

# CineNotes

Appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta • 05 novembre 2018 • nuova serie **2755 (3068)**

## BOX OFFICE DEL WEEKEND – “Lo Schiaccianoci” saldamente in testa



Nel weekend Cinetel 1-4 novembre, finalmente in recupero, primo posto per **Lo Schiaccianoci e i quattro regni** (Disney), che incassa al debutto 4,2 milioni di euro in 614 schermi (media: 6.940 euro) e, nei 5 giorni, 4,7 M€. Seguono tre debutti: secondo **Il mistero della casa del tempo** (01) con 1,6 M€ in 333 schermi (media: 4.854 euro, nei 5 giorni 1,9 M€); terzo **Ti presento Sofia** (Medusa) con 1,43 M€ in 364 schermi (media: 3.929 euro, nei 5 giorni 1,57 M€); quarto **First man - Il primo uomo** (Universal) con 1,42 M€ in 374

schermi (media: 3.812 euro, nei 5 giorni 1,57 M€). Scende in quinta posizione **Halloween** (Universal), 931mila euro per complessivi 3 M€, seguito da **A star is born** (Warner) con 770mila euro e un totale al quarto weekend di 6 M€. Settimo **Euforia** (01) con 591mila euro (+9% rispetto al debutto) che portano il totale a 1,2 M€, seguito da **Piccoli brividi 2: I fantasmi di Halloween** (WB), 424mila euro e un totale di 1,8 M€. Nono **The children act - Il verdetto** (Bim) con 393mila euro e un totale di 1,5 M€, decimo **Hell fest** (Notorious), 359mila euro al debutto in 157 schermi (media: 2.292 euro, nei 5 giorni 567mila euro).

Altri debutti: **Quello che non uccide** (WB) è 11° con 351mila euro in 278 copie (media: 1.265 euro), **#Ops - L'evento** (Notorious) 22° con 73mila euro in 130 copie (media: 564 euro), **Museo - Folle rapina a Città del Messico** (I Wonder) 28° con 43mila euro in 25 copie (media: 1.726 euro).

Escono dalla Top Ten: **Zanna Bianca** (Adler, 1,9 M€ dopo 4 weekend), **Uno di famiglia** (WB, 851mila euro dopo 2 fine settimana), **Venom** (WB, 8,3 M€ dopo 5 fine settimana), **Soldado** (01, 1,3 M€ dopo 3 weekend), **Pupazzi senza gloria** (Lucky Red/Universal, 1,3 M€ dopo 3 weekend).

L'incasso complessivo del weekend è 14,8 M€, **+86%** rispetto al precedente, **+44,82%** rispetto a un anno fa, quando *Thor: Ragnarok* restava al comando con 1,7 M€.

## IL PUNTO

**Ottobre** Nel periodo 1-31 ottobre si sono incassati **46,7 M€**, **-11,40%** rispetto al 2017, **-23,92%** sul 2016; i biglietti venduti sono **7,1 milioni**, **-9,31%** sul 2017, **-28,91%** sul 2016.

Nei primi quattro giorni di novembre, la situazione è la seguente: incassi **+39,03%**, presenze **+40,88%**.

**L'anno** Nel periodo 1 gennaio-4 novembre si sono incassati **440,2 M€**, **-6,62%** rispetto all'analogo periodo 2017, **-18,78%** rispetto al 2016; si sono venduti **68,5 milioni di biglietti**, **-8,87%** rispetto al 2017 e, sul 2016, **-19,97%**. Lo scorso weekend il dato era rispettivamente **-7,01%** e **-9,39%**.

**Le quote di mercato** La quota di mercato Usa è del **61,79%** degli incassi col 27,68% dei film distribuiti. Il cinema italiano è al **22,20%** col 33,90% dei film. Seguono **Gran Bretagna** (8,63%), **Francia** (3,40%) e **Spagna** (1,19%). Un anno fa: Usa al 67,96%, Italia al 15,43%.

**Le distribuzioni** Sempre prima **Warner Bros** col 20,20% degli incassi e il 6,09% dei film. Seguono: **Universal** (16,33%), **Disney** (15,31%), **01 Distribution** (12,16%), **Fox** (9,26%), **Lucky Red** (4,76%), **Eagle** (3,90%), **Vision** (3,26%), **Notorious** (2,69%), **Medusa** (2,41%).

## BOX OFFICE USA – “Bohemian Rhapsody” sotto i riflettori



Nel **weekend USA** tre debutti sul podio: vincitore al botteghino è **Bohemian Rhapsody** (Fox, budget 52 milioni di dollari) con 50 M\$ in 4.000 sale (media: 12.500 dollari), secondo **Lo Schiaccianoci e i quattro regni** (Disney, budget 125 M\$) con 20 M\$ in 3.766 sale (media: 5.311 dollari), terza la commedia di Tyler Perry **Nobody's fool** (Paramount, budget 19 M\$), 14 M\$ in 2.468 sale (media: 5.673 dollari). Perde due posizioni **A star is born** (WB), quarto con 11,1 M\$ al quinto weekend per complessivi 165,6 M\$, seguito da **Halloween** (Universal) che perde il

primato incassando 11 M\$ con un totale, al terzo weekend, di 150,4 M\$. Sesto **Venom** (Sony), 7,8 M\$ e complessivi 198,6 M\$, seguito da **Smallfoot - Il mio amico delle nevi** (WB) che guadagna una posizione con 3,8 M\$ e un totale di 77,4 M\$. Ottavo **Piccoli brividi 2: I fantasmi di Halloween** (Sony), 3,7 M\$ per complessivi 43,8 M\$, seguito da **Hunter killer - Caccia negli abissi** (Lionsgate), 3,5 M\$ e un totale di 12,9 M\$. Decimo **The hate U give** (Fox) con 3,4 M\$ per un totale di 23,4 M\$.

Escono dalla Top Ten: **First man - Il primo uomo** (Universal, 42 M\$ dopo 4 weekend), **Scuola serale** (Universal, 74,4 M\$ dopo 6 fine settimana) e **Mid90s** (A24, 5,8 M\$ dopo 3 weekend).

Tra gli altri debutti, **Boy erased** (Focus) incassa 220mila dollari in 5 sale (media: 44mila dollari), **Maria by Callas** 152mila in 16 sale (media sotto i 10mila dollari), **A private war** (Aviron) 72mila dollari in 18 sale (media: 12.500 dollari). **Suspiria** di Guadagnino (Amazon) guadagna quattro posizioni incassando 964mila dollari in 311 sale (la media scende a 3.102 dollari).

L'incasso complessivo dei primi 10 è 128,4 M\$, **+41,1%** rispetto al precedente weekend, rispettivamente **-22%** e **-28,9%** rispetto al 2017 e al 2016, che vedevano in vetta *Thor: Ragnarok* e *Doctor Strange*.  
(boxofficemojo)

Nei **mercati internazionali**, il film più visto in assoluto nel weekend è stato **Bohemian Rhapsody**, che ha incassato l'equivalente di 72,5 M\$ per un totale ad oggi di 141,7 M\$.

Da segnalare anche in **Cina** il buon debutto de **Lo Schiaccianoci e i quattro regni**, che incassa l'equivalente di 12 M\$ al debutto, seguito da **Hurricane**, altro film Usa con 7 M\$, e dal britannico **A spasso con Bob** (4,1 M\$). Il primo incasso nazionale è **Frozen hero II**, 3,8 M\$.

A livello globale, il film Disney ha debuttato in 45 territori con un incasso complessivo di 38,5 M\$.

## Dal 2020 si prevede una riduzione del tax credit alla programmazione



**4 milioni di euro di riduzione del credito d'imposta per gli esercenti cinematografici dal 2020**; 20 M€ di tagli per il Bonus cultura riservato ai diciottenni per il 2019, 2,3 milioni per i musei autonomi, 1,25 milioni in meno per i crediti d'imposta delle librerie, 375.000 euro per le case editrici.

È quanto emerge dall'art. 59 della Legge di Bilancio 2019, "Ulteriori misure di riduzione della spesa", con riferimento, per l'esercizio cinematografico, all'art.18 comma 1 della Legge Cinema 220 del 2016, sui crediti di imposta per la programmazione di film italiani ed europei.

Con riferimento alla misura, che sarà operativa previo decreto di concerto tra MEF e MIBAC, le Associazioni dell'esercizio stanno predisponendo una lettera al ministro Alberto Bonisoli per chiedere chiarimenti.

## La (piccola) finestra di Netflix per i film da Oscar

Ancora Netflix e i rapporti con le sale cinema al centro dell'attenzione: per partecipare ai principali premi, la società ha annunciato un'uscita in sala di **Roma**, **The ballad of Buster Scruggs** e **Bird box**, prima del debutto sulla piattaforma. La window più lunga sarà riservata al film di Alfonso Cuarón, circa tre settimane: debutto sala il 21 novembre, streaming il 14 dicembre. Il film dei Coen e quello di Susanne Bier avranno una sola settimana di esclusiva. La window è motivata dall'eccellente responso ai festival, con conseguente innovazione della strategia a beneficio dei registi, come ha dichiarato il "film chief" **Scott Stuber**.



Una sorta di concessione rispetto alle precedenti dichiarazioni di **Ted Sarandos** circa l'anacronismo dell'esclusività della sala, a fronte dei 137 milioni di abbonati. Allo stesso tempo, Regal e AMC hanno rifiutato di programmare i film Netflix a meno di una window di almeno 90 giorni.

L'associazione degli esercenti **NATO** non è apparsa particolarmente colpita dalla mossa: "Questo gesto a metà strada non soddisferà pubblico delle sale, autori e abbonati della piattaforma. Netflix deve ancora imparare che non si tratta di *sale contro*

*streaming* ma di *sale e streaming*, in sequenza".

Il servizio streaming sembra abbia reso un servizio a se stesso, con la comunità di registi che preferisce tuttora che i propri film vengano visti su grande schermo e i giurati dell'Oscar che riveriscono l'esperienza cinematografica.

Netflix è diventato un porto per talenti come Cuaron, Greengrass, Mackenzie e Scorsese perché promette ricchi budget per film che altre *Major* hanno considerato troppo poco commerciali. Aggiungere un'uscita *theatrical* dovrebbe consentire di continuare ad attrarre grossi nomi. **Roma** avrà un'uscita limitata il 21 novembre a Los Angeles, New York e in Messico, per poi proseguire il 29/11 in altre città USA e a Londra, fino ad allargare in altri territori il 7 dicembre. Le uscite sala proseguiranno anche dopo il lancio sulla piattaforma del 14 dicembre, per un totale di almeno 20 territori, incluse copie in 70mm. Finora soltanto **22 July** ha avuto una distribuzione sala, su quasi 100 schermi nel mondo. (Variety)



[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



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](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.**