì al giovedì), i risultati sono del pari negativi **(-17,86%** rispetto al 2013, quando nei quattro giorni furono totalizzati 1 milione di presenze e 3,3 M€, e **-12,91%** rispetto al 2014, che accumulò nei 4 giorni 949mila presenze nei 4 giorni con un incasso di 3 M€).

Un risultato non convincente, nonostante il fatto che molte sale, anche per non subire la concorrenza degli altri cinema sul territorio, abbiano deciso di aderire all'ultimo momento. Le perplessità manifestate dall'Associazione Nazionale Esercenti Cinema (ANEC), determinandone la mancata adesione, riguardano la scelta di **una comunicazione incentrata unicamente sul fattore prezzo** e non, anche e soprattutto, sugli elementi distintivi dell'esperienza cinematografica, oltre all'**insoddisfacente condivisione nella fase decisionale e organizzativa** e, soprattutto, a **un'offerta di prodotto non in linea**, particolarmente per l'annunciata promozione di luglio che non risolverà le **criticità del cinema in estate**, su cui c'è ancora tanto da lavorare. Insomma **una promozione sottotono, in larga parte affidata alla comunicazione aziendale** delle sale cinematografiche, attraverso internet e newsletter.

"Permane", ha dichiarato la Presidenza ANEC, "la sensazione di **un'occasione mancata per il rilancio dello spettacolo cinematografico come momento unico di condivisione sociale**, attraverso una **campagna strutturata** per un lungo periodo, dove la leva **prezzo può rappresentare uno dei fattori** per un periodo limitato di tempo e non la fase centrale, come avvenuto. Inoltre", prosegue la nota, "**la volontà del ministero di incentivare il consumo estivo di cinema**, che potrà allineare il mercato sala italiano agli altri principali mercati d'Europa, **è condivisibile** e anzi da tempo risulta tra le priorità dell'esercizio italiano, oberato dagli **elevati costi di gestione** quanto da **un'irrazionale politica delle uscite di film**; tuttavia, un'intera settimana di cinema a prezzo scontato a metà luglio, come annunciata dal Mibact e dall'Anica, va accompagnata da un'adeguata offerta di cinema, con **continuità e convinzione**".

...e quello del MIBACT



Si chiude con **850mila spettatori** in sala il primo appuntamento di quest'anno con i **Cinemadays**. L'iniziativa, promossa dal Ministero dei Beni e delle Attività Culturali del Turismo, insieme ai produttori, distributori ed esercenti cinematografici, ha registrato una **crescita del pubblico del 25%** - quasi 200mila spettatori in più - **rispetto alla settimana scorsa**, grazie alla promozione che prevede l'ingresso a 3 euro nei cinema di tutta Italia che hanno aderito. "Il successo dei **Cinemadays** dimostra che le campagne di promozione sono uno strumento sempre utile per avvicinare il pubblico al grande schermo. Sono sicuro che **nelle prossime settimane si andrà rafforzando il legame** tra gli amanti del cinema e le sale che hanno aderito" così ha dichiarato il Ministro dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, **Dario Franceschini**. "850mila spettatori in quattro giorni feriali è un ottimo risultato: il cinema continua ad essere la forma di intrattenimento preferita dal pubblico. Un buon auspicio per le prossime tappe della campagna in luglio, agosto e ottobre" così i produttori, distributori ed esercenti dell'ANICA hanno commentato i risultati del primo appuntamento con **Cinemadays**.

"Alla luce del complesso dell'iniziativa, che prevede altri tre appuntamenti, la prima fase è da considerare più che positiva, anche grazie al risultato del **giovedì che ha visto aumentare il pubblico del 94% rispetto alla settimana precedente**. La settimana dal 9 al 15 luglio con il cinema a 3 euro sarà un'occasione per rilanciare il cinema d'estate, un'esperienza in cui gli spettatori italiani, e soprattutto i giovani, possono tornare a credere".

La FICE piange la morte di Vittorio Taviani



La **Federazione Italiana dei Cinema d'Essai** piange la morte di **Vittorio Taviani**, che assieme al fratello Paolo ha dimostrato che un altro cinema è possibile. Le ingiustizie sociali e la fuga salvifica (nell'arte, nell'amore o anche nella speranza), la politica come impegno civile ed espressione dell'etica, il realismo che sfocia nella mitologia: tutta la loro folta e appagante cinematografia guarda alle contraddizioni dell'individuo con un senso di umanità e di poesia, ricca di idee e di intuizioni coinvolgenti fino al più recente *Una questione privata*. Ogni appassionato di cinema guarda con amore ad almeno un film dei Fratelli Taviani: per la loro capacità di parlare alla testa come al cuore dello spettatore; per l'intelligenza, l'empatia ed il senso dell'umorismo di Vittorio Taviani non si può che essere grati. A Paolo e alla famiglia Taviani l'abbraccio di tutti i cinema d'essai italiani.

Card "Cinema Giovani" in Umbria



Anec Umbria ripropone il progetto **Schermitutti**, nato con l'obiettivo di promuovere la cultura cinematografica tra le giovani generazioni. Nel quadro della rassegna inaugurata il 13 aprile con il contributo di Anec e della Regione Umbria e il patrocinio di Agiscuola, si prevedono numerosi eventi presso le sale aderenti: proiezioni di film di qualità per un pubblico giovane, la presenza di autori, attori e di figure del mondo del cinema e la distribuzione agli studenti delle scuole medie superiori della **card Schermitutti**, che permette loro di accedere alla programmazione del cinema con condizioni di particolare vantaggio e di partecipare a iniziative dedicate.

“La vocazione dei nostri cinema – spiega il presidente di Anec Umbria **Piero Sacco** – è quella di favorire una vera ‘educazione all’immagine’ ovvero di conoscenza ed elaborazione del ricco patrimonio cinematografico nonché dell’arte cinematografica ed in generale dell’immagine. Numerose sono le collaborazioni già in corso tra i singoli esercizi e istituti scolastici, che vedono coinvolti gli studenti e i docenti. Da qui l’idea di una card rivolta agli studenti per agevolare la loro partecipazione alle nostre attività culturali”.

Nel sito www.schermitutti.it tutte le informazioni circa le programmazioni e le agevolazioni.



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**

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 → **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.**