

# CINENOTES

APPUNTI E SPUNTI SUL MERCATO DEL CINEMA E DELL'AUDIOVISIVO

NUMERO 3183 (3496)

03 agosto 2023



## BOX OFFICE EUROPA TUTTI AL CINEMA

Nel **Regno Unito-Irlanda** il duo di testa non accenna a perdere vigore: primo **Barbie** (WB) con 13,2 M€ e complessivi 48 M€ (-28.5% sul debutto), secondo **Oppenheimer** (Universal) con 8,2 M€ e in totale 27,7 M€ (-24%). Terzo **Mission: Impossible - Dead Reckoning 1** (Paramount), 1,8 M€ e totali 20,3 M€, seguito da **Elemental** (Disney), 1,2 M€ e complessivi 11,8 M€. Quinto l'unico debutto, **Talk to me** (Altitudine), 562mila sterline in 431 cinema, sesto **Indiana Jones e il quadrante del destino** (Disney), 444mila sterline e totale 19,1 M€. Il film di Bollywood **Rocky aur Rani kii prem** (Moviegoers) settimo al debutto con 370mila sterline in 139 cinema, ottavo **Insidious - La porta rossa** (Sony), 337mila sterline (ad oggi 7,3 M€). (*ScreenDaily*)

In **Francia** altri 918mila spettatori per **Barbie**, ad oggi 2,59 milioni. Secondo **Oppenheimer**, 730mila presenze e in totale 1,87 milioni. Terzo **Mission: Impossible - Dead Reckoning Parte 1**, 303mila presenze e in totale 1,78 milioni, seguito da due debutti: quarto **Les Déguns 2** (Apollo), 259mila presenze in 259 copie, quinto **La casa dei fantasmi**, 215mila spettatori in 537 copie. Sesto **Elemental**, 208mila presenze e totale 2,26 milioni, settimo **Indiana Jones e il quadrante del destino**, 153mila presenze e totale 2,56 milioni. **Talk to me** (SND) debutta ottavo con 144mila presenze in 250 copie. (*JP Box Office*)

Nei **Top 5 mercati europei**, il secondo weekend di **Barbie** registra 38,82 M€ (in crescita in Germania, 7,94; in Spagna 3,54), totale 127,91 M€; quello di **Oppenheimer** 24,08 M€ (in Germania 7,07, 1 milione in più; in Spagna 2,27); totale 70,14 M€. Terzo **Mission: Impossible DR 1**, 6,94 M€ e totali 53,88 M€, quarto **Elemental**, 5,05 M€ e ad oggi 51,76 M€. Quinto **Indiana Jones e il quadrante del destino**, 3,14 M€ e complessivi 68,71, sesto **La casa dei fantasmi**, 2,57 M€ al debutto. Settimo **Talk to me**, 2,12 M€, ottavo **Miraculous**, 1,87 M€ e totali 15,7 M€. La produzione tedesca **Le nuove avventure di Lassie** debutta al settimo posto in patria con 756mila euro. (*ComScore*)

### In questo numero:

- **BOX OFFICE EUROPA:** Regno Unito, Francia, i Top 5 mercati europei (**pag. 1**)
- **ANEC risponde a Severgnini:** "de profundis inesatto e inopportuno" (**pag. 2**)
- **Dati Cinetel:** un luglio da record (**pag. 3**)
- **Francia:** a luglio 18 milioni (**pag. 3**)
- **Germania:** forte recupero nel 2023 (**pag. 3**)

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  
www.anecweb.it

**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: [cinenotes@anec.it](mailto:cinenotes@anec.it)

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.

## L'ANEC RISPONDE A SEVERGNINI DE PROFUNDIS INESATTO E INOPPORTUNO



Egregio dott. Severgnini, siamo sinceramente stupiti, colpiti e delusi dal suo articolo del 30 luglio («Il cinema muoiono. Ma il cinema vive») che prendendo spunto dalla chiusura della multisala Odeon di Milano **recita un «de profundis» delle sale cinematografiche, quanto mai inesatto e inopportuno.**

L'Odeon chiude per logiche immobiliari di una città, Milano, che ha consacrato il suo centro quasi interamente allo shopping, a scapito delle attività culturali. Mentre Odeon chiude, tra qualche mese apriranno 10 schermi a Cascina Merlata e molte altre stanno investendo nel rinnovo delle proprie strutture. **Le sale a Milano si spostano, cambiano, come cambia la geografia della città, ma non muoiono.**

Lei scrive della chiusura delle sale mentre in Italia e nel mondo si sta vivendo un'estate cinematografica tra le più forti di sempre con successi planetari come "**Barbie**", che sta sbriciolando ogni record di incasso diventando fenomeno di costume, "**Oppenheimer**" di Christopher Nolan, che in Italia uscirà ad agosto e che ovunque nel mondo, dove già nelle sale, è un "must see" che mette d'accordo critica e pubblico. E molti altri grandi film inseriti in un progetto, **Cinema Revolution**, fortemente voluto dall'industria e spinto con energia anche dal nostro **Ministero della Cultura** che nel futuro del Cinema in sala crede e investe, ma di cui Lei sembra ignorare l'esistenza nonostante l'eccezionale visibilità mediatica.

Scrivo di una sala inesorabilmente destinata a morire dopo che **proprio la sua forzata chiusura durante la pandemia ne ha sancito inequivocabilmente l'insostituibilità economica nella filiera di sfruttamento** dei film. A detta di tutti gli addetti ai lavori, dai produttori ai broadcaster televisivi, non dei soli gestori delle sale. Nessuna ragione nostalgica o romantica, badi bene, quelle le lasciamo agli articoli di costume, ma puramente economica. **Senza il volano della sala, i grandi investimenti delle produzioni cinematografiche non sono semplicemente sostenibili economicamente.** Tradotto: le piattaforme, la visione domestica a cui Lei è certo che i nostri figli si immoleranno inesorabilmente, non riescono a sopperire all'assenza della sala e di ciò che essa muove. Il Cinema oltre a generare ancora oggi miliardi di dollari nel mondo in incassi e occupando centinaia di migliaia di lavoratori, sono lo strumento indispensabile e insostituibile nella **creazione dello star-system** oltre che **traino di un indotto di dimensioni enormi.** Fino a qui, in poche righe, semplificando come necessario in un contesto come questo, il piano economico del suo inesatto pensiero.

Su quello puramente sociologico e oseremmo dire antropologico invece, le sale piene di **centinaia di migliaia di giovani festanti** che, nonostante 35 gradi nelle nostre città, riempiono i cinema in questa estate 2023 (le sale d'estate non possono funzionare... Altra grande verità) ci raccontano, fortunatamente, anche e ancora del **bisogno che ha l'uomo di socializzare, di condividere pensieri ed emozioni, fuori dalla solitudine digitale** dei suoi dispositivi. Perché il Cinema è questo, oltre all'**eccellenza tecnica di grandi schermi e sistemi audio ineguagliabili a casa.** E ad essersi ricordati di questo pensi, dott. Severgnini, sono proprio i giovani che Lei indica come indisponibili a frequentare le sale in futuro.

La profilazione del pubblico post pandemico ci racconta infatti che sono proprio gli under 30 ad aver ripreso ad andare al Cinema quasi quanto prima, spinti dal loro motore di vitalità, dinamismo e curiosità, mentre **sono gli over 50 ad essersi impigriti sul divano** di casa, imbolsiti da un'offerta sovrabbondante, a volte disordinata, certamente solitaria. Quella domestica. Magari disponibili a nascondere e assolvere la propria pigrizia dietro un **pensiero facile e inesatto: le sale chiuderanno.** Forse questo meriterebbe una riflessione un po' più approfondita, che partendo da qualche spunto che speriamo poterLe aver fornito, siamo certo Lei possa essere in grado di fare.

ANEC, Associazione Nazionale Esercenti Cinema



## DATI CINETEL: UN LUGLIO DA RECORD



Luglio ha fatto registrare nei cinema italiani un risultato record, con **oltre 5,5 milioni di spettatori**: si tratta del **secondo miglior risultato dal 1995**, anno di inizio delle rilevazioni Cinetel, dopo i 5,8 milioni del luglio 2011. Miglioramento a tre cifre sul 2022 (+127,5%), mentre sulla media del triennio 2017-2019 è +66,9%.

Il maggior incasso del mese, **Barbie**, nel mese ha conseguito oltre 2,5 milioni di presenze, seguito da **Indiana Jones e il quadrante del destino** (625mila) e **Mission: Impossible - Dead reckoning Parte 1** (538mila). Bene anche **Elemental** con 435mila spettatori. **Barbie** ha inciso per il 48% sul box office, rispetto al 56% di **Thor: Love and Thunder** nel luglio 2022.

“Se Barbie ha fatto la differenza nei cinema di tutto il mondo con un successo travolgente”, sottolinea **Mario Lorini**, Presidente ANEC, “i dati dell’Italia dimostrano che **il mercato è vivace**, confermando la ripresa in atto dalla scorsa primavera, con un deciso recupero sugli anni pre-2020 e **l’ottima performance** dei film campioni d’incasso **anche guardando ai principali mercati europei**. Merito anche della campagna **Cinema Revolution**, che prevede una seconda edizione 2023 di **Cinema in Festa** a metà settembre, al termine della Mostra di Venezia; fino ad allora proseguirà la promozione del **cinema italiano ed europeo** che, a fronte di un prezzo al pubblico di € 3,50, prevede un rimborso alle sale da parte del Ministero della Cultura. Agosto”, conclude Lorini, “prevedibilmente confermerà i buoni risultati in essere, grazie all’uscita non solo di **Oppenheimer** il 23/8, ma anche di produzioni italiane di generi e autori diversi, incluso il ritorno della commedia”.

## FRANCIA: A LUGLIO 18 MILIONI



Le **sale francesi a luglio** hanno avuto **18,38 milioni di presenze** (dati: CNC), +33,3% sul 2022 e +10,1% sulla media 2017-2019. **Dal 1° gennaio**, il mercato francese ha avuto **108,99 milioni di spettatori**, +25,5% nel confronto con lo stesso periodo 2022 e -10,1% sulla media 2017-2019. Nei primi sette mesi, quota di mercato nazionale al 39%, USA al 45,6 %.

## GERMANIA: FORTE RECUPERO NEL 2023



Nel **primo semestre '23**, i **cinema tedeschi** hanno avuto **41,5 milioni di spettatori** e incassato **422,3 M€** (dati ComScore), +42,1% sul 2022 e appena **1,9% in meno sul 2019**. Merito di **Super Mario Bros - Il film**, con oltre 50 M€ e 5,1 milioni di spettatori, seguito da **Guardiani della Galassia: Volume 3**, 22,5 M€ e 1,9 milioni di presenze. Oltre naturalmente ad **Avatar - La via dell'acqua**, che da metà dicembre ha totalizzato 138 M€ e 10,1 milioni di presenze. **Quota di mercato nazionale al 19,9%** (nel 2022: 14,8).

Voi emozionateli. Noi vi assicuriamo  
Con la polizza "All Risk" dedicata agli Esercenti cinematografici

