

CineNotes

Appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta • 02 novembre 2021 • nuova serie **3017 (3330)**

BOX OFFICE ITALIA - Addams primi, Bond e Dune oltre il milione di presenze



Il film vincitore del **weekend Cinetel 28-31 ottobre**, più festività di **Ognissanti**, è **La Famiglia Addams 2** (Eagle): il cartone animato ha incassato in 5 giorni 1,59 milioni di euro (di cui 983mila nel weekend) in 556 copie. Secondo nel weekend **Venom: La furia di Carnage** (Warner), 736mila euro cui vanno aggiunti i 269mila di ieri (quando si è posizionato quarto), per un totale al terzo fine settimana di 6,46 M€. Terzo **Halloween kills** (Universal), 734mila euro nel weekend più 143mila ieri (settimo posto) per un totale di 1,58 M€ al secondo weekend; quarto al debutto **Madres paralelas** (Warner), 725mila euro cui aggiungere i 319mila di ieri (in seconda posizione) in 421 copie, per un totale di 1,05 M€. **Freaks out** (01) è quinto nel weekend con 663mila euro, terzo ieri con 304mila in 519 copie, per un totale di 970mila euro.

Sesto **No time to die** (Universal), 318mila euro (più 145mila ieri) per un totale al quinto weekend di 7,68 M€ e 1,05 milioni di spettatori. Seguono due debutti: settimo **Una notte da dottore** (Medusa), 251mila euro nel weekend, 135mila ieri in 315 copie, per complessivi 388mila euro; ottavo **Antlers - Spirito insaziabile** (Disney), 202mila euro nei 4 giorni e 46mila ieri, in totale 250mila euro. Chiudono la classifica **Ron - Un amico fuori programma** (Disney), 157mila euro cui sommare i 146mila di ieri (quinto posto), per un totale dopo due weekend di 721mila euro; e **Dune** (WB), 110mila euro nel weekend e 41mila ieri, per complessivi 7,21 M€ e spettatori appena sopra il milione.

Altri debutti: **A white, white day** (Trent Film) in 5 giorni incassa 9mila euro in 10 copie, **Io Giusy** (Mediterranea) quasi 7mila in 2 copie. Escono dalla Top Ten: **Ariaferma** (Vision, 580mila copie dopo 3 weekend), **The last duel** (Disney, 865mila euro dopo 3 weekend), **Marilyn ha gli occhi neri** (01, 720mila euro dopo 3 fine settimana), **La scuola cattolica** (WB, 1,52 M€ dopo 4 fine settimana), **Baby boss 2: Affari di famiglia** (Universal, 1,28 M€ dopo 4 weekend).

L'incasso complessivo del weekend è 5,49 M€, +18% sul precedente, -68,16% sul 2019. L'incasso del 1° novembre è 2,45 M€

IL PUNTO

Ottobre Dal 1° al 31 ottobre si sono incassati **33,02 M€**, +206,21% sul 2020, -45,42% sul 2019, -29,98% sul 2018. Gli spettatori sono stati **4,79 milioni**, +181,61% sul 2020, -47,39% sul 2019, -33,82% sul 2018.

L'anno Nel 2021 si sono incassati **97,05 M€**, -46,82% sul 2020, -80,18% sul 2019, -77,21% sul 2018. Gli spettatori sono **14,42 milioni**, -48,73% sul 2020, -80,90% sul 2019, -78,30% sul 2018.

Le quote di mercato Quota di mercato **USA** al **54,52%** col 26,15% dei film, **Italia** al **23,15%** col 37,75% dei film (incluse coproduzioni). Seguono: **Inghilterra** (14,44%), **Francia** (2,01%), **Spagna** (1,41%).

Le distribuzioni **Warner Bros** saldamente prima col 32,06% degli incassi e il 6,72% dei film. Seconda **Universal** col 21,60%, terza **Walt Disney** col 17,24%. Seguono: **01** (7,75%), **Vision** (4,94%), **Eagle** (4,02%), **Medusa** (2,42%), **Lucky Red** al sorpasso (2,06%), **Bim** (1,67%), **Nexo Digital** (1,38%).

BOX OFFICE USA - Podio invariato



Il **weekend USA** non subisce variazioni al vertice: resta primo **Dune** con 15,5 milioni di dollari (rispetto al debutto -62,1%, il film è anche su HBO Max) per complessivi 69,4 M\$, seguito da **Halloween kills**, 8,5 M\$ e in totale 85,6 M\$. Terzo **No time to die** (UA), 7,8 M\$ e un totale di 133,3 M\$, seguito dalla *new entry* **My Hero Academia: WHM** (Funimation) con 6,4 M\$ in 1.602 cinema (media: 3.995 dollari, la più alta della Top Ten). Quinto **Venom 2** (Sony), 5,7 M\$ e complessivi 190,4 M\$, seguito da altri due debutti: sesto **Last night in Soho** (Focus), 4,2 M\$ in 3.016 cinema (media: 1.393 dollari). settimo **Antlers - Spirito insaziabile**

(Searchlight) con 4,1 M\$ in 2.800 cinema (media: 1.486 dollari). Scende all'ottavo posto **Ron - Un amico fuori programma**, 3,8 M\$ e in totale 12,6 M\$, nono **La Famiglia Addams 2** (UA), 3,2 M\$ e in totale 52,8 M\$, seguito da **The French Dispatch** (Searchlight) con 2,7 M\$ (+104,6% passando da 52 a 788 cinema, la media è 3.501 dollari) per complessivi 4,6 M\$. I primi 10 film incassano 62,2 M\$, -33% rispetto al precedente weekend, -37,4% rispetto all'analogo weekend 2019. (boxofficeguru)

BOX OFFICE ESTERO - Bond si riprende la vetta



Nel **Regno Unito** il successo di **No time to die** non accenna a scemare: al quinto weekend il film torna primo con 3,5 milioni di sterline che portano il totale a 85,9 M£. Secondo **Dune** con 3,3 M£ e complessivi 13,2 M£, seguito da **Venom: La furia di Carnage** con 1,5 M£ per complessivi 14,8 M£. Quarto **La Famiglia Addams 2**, 1,5 M£ per un totale al quarto weekend di 8,9 M£, quinto **Baby boss 2** con 1,3 M£ e complessivi 5 M£. Al sesto posto "debutta" la riedizione del 20° anniversario di **Harry Potter e la pietra filosofale**, con 965mila sterline in 426 cinema (il totale ammonta a 65,8 M£), seguito da **Halloween kills** con 759mila sterline per un totale di 4,6 M£. Ottavo al debutto **Last night in Soho**, 16mila sterline in 519 cinema.

Nei **mercati internazionali** la musica non cambia: primo nel weekend **No time to die** con 59,7 M\$ in 73 territori (senza il Nord America 51,9 M\$), per un totale di 605,7 M\$. Il film ha debuttato anche in Cina incassando 28,2 M\$. Secondo **Dune**: 36,9 M\$ globali in 76 territori, 21,4 senza Nord America, totale generale 292,1 M\$; terzo **Venom: La furia di Carnage** con 27,1 M\$ in 54 territori, 21,4 senza Nord America, in totale 395,5 M\$, mentre al quarto posto resiste il cinese **The battle at Lake Changjin** con 19 M\$ solo in patria, per complessivi 844,9 M\$. Quinto **Halloween kills**, 16,6 M\$ (8,1 senza il Nord America) per complessivi 115,1 M\$.

L'**emergenza covid in Asia** porta segnali contrastanti: in **Cina** il 13,8% (per quota di mercato) dei cinema, inclusi alcuni distretti della capitale, hanno dovuto adempiere a un provvedimento di chiusura temporanea per porre argine all'acuirsi dei nuovi contagi. In **Corea del Sud**, con il 75,3% della popolazione vaccinata, è stato adottato un iter di allentamento delle misure di prevenzione: niente più capacità ridotta e coprifuoco alle 22 ma green pass e mantenimento dell'obbligo di mascherina in sala. (Variety)

Legge di bilancio: apprezzamento da ANEC e AGIS



"Esprimiamo grande **soddisfazione per le misure adottate a favore del mondo dello spettacolo e della cultura**, segnale importante che pone il settore al centro delle scelte di politica economica del Governo". È quanto hanno dichiarato in una nota congiunta **AGIS, Federvivo, ANEC e ANFOLS** all'indomani dell'approvazione in Consiglio dei Ministri del **disegno della legge di bilancio per il 2022**. "Dal **potenziamento dei fondi per il cinema e l'audiovisivo** all'istituzione di un fondo per il risanamento delle fondazioni lirico sinfoniche, dall'incremento del FUS alla nascita di un nuovo welfare a favore dei lavoratori dello spettacolo. Senza dimenticare norme importanti quali la **stabilizzazione del bonus cultura per i diciottenni** ed il rifinanziamento del 'Fondo Cultura' per promuovere investimenti sul patrimonio culturale materiale e immateriale. Un doveroso e sentito ringraziamento", concludono le associazioni", va al ministro della Cultura **Dario Franceschini**, il quale ancora una volta ha dimostrato sensibilità ed attenzione verso un comparto che ha fortemente sofferto la fase pandemica e si trova oggi ad apprezzare norme che non rappresentano un sostegno 'una tantum', bensì interventi più strutturali che consentono un approccio diverso per il prossimo futuro".

Anica: Lonigro presidente della nuova Unione Editori e Distributori



La prima assemblea della nuova **Unione Editori e Distributori Anica** ha eletto all'unanimità **Luigi Lonigro presidente**. Lonigro, eletto dopo il precedente mandato conclusosi con l'entrata in vigore del nuovo Statuto, ha commentato: "Estremamente soddisfatto del percorso fin qui compiuto, ringrazio gli associati per il consenso e la fiducia dimostrata. In un momento storico in cui il mondo dell'audiovisivo richiede una trasformazione necessaria per adattarsi ai nuovi paradigmi, sono onorato di poter guidare e rappresentare i distributori Anica con determinazione nel loro percorso di metamorfosi verso un obiettivo comune: la crescita del mercato".

In Anica Editori e Creators digitali

Le aziende che investono nella **comunicazione digitale** hanno una nuova casa in ANICA: nasce l'**Unione "Editori e Creators digitali"** presieduta da **Manuela Cacciamani**. Nuove aggregazioni per un'associazione che, puntualizza il presidente **Francesco Rutelli**, si pone "come piattaforma di tutta la N. 3017 (3330) del 02-11-2021



filiera. Queste 24 aziende sono per noi una speranza, oltre che una realtà robusta". Tra i promotori c'è il **Museo del Cinema di Torino**, molto orientato anche sulla realtà virtuale e lo storytelling. La presidente sottolinea che "le aziende dislocate in tutta Italia sono una grande squadra di professionisti che possono arricchire il mercato del cinema, e abbiamo la possibilità di dare ai giovani dei posti di lavoro nuovi. Le aziende trattano di realtà virtuale, realtà aumentata, abbiamo anche il **Mit di Milano**". Tra le aziende anche **Rai Cinema**, che ha espresso uno dei due vicepresidenti dell'unione, **Carlo Rodomonti**, affiancato da **Vincenzo Piscopo**. (Il Sole 24ore)

Francia: Netflix ridimensiona la rassegna al cinema



Dopo le polemiche della scorsa settimana, la "retrospettiva Netflix" di nove film inediti si svolgerà a dicembre in due sole sedi, la **Cinemateca Francese di Parigi** e l'**Istituto Lumière di Lione**. Il **Netflix Film Club** si terrà dal 7 al 14 dicembre e includerà: *Il potere del cane* di Jane Campion, *È stata la mano di Dio* di Paolo Sorrentino, *Don't look up* di Adam McKay, *The lost daughter* di Maggie Gyllenhaal e inoltre *Pieces of a woman*, *Malcolm & Marie*, *The harder they fall*, *The guilty*, *Passing*. È dunque saltato il programma originario di fissare proiezioni pubbliche nei cinema di diverse città, dopo le dichiarazioni contrarie di molte associazioni della distribuzione e dell'esercizio, che hanno accusato la piattaforma di porre in essere una **minaccia al cinema indipendente in un momento critico**, peraltro con le regole sulle finestre in fase di negoziato tra reti TV, piattaforme ed esercenti. La natura di retrospettiva non rende più necessario il nulla osta temporaneo del CNC. L'Istituto Lumière di Lione (diretto dal direttore di Cannes, Thierry Frémaux) fu scelto già nel 2018 per la prima nazionale di *Roma* di Cuarón, e il relativo festival quest'anno ha selezionato i film di Sorrentino, Campion e Gyllenhaal. (ScreenDaily)



GIORNATE PROFESSIONALI DI CINEMA "ENERGY"

44ª edizione – Sorrento, 28 novembre-2 dicembre

Accrediti a tariffa agevolata fino al 3 novembre su: www.giornatedicinema.it



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.**