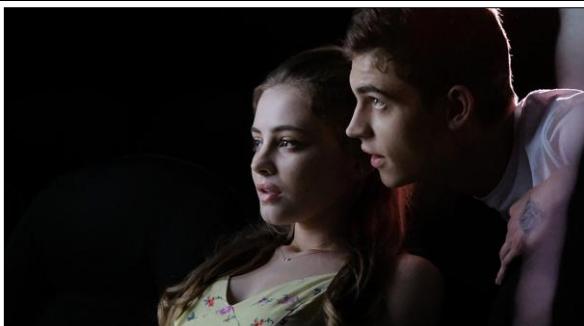


# CineNotes

Appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta • 12 aprile 2019 • nuova serie **2806 (3119)**

## BOX OFFICE DEL GIOVEDÌ - "After" stacca tutti



Il **box office del giovedì** vede debuttare al primo posto **After** (01) con 548mila euro in 521 copie, con una media copia superiore ai mille euro, seguito da **Dumbo** (Disney) con 106mila euro e complessivi 8 milioni di euro. Terzo al debutto **Hellboy** (M2), 102mila euro in 320 copie, seguito da **Shazam!** (WB) con 62mila euro e un totale di 2,2 M€. Quinto **Noi** (Universal), 36mila euro e complessivi 835mila, seguito da **Wonder Park** (Fox) con 33mila euro al debutto in 323 copie. Settima posizione per **Book Club - Tutto può succedere** (Bim), 32mila euro e un totale di 718mila, seguito da **A un metro da te** (Notorious) che, con i 26mila euro incassati ieri, raggiunge quota 4,2 M€. Chiudono la classifica il libanese **Cafarnao** (Lucky Red), 17mila euro al debutto in 79 schermi, e il francese **Il viaggio di Yao** (Cinema), 12mila euro e complessivi 382mila.

La commedia romagnola **Tutto liscio** è 11° con 11mila euro al debutto su 8 schermi, **L'uomo fedele** (Europictures) 17° con 5mila euro in 36 copie, **Oro verde** (Academy Two) 20° con 3mila euro in 23 copie. L'incasso totale di ieri è 1,1 M€, +4% rispetto al giovedì precedente di chiusura dei CinemaDays (le presenze sono 185mila contro 338mila), +38,68% rispetto a un anno fa (quando *Rampage* era al comando con 143mila euro).  
*(Cinetel)*

## Il premier Conte celebra l'industria del cinema



"Il governo è dalla vostra parte. Dobbiamo tutelare questa filiera che assicura crescita e occupazione ma che ci fa anche emozionare". Lo ha detto il premier **Giuseppe Conte** dalla presentazione del Rapporto **Cinema e Audiovisivo: l'impatto per l'occupazione e la crescita in Italia**, prima ricerca condotta del **Centro Studi Confindustria** per **Anica**, aggiungendo che è intenzione del governo "proteggere il settore dalla **pirateria**. Bisogna fare in modo - ha proseguito - che le nostre imprese, in una competizione globale agguerrita, non siano target di iniziative predatorie". Secondo la ricerca, la produttività nel settore audiovisivo è molto elevata in Italia e risulta terza in Europa. Nel suo intervento introduttivo, il presidente Anica **Francesco Rutelli** ha evidenziato i cambiamenti epocali in corso nell'industria audiovisiva e il ruolo rilevante del settore per l'immagine internazionale dell'Italia. Il rapporto del **Centro Studi Confindustria** analizza l'andamento del settore rispetto al panorama complessivo dell'economia italiana, dal 2006. Se la produzione audiovisiva pro capite è inferiore alla media europea (116 rispetto a 423 di Regno Unito e 243 di Germania) e la redditività delle imprese audiovisive italiane è in calo, l'aumento della produzione audiovisiva ha un effetto moltiplicatore di 1,98 sull'economia, seconda solo al settore delle costruzioni. Nel mondo, nonostante la crisi economica, l'Italia è nona. Nel Paese il settore occupa quasi 8500 imprese con 61 mila posti di lavoro diretti (173 mila i posti di lavoro complessivi). È un comparto che attiva lavoro giovane e femminile più della media nazionale.

Tornando all'intervento del Premier, **Conte** si è soffermato sulle grandi potenzialità del settore audiovisivo e cinematografico, sulla redditività del comparto e dell'indotto, sull'importanza della filiera in termini imprenditoriali, creativi, di promozione turistica. Diversi gli accenni all'esercizio, in un'ottica di valorizzazione dell'intera filiera: "io stesso cedo volentieri al fascino della sala buia e dello schermo grande", ha affermato. "Stiamo dettando regole equilibrate per tutti i competitor per favorire la crescita, ad esempio l'investimento in contenuti italiani da parte delle piattaforme; le sale cinematografiche siano sempre più dei presidi sociali per le comunità, stiamo lavorando per erogare i fondi previsti". Conte ha menzionato anche la "tanto attesa novità dell'estate di cinema **Movimenti**, anche grazie all'investimento di 1 M€ del MIBAC, con 60 titoli di primo livello che saranno distribuiti nei mesi estivi, frutto di una notevole sinergia tra tutti gli stakeholder".

## Presentata Disney+, da novembre a 6,99 dollari al mese



Disney+ intende battere i rivali sul prezzo e sul contenuto. Il chief executive del gigante dei media **Bob Iger** ha aperto il sipario sulla strategia di conquista della frontiera hi-tech: il servizio, forte di film e serie originali oltre che di una vasta biblioteca di titoli, costerà soli **6,99 dollari al mese negli Stati Uniti**, disponibile dal 12 novembre. Disney offrirà anche un **abbonamento annuale a 69,99 dollari**. In Europa e Asia il varo è previsto l'anno prossimo. L'obiettivo è alto: 90 milioni di abbonati entro il 2024, anno in cui Disney+ dovrebbe essere in attivo dopo picchi di perdite tra il 2020 e il 2022. Netflix, con 139 milioni di abbonati mondiali, costa quasi il doppio: da 9 a 13 dollari al mese.

Disney+ farà leva su film e show targati sia Disney che Pixar, sulle serie di *Guerre Stellari*, sul National Geographic e sui super-eroi della Marvel. In aggiunta è arrivato l'archivio dell'appena rilevata Fox. Per il primo anno sono previsti 10 film e 25 serie originali, tra cui tre spin-off degli *Avengers*, su un totale di 7.500 episodi di spettacoli televisivi, 100 lungometraggi recenti e 400 classici. Una delle serie originali, *The Mandalorian* basata su *Star Wars*, è costata 100 M\$ per 10 episodi. Saranno inoltre disponibili in streaming fin da subito le 30 stagioni dei *Simpsons*.

(*Variety, Sole 24 Ore*)

## Stati Uniti: film premium per clienti facoltosi



Film a noleggio per ricchi. È l'idea di **Fred Rosen**, ex presidente di Ticketmaster, ora in pensione. Insieme a Dan Fellman, ex dirigente della Warner e grande esperto di distribuzione, ha fondato la **Red Carpet Home Cinema**: film di prima visione comodamente a casa vostra, un prezzo che oscilla tra i 1.500 e i 3.000 dollari. In sordina la Red Carpet ha sottoscritto contratti con diversi studios per distribuire una quarantina di film all'anno, come *A star is born* o *Aquaman* a facoltosi clienti. L'operazione è andata avanti sulla base dei rapporti che Rosen e Fellman coltivano da anni. In passato chi ha provato a lanciare servizi simili (per esempio Sean Parker con **Screening Room**) non è andato molto lontano. Ma è vero che i tempi sono cambiati, Netflix ha lanciato la sfida definitiva alla distribuzione come la conosciamo e l'ira degli esercenti non fa più così paura. Produttori e distributori sono molto cauti e non discutono pubblicamente dei loro accordi con Red Carpet che, nelle intenzioni dei suoi creatori, è pensato come un club esclusivo. Anche solo con quattromila clienti, la Red Carpet potrebbe guadagnare centinaia di milioni di dollari all'anno.

*The New York Times/Internazionale*

**Il 19 e 26 aprile prossimi gli uffici ANEC saranno chiusi.**

**In previsione delle prossime festività, il personale si alternerà per il periodo dal 23 aprile al 5 maggio.**



[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

**ZURICH**

## 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. in liquidazione, Via di Villa Patrizi 10, 00161 Roma, tel. +3906 995852 - Registratore Tribunale di Roma n. 510 e n. 511 del 19.11.2001. Direttore responsabile: Mario Mazzetti. Mail: [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.**