

CineNotes

Appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta • 14 luglio 2022 • nuova serie **3087 (3400)**

BOX OFFICE EUROPA - "Ennio" debutta in Francia



Nel **Regno Unito**, prima posizione nel weekend per **Thor: Love and Thunder** (Disney), 9,1 milioni di sterline in 696 cinema, l'uscita più larga di sempre per un film Marvel. Secondo **Minions 2: Come Gru diventa cattivissimo** (Universal), 4,3 M£ e un totale di 18,5 M£, seguito da **Elvis** (WB), 1,3 M£ e complessivi 13,8 M£. Quarto **Top Gun: Maverick** (Paramount), 1 M£ e totali 70,6 M£, seguito da **Jurassic World - Il dominio** (Universal), 559mila sterline e in totale 31,7 M£. Sesto **Lightyear** (Disney), 227mila sterline per un totale di 9 M£, seguito da **Black phone** (Universal), 207mila sterline e complessivi 3,2 M£.

In **Francia** debutto di **Minions 2: Come Gru diventa cattivissimo** con 1,14 milioni di spettatori in 794 copie, seguito da **Top Gun: Maverick** con 255mila spettatori al settimo weekend, per complessivi 5,04 milioni. Terzo **Jurassic World - Il dominio**, 197mila presenze e in totale 3,05 milioni, quarto **Lightyear**, 170mila presenze e un totale di 1,11 milioni. Stabile al quinto posto **Elvis**, 147mila spettatori e complessivi 803mila, sesto **Irréductible** (SND), 138mila spettatori e un totale che sfiora i 600mila. Settima la commedia **La traversée** (Metropolitan), 83mila presenze e complessive 273mila. Il film coreano **Decision to leave** (Bac), premiato a Cannes, è stabile al nono posto con 47mila presenze e complessive 150mila, mentre debutta all'undicesimo posto **Peter von Kant** di Ozon (Diaphana, dalla Berlinale), 35mila presenze in 196 copie. **Ennio** (Le Pacte) debutta al 15° posto con 16mila presenze in 133 copie.

Nei **Top 5 mercati europei** è **Thor: Love and Thunder** a prevalere con 23,36 M€ e un totale di 29,62 M€ (primo in Spagna con 3,34 M€, secondo in Germania con 4,89 M€), seguito da **Minions: Come Gru diventa cattivissimo**, 19,08 M€ e un totale di 48,83 M€ (primo in Germania con 5,23 M€, secondo in Spagna con 2,10 M€). Terzo **Top Gun: Maverick**, 4,5 M€ e complessivi 160,75 M€, quarto **Elvis** con 3,62 M€ e totali 28,5. Quinto **Jurassic World - Il dominio**, 3,56 M€ per un totale di 98,36 M€.

Lorini: "Seduta storica al Senato, ora tempi rapidi per le window"



"Quella di ieri pomeriggio al **Senato** è stata una **seduta storica**, con l'invito al **Ministro della Cultura Dario Franceschini a dare seguito in tempi rapidi alle norme chieste dall'Aula**": così **Mario Lorini**, Presidente ANEC, alla notizia dell'**accordo bipartisan raggiunto all'unanimità tra tutte le forze politiche**, da Fratelli d'Italia al PD, per aiutare le sale cinematografiche ad uscire dalla crisi adottando una **finestra di almeno 90 giorni** tra l'uscita di un film al cinema e il successivo sfruttamento nelle piattaforme streaming.

"Le forze politiche hanno chiesto di equiparare film italiani e stranieri a prescindere se abbiano avuto finanziamenti statali, come attualmente già previsto", prosegue Lorini. "Le mozioni approvate rappresentano un **atto di impulso forte e determinato all'azione del Governo**, come ha dichiarato il Ministro Franceschini. È un'indicazione molto chiara a **regolamentare le finestre temporali senza disparità di trattamento e tra i diversi mezzi di sfruttamento dell'opera cinematografica**, come da sempre avviene in Francia e già in passato anche in Italia".

Lorini esprime soddisfazione in quanto "**finalmente anche il Parlamento ha sancito all'unanimità non solo l'importanza e il ruolo centrale che, oggi come non mai, riveste la sala cinematografica**, ma anche la **necessità di una concreta tutela, anche attraverso l'istituzione di una congrua finestra di sfruttamento esclusivo dei film in sala, italiani e internazionali**. Un passaggio storico", sottolinea il presidente degli esercenti cinematografici, "**vista la partecipazione e la vicinanza di tutti i parlamentari** intervenuti in un momento così difficile, con ben **quattro diverse mozioni discusse e approvate** nella seduta di ieri. **Auspichiamo a questo punto**", conclude Lorini, "**che il ministro provveda in tempi rapidi all'emanazione della norma chiesta a gran voce tra i banchi del Senato**".

(Comunicato stampa)

3,3 milioni di spettatori per la Fête du Cinéma



Si è da poco conclusa in Francia la **37^a edizione della Fête du Cinéma**, dal 3 al 6 luglio con **ingresso a 4 euro**. Sono stati **3,3 milioni gli spettatori complessivi**, di cui **più di un milione il solo mercoledì**, giorno di uscita di **Minions 2**. Rispetto alla settimana precedente, gli spettatori sono raddoppiati.

L'edizione **2021** aveva totalizzato **3,5 milioni di spettatori su 5 giorni**, poco dopo la riapertura delle sale. Anche se il dato 2022 è al di sotto dei **3,4 milioni della Festa 2019**, registra un **aumento del 4% rispetto alla media del periodo 2017-2019**. "Un risultato superiore alle cifre pre-pandemia", sottolinea la FNCF: **"I francesi amano il cinema!"**. Buona la partenza di **domenica 3 con 841mila spettatori**, il doppio del sabato precedente e +9% rispetto alla media degli ultimi 3 anni. **1.060.000 le presenze del mercoledì**, 481mila dei quali per la prima di **Minions 2**, 436mila per **Top Gun**, 364mila per **Lightyear** e 286mila per **Irréductible**.

Tomaso Quilleri alla guida dell'ANEC Lombarda



L'assemblea generale dei soci **ANEC Lombarda** ha rinnovato le cariche sociali, eleggendo quale **presidente Tomaso Quilleri**. "In un momento molto complesso per il nostro settore", ha dichiarato Quilleri, "proverò a dare il mio contributo con entusiasmo e con il massimo impegno. Ringrazio tutti i colleghi per la fiducia, che cercherò di ripagare fin da subito lavorando nell'interesse di tutte le nostre sale". Quilleri sarà affiancato dai **Vicepresidenti Paolo Protti e Alessandro**

Rossi e dal Consiglio Direttivo: Franco Di Sarro, Piero Fumagalli, Filippo Negri, Michele Nolli, Enrico Signorelli, Marco Tordelli, Renata Zecchi. Tesoriere Paola Fumagalli. (© foto: Valerio Pardi)

Matteo Fedeli nuovo DG SIAE



Il Consiglio di Gestione **SIAE** ha nominato all'unanimità l'ing. **Matteo Fedeli** come nuovo **Direttore Generale**. Fedeli, classe 1984, subentrerà dal prossimo 1° gennaio a **Gaetano Blandini**, a fine incarico. "Una scelta interna e di grande competenza che condivido in pieno" ha sottolineato Blandini, "perché conferma la volontà della SIAE di investire su profili altamente formati e con grande esperienza nel settore". Attuale Direttore della Divisione Musica, Fedeli è in SIAE dal 2014 dove, nel corso degli anni, ha seguito l'evoluzione dei diversi ambiti di intervento dell'ente preposto alla protezione e all'esercizio dell'intermediazione del diritto d'autore in Italia. Per il Presidente **Mogol** "questa nomina conferma la volontà della SIAE di guardare al futuro con l'obiettivo di anticipare le grandi sfide del diritto d'autore e assolvere al proprio compito di assicurare ad autori ed editori la libertà creativa e la corretta remunerazione del lavoro". (Cinecittà News)

Il CSC riaprirà il Fiamma di Roma



Conferenza stampa ieri del Ministro della Cultura **Dario Franceschini** e di **Marta Donzelli**, Presidente del Centro Sperimentale di Cinematografia, al **cinema Fiamma di Roma**, acquistato dal CSC grazie al contributo del PNRR di 6 M€ e di cui è prevista la **riapertura entro dicembre 2023** con due schermi (al momento della chiusura il cinema ne contava tre), una caffetteria e un'aula studi.

Il ministro ha dichiarato: "Nel momento in cui il mercato audiovisivo cresce in tutto il mondo, **è un paradosso il momento di crisi delle sale, da affrontare con l'intervento pubblico e iniziative dei privati**. Le sale sono un luogo fondamentale di vivibilità e socialità, non bisogna rassegnarsi al declino ma intervenire con l'innovazione. La differenza non è più tra piccolo e grande schermo ma tra esperienza individuale e collettiva. Molte sale italiane vanno rinnovate e rese più accoglienti, poi occorrono misure di sostegno indiretto". Menzionando la seduta al Senato del pomeriggio per discutere le **mozioni sulle finestre**, ha aggiunto: "**dobbiamo trovare un equilibrio** e oggi si dovrebbe andare in quella direzione. **Marta Donzelli** ha aggiunto: "Le due anime del CSC - Scuola nazionale di cinema e Cineteca nazionale - dialogheranno in questa struttura. Punteremo sull'eccellenza della visione e del comfort, avremo 35mm e probabilmente 70mm (unici a Roma); non solo il repertorio ma anche gli esordi e il nuovo cinema che a volte sfugge al pubblico, per un lavoro di (ri)formazione del pubblico".

“Solo al Cinema” per le uscite USA



[Variety](#) ha dedicato un articolo alla **presenza in bella evidenza della frase *Only in Theatres* su locandine e manifesti di tutti i film in uscita negli USA** come “**forma di controllo dei danni**” dopo due anni di sperimentazione, i cui effetti si fanno ancora notare ora che le Major sono tornate all’approccio unico di distribuzione. “A causa delle **strategie ibride** i confini sono sfumati”,

afferma **Paul Dergarabedian** di *ComScore*, “**la confusione del pubblico va affrontata**”. Secondo **Josh Goldstine**, presidente marketing Warner Bros, “**Dobbiamo insistere e sottolineare che le nuove uscite non sono disponibili su piattaforma, neanche ad un prezzo aggiuntivo**”. Il messaggio non arriva solo da manifesti e trailer ma anche da tappeti rossi e ospitate televisive dei talent: “Lo ripetiamo costantemente perché sia chiaro”, sintetizza **Danielle Misher**, condirettore marketing Sony.

Secondo *Guts+Data*, **il concetto di window è molto più chiaro**: dei 600 spettatori attivi intervistati, **circa la metà è stata in grado di distinguere dove vedere le nuove uscite**. Prima dell’uscita di *Thor*, il 52% sapeva che era disponibile solo al cinema, il 38% pensava all’uscita ibrida, il 10% che fosse solo in streaming: c’è ancora del lavoro da fare (per *Minions 2* le percentuali erano 48/40/12). Tra Amazon e Netflix **i confini hanno iniziato a confondersi anche prima della pandemia**, per cui quando i consumatori guardano un annuncio su TikTok o una locandina in metropolitana non possono presumere che il film sia in programmazione solo al cinema. Ragione in più per adottare la campagna **Only in Theaters**: secondo **Marc Weinstock**, presidente marketing e distribuzione mondiale Paramount, “**Aiuta i consumatori, in modo subliminale o palese, a sapere che è un film per il cinema**”.

Grandi manovre nell’esercizio cinese



Hengdian Entertainment, società di produzione audiovisiva e di esercizio cinese, ha offerto 446 M\$ per l’**acquisto di Xingyi Cinema Management**: se l’affare va in porto (la scadenza prevista è l’8 ottobre), il gruppo diventerà il secondo maggior circuito cinese. Xingyi gestisce 128 cinema, Hengdian 434: quest’ultima si troverebbe a gestire **662 complessi**, superando il gruppo Dadi, attualmente alle spalle di Wanda Cinema. Si tratta del primo accordo di consolidamento nell’era pandemica, che ha visto chiudere molti cinema anche nel 2022 (a Shanghai la riapertura è avvenuta solo la scorsa settimana, col 50% di capacità e l’obbligo di test per gli spettatori), con un parziale recupero nelle ultime settimane. Ad oggi, il box office **2022 è sotto del 35% rispetto al 2021**. (*Variety*)



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.