

# CineNotes

Appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta • 19 maggio 2022 • nuova serie **3071 (3384)**

## BOX OFFICE EUROPA - È il momento di Dr. Strange



Nel Regno Unito weekend senza sorprese, con **Doctor Strange nel multiverso della follia** (Disney) che incassa 5,7 milioni di sterline nel secondo weekend, portando il totale a 30,4 M£, seguito da **Downton Abbey II - Una nuova era** (Universal), 970mila sterline e complessivi 10,4 M£. Terzo al debutto l'evento indipendente USA **Everything everywhere all at once** (A24), 681mila sterline in 148 cinema. Quarto **Sonic 2 - Il film** (Paramount), 517mila sterline e totali 24,2 M£, quinto l'evento CinemaLive **Little Mix live - The final show (for now)**, 356mila sterline in 430 cinema. Sesto **The Lost City** (Paramount), 348mila sterline e in totale 9,3 M£; settimo **Troppo cattivi** (Universal) con 304mila sterline e complessivi 11,4 M£, seguito da **Animali fantastici - I segreti di Silente** (WB), 268mila sterline e in totale 20 M£.

Anche in Francia resta in vetta **Doctor Strange nel multiverso della follia** con 540mila presenze e complessivi 1,97 milioni. Secondo al debutto **The Northman** con 112mila presenze in 351 copie, terzo **Animali fantastici - I segreti di Silente** con 81mila presenze e in totale 2,5 milioni. Quarta la commedia **Les folies fermières**, 55mila presenze al debutto in 457 copie, seguita da **Qu'est-ce qu'on a tous fait au bon Dieu ?**, 54mila spettatori e un totale di 2,16 milioni. Sesto **Tenor** con 52mila presenze e complessive 187mila, seguito da **Downton Abbey II - Una nuova era**, 48mila spettatori e in totale 337mila. Ottavo **Les SEGPA**, 47mila presenze che portano il totale a 522mila.

(ScreenDaily, Zickma)

I **mercati Top 5 europei** (Regno Unito/Irlanda, Germania, Italia, Spagna, Francia) vedono saldamente in testa **Doctor Strange nel multiverso della follia** con 17,5 M€, per complessivi 82,8 M€. Secondo **Downton Abbey II - Una nuova era**, 1,9 M€ per un totale di 18,3 M€, terzo **Animali fantastici - I segreti di Silente**, 1,8 M€ e in totale 82,9 M€. Quarto **Sonic 2 - Il film**, 1,2 M€ per complessivi 60,5 M€, seguito da **The Northman** con 1,1 M€ e complessivi 11,3 M€. Mancano, ed è una novità, film francesi tra i primi 10.

(ComScore/UNIC)

## Tom Cruise: "Faccio film per il grande schermo"



**Mission: Impossible** e che **Top Gun** sta finalmente uscendo".

"Io faccio film per il grande schermo", ha ribadito l'attore, che ha aggiunto di testare le proiezioni dei film nei multiplex, recandosi in segreto al cinema con un cappello in testa e sedendosi in mezzo al pubblico.

Tom Cruise, approdato a Cannes con il lungamente applaudito **Top Gun: Maverick**, ha risposto alle domande dei giornalisti sostenendo di non aver mai pensato di dirottare il film in streaming: "Non succederà. Mai" il suo laconico commento. "Ho trascorso un sacco di tempo con gli esercenti, il mio messaggio per loro è stato: So che state passando dei momenti difficili, sappiate che stiamo facendo

## La Academy ripristina il requisito dell'uscita in sala



Angeles, New York, San Francisco, Chicago, Miami e Atlanta.

(Variety)

Proseguendo nel percorso di ritorno alla normalità pre-pandemica, la Academy di Hollywood ha ripristinato l'obbligo dell'uscita cinematografica durante l'anno solare perché un film sia candidabile all'Oscar, ponendo fine all'alternativa delle proiezioni online. Le modifiche al regolamento sono state approvate dal Board of Governors per l'edizione 2023, che si svolgerà il 12 marzo. Le aree metropolitane di riferimento per le uscite valide sono quelle di Los

## Campagna cinema "non scegliere l'estinzione"



Il **Programma di Sviluppo delle Nazioni Unite (UNDP)** e la **SAWA Global Cinema Advertising Association** hanno lanciato una **campagna pubblicitaria di otto settimane al cinema e sui social media** volta a **sensibilizzare sull'emergenza climatica** e stimolare un'azione più ampia e urgente per affrontarla. Nello spot di 60", realizzato per le sale in 15 lingue, Frankie, un dinosauro generato dal computer, viene visto irrompere nell'Assemblea Generale dell'ONU, impadronirsi del podio ed esortare a evitare il destino dei dinosauri, apportando modifiche per affrontare la crisi climatica.

La scorsa settimana a New York alcune delle voci e dei partner principali della campagna *Don't Choose Extinction* hanno ricevuto il premio "Frankie" dell'UNDP per aver spostato l'ago dell'attenzione sull'azione per il clima. La campagna dell'UNDP ha raggiunto un pubblico di 1,5 miliardi e raccolto 3000 citazioni dai media. Il nuovo spot, che sarà diffuso in 30 paesi, esorta i paesi a eliminare gradualmente i sussidi ai combustibili fossili.

## Bruxelles, nasce la Coalizione Video on Demand



Le società di video on demand hanno dato vita a Bruxelles alla **European VOD Coalition**, che dà voce al settore europeo dello streaming. Il gruppo riunisce tra gli altri Chili, FilmDoo, NBCUniversal, Netflix, Nokzedoc, Nordic Entertainment Group, Paramount, Pickbox, Sky, Sooner, StarzPlay, TVN, Univerciné Belgium e Warner Bros Discovery.

Il VOD in Europa è cresciuto del 3000% tra il 2010 e il 2020 (dati dell'Osservatorio europeo dell'audiovisivo), gli **abbonamenti VOD nella UE** dovrebbero raggiungere i **140 milioni** entro la fine di quest'anno. "È necessaria un'elaborazione politica lungimirante per incoraggiare questa storia di successo europea, riflettere la rapida evoluzione delle preferenze dei consumatori e garantire investimenti continui da parte degli operatori di rete nell'infrastruttura di distribuzione Internet europea", afferma **Julia Maxwell** del Nordic Entertainment Group. "È il momento di continuare a incoraggiare gli investimenti delle aziende VOD nella regione".

## Los Angeles, chiude il Landmark di Hollywood



**Landmark Theatres** ha annunciato la **chiusura del multiplex di Los Angeles a Pico Boulevard**, 12 schermi nel centro commerciale Westside Pavilion, noto per la **programmazione di film d'autore** e molto frequentato dai pesi massimi dell'industria e dai registi che popolano la città. È stato uno dei primi cinema di Los Angeles a presentare una lounge con bevande alcoliche.

La chiusura avverrà alla scadenza del contratto di locazione e il presidente di Landmark **Kevin Holloway** ha dichiarato: "Per mesi abbiamo lavorato per estendere l'affitto ma non siamo riusciti a raggiungere l'accordo. Stiamo esplorando opportunità per espandere la nostra presenza a Los Angeles". Altre sale del circuito in città sono la monosala Nuart Theatre e il Landmark Westwood, recentemente ristrutturato. Il circuito gestisce 195 schermi in 35 città tra cui Chicago, Dallas, New York, San Francisco e Seattle ed è sempre riuscita a cavalcare il **confine tra essai e multiplex** programmando uscite speciali insieme agli ultimi successi di Hollywood. *(Celluloid Junkie)*

## Nuovo Lab di Europa Cinemas a Bologna



**Europa Cinemas** annuncia la nuova edizione del **Bologna Lab**. In programma dal 25 al 29 giugno durante il Cinema Ritrovato, l'evento 2022 è intitolato "Riconnettere e ricostruire le comunità del cinema attraverso la collaborazione". Sarà incentrato su come attrarre di nuovo il pubblico al cinema, la collaborazione e il networking, il marketing digitale, le iniziative green & inclusive.

Per info e adesioni: <https://bit.ly/3PfhKVQ> - Registration form: <https://bit.ly/3M99wNc>

## Marcello Giannotti Direttore della comunicazione di Cinecittà



**Marcello Giannotti** è il nuovo Direttore della Comunicazione e Attività editoriali di **Cinecittà SpA**. Giannotti avrà dal 1° giugno il compito di coordinare la comunicazione e l'immagine dell'azienda e sviluppare i contenuti web e social. Curerà le relazioni con la stampa, le attività editoriali e la comunicazione interna in coordinamento con la Direzione Risorse Umane.

Giornalista professionista dal 1995, Giannotti ha lavorato per anni all'Adnkronos e successivamente nel settore della comunicazione privata e pubblica. Dal 2019 al 2021 è stato Direttore della Comunicazione Rai. Recentemente ha ricoperto il ruolo di Head of Press della Delegazione italiana all'Eurovision Song Contest 2022.

Giannotti succede nel ruolo a **Giancarlo Di Gregorio**, che resterà in azienda con la responsabilità di *Cinecittà si Mostra* e del MIAC, Museo italiano dell'Audiovisivo e del Cinema, e dell'organizzazione dei Padiglioni italiani nei grandi Festival internazionali.



[www.anecweb.it](http://www.anecweb.it)

*I soci ANEC possono chiedere la password di accesso alle informazioni professionali del sito scrivendo a: [segreteria@anec.it](mailto:segreteria@anec.it)*

Voi emozionateli. Noi vi assicuriamo

Con la polizza "All Risk" dedicata agli Esercenti cinematografici



### 18Months presenta "FLEXIT"

Il kit **FLEXIT** è la soluzione ideale per la vendita di biglietti sul luogo dell'evento e OnLine della tua **ARENA Estiva**, studiata da 18Months, società con 500 installazioni nei diversi settori di spettacolo. Con **FLEXIT**, sarà sufficiente avere il codice locale rilasciato dalla SIAE. Al resto ci pensa 18Months.

**Nessuna pratica necessaria - Nessuna Smart Card S.I.A.E necessaria sul luogo dell'evento -**

**Attivazione immediata.**

Per maggiori informazioni su **FLEXIT**: [a.savina@18months.it](mailto:a.savina@18months.it) oppure 393 52.41.752

FLEXIT è un prodotto



### 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](mailto: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.**