

# CINENOTES

APPUNTI E SPUNTI SUL MERCATO DEL CINEMA E DELL'AUDIOVISIVO

NUMERO 3460 (3773)

6 luglio 2026

## BOX OFFICE CINETEL



### IL CINEMA SECONDO I MINIONS

**Weekend Cinetel 2-5 luglio** con **Minions & Monsters** (Universal) al debutto con 2,23 milioni di euro e 281mila presenze in 574 cinema (media: 3.896 euro), da mercoledì 2,79 M€ e 356mila presenze. Secondo **Toy Story 5** (Disney), 821mila euro e 104mila presenze, con media cinema di 1.850 euro e totale di 7,33 M€ e 1,06 milioni di presenze; terzo **Disclosure Day** (Universal), 274 mila euro e ad oggi 4,52 M€ e 647mila presenze. Quarto **Supergirl** (WB), 230mila euro e complessivi 1,06 M€; quinto **Obsession** (Universal), 141mila euro e dopo 8 weekend 4,94 M€ e 642mila presenze. Sesto **Backrooms** (A24), 126mila euro e in tutto 4,83 M€ e 623mila presenze; settimo **Scary Movie** (Eagle), 65mila euro, sinora 4,08 M€ e 539mila presenze. Ottavo **Michael** (Universal), dopo 11 weekend 42mila euro e in totale 25,47 M€ e 3,17 milioni di spettatori. Chiudono la classifica **Cos'è l'amore** (Medusa/Movies Inspired), 29mila euro e finora 88mila, e **Il Diavolo veste Prada 2** (Disney), 19mila euro e in totale 31,95 M€ e 3,99 milioni di presenze.

**Altri debutti:** **Separazioni** (Fandango) è 18°, 13mila euro in 36 cinema (media: 359 euro); **Love letters** (Wanted) 29°, 7mila euro in 32 cinema (media: 237 cinema); **After life** di Kore-eda (Bim) in 7 giorni incassa quasi 7mila euro (media weekend in 9 cinema: 767 euro). **Escono dalla Top Ten:** **Piccolo miracolo** (01, 99mila euro), **Ricchi da morire** (Lucky Red, 263mila euro), **Jackass: Best and last** (Eagle, 116mila euro). **L'incasso totale del weekend** è 4,46 M€ e 575mila presenze, +13% sul precedente, -26,70% sul 2025, quando debuttava *Jurassic World - La rinascita* con 3,32 M€, seguito da *F1* con 898mila euro.

### In questo numero:

- BOX OFFICE CINETEL (Pag. 1)
- IL PUNTO
- BOX OFFICE USA
- I mercati internazionali (Pag. 2)
  
- ANEC presenta *Casa Cinema Giovani*
- Cina, mercato in calo
- Le sale e i festival per l'ACEC (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.anec.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.

## IL PUNTO

### GIUGNO

Dal 1° al 30 giugno si sono incassati **31,29 M€**, +5,8% sul 2025, -29,8% sul 2024, +28,9% sul periodo 2017-2019.

Gli **spettatori** sono **4,37 milioni**, -2,69% sul 2025, -32,16% sul 2024, +15,7% sul periodo 2017-2019.

### L'ANNO

Da inizio anno incassi a **310,21 M€**, +25,33% sul 2025, +28,66% sul 2024, +37,09% sul 2023, -1% sul 2019.

Gli **spettatori** sono **41,23 milioni**, +17,90% sul 2025, +19,87% sul 2024, +27,72% sul 2023, -16% sul 2019.

### LE QUOTE DI MERCATO

**Quota di mercato USA** al **52,3%** delle presenze con il 26,6% dei film. **Italia/coproduzioni** al **30,3%** col 33,6% dei film. Seguono: **Inghilterra** (7,1%), **Francia** (2,7%), **Corea del Sud** (1,1%), **Spagna** (1%), **Norvegia** (0,9%).

### LE DISTRIBUZIONI

**Disney** prima al 19,5% delle presenze e il 2,2% dei film; **Universal** seconda al 18,4%, **Medusa** terza al 14,3%. Seguono: **Eagle Pictures** (9,9%), **01 Distribution** (6,7%), **Warner Bros.** (6,3%), **I Wonder Pictures** (5,4%), **PiperFilm** (4,9%), **Lucky Red** (4,3%), **Vision Distr.** (1,9%).

## BOX OFFICE USA LA SPUNTANO I MINIONS

Nel **weekend USA** primo **Minions & Monsters**, 36,4 milioni di dollari in 4.243 cinema (media: 8.579 dollari, è il risultato meno brillante del franchise); secondo **Toy Story 5**: 31 M\$, media di 7.799 dollari e totale 366,35 M\$; terzo al debutto **Young Washington** (Angel), 20,84 M\$ in 2.700 cinema (media: 7.721 dollari); quarto **Supergirl**, 9,6 M\$ e ad oggi 58,47 M\$; quinto **Disclosure Day**, 6 M\$ e finora 105,31 M\$; sesto **Obsession**, 5,3 M\$ e in tutto 245,31 M\$; settimo **Backrooms**, 3,3 M\$ e in totale 190,48 M\$. **The invite** (A24) sale a 28 cinema con una media di 28mila dollari (totale 1,3 M\$). I primi 10 film incassano 117 M\$: -20,9% sul precedente weekend, -23,1% sul 2025, -22,7% sul '24.



## MERCATI INTERNAZIONALI



Nei **mercati internazionali** **Minions & Monsters** incassa in 71 territori 85 M\$, portando il totale a 98,4 M\$: l'incasso più alto in Cina (primo in classifica con 16,4 M\$), poi Germania (6,4), Messico (5,9), Regno Unito (5,6). **Toy Story 5** segue con 69,3 M\$ e complessivi 398 M\$ in 51 territori; **Obsession** registra 12 M\$ in 74 territori, con un totale globale di 403 M\$; **Backrooms** incassa 9,7 M\$ in 56 territori per complessivi 165,5 M\$; **Supergirl** al secondo weekend segna 9,4 M\$ (Regno Unito e Messico i migliori tra gli 80 territori); il cinese **Keep real** debutta con 10 M\$ in patria, seguito dall'altro cinese **Crossing** (foto), 6,2 M\$ in 2 territori (totale: 27,4 M\$) e, con lo stesso incasso, **Disclosure day** che totalizza 111,2 M\$ in 81 territori.

## ANEC PRESENTA CASA CINEMA GIOVANI



A **Ciné Simone Gialdini**, DG ANEC, e **Bruno Zambardino**, responsabile Affari UE e Ufficio Studi della DGCA del MIC, hanno lanciato due progetti legati al **Piano Nazionale Cinema e Immagini per la Scuola**, da Venezia a Palermo. Da un'idea di Mario Lorini, **ANEC** lancia **Casa Cinema Giovani**, **hub creativo** a Venezia Lido, vicino alla Sala Giardino, operativa **dal 2 al 12 settembre** per le attività del **Leoncino d'Oro** e del mondo **CIPS**. "Una sfida per riportare la **presenza dell'esercizio e delle istituzioni all'interno della Mostra di Venezia**", ha commentato **Gialdini**.

A **Palermo**, **dal 4 al 6 novembre** si svolgerà la IV edizione delle **Giornate del Cinema per la Scuola**, ai Cantieri Culturali alla Zisa. **Zambardino** ha sottolineato: "nel corso degli anni i **distributori**, al fianco di registi e attori, hanno colto l'opportunità per essere a **Palermo con dei listini specializzati**: una **politica pubblica concreta che parla alle nuove generazioni** e offre **nuovi strumenti per confrontarsi con il mondo** che li circonda". Call to action per presentare i listini **dal 16 luglio**, fino a metà settembre.

## CINA, MERCATO IN CALO

Il **primo semestre 2026** ha visto il **box office in Cina** subire una **contrazione del 40,6%** rispetto al **2025**: **421 milioni di spettatori** e incassi oltre **2,53 miliardi di dollari** (prezzo medio: **6 dollari**): sono le cifre più basse dal **2014**. Film più visti **Pegasus 3** (uscito per il Capodanno cinese) con **650 M\$**, seguito da **Dear you** (**285 M\$**). Sono **5** i titoli che hanno superato il miliardo di RMB (**150 M\$**)



## LE SALE E I FESTIVAL PER L'ACEC



I **festival cinematografici** sono un **modello** da cui imparare per rendere il cinema centrale nel panorama culturale, un'alleanza necessaria per il **consolidamento delle abitudini di fruizione**: è l'invito rivolto dall'**ACEC** nel panel di Riccione **Lezioni di sold out: modelli e sinergie per la sala nell'età dell'oro dei festival cinematografici**. Sono numerose le iniziative festivaliere che si vedono nascere in molte città d'Italia, con le sale spesso piene, così come gli incontri con autori, masterclass ed eventi nella città. Alto il tasso di soddisfazione, con una media di **8,2 su 10**, come sottolineato da **Michele Casula** di Ergo Research. Sul palco anche **Giona A. Nazzaro**, Direttore artistico di Locarno, e **Paolo Orlando**, Presidente Unione Editori e Distributori ANICA. Per il Presidente ACEC, **Gianluca Bernardini**, "la filiera ha tanto da imparare dai festival, in termini di **flessibilità della programmazione, sinergia con le distribuzioni, cura dei titoli proposti**".