CineNotes

Appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta ● 10 ottobre 2022 ● nuova serie **3104 (3417)**

BOX OFFICE CINETEL - Il ritorno di Julia & George

Nel **weekend Cinetel 6-9 ottobre** si afferma **Ticket to Paradise** (Universal), con Julia Roberts e George Clooney, che però non raggiunge la soglia del milione: 768mila euro in 414 cinema (media: 1.857 euro). Sul podio due film italiani: secondo **Siccità** (Vision/Universal), 370mila euro e complessivi 1,17 M€; terzo **Dante** (01), 340mila euro e in totale 903mila euro. Quarto **Smile** (Eagle), 326mila euro e totali 793mila, quinto **Dragon Ball Super: Super Hero** (Warner), 256mila euro e complessivi 1,28 M€. **Avatar** (Disney) è sesto, 250mila euro per un totale di 2,94 M€, settimo al debutto **Everything everywhere all at once** (I Wonder), 181mila euro in 240 cinema (media: 757 euro); ottavo **Don't worry darling** (Warner), 173mila euro e un totale di 1,85 M€. **Minions 2 - Come Gru diventa cattivissimo** (Universal) è nono con 158mila euro e un totale di 14,46 M€, seguito da **Quasi orfano** (01), appena 154mila euro al debutto in 272 cinema (media: 567 euro).

Altri debutti: **The hatching** (Adler) è 13° con 68mila euro in 124 cinema (media: 551 euro), **Gli orsi non esistono** (Academy Two) 14° con 65mila euro in 49 cinema (media: 1.337 euro), **La vita è una danza** (Bim) 16° con 41mila euro in 66 cinema (media: 630 euro), **In viaggio** (01) in sei giorni ha incassato 29mila euro. **Il morso del ramarro** (Obiettivo Cinema) in un solo cinema ha incassato oltre 4mila euro. Escono dalla Top Ten: **Omicidio nel West End** (Disney, 467mila euro dopo 2 weekend), **DC League of Super-Pets** (Warner, 2,22 M€ dopo 6 fine settimana), **Tutti a bordo** (Medusa, 222mila euro dopo 2 weekend). L'incasso totale ammonta a 3,75 M€, *-16%* sul precedente, *-26,11%* sul 2021 (*No time to die* sempre primo con 1,73 M€).

IL PUNTO

Settembre **Dal 1° al 9 ottobre** si sono incassati **8,07 M€**, *-18,45%* rispetto al 2021, *+127,10%* sul 2020, *-53,90%* sul 2019. I biglietti venduti sono **1,17 milioni**, *-17,35%* sul 2021, *+98,07%* sul 2020, sul 2019 *-55,67*.

L'anno **Dal 1° gennaio** si sono incassati **204,57 M€**, *+16,71%* sul 2020, *-54,19%* sul 2019. Si sono venduti **30,34 milioni di biglietti**, *+12,26%* sul 2020, *-56,06%* sul 2019.

Le quote di mercato Quota **USA** al **57,86%** delle presenze col 23,17% dei film, **Inghilterra** al **14,34%** col 6,74% dei film. **Italia** (incluse coproduzioni) al **16,52%**, **Francia** 3,58%, **Giappone** 2,02%.

Le distribuzioni **Warner Bros** prima col **26,64%** delle presenze e il 6,57% dei film, seconda **Disney** col 18,38%, terza **Universal** col 17,18%. Seguono: **Eagle** (11,50%), **01** (6,52%), **Lucky Red** (4,62%), **Vision** (4,36%), **Bim** (1,81%), **Medusa** (1,79%), **Adler** (0,91%).

BOX OFFICE USA - Un sorriso smagliante

Nel **weekend USA** resta primo **Smile** (Paramount) con 17,6 milioni di dollari in 3.659 cinema (media: 4.810 $), seguito da due debutti: secondo **Il talento di Mr. Crocodile** (Sony), 11,5 M$ in 4.350 cinema (media: 2.643 $), terzo **Amsterdam** (Disney), 6,5 M$ in 3.005 cinema (media: 2.163 $). Quarto **The woman king** (Sony), 5,3 M$ e complessivi 54,1 M$; quinto **Don't worry darling**, 3,47 M$ e totali 38,45 M$. Sesto **Avatar**, 2,56 M$ e complessivi 23,31 M$, settimo **Barbarian** (Disney), 2,18 M$ e totali 36,53 M$. **Bros** (Universal) scende all'ottavo posto, 2,15 M$ e totali 8,89 M$, nono **Terrifier 2** (Cinedigm), 825mila dollari al debutto in 886 cinema (media: 931 $) e da **Top Gun Maverick** (Paramount), 800mila dollari, in totale 714,67 M$. I Top Ten incassano 52,99 M$, *-6,7%* sul precedente weekend, sul 2021 *-50,5%*, sul 2020 *-62,9%*.

Nei **mercati internazionali**, **Ticket to Paradise** incassa 10,5 M$ in 61 territori, per un totale di 60 M$. Oltre che in Italia, il film ha debuttato tra gli altri in Francia e Messico, dove ha superato il milione di dollari. Ha inoltre debuttato **Amsterdam** (Disney), appena 3,5 M$ in 30 mercati, superato da **Avatar** che ne incassa 3,9 in 51 mercati, portando il totale globale a 71,9 M$, di cui 23,3 in Nord America. **Smile** sorpassa tutti con 17,5 M$ in 61 mercati (+19% rispetto al debutto), per complessivi 40 M$ (90 incluso Nord America).

In **Cina** prosegue la marcia di **Homecoming**: 21,5 M$ nel weekend (oltre il 71% del totale), complessivamente 163 M$. In **Corea del Sud**, **Confidential assigment 2: International** *(foto)* al quinto weekend è ancora primo con 1,64 M$, per un totale di 47 M$ con 6,5 milioni di biglietti. *(Variety)*

Giornate Professionali, al via gli accrediti

Da oggi al via gli accrediti per la **45^ Edizione** delle **Giornate Professionali di Cinema** nella nuova veste **New Challenges, *Together*!**: il principale appuntamento professionale dell'industria cinematografica, organizzato dall'ANEC in collaborazione con l'ANICA, si svolgerà a **Sorrento** dal **28 novembre all'1 dicembre** presso l'Hilton Sorrento Palace (Via S. Antonio, 13).

TikTok è l'Official Entertainment Partner, **Cinemeccanica** è Partner tecnologico dell'evento. Le **Giornate Professionali di Cinema** sono caratterizzate da un fitto programma di iniziative e dalla **partecipazione di registi, autori, attori** e naturalmente le anticipazioni della prossima stagione cinematografica: **anteprime, convention, trailer e presentazione dei film**. Numerosi i **Seminari e tavole rotonde** sui temi di attualità del mercato, dalla conversione green delle sale cinematografiche alla centralità della formazione delle nuove generazioni, dal focus sull'andamento dei mercati internazionali al confronto con la Direzione Generale Cinema e Audiovisivo sui sostegni al settore. Già delineata l'area espositiva del **Trade Show**, la vetrina più completa del mercato cinema.

La manifestazione sarà aperta, come di consueto, alla **città di Sorrento** a partire dall'**inaugurazione di domenica 27 novembre**, con **anteprime gratuite per il pubblico fino a sabato 3 dicembre** e quattro matinée di **proiezioni e masterclass per le scuole** del territorio, alla presenza di registi e attori dei film. Mercoledì 30 novembre, nella Sala Sirene dell'Hilton Sorrento Palace, verranno consegnati **i Biglietti d'Oro ANEC**: i prestigiosi riconoscimenti ai campioni d'incasso della stagione, alle sale cinematografiche e le **Chiavi d'oro** a registi, sceneggiatori e interpreti delle produzioni italiane campioni d'incasso. I **Premi ANEC** ai talenti emergenti hanno già un primo vincitore: **Leonardo Maltese**, straordinario interprete de ***Il signore delle formiche*** di Gianni Amelio al fianco di Luigi Lo Cascio. Accrediti sul sito www.giornatedicinema.com

Caro bollette: chiude l'MPX di Padova

"Con tristezza e profondo rammarico si comunica che **da questa settimana termina la programmazione cinematografica del multisala MPX di Padova**": ad annunciarlo è la Diocesi di Padova, che aggiunge: "Una decisione improcrastinabile alla luce della **prolungata insostenibilità economica dell'attività cinematografica**, da sempre compensata dalla Diocesi di Padova che ora, anche dopo tentativi di interlocuzione con realtà del privato sociale e istituzioni pubbliche, non è più in grado di sostenere certi costi. Alla già fisiologica diminuzione del pubblico nelle sale cinematografiche si sono, infatti, affiancate negli ultimi due anni la contingenza e le conseguenze della pandemia e i più recenti **rincari energetici**, con bollette che nel giro di tre anni sono più che raddoppiate".

Chiude il cinema ma non la struttura dell'MPX, che già da alcuni anni è diventata una delle sedi delle attività didattiche dell'Università di Padova, valorizzandosi come luogo culturale per alcune manifestazioni (la rassegna *Un filosofo al cinema*, il teatro per le scuole, la rassegna teatrale *Arti inferiori*, eventi musicali e culturali). *(Padova Oggi)*

Le promozioni sul prezzo diventeranno frequenti nel Regno Unito?

ScreenDaily ha pubblicato un'analisi delle **promozioni sul prezzo**, dopo il **National Cinema Day** di sabato 3 settembre a **3 sterline**, che ha rilanciato una politica caduta in disgrazia dal 1998. Le presenze stimate sono state **1,46 milioni**, tre volte il dato degli ultimi anni pre-pandemia, in un periodo tradizionalmente rallentato; in più, il successo di eventi come la **Fête du Cinéma** in Francia e la **Fiesta del Cine** in Spagna solleva alcuni quesiti: perché non si era più svolto un evento simile, perché è tornato e dovremmo aspettarci di ripeterlo in futuro? Sulla prima domanda, i ricordi di distributori ed esercenti sono confusi ma vale la pena considerare che ***Titanic*** ha contribuito alla ripresa del mercato.

Le presenze al cinema, che avevano toccato il fondo con 54 milioni nel 1984 prima dei multiplex, hanno continuato a crescere negli anni '90: **da 97,4 milioni nel 1990 a 142,5 milioni nel 2000**, raggiungendo **171,2 milioni nel 2004**. Nel 2018 e 2019, le presenze sono state rispettivamente 177 e 176,1 milioni, la cifra più alta dal 1970. Nel frattempo, l'aumento dei formati premium ha visto i prezzi medi aumentare a tassi superiori all'inflazione, con un picco nel 2017 a £ 7,49. In tutto questo periodo, è stato difficile sostenere che i cinema del Regno Unito avessero bisogno di una promozione per invogliare il pubblico. "Al momento abbiamo meno film e uscite meno frequenti", afferma **Eduardo Leal** di **Vue**. "In un periodo simile, una promozione scontata è la cosa giusta da fare".

Sharon Reid di **Cinema First** (organizzatore della giornata) ha una prospettiva diversa: "Il successo degli eventi a fine anni '90 ha portato agli **Orange Wednesdays** nel 2003 e ai **Meerkat Movies 2 for 1**, un meccanismo che aumenta la consapevolezza del cinema e dei film il martedì e il mercoledì". **Rob Huber**, AD **Universal Pictures** Regno Unito/Irlanda, ha sostenuto la giornata nonostante la concomitante uscita di due titoli. I distributori di blockbuster, compresi titoli per famiglie, hanno visto il miglioramento più evidente. *Comscore* ha rilevato che l'82% degli intervistati tra gli spettatori è venuto a causa dello sconto, il 68% ha dichiarato di voler tornare al cinema in futuro. Una ricerca separata su tutto il pubblico ha suggerito che il 50% aveva sentito parlare della promozione.

Non è chiaro se gli stimoli rimarranno sufficientemente convincenti se il botteghino tornerà rapidamente ai livelli pre-pandemia. Reid è ottimista: "Le discussioni sul futuro del *National Cinema Day* sono in corso, ad oggi cercheremo di ripeterlo nel 2023". Quanto a una maggiore durata e periodicità, "L'impatto di tali eventi è diluito se si svolgono troppo regolarmente o per un periodo troppo lungo e non vogliamo svalutare l'esperienza". Anche Huber ritiene preferibile tenerlo una volta l'anno.

ASSOCIAZIONE NAZIONALE ESERCENTI CINEMA

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
ZURICH

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.