CineNotes

Appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta ● 18 settembre 2018 ● nuova serie **2740 (3053)**

BOX OFFICE ESTERO – Molti debutti nel weekend

In **Francia** due debutti nazionali in testa: la commedia drammatica **Première année** (Le Pacte) prima con 283mila spettatori in 502 sale, secondo **Les Déguns** (Apollo Films) con 179mila presenze in 128 sale. Scende in terza posizione **Shark - Il primo squalo** (WB) con 125mila presenze che portano il totale a 1,4 milioni. Quarto il film in costume **Mademoiselle de Jonquières** (Pyramide) con 120mila presenze al debutto in 256 sale. Scende in quinta posizione il nuovo Spike Lee, **BlackKklansman** (Universal), 110mila presenze e un totale al quarto weekend di 967mila, seguito da **Photo de famille** (SND) 98mila spettatori e un totale di 324mila. La riedizione di **Harry Potter e la pietra filosofale** (WB) torna in classifica con 76mila spettatori in 299 schermi, seguito all'ottavo posto dal thriller **Peppermint** (Metropolitan), 69mila spettatori in 203 sale al debutto. Chiudono la classifica **Les vieux fourneaux** (Gaumont), 64mila spettatori per complessivi 744mila, e **Searching** (Sony) con 52mila spettatori al debutto in 175 sale.

In **Gran Bretagna** primo **The nun** (WB) con 1,8 milioni di sterline al secondo weekend, per complessivi 7,7 M£. Seguono tre debutti: secondo **The predator** (Fox), 1,7 M£ in 550 sale (2,6 M£ comprese anteprime); terzo **Crazy & Rich** (WB), 1,6 M£ in 532 sale, quarto il britannico **King of thieves** (StudioCanal), 1,5 M£ in 494 sale. Quinta la preview de **Il mistero della casa del tempo**, con Jack Black e Cate Blanchett (eOne), 1,1 M£; sesto **Ritorno al bosco dei 100 acri** (Disney), 525mila sterline per un totale di 13,2 M£, seguito da **Mamma mia! Ci risiamo** (Universal), 487mila sterline e complessivi 64,2 M£. Ottavo **BlackKklansman** (Universal) con 420mila sterline, in totale 5,4 M£. **Gli Incredibili 2** (Disney) nono con 350mila sterline, in totale 54,9 M£ al decimo weekend, seguito da **Shark - Il primo squalo** (WB) con 247mila sterline e un totale di 15,5 M£. *(ScreenDaily, JP Box Office)*

Netflix e la corsa all'Oscar: quale strategia?

The Washington Post

A Toronto è emerso un contendente di punta per i prossimi Oscar: ***Roma*** di Alfonso Cuaron. Unico problema: lo distribuisce **Netflix**. Il servizio streaming negli ultimi anni ha tentato di conquistare Hollywood, spesso finendo per fare da antagonista con la sua **politica di evitare le uscite in sala**. Ora che si prepara a lanciare *Roma*, le mosse della società potrebbero non solo determinare il vincitore del miglior film, ma anche dire se Netflix potrà cambiare **da *outsider* dirompente a operatore *mainstream***. La campagna per l'Oscar del film solleva problemi finora mai venuti al pettine, e rappresenta il culmine della **volontà di Netflix di essere riconosciuta dall'industria, dopo aver duramente disdegnato il business cinematografico convenzionale**. Hollywood dovrà decidere se premiare la qualità ovunque sia presente o preoccuparsi della propria obsolescenza.

Per competere agli Oscar, ai film basta uscire per una settimana a New York o a Los Angeles. In pratica, molti giurati favoriscono i film che vantano un rilevante numero di spettatori, almeno per le principali categorie. E **Netflix si oppone alle ampie uscite in sala, o meglio alle finestre *theatrical***. Se Netflix riuscisse a vincere grazie a un numero limitato di uscite in sala, significherebbe che i giurati sono pronti a cambiare metodo. D'altro canto, se Netflix sceglierà un'uscita sala allargata significa che la società non è poi così ortodossa nella distribuzione streaming come afferma, e potrebbe trasformarsi in una Major più tradizionale. E molti **altri registi potranno chiedere che le loro opere vengano fatte uscire in sala**. Se poi *Roma* dovesse essere snobbato, significherebbe che la resistenza di Hollywood rimane elevata qualunque sia il livello del film. Il **modello Netflix**, basato sugli abbonamenti, è opposto a quello della diffusa esperienza nei cinema, tuttavia la società è alla disperata ricerca del primo vero Oscar, con nomi di primo livello. Negli ultimi anni, *Mudbound* o *Beasts of no nation* hanno ricevuto premi solo nelle categorie minori e nessuna candidatura per il miglior film.

Cuaron ha presentato il progetto a Participant Media, che ha accettato di finanziarlo. **A film finito, Participant ha venduto i diritti mondiali a Netflix**. A Toronto il film ha ottenuto una convinta *standing ovation*, seguita da una riunione segreta dei vertici societari. **Il punto è se andare nelle sale.** Al momento **Netflix propende per una concessione a Hollywood, per lo meno parziale.** Secondo una fonte, **si pensa a un'uscita nelle 20 principali piazze Usa verso la fine dell'anno, probabilmente a dicembre, dando di fatto alle sale una breve finestra di esclusività prima di lanciare *Roma* sulla piattaforma**. Lo

sfruttamento darebbe spazio a molte sale indipendenti, abituate a lavorare sui film in lingua originale e più sensibili a trattare con Netflix, a differenza dei grandi circuiti.

Si parla comunque di una **window di poche settimane**, dopo le quali uno spot promuoverebbe il film "nelle sale e su Netflix", una frase inedita per l'industria sino ad oggi. Ma sussistono dubbi che la strategia possa funzionare. "Vogliono solo che passi brevemente nelle sale perché altrimenti ogni altro regista chiederebbe lo stesso. E **cosa aggiunge una breve vita nelle sale?**", si chiede **Jeff Wlodarczak**, analista Netflix e fondatore della società di ricerca Pivotal.

Bisogna però vedere se una-due settimane in sala soddisferebbero i giurati dell'Oscar, e soprattutto gli esercenti. **John Fithian**, presidente NATO, ha affermato: "**Non è uno sfruttamento sala, è uno stratagemma di marketing, una breve immersione nelle sale per poi girarsi e andare agli Oscar**. Non consentirebbe al film di fare presa, per quello è necessaria una lunga esclusiva in sala", ha detto, sottolineando che **altri film di prestigio hanno impiegato un mese o più nelle sale prima di sfondare**. Cuaron, dal canto suo, sposta l'accento sugli esercenti, che accusa di vivere negli anni '90 anziché nel presente. Gli altri due film Netflix che aspirano a premi sono *The Ballad of Buster Scruggs* dei Coen e *22 July* di Paul Greengrass, che ha chiesto di uscire in sala (nonostante sarà distribuito prima di *Roma*, Netflix non ha ancora annunciato i piani per il film)".

https://www.washingtonpost.com/business/economy/coming-soon-to-a-theater-near-you-netflix/2018/09/16/f19573c4-b7ad-11e8-94eb-3bd52dfe917b_story.html?noredirect=on&utm_term=.de5d05a573a9

UNIC: l'uscita sala vitale per ogni pubblico

Comunicato stampa – L'**UNIC**, che rappresenta associazioni di esercenti e i principali circuiti di **37 territori europei**, ha aggiunto la propria voce al coro a favore dell'uscita in sala dei film selezionati dai principali festival del cinema.

L'UNIC esprime il proprio sostegno ai colleghi dell'esercizio italiano e a tutti coloro che chiedono che **i festival includano in concorso soltanto i film destinati all'uscita in sala**. È centrale per l'industria del cinema l'esperienza condivisa della **visione su grande schermo**, che crea un **forte senso di identità e di comunità**. I cinema offrono al pubblico un'esperienza culturale e sociale unica, consentono alle opere di fare giustizia alla visione del loro autore e sanno creare un interesse che non ha eguali intorno all'uscita di un film. È una strategia garantita che arreca benefici all'intera catena del valore: il successo in sala di un film aiuta ad aumentare la consapevolezza del pubblico e il suo esito sulle altre piattaforme. La crescita nei mercati successivi, incluso il Video on Demand, si sviluppa appieno su queste robuste fondamenta, e non dovrebbe avvenire a spese dell'esclusività della sala. L'industria del cinema può esistere al fianco dei fornitori di streaming, ma ritiene che il miglior interesse - per loro e per il pubblico - sia assicurato da un'appropriata uscita cinematografica, che include una chiara e distinta window. Il **rispetto per il ciclo vitale di un film** non solo sostiene un modello di successo in termini di diversità culturale, ma offre anche l'opportunità per il più ampio pubblico di scoprire e apprezzare un **ventaglio più ampio possibile di contenuti**. I principali festival del cinema dovrebbero incoraggiare pratiche che arrecano benefici al pubblico nel suo complesso, selezionando film alla portata di tutti e non solo degli abbonati alle piattaforme streaming. Nel caso in cui i film fossero disponibili solo su queste piattaforme, o ricevessero solo una uscita "tecnica", selezionati da festival come uno **strumento di marketing in aggiunta alle loro già considerevoli risorse**, la gran maggioranza del pubblico potenziale si vedrebbe negate l'accesso a un contenuto di qualità. I film appartengono al grande schermo e di conseguenza riteniamo che i principali festival internazionali dovrebbero prendere esempio dal festival di Cannes, celebrando la rilevanza sociale, culturale ed economica delle sale nelle loro politiche di selezione.

Europa Cinémas, Innovation Lab a Siviglia

Europa Cinémas ha annunciato la terza edizione dell'**Audience Development & Innovation Lab**, a Siviglia durante il Festival Europeo da mercoledì 14 a sabato 17 novembre. Titolo del seminario 2018 è **How to make the Cinema experience more attractive? - Key strategies to develop audiences in the digital world**, a cura di **Maeve Cooke** (Irlanda) con **Javier Pachón** (Spagna) e **Olle Agebro** (Svezia). L'evento è rivolto a esercenti di ogni tipologia e provenienza per condividere esperienze e conoscenze. Non occorre essere parte del circuito per iscriversi. Il numero di partecipanti è limitato a 40, in ordine di iscrizione salvo la priorità a coloro che non abbiano partecipato alle precedenti edizioni di Sofia e Bologna. Modulo di iscrizione **qui**, da completare online entro il 28 febbraio. Costi alberghieri e accredito al festival a spese dell'organizzazione.

Cambia la giuria del David

In occasione della riforma del sistema di voto del premio David di Donatello e su proposta del Presidente e Direttore Artistico **Piera Detassis**, il Consiglio Direttivo dell'Accademia del Cinema Italiano ha deliberato le modalità

di **ricostituzione ex-novo della Giuria**. Vengono da subito reintegrati i giurati "Candidati e Vincitori" dei premi David, mentre la componente dei giurati espressione di "Cultura e Società" verrà nominata in base a criteri che riconoscano le comprovate professionalità del cinema e dell'audiovisivo in tutti i suoi ambiti, dell'organizzazione e promozione culturale, nonché le personalità della cultura e società. "Il fine è quello di rendere il David un premio sempre più autorevole e incisivo con particolare attenzione alla rappresentanza dei diversi comparti della filiera, all'equilibrio di genere e al rinnovamento".

21 italiani per l'Oscar al film straniero

Il 25 settembre si riunirà in Anica la commissione incaricata di designare il film che rappresenterà l'Italia all'**Oscar per il miglior film straniero**. Sono 21 i titoli presentati dai produttori e distribuiti tra il primo ottobre 2017 e il 30 settembre 2018. Questo l'elenco: A CASA TUTTI BENE di G. Muccino, CAINA di S. Amatucci, COME UN GATTO IN TANGENZIALE di R. Milani, DOGMAN di M. Garrone, DOVE NON HO MAI ABITATO di P. Franchi, L'ESODO di C. Formisano, L'ETA' IMPERFETTA di U. Lendaro, IL FIGLIO SOSPESO di E. Termine, LAZZARO FELICE di A. Rohrwacher, MANUEL di D. Albertini, NAPOLI VELATA di F. Ozpetek, NOME DI DONNA di M. T. Giordana, QUANTO BASTA di F. Falaschi, LA RAGAZZA NELLA NEBBIA di D. Carrisi, RICCARDO VA ALL'INFERNO di R. Torre, SEMBRA MIO FIGLIO di C. Quatriglio, UNA STORIA SENZA NOME di R. Andò, SULLA MIA PELLE di A. Cremonini, LA TERRA DELL'ABBASTANZA di D. e F. D'Innocenzo, THE PLACE di P. Genovese, TITO E GLI ALIENI di P. Randi. Sono **già** stati **designati** per la stessa categoria, tra gli altri: il Leone d'oro messicano **Roma**, la Palma d'oro giapponese **Un affare di famiglia**, il tedesco **Opera senza autore**, l'ungherese **Tramonto**, il belga **Girl**, il norvegese **Cosa dirà la gente**, lo spagnolo **Campeones**, il turco **Il profumo del pero selvatico**, l'ucraino **Donbass**, il paraguaiano **Le ereditiere**.

Nanni Moretti chiude il Torino Film Festival

Il film di chiusura del 36° **Torino Film Festival** (23 novembre - 1 dicembre 2018) sarà **Santiago, Italia** di Nanni Moretti. Il film-documentario racconta, attraverso le parole dei protagonisti e i materiali dell'epoca, i mesi successivi al colpo di stato dell'11 settembre 1973 che pose fine al governo democratico di Salvador Allende, e si concentra in particolare sul ruolo svolto dall'ambasciata italiana a Santiago, che diede rifugio a centinaia di oppositori del regime del generale Pinochet, consentendo poi loro di raggiungere l'Italia. Prodotto da Sacher Film, Le Pacte, Storyboard Media e Rai Cinema, il film uscirà in sala il 6 dicembre distribuito da Academy Two.

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**

Voi emozionateli. Noi vi assicuriamo
Con la polizza "All Risk" dedicata agli Esercenti cinematografici
ZURICH

BNL GRUPPO BNP PARIBAS
ACEC

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

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.**