

CineNotes

Appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta • 04 ottobre 2021 • nuova serie **3010 (3323)**

BOX OFFICE ITALIA - La marcia in più di Bond



Weekend Cinetel 30 settembre-3 ottobre all'insegna di James Bond: il tanto atteso **No time to die** (Universal) incassa 2,57 milioni di euro con 339mila spettatori in 512 cinema (media: 5.020 euro), un risultato sicuramente brillante per l'attuale momento. Secondo **Dune** (Warner Bros), 763mila euro al terzo weekend per complessivi 5,67 M€, seguito da **Space Jam - New legends** (WB), 697mila euro e in totale 2,2 M€. Quarto **Tre piani** (01), 423mila euro per un totale di 1,28 M€, quinto **Paw Patrol - Il film** (Eagle), 152mila euro e complessivi 510mila, seguito da

Respect (Eagle), 141mila euro al debutto in 208 copie (media: 679 euro). Settimo **Escape room 2: Gioco mortale** (WB), 135mila euro per un totale di 434mila euro, ottavo **Qui rido io** (01), stabile con 98mila euro e un totale di 1,18 M€; al sesto weekend, **Come un gatto in tangenziale - Ritorno a Coccia di Morto** (Vision) è nono con 93mila euro (in totale 3 M€), seguito da **Bing e le storie degli animali** (Nexo Digital), 63mila euro al debutto in 180 cinema (media: 351 euro).

Altri debutti: Quo vadis, Aida? (Academy Two) è 15° con 31mila euro in 39 copie (media: 802 euro), **Sulla giostra** (Notorious) 19° con quasi 18mila euro in 68 copie (media: 264 euro), **47 metri - Great white** (Adler) 21° con 14mila euro in 49 copie (media: 296 euro), **I nostri fantasmi** (Europictures) 23° con 7mila euro in 30 copie (media: 235 euro). **Escono dalla Top Ten: Shang-Chi e la leggenda dei dieci anelli** (Disney, 3,77 M€ dopo 5 weekend), **Il giro del mondo in 80 giorni** (Medusa/Notorious, 617mila euro dopo 4 weekend), **Me contro te - Il mistero della scuola incantata** (WB, 5 M€ dopo 7 fine settimana).

L'incasso complessivo del weekend è 5,54 M€, +14% rispetto al precedente, +145,26% sul 2020.

IL PUNTO

Il mese Dal 1° al 30 settembre si sono incassati **21,24 M€**, +41,34% sul 2020, -57,71% sul 2019, -50,03% sul 2018. Gli spettatori sono stati **3,12 milioni**, +35,55% sul 2020, -58,39% sul 2019, -52,08% sul 2018.

L'anno Dal 26 aprile si sono incassati **68,68 M€**, -60,34% sul 2020, -84,11% sul 2019, -81,97% sul 2018. Gli spettatori sono **10,27 milioni**, -61,49% sul 2020, -84,65% sul 2019, -82,77% sul 2018.

Le quote di mercato La quota **USA** cala al **55,88%** col 26,11% dei film, **Italia** al **21,71%** col 35,92% dei film (incluse coproduzioni). Seguono: **Inghilterra** (13,41%), **Francia** (2,39%), **Nuova Zelanda** (1,54%).

Le distribuzioni **Warner Bros** si conferma prima col 29,50% degli incassi e il 6,90% dei film. Seconda **Walt Disney** col 22,18%, terza **Universal** in ascesa col 19,56%. Seguono: **01** al controsorpasso (6,40%), **Vision** (5,93%), **Eagle** (3,03%), **Bim** (2,37%), **Lucky Red** (2,04%), **Medusa** (2%) e **Notorious** (1,15%).

BOX OFFICE USA - Botteghino in festa con due debutti



Weekend USA in attivo grazie a due sequel: primo **Venom 2** (Sony) con 90,1 milioni di dollari in 4.225 sale (ottima la media di 21.325 dollari), secondo **La Famiglia Addams 2** (United Artists) con 18 M\$ in 4.207 sale (media: 4.280 \$). Terzo **Shang-Chi e la leggenda dei dieci anelli**, 6 M\$ al quinto weekend per totali 206,1 M\$; quarto un altro debutto, **I molti santi del New Jersey** (Warner, prequel dei *Sopranos*) con 5 M\$ in 3.181 sale (media: 1.572 dollari). Perde tre posti **Dear Evan Hansen** (Universal), quinto con 2,4 M\$ e complessivi 11,7 M\$, seguito da **Free Guy** (20th Century) con 2,2 M\$ e un totale di 117,6 M\$. Settimo **Candyman** (Universal), 1,2 M\$ e complessivi 58,9 M\$, ottavo l'inossidabile **Jungle Cruise** (Disney), 680mila dollari per un totale di 116 M\$. Due ulteriori debutti chiudono la classifica: **The Jesus Music** (Lionsgate), 560mila dollari in 249 sale (media: 2.249 dollari), e la Palma d'Oro **Titane** (Neon), 516mila dollari in 562 sale (media: 918 dollari, miglior debutto in 17 anni per il vincitore di Cannes).

I **primi 10 film** incassano 126,7 M\$, +255,4% rispetto a 7 giorni fa, -11,2% rispetto all'analogo weekend 2019.

(boxofficeguru)

Il **box office internazionale** vede **No time to die** incassare 119 M\$ in 54 mercati, primo film hollywoodiano durante la pandemia a superare i 100 M\$ senza la Cina (dove il film uscirà il 29 ottobre). Se in Francia, Russia e Stati Uniti il film uscirà nei prossimi giorni, a incassare di più sono stati naturalmente il Regno Unito (ben 25,6 M\$), Germania (14,7 M\$) e Hong Kong (2,9). Le 284 sale Imax hanno incassato 6,8 M\$. Tra gli altri film, **Venom 2** debutta in Russia con 13,8 M\$, **Dune** ha superato i 100 M\$ nei mercati internazionali.

In **Cina** trionfo patriottico con l'incasso record al debutto di **The battle at Lake Changjin**, epica bellica anti-americana diretta da Chen Kaige, Tsui Hark e Dante Lam: 203 M\$ nel weekend (234 nei 4 giorni), uscito per la festività nazionale del 1° ottobre, per il quale si è arrivati a 157mila proiezioni giornaliere con 25,5 milioni di spettatori. Secondo **My country, my parents**, 70,6 M\$ per complessivi 90,4, terza l'animazione (sempre cinese) **Dear Tutu: Operation T-Rex** con 3,5 M\$.

VUE-The Space lanciano "Get lost"



VUE-The Space Cinema hanno presentato il progetto **Get Lost**: creato da **Jake e Ridley Scott**, il film breve invita il pubblico a **disconnettersi da tutto** e perdersi nelle grandi storie del cinema. Una fuga che evidenzia come il cinema sia uno dei pochi luoghi dove "spegnere il mondo" e farsi trasportare altrove, immersi nel buio della sala, travolti dal suono e dalle immagini. Il film è disponibile su tutti i canali web/social del circuito ed è proiettato in tutti i The Space Cinema.

Ad accompagnare il progetto, a conferma che **un film in sala è un'esperienza preziosa, che migliora la vita delle persone**, è la ricerca condotta da University College of London per esplorare cosa succede al corpo e alla mente durante la visione di un film al cinema, sia fisiologicamente che psicologicamente. I partecipanti hanno potuto notare cambiamenti nella loro frequenza cardiaca e un aumento dei livelli di eccitazione emotiva. Se è vero che la visione in sala ha dei precisi benefici individuali, collettivamente questa esperienza ha addirittura il potere di cambiare il modo in cui funziona il nostro cervello, migliorando abilità come la memoria, la concentrazione, i legami con le altre persone, l'elaborazione e comprensione delle informazioni e la creatività, fino anche all'umore generale. Insomma, **poche ore a contatto con il grande schermo non sono solo una gradevole pausa**, o un momento di relax, ma **contribuiscono a rendere le persone più creative, produttive e, paradossalmente, più connesse in maniera positiva, emotiva.**

Al via a Barcellona il CineEurope



Con i convegni professionali, al via stamani a Barcellona il **CineEurope**, convention europea dell'esercizio che per 4 giorni riunisce un migliaio di professionisti. Anteprime e convention delle major USA ed europee, il Trade Show, incontri professionali e conviviali caratterizzano l'evento, che torna in presenza dopo la sospensione dello scorso anno. C'è anche l'Italia nel discorso d'apertura di **Phil Clapp** e **Laura Houlgatte**, Presidente e CEO dell'UNIC: l'associazione europea dell'esercizio presenterà lo spot **Ritorno al cinema** con una ventina di talent del nostro cinema, quale esempio di contenuto promozionale per il ritorno in sala.



www.anecweb.it

I soci ANEC possono chiedere la password di accesso alle informazioni professionali del sito scrivendo a: segreteria@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: ANEC, Via di Villa Patrizi 10, 00161 Roma, tel. +39 06 995852

Direttore responsabile: Mario Mazzetti - Registrazione: Tribunale di Roma n. 510 e n. 511 del 19.11.2001.

Per essere inseriti o cancellati dalla lista dei destinatari scrivere a: cinenotesweb@gmail.com

→ **Le notizie possono essere liberamente riprodotte citando la fonte e citando, quando evidenziata, la fonte originaria.** Le foto 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.**