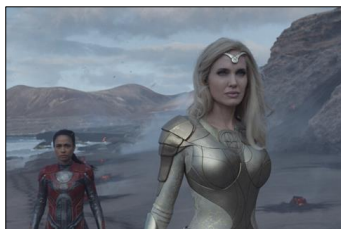


CineNotes

Appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta • 18 novembre 2021 • nuova serie **3022 (3335)**

BOX OFFICE ESTERO - UK senza nuove uscite, in Francia "Aline"



Nel Regno Unito weekend sempre all'insegna di **Eternals** (Disney), 2,9 milioni di sterline e un totale di 10,6 M£. Secondo l'insospugnabile **No time to die** (Universal), 1,6 M£ al settimo weekend per complessivi 92,7 M£; terzo **Dune** (Warner), 1,2 M£ e in totale 18,9 M£, quarto **Spencer** (STX) che passa a 650 cinema con 696mila sterline (+67%) e un totale di 1,5 M£. Quinto **Baby boss 2** (Universal), 571mila sterline e complessivi 6,5 M£, seguito da **Venom: La furia di Carnage** (Sony), 516mila sterline e complessivi 17,1 M£. Settimo **La Famiglia Addams 2** (Universal), 336mila sterline (in totale 9,9 M£), ottavo **Ron - Un amico fuori programma** (Disney), 275mila sterline e in totale 4,2 M£. Chiudono **The French Dispatch** (Disney, 266mila sterline e un totale di 3,4 M£) e **Ultima notte a Soho** (Universal, 181mila sterline, in totale 1,9 M£).



In **Francia** è uscito **Aline Dieu** (Gaumont, fuori concorso a Cannes): il biopic su Céline Dion totalizza 506mila spettatori in 692 copie e scalza dalla vetta **Eternals**, secondo con 435mila spettatori e un totale di 1,2 milioni. Terzo **No time to die**, 173mila spettatori per un totale di 3,7 milioni, quarto **Venom: La furia di Carnage** con 121mila presenze e complessive 1,5 milioni. Debutta al quinto posto **Cry macho** (Warner), 102mila spettatori in 460 sale, seguito da **Eiffel** (Pathé), 101mila spettatori e complessivi 1,3 milioni. Settimo **Illusioni perdute** (Gaumont), 92mila presenze con 85 copie in più e complessive 670mila. **Il lupo e il leone** (StudioCanal) è ottavo con 90mila spettatori (il totale supera il milione), seguito da **Haute couture** (UGC), 77mila spettatori in 315 copie, e da **Ron - Un amico fuori programma**, 62mila presenze e complessive 593mila.

Nei **mercati internazionali**, **Eternals** resta primo nel weekend con 48 M\$ in 50 territori, per complessivi 162,6 M\$ (281,3 incluso il Nord America). Il miglior risultato complessivo è quello della Corea del Sud con 22 M\$, seguito da Regno Unito (14,3), Francia (11,5), Messico (10,2), Brasile (7,8), Australia (7,8) e Italia (7,5). Secondo **No time to die** con 23,9 M\$ (il totale ammonta a 558,1 M\$, incluso Nord America 708,6 M£), terzo il poliziesco cinese **Be somebody**, uscito solo in patria con 19,9 M\$. Sempre in **Cina**, secondo il biopic musicale **Anita**, 6,3 M\$, seguito da **The battle at Lake Changjin** (4,8 M\$ e complessivi 882 M\$), da **No time to die** (4,4 M\$, in totale 58 M\$) e **Jungle Cruise** (quinto al debutto con 3,3 M\$).

Dune ha superato i 258,1 M\$ a livello internazionale, 351,2 M\$ incluso Nord America, mentre **Venom: La furia di Carnage** totalizza 238,8 M\$ nei mercati internazionali e globalmente 441,5 M\$.

(ScreenDaily, JP Box Office)

Sempre più paesi europei intanto introducono l'**obbligo del green pass per i locali aperti al pubblico**, riuscendo così ad evitare misure di contenimento più rigide: ad esempio nei Paesi Bassi da venerdì scorso è in vigore un lockdown parziale che non coinvolge il settore dello spettacolo.

Ottobre in rosa per il botteghino mondiale



Il **settore theatrical mondiale** ha raggiunto un nuovo picco ad ottobre, con un **box office di 3,1 miliardi di dollari**, il miglior risultato da gennaio 2020. Soltanto tre degli ultimi 20 mesi hanno visto il botteghino superare di poco i 2 miliardi (a febbraio la sola Cina ha toccato 2,3 miliardi). Secondo l'istituto **Gower Street**, al 31 ottobre si sono incassati nell'anno 16,7 miliardi di dollari a livello globale, **-52% rispetto alla media del triennio 2017-2019**, +39% rispetto all'intero 2020. La crescita maggiore ad ottobre proviene dall'**area EMEA**, che genera il **66% dei mercati internazionali** (esclusi USA e Cina), rispetto al 53% della media triennale.

C'è da aggiungere che **un quarto del totale EMEA è stato registrato in UK/Irlanda, +28% rispetto alla media triennale** grazie soprattutto a Bond, che ha realizzato il 50% del totale nazionale (116 M\$ nel mese, 120 in totale che rappresenta il sesto miglior risultato di tutti i tempi). Assieme a *Dune* e *Venom*, anche **la Germania ha chiuso a -2% rispetto alla media triennale** e anche lì Bond ha incassato oltre il 50% del totale del mese. Ottobre ha rappresentato il 36% del totale annuo in UK, il 35% in Germania, per un saldo 2021 rispetto alla media 2017-2019 che passa a -64% e -65% rispettivamente. Anche in Nord America ottobre è stato il miglior mese da febbraio 2020, con 637 M\$.

<https://gower.st/articles/october-records-highest-global-box-office#:~:text=The%20October%20Booster%20%E2%80%93%20Global%20Box,First%20Time%20During%20The%20Pandemic&text=The%20global%20theatrical%20world%20has,highest%20result%20since%20January%202020>

Ritorno al cinema: quali fasce di pubblico sono rimaste indietro



Franchise Entertainment analizza le tipologie di **spettatori che si fa più fatica a riportare al cinema**, in particolare **il pubblico più anziano e le famiglie** con conseguente, ulteriore restringimento delle possibilità di successo per i film diversi da blockbuster e *franchise*. **I film di supereroi sono tornati al 75% dei livelli pre-pandemia**, mentre i film per un pubblico adulto continuano a registrare un calo dal 66 al 75%, e i film per famiglie sono a -50%. Secondo

David A. Gross, a capo dell'istituto, "è presto per fare proiezioni a lungo termine ma il trend era già in corso prima dell'emergenza".

Bob Chapek della Disney ha dichiarato che la major "sta monitorando molto attentamente il ritorno in sala delle diverse fasce di età", aggiungendo di essere ancora "incerti su come il mercato reagirà quando i *family movie* torneranno a una window theatrical esclusiva". Se *Encanto* usufruirà di una window di 30 giorni, secondo Chapek "le modifiche del comportamento dei consumatori saranno permanenti, più del virus". Ultimamente, il pubblico giovane e maschile sta guidando i risultati al botteghino, come dimostrano recenti successi e insuccessi (tra questi ultimi *The last duel*, *Ultima notte a Soho* e, nel Regno Unito, *Spencer*). Secondo la MGM, per *No time to die* **il 25% degli spettatori del weekend di apertura tornava in sala per la prima volta**. Si aggiunge la previsione di Morgan Stanley, in un'indagine largamente ottimistica sul futuro dell'industria, secondo cui alcuni **spettatori occasionali** (che incidono intorno al 50% del box office) non torneranno in sala, raggiungendo soltanto il 60% dei livelli pre-pandemici.

Per Jeff Goldstein della Warner "Stiamo andando nella giusta direzione ma non ci siamo ancora. **I più forti consumatori di cinema stanno tornando, ma i 50enni e oltre sono più riluttanti e ci vorrà del tempo** prima che tornino. Speravo per Natale di tornare al 90%, ma probabilmente saremo al 75%". Molto bene le sale **Imax**, che hanno registrato il miglior ottobre di sempre con 118 M\$. Le aspettative adesso sono rivolte ai **film da Oscar**, tra cui *Belfast* (foto), *House of Gucci*, *West Side Story*. Frank Rodriguez di Searchlight ritiene che "il pubblico è sempre lì, ha solo modificato un po' le proprie scelte", come dimostra il buon esito di *French Dispatch* in diversi mercati.

<https://apnews.com/article/coronavirus-pandemic-entertainment-lifestyle-business-arts-and-entertainment-a4e505df1bcff8717662721521f282a>

Rapporto sui media europei: apprezzamento UNIC e FIAD



Il mese scorso il **Parlamento Europeo** ha adottato il **rapporto MAAP / media europei nel decennio digitale: un piano d'azione per sostenere la ripresa e la trasformazione**, relatore il lettone **Dace Melbarde**. Il documento delinea direzioni chiave per le iniziative comunitarie a breve e lungo termine sull'audiovisivo. Tra le reazioni dell'industria, in un comunicato congiunto **UNIC, FIAD ed Europa Distribution** hanno sottolineato il **grande**

miglioramento rispetto alle proposte della Commissione Europea e apprezzato l'**enfasi sugli operatori tradizionali, esercenti e distributori**, e il loro **ruolo cruciale nel futuro del settore** soprattutto in questa delicata fase di ripresa. Per quanto riguarda l'**accesso ai fondi**, i firmatari hanno chiesto di ridurre i vincoli amministrativi e una maggiore flessibilità per i richiedenti, in particolare le PMI che rappresentano la stragrande maggioranza. Accolto con favore anche il fatto che il rapporto si basa sulla direttiva Servizi Media Audiovisivi e su Europa Creativa per l'accesso alle opere e la loro circolazione. In particolare, si chiede di **rafforzare il ruolo di Europa Creativa** per bilanciare i finanziamenti tra gli Stati membri e tra i generi sostenuti, alimentando un "sistema di **operatori indipendenti** come **motore per la diversità della creazione**".

Apprezzato anche il **riferimento alle politiche fiscali di incentivo alle presenze in sala**, il richiamo alla **trasparenza degli algoritmi e consigli di visione** per garantire una "più equa presenza europea sulle piattaforme"; la richiesta della Commissione di promuovere uno **studio sull'impatto dei servizi VOD**, l'attuazione di **misure chiare e giuridicamente vincolanti per combattere la pirateria** e

le preoccupazioni del Parlamento per il **potere economico sproporzionato dei competitori online globali**, con “esempi di comportamento predatorio attraverso condizioni contrattuali inique”.

Infine, UNIC, FIAD ed Europa Distribution hanno approvato l'enfasi posta dal documento sulla diversità e sull'**esclusività territoriale**, quest'ultima considerata **vitale per garantire “creatività, finanziamento, libertà e sostenibilità a lungo termine a settori del cinema e dell'audiovisivo”**. In chiusura, oltre a lodare la resilienza dei propri associati durante la pandemia, l'affermazione dell'impegno a condividere esperienze di **alfabetizzazione cinematografica** e il supporto alla promozione delle opere per una loro migliore circolazione: “**ci sono molte buone pratiche nell'industria, ma per essere implementate richiedono finanziamenti**”.

EFA: i primi vincitori



Resi noti i primi vincitori degli **European Film Awards**, le categorie tecniche premiate da una giuria di otto membri (tra cui la costumista italiana Ursula Patzak). Questi i vincitori, in attesa dei premi principali che saranno assegnati a Berlino l'11 dicembre: **Fotografia**: Crystel Fournier per l'austriaco **Great freedom** (foto); **montaggio**: Mukharam Kabulova per il russo **Unclenching the fists**; **scenografia**: Marton Agh per **Natural light**; **costumi**: Michael O'Connor per il britannico **Ammonite**; **trucco e acconciatura** Titane; **colonna sonora** Nils Petter Molvær & Peter Brötzmann ancora per **Great freedom**, **suono** Gisle Tveito & Gustaf Berger per la coproduzione scandinava **The innocents**; **effetti visivi** Peter Hjorth & Fredrik Nord per l'islandese **Lamb**.

ANEC Emilia Romagna: Malucelli confermato presidente



L'Assemblea Generale ANEC Emilia Romagna che ha proceduto al rinnovo delle cariche sociali per il prossimo triennio. Confermato alla presidenza **Andrea Malucelli**, Vice Presidente **Paolo Leonardi**, Delegato Multicinema **Roberto Ferrari**, Delegato Piccolo Esercizio **Morris Donini**, in Consiglio Direttivo: **Gina Agostini**, **Maurizio Paganelli**, **Erik Protti**.

Congratulazioni ai neo-eletti dalla Presidenza ANEC e dalla redazione di *CineNotes*.

Il programma delle **Giornate Professionali di Cinema** (Sorrento, 29 novembre-2 dicembre) è sul sito 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.**