

CineNotes

Appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta • 07 novembre 2022 • nuova serie **3111 (3424)**

BOX OFFICE CINETEL - L'ora del cinema italiano



Il weekend Cinetel 3-6 novembre mostra l'ottima tenuta de **La stranezza** (Medusa), che al secondo weekend perde soltanto l'1% in 563 cinema e incassa 1,09 milioni di euro (media: 1.947 euro) con quasi 163mila spettatori, per un totale rispettivamente di 3,13 M€ e 470mila spettatori, cifra che lo porta al momento al secondo posto tra i film italiani dell'anno.

Secondo un altro film italiano, **L'ombra di Caravaggio** (01), 685mila euro e 101mila presenze al debutto in 422 cinema (media: 1.625 euro), seguito da **Black Adam** (Warner), 620mila euro e complessivi 4,62 M€ con 640mila presenze. Quarto al debutto **Lo Schiaccianoci e il flauto magico** (Medusa/Notorious), 418mila euro in 386 cinema (media: 1.083 euro; con le anteprime 506mila euro), seguito da **Amsterdam** (Disney), 326mila euro e un totale di 943mila €. **Il talento di Mr. Crocodile** (Warner) è sesto con 208mila euro e complessivi 653mila, settimo **Il colibrì** (01), 180mila euro e un totale di 2,75 M€ e 416mila presenze. Guadagna due posti la Palma d'Oro **Triangle of sadness** (Teodora), ottava con 173mila euro e complessivi 429mila, nono **Smile** (Eagle), 130mila euro e in totale 1,96 M€. Decimo **Bros** (Universal), 125mila euro al debutto in 225 cinema (media: 556 euro).

Altri debutti: **Acqua e anice** (Fandango) è 18° con 30mila euro in 45 cinema (media: 676 euro), **Maria e l'amore** 21° con 22mila euro in 33 cinema (media: 686 euro), **Il mio vicino Adolf** (I Wonder) 24° con 15mila euro in 30 cinema (media: 524 euro), **Ragazzaccio** (Adler) 25° con 14mila euro in 43 cinema (media: 332 euro), **Santa Lucia** 32° con quasi 7mila euro in 13 cinema (media: 532 euro).

Escono dalla Top Ten: **Halloween ends** (Universal, 2,27 M€ dopo 4 weekend) e **Io sono l'abisso** (Vision/Univ., 341mila euro dopo 2 fine settimana). L'incasso totale del weekend è 4,77 M€, +2% sul precedente, -30,13% sul 2021, col debutto di **Eternals** a quota 3,25 M€.

IL PUNTO

Il mese Dal 1° al 6 novembre si sono incassati **7,02 M€**, -18,98% rispetto al 2021, -58,64% sul 2019. I biglietti venduti sono **1,04 milioni**, -16,56% sul 2021, sul 2019 -59,09%.

L'anno Dal 1° gennaio si sono incassati **231,13 M€**, +26,64% sul 2020, -54,37% sul 2019. Si sono venduti **34,27 milioni di biglietti**, +21,79% sul 2020, -56,10% sul 2019.

Le quote di mercato Quota **USA** al **56,57%** delle presenze col 23,42% dei film, **Italia** (incluse coproduzioni) al **19,36%** col 37,71% dei film, **Inghilterra** 12,89%, **Francia** 3,36%, **Giappone** 1,88%.

Le distribuzioni **Warner Bros** prima col **26,12%** delle presenze e il 6,84% dei film, seconda **Universal** col 17%, terza **Disney** col 16,76%. Seguono: **Eagle** (10,89%), **01** (7,87%), **Lucky Red** (4,37%), **Vision** (4,31%), **Medusa** (3,47%), **Bim** (1,75%), **I Wonder** (0,97%).

BOX OFFICE USA - Anime sul podio



Nel weekend USA 4-6 novembre, sempre primo **Black Adam** con 18,5 milioni di dollari e un totale di 137,36 M\$. Debutta in seconda posizione l'anime **One piece film: Red** (Crunchyroll), 9,47 M\$ in 2.367 cinema (media: 4.003 dollari), terzo **Ticket to Paradise**, 8,51 M\$ per complessivi 46,73 M\$. Quarto **Smile**, 4 M\$ al sesto weekend e un totale di 99,1 M\$, quinto **Prey for the Devil** (Lionsgate), 3,87 M\$ e in totale 13,64 M\$.

Sesto **Il talento di Mr. Crocodile**, 3,36 M\$ e complessivi 36,56 M\$, seguito da **Gli spiriti dell'isola** (Searchlight), che passa a 895 cinema con 2 M\$ (media: 2.236 dollari) e un totale di 3 M\$. Ottavo **Till** (UA), 1,87 M\$ (in totale 6,58 M\$), nono **Halloween ends** (Universal), 1,4 M\$ e complessivi 63,44 M\$. Al decimo posto un altro horror, **Terrifier 2** (Cinedigm), 1,22 M\$ e in totale 9,85 M\$. Da segnalare, al 23° posto, il debutto del documentario di Luca Guadagnino **Salvatore: Shoemaker of dreams** (Sony), 6.572 dollari in due cinema.

Nei **mercati internazionali**, **Smile** raggiunge 103,8 M\$ in 63 territori e 202,9 M\$ a livello globale (risultato stellare, considerato il budget di 17 M\$), grazie ai 5,1 M\$ del weekend. Si conferma primo **Black Adam**, che aggiunge 25,4 M\$ in 77 territori per complessivi 182,3 M\$ e, globalmente, si avvicina ai 320 M\$ con un budget di 195 M\$. Secondo **One piece film: Red**, 6,6 M\$ in 44 territori e in totale 162,4 M\$; terzo **Il talento di Mr. Crocodile**, 6 M\$ in 49 territori e un totale di 90,5 M\$ (col Nord America 63,8). Quinto dopo **Smile**, il cinese **Home coming** con 3,8 M\$ in 7 territori (in totale 211 M\$).



Francia: la ripresa di ottobre



In attesa dei risultati settimanali, da segnalare il buon risultato di **ottobre in Francia**, con un totale di **14,3 milioni di spettatori**, il dato più alto del 2022: gli spettatori sono quasi raddoppiati rispetto ai 7,4 milioni di settembre, il dato peggiore dell'anno e il peggior settembre dal 1980. Ottobre ha chiuso a **-0.1%** sul 2021 e **-24%** rispetto alla media 2017-2019. Il dato parziale dei **primi dieci mesi 2022 è 118,93 milioni di presenze**, **-30,3%** sul 2019, **- 28,7%** sulla media

2017-2019. Il film di maggior successo del mese è stato **Novembre** di Cedric Jimenez, che rievoca la strage del Bataclan, con 1,7 milioni di presenze. (ScreenDaily)

Al via il Campus Agiscuola: Andò, Nicchiarelli e Placido tra gli ospiti



Nuova edizione del **Campus Agiscuola**, a Roma nella sede dell'ANEC, **da mercoledì 9 a venerdì 11 novembre**: in platea una selezione di giurati del **David Giovani** da tutta Italia e centinaia di ragazzi di diversi istituti superiori della capitale. Molto variegato come sempre il programma, che mercoledì pomeriggio prevede l'intervento di **Andrea Iacomini**, portavoce di Unicef Italia, e l'anteprima di **Notte fantasma** di **Fulvio Risuleo**

(Vision Distribution, *nella foto*), che incontrerà ragazze e ragazzi al termine della proiezione (ne sono protagonisti Edoardo Pesce e Yothin Clavenzani).

Giovedì mattina incontro con **Roberto Andò**, campione d'incassi del momento con **La stranezza** (Medusa Film), seguito dall'anteprima di **Chiara** (01 Distribution, *nella foto*) e dall'incontro con la regista **Susanna Nicchiarelli** e la protagonista **Margherita Mazzucco**, nei panni della Santa di Assisi (con lei in scena Andrea Carpenzano e, tra gli altri, Luigi Lo Cascio). Nel pomeriggio diversi incontri con registi e attori: in particolare **Michele Placido** tra una presentazione in sala e l'altra del suo **L'ombra di Caravaggio**, appena uscito nei cinema (01), e l'attore rivelazione **Saul Nanni**, al fianco di Kim Rossi Stuart in **Brado** (Vision). Venerdì mattina, visita guidata al Teatro dell'Opera di Roma con il Sovrintendente **Francesco Giambrone**, da poco eletto Presidente dell'Agis.



WBD rivede la strategia dei tagli



M\$ entro la fine dell'anno.

Sei mesi dopo la fusione di WarnerMedia e Discovery, **Warner Bros. Discovery** sta alzando l'obiettivo per i suoi **tagli** su tutta la linea. La società guidata da **David Zaslav** ha lavorato costantemente per trovare 3 miliardi di dollari in risparmio sui costi, obiettivo da raggiungere nei prossimi tre anni e che ora diventa di **3,5 miliardi di dollari**, di cui 750

Zaslav ha detto che WBD è "pienamente impegnata nei contenuti", nonostante abbia cancellato dozzine di programmi sulle sue reti e rimosso alcuni titoli da HBO Max. Prosegue, per la primavera 2023, il progetto di **lancio negli USA di uno streamer combinato HBO Max e Discovery+**. Nel frattempo sono stati eliminati circa 70 posti, il 14% della forza lavoro, da HBO e HBO Max. A settembre, WBD ha licenziato 100 dipendenti.

Gli **abbonati streaming** sono aumentati a **quasi 95 milioni globali tra HBO, HBO Max e Discovery+** da luglio a settembre, in concomitanza con il lancio di *House of the Dragon*. L'aumento è stato di 2,8 milioni di account, negli USA di mezzo milione (nello stesso periodo, Netflix ha aggiunto 2,41 milioni di abbonati, di cui 100mila nel Nord America, per un totale di 223,1 milioni). La perdita netta del gruppo nel terzo trimestre è stata di 2,3 miliardi, inclusi 1,92 miliardi di ammortamento ante imposte da attività immateriali correlate all'acquisizione, e 1,52 mld legati alla ristrutturazione. Entrate complessive a 9,82 mld \$, -8% rispetto allo stesso periodo 2021. In flessione (-11%) i ricavi da pubblicità. (Variety)

In Italia, nel frattempo, sia **Maria Catanzariti** (Vice President Theatrical Distribution Italy) che **Pierpaolo Luciani** (Executive Director Local Productions) hanno lasciato la major. Nelle prossime settimane, **Carlos Prada** (VP Theatrical Distribution e Local Production Italy & Spain) comunicherà la nuova organizzazione della società, guidata da **Alessandro Araimo**. (E-Duesse)

Pupi Avati sta meglio dopo il malore sul set



"**Tutto bene, ne uscirò presto.** Ho avuto solo uno scompenso cardiaco il 2 novembre, il giorno prima del mio compleanno, ma niente di grave. I medici dicono che sto reagendo bene. Per fortuna nessun infarto, che in realtà ho già avuto quando avevo cinquant'anni. Mi dispiace solo di aver dovuto interrompere le riprese del film **La quattordicesima domenica**". Così, al telefono con l'ANSA, **Pupi Avati**, 84 anni, parla del suo stato di salute dall'Ospedale Sant'Orsola di Bologna dove è stato ricoverato. A Pupi Avati i migliori auguri dal mondo del Cinema. (Cinecittà News)



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.