

CINENOTES

APPUNTI E SPUNTI SUL MERCATO DEL CINEMA E DELL'AUDIOVISIVO

NUMERO 3186 (3499)

4 settembre 2023



BOX OFFICE CINETEL OPPENHEIMER (E 6 DEBUTTI)

Nel **weekend Cinetel 31 agosto-3 settembre** saldamente primo **Oppenheimer** (Universal), 4,83 milioni di euro e 599mila spettatori in 572 cinema (media: 8.448 euro, solo -30% sul debutto), totale 17,87 M€ e 2,29 milioni di presenze. Seguono due esordi: secondo **The equalizer 3 - Senza tregua** (Eagle), 669mila euro in 326 cinema (media: 2.052 euro, in 5 giorni 851mila euro), terzo **Tartarughe Ninja: Caos mutante** (Eagle), in 5 giorni 743mila euro e 108mila spettatori (media weekend in 363 cinema: 1.544 euro). Quarto **La casa dei fantasmi** (Disney), 438mila euro e complessivi 1,97 M€ e 283mila presenze, quinto **Barbie** (WB), 429mila euro, totale 31,11 M€ 4,22 milioni di spettatori. Sesto al debutto **Jeanne du Barry - La favorita del re** (Medusa/Notorious), 409mila euro (550mila nei 5 giorni) in 286 cinema (media: 1.432 euro), seguito da altre 3 nuove uscite: settimo **L'ordine del tempo** (Vision/Universal), 182mila euro in 171 cinema (media: 1.065 euro), ottavo **Una commedia pericolosa** (01), 108mila euro in 220 cinema (media: 495 euro), nono **Manodopera** (Lucky Red), 49mila euro in 87 cinema (media: 571 euro). Chiude la classifica **Shark 2 - L'abisso** (WB), 48mila euro e totali 5,24 M€.

Altri debutti: **Il sapore della felicità** (Wanted) è 15° con 17mila euro in 31 cinema (media: 570 euro), **Nina dei lupi** (Genoma) 16° con 16mila euro in 10 cinema (media: 1.621 euro), **Conversazioni con altre donne** (Adler) 21° con 6mila euro in 19 cinema (media: 316 euro), **Gli oceani sono i veri continenti** (Fandango) 22° con 6mila euro in 7 cinema (media: 845 euro), **Bugiardo seriale** (AltreStorie) 23° con 5mila euro in 43 cinema (media: 129 euro). Escono dalla Top Ten: **Blue Beetle** (WB, 1,02 M€ dopo 3 weekend), **Elemental** (Disney, 6,75 M€ dopo 11 weekend), **I peggiori giorni** (Lucky Red, 670mila euro dopo 4 weekend), **La bella estate** (Lucky Red, 163mila euro dopo 2 fine settimana).

L'incasso complessivo del weekend è 8,1 M€ e 1,06 milioni di spettatori, -15% sul precedente, +149,95% sul 2022.

In questo numero:

- BOX OFFICE CINETEL - *Oppenheimer* (e 6 debutti) (pag. 1)
- IL PUNTO (pag. 2)
- BOX OFFICE USA: arriva Denzel (pag. 2)
- I mercati internazionali (pag. 2)
- Il MIC presenta la ricerca sul pubblico (pag. 3)
- Leader Esercenti Donne a Venezia (pag. 3)
- FAPAV a Venezia: la nuova legge, la campagna (pag. 4)
- Il ciclone Taylor Swift arriva al cinema (pag. 4)

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

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.

IL PUNTO

IL MESE

Dal 1° al 31 agosto si sono incassati **41,85 M€**, +128,9% sul 2022, +0,6% sul 2019.

I biglietti venduti sono **5,77 milioni**, +115% sul 2022, -8,8% sul 2019.

L'ANNO

Dal 1° gennaio si sono incassati **309,81 M€**, +73,96% sul 2022, -19% sul 2019. I biglietti venduti sono **43,74 milioni**, +68,53% sul 2022, -27% sul 2019.

LE QUOTE DI MERCATO

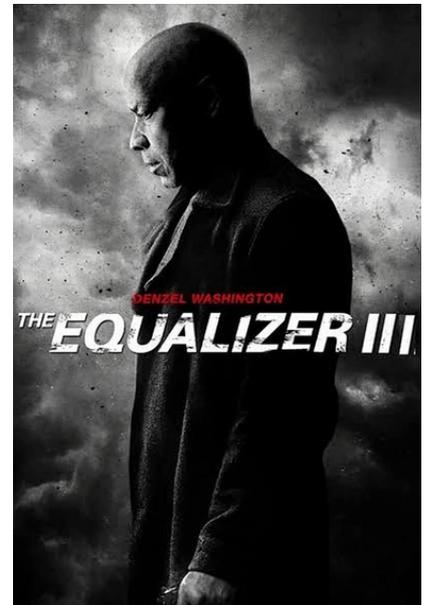
Quota **USA** al **57,07%** del numero di spettatori col 25,48% dei film; **Italia** (incluse coproduzioni) al **18,48%** col 34,8% dei film. **Inghilterra** al 15,64%, **Francia** al 2,77%, **Spagna** all'1,32%.

LE DISTRIBUZIONI

Classifica invariata: prima **Warner Bros** col 23,84% delle presenze e il 5,62% dei film, seconda **Disney** col 20,27%, terza **Universal** al 18,24%. Seguono: **Eagle Pictures** (9,34%), **01 Distribution** (7,34%), **Vision** (5,96%), **Medusa** (3,4%), **I Wonder** (2,66%), **Lucky Red** (2,18%), **Bim** (1,43%).

BOX OFFICE USA ARRIVA DENZEL

Il **weekend USA** appannaggio di **The Equalizer 3** (Columbia), 34,5 milioni di dollari al debutto in 3.965 cinema, con una media cinema di 8.701 dollari. Secondo **Barbie**, 10,62 M\$ e totali 609,5 M\$, terzo **Blue Beetle**, 7,27 M\$ e complessivi 56,57 M\$. Quarto **Gran Turismo** (Sony), 6,55 M\$ e in totale 28,66 M\$, seguito da **Oppenheimer**, 5,52 M\$ e totali 308,55 M\$. Sesto **Tartarughe Ninja - Caos mutante** (Paramount), 4,77 M\$ e complessivi 106,47 M\$, settima la commedia **queer Bottoms** (Orion), 3 M\$ in 715 cinema (media: 4.205 dollari). **Shark 2 - L'abisso** supera i 78 M\$ complessivi, **Talk to me** oltre i 44 M\$.



MERCATI INTERNAZIONALI

Nei **mercati internazionali** **The equalizer** debutta con 26,1 M\$ in 49 territori, che sommati al Nord America diventano 60,6. Per **Oppenheimer** 55,2 M\$ in 83 territori (di cui 21,3 in Cina, dove debutta in testa), per un totale globale di 851,2 M\$. **No more bets** in 6 territori incassa 16,7 M\$ (la gran parte in Cina), totale 504,9 M\$. **Barbie** incassa altri 13,2 M\$ in 75 territori, per complessivi 771,5 M\$ e, col Nord America, 1,3 miliardi di dollari (è ufficialmente il maggior incasso dell'anno). **Gran Turismo** a 8,7 M\$ nel weekend in 64 territori, totale 50,3 M\$, col Nord America 78,9. Da segnalare l'esito del **National Cinema Day** di sabato 2 settembre nel **Regno Unito**: 1,56 milioni di presenze a 3 sterline in 630 cinema, + 6% sull'edizione 2022.



IL MIC PRESENTA LA RICERCA SUL PUBBLICO



È stato presentato venerdì lo **studio SWG "Gli italiani e il cinema"** per la **DG Cinema e Audiovisivo** del MIC **sulle abitudini di consumo dei contenuti audiovisivi degli italiani. Per il 38% degli italiani il consumo di contenuti audiovisivi è l'attività preferita nel tempo libero. Percentuale che raggiunge il 50% nella generazione Z e nei teenager** (a frequentare le sale sono soprattutto i giovanissimi e le famiglie con figli under 10). **Un italiano su due è andato al cinema nella prima parte del 2023, trend in crescita rispetto al 2022 (il 39%).**

Lo studio traccia un ritratto puntuale delle **abitudini di consumo del pubblico italiano**. "L'indagine evidenzia uno scenario complesso e variegato. Nonostante le difficoltà e il contesto economico, **in autunno potremmo potenzialmente raggiungere i livelli pre-pandemici**. Al 31 agosto, **in soli otto mesi è stato realizzato l'incasso dell'intero 2022**" ha dichiarato il Sottosegretario alla Cultura, **Lucia Borgonzoni**. "E' fondamentale non solo offrire esperienze di alta qualità e offerte all'avanguardia, ma anche la capacità di adattarsi alle nuove dinamiche e alle preferenze dei consumatori".

Rilevata la propensione dei consumatori verso l'audiovisivo (59%), superando persino i lettori regolari di libri (31%). I film rimangono il tipo di contenuto audiovisivo preferito dal pubblico (72%), +5% sul 2022 tra i fruitori regolari (37%). Per il consumatore italiano il **prezzo giusto** per vedere un film al cinema è pari ad **una media di 7,40 euro**. Il range di costo accettabile, quindi, è compreso tra 6 e 8 euro. Le agevolazioni che attirano maggiormente il pubblico: sconti per famiglie (75%), studenti (70%), disabili e anziani (56% e 52%). Anche settimane tematiche, lingua originale per i giovani, rassegne di film cult o monografiche per gli anziani risultano un'efficace spinta per il pubblico.

Si riconosce il valore incentivante di iniziative come **Cinema in Festa** e l'opportunità di biglietti a prezzo ridotto potrebbe aumentare significativamente **l'interesse a frequentare le sale durante il periodo estivo** (la percentuale di coloro che non prevedono di andare al cinema si riduce dal 50% al 38%), contribuendo ad incrementare i fruitori regolari dal 3% al 13%. "I dati indicano che **la sfida per i film italiani è comprendere e intercettare i gusti e le preferenze del pubblico**", ha aggiunto il DGCA **Nicola Borrelli** a commento dello studio.

LEADER ESERCENTI DONNE A VENEZIA



Stamattina lo stand della **Regione Veneto** all'Excelsior ha ospitato la presentazione del progetto **Film & Parità**, a cura della Consigliera regionale di Parità **Francesca Torelli**: un modo per avvicinare il tema del *gender gap*, e **la rappresentazione di genere**, alla Mostra del Cinema.

Nel dialogo con esperte ed esperti del settore, sul tema delle **pari opportunità nell'ambito cinematografico**, da segnalare il debutto veneziano del **programma ANEC LED - Leader Esercenti Donne**, ad opera della mentore **Giuliana Fantoni**, che ha dichiarato come quello attuale sia "il momento perfetto per valorizzare il contributo delle donne alle imprese di esercizio: dopo il Covid è il pubblico che chiede qualcosa di più all'esperienza in sala, e ho l'impressione che anche la componente maschile abbia bisogno del nostro apporto". Gli altri interventi: **Maria Roberta Novielli**, festival del corto di Ca' Foscari, ed **Elisa Frasinetti**, Location manager (una professione tradizionalmente considerata "maschile").

FAPAV A VENEZIA: LA NUOVA LEGGE, LA CAMPAGNA



Sabato scorso all'Italian Pavilion incontro pubblico per **spiegare nel dettaglio la nuova legge antipirateria e gli effetti che produrrà**, anche alla luce dei **dati FAPAV/Ipsos** sull'incidenza del fenomeno. Il Sen. **Roberto Marti** e l'On. **Roberto Mollicone**, Presidenti della Commissione Cultura del Senato e della Camera, e il commissario AGCOM **Massimiliano Capitanio** si sono confrontati con esponenti dell'in-

dustria e delle associazioni per evidenziare come **tutelare le imprese e i posti di lavoro**, favorendo lo sviluppo dell'economia creativa, centrale per il Sistema Paese. Presentata in anteprima la **campagna istituzionale anticamcording *Il Cinema siete voi***, un unicum a livello europeo, per sensibilizzare il grande pubblico sul fenomeno illecito della registrazione dei film in sala, attraverso la diffusione nei cinema. Tra i relatori, i Presidenti ANICA, Francesco Rutelli, e ANEC, Mario Lorini. Conclusioni di Nicola Maccanico, AD di Cinecittà.

Oggi, sempre all'Italian Pavilion, la FAPAV presenta la seconda edizione di **We Are Stories**, nata in collaborazione con ANEC, ANICA, MPA e UNIVIDEO. La campagna racconta **storie vere di giovani professioniste che hanno realizzato il sogno di lavorare nell'industria audiovisiva**, con una particolare attenzione alla disabilità e all'inclusione. Presenti il regista e sceneggiatore **Nicola Conversa**, le protagoniste degli spot e la Commissaria AGCOM **Laura Aria**. "L'Italia oggi rappresenta nuovamente un esempio virtuoso a livello europeo, grazie alla nuova legge", ricorda il Presidente FAPAV, **Federico Bagnoli Rossi**.

IL CICLONE TAYLOR SWIFT ARRIVA AL CINEMA



Il circuito **AMC** debutta nella distribuzione per **Taylor Swift | The Eras Tour**, annunciato a sorpresa dalla pop star alle prese col trionfale tour mondiale, i cui incassi complessivi supereranno il miliardo di dollari. Il film uscirà negli USA il **13 ottobre** e sarà in programmazione per il weekend e nei tre weekend successivi, **fino al 5 novembre**. Il film dura 2h45' e sarà disponibile anche nei circuiti concorrenti Cinemark (USA), Cineplex (Canada) e Cinepolis (Messico).

Le prevendite hanno superato 10 M\$ in otto ore, tanto da convincere Universal a spostare di una settimana l'uscita di **The Exorcist: Believer**, dal 12 al 6 ottobre.

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

