

# CineNotes

appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta • 29 settembre 2014 • nuova serie **2251 (2564)**

## BOX OFFICE ITALIA

Week end 25-28 settembre: "Lucy" debutta al primo posto



Il **weekend 25-28 settembre** chiude con 6,7 milioni di euro di incasso, **+2%** rispetto al weekend precedente e **-23,1%** rispetto all'omologo weekend 2013, che vedeva al primo posto *I Puffi 2* (1,8 milioni di Euro) seguito da *Rush* (1,5) e da *Bling Ring* al debutto (1,4).

Debutta direttamente al primo posto **Lucy** (foto) della Universal, di nazionalità francese, con 2,5 M€ in 492 schermi (media a schermo 5.199 euro, la più alta della classifica).

Al secondo posto **Tartarughe Ninja** (sempre Universal) al secondo weekend, 751mila euro (-56%) in 490 schermi e un totale di 2,9 M€. Terzo l'esordio italiano **La buca** (Lucky Red), 374mila euro in 293 schermi, quarto **Sex tape – Finiti in rete** (WB) con 345mila euro in 232 schermi e un totale dopo tre weekend di 2,4 M€.

Quinto l'esordio spagnolo **Pongo il cane milionario** (Eagle), 284mila euro in 178 schermi, seguito al sesto posto dall'altro debutto **Posh** (Notorious), 248mila euro in 241 schermi, al settimo da **Colpa delle stelle** (Fox) al quarto weekend, 235mila euro in 222 schermi con un totale di 5 M€. Ottavo posto per **L'incredibile storia di Winter il delfino 2** (WB), 233mila euro al debutto in 213 copie; nono **La preda perfetta** (Eagle) con 205mila euro alla seconda settimana in 197 copie (totale: 748mila euro), decimo **Anime nere** (Good Films), 175mila euro alla seconda settimana in 136 copie (in totale ad oggi 523mila euro).

Altri debutti: **Pasolini** (Europictures) è 13° con 132mila euro in 84 copie (media: 1.579 euro), **Bastardi in divisa** (20th Century Fox), 15° con 74mila euro in 45 schermi (media: 1.648 euro), l'evento speciale **Barbie e il regno segreto** (Universal), 39mila euro in 35 schermi, **Party girl** (Bim), 28° con 16mila euro in 7 schermi (media: 2.389 euro), la riedizione restaurata de **I 400 colpi** (Cineteca di Bologna), 33° con 8mila euro in 14 schermi, **The protector 2** (Indie Pictures), 37° con 4mila euro in 23 schermi.

Escono dalla Top Ten: **Un ragazzo d'oro** (01), 11° con 159mila euro dopo due weekend (632mila euro l'incasso cumulativo); **L'ape Maia – Il film**, 12° con 152mila euro (al secondo weekend ha incassato 591mila euro); **The giver – Il mondo di Jonas**, 14° con 131mila euro al terzo weekend e un totale di 1,4 M€; **Winx club – Il mistero degli abissi**, 16° con 72mila euro al terzo weekend (in totale 1,7 M€); **Necropolis – La città dei morti**, 18° con 50mila euro al terzo weekend e in totale 1 M€.

## Il punto

**Il mese** Nel periodo **1-28 settembre 2014** nel campione Cinetel si sono venduti 5.739.589 biglietti, **-9,7%** rispetto al medesimo periodo 2013 (al 29 settembre); si sono incassati 35.966.697 euro, **-11,27%**. Il confronto per biglietti venduti con l'omologo **week end del 2012** è **-31,2%**, quello con l'omologo periodo del **2011** è **-7,64%**.

**L'anno** Nel periodo **1° gennaio – 28 settembre 2014** nel campione Cinetel si sono venduti 61.848.245 biglietti, **-1,8 %** rispetto al periodo 1 gennaio-29 settembre 2013; si sono incassati 384.057.270 euro, **-2,45%**. La scorsa settimana le presenze erano a **-1,25%**, gli incassi a **-1,88%** (Elaborazioni su dati Cinetel con la collaborazione di R. Chicchiero).

## BOX OFFICE USA

Week end 26-28 settembre: "The equalizer" in testa



Il weekend Usa registra un andamento positivo con riferimento sia alla settimana precedente che al 2013. Al primo posto, all'esordio, **The equalizer – Il vendicatore** (foto) della Sony (budget 55 milioni di dollari, 3236 cinema) incassa 35 M\$.

Perde la prima posizione, al secondo weekend in 3638 cinema, **Maze runner: il labirinto** (Fox, budget 34 M\$) incassa 17,5 M\$ (totale ad oggi: 58M\$). Al terzo posto un altro debutto della Focus (in Italia Universal), **The boxtrolls**: 17,2 M\$ in 3464 cinema. Quarto **This is where I leave you** (WB, budget 19,8M\$, in Italia dal 27/11) al secondo weekend con una posizione in meno, che incassa 7 M\$ in 2868 cinema (incasso ad oggi 22,5 M\$), quinto **L'incredibile avventura di Winter il delfino 2** (WB, budget 36M\$), 4,8M\$ al terzo weekend, con un incasso ad oggi di 33M\$. Sesto **No good deed** (Screen Gem, in Italia esce il 13/11 con la Warner), dal quarto posto, con un incasso di 4,6M\$ e un totale di 46,6M\$. Settimo (era secondo) **La preda perfetta** della Universal (Eagle in Italia), 4,2M\$ al secondo weekend in 2714 schermi e un totale di 20,8 M\$. Ottavo, al nono fine settimana, **Guardiani della Galassia** della Disney, 3,7 M\$ in 2451 cinema e un totale di 319M\$. Nono **Bastardi in divisa** (Fox, settima settimana in 1534 copie), 1,5 M\$ e un totale di 79,6 M\$, decimo **Tartaghe Ninja** (Paramount), 1,4 milioni all'ottavo weekend in 1585 schermi (totale 187 M\$).

I primi 10 titoli incassano 97,1 M\$, +7,9% rispetto al precedente weekend, +6,1% rispetto all'analogo periodo 2013, -5,7% rispetto al 2012.

## L'ANEC si rivolge al Ministro Franceschini



Il Presidente ANEC **Lionello Cerri** (foto) ha rivolto un appello al **Ministro Dario Franceschini**, invitandolo a considerare le difficoltà del settore dell'esercizio, non solo in termini generali ma anche con riferimento ai **crediti progressi** delle sale che hanno presentato istanza di contributo in conto capitale che, per gli interventi di ristrutturazione operati dal 2009 ad oggi, non è stato ancora liquidato.

Nel manifestare al Ministro apprezzamento per l'introduzione, nel Decreto Legge "Art Bonus", di un incentivo fiscale a favore della cd. "sale storiche" che dimostra un interessamento fattivo nei confronti dell'esercizio, Cerri chiede che tale interesse sia confermato verso una categoria la cui capacità di investimento è ormai estremamente fievole.

Cerri non ha evocato soltanto la legittima aspettativa di recupero dei crediti progressi per almeno 10 milioni di euro per il solo biennio 2009-2010 (in totale si tratta di almeno 15 milioni di euro), ma anche la considerazione, ora che la digitalizzazione è in larga parte completata, che l'investimento compiuto per l'introduzione obbligata della nuova tecnologia di proiezione ha comportato la mancata effettuazione di **tipologie diverse di intervento** (rinnovo degli arredi, ristrutturazione, ampliamento) che solo in piccola parte la misura dell'Art Bonus andrà a stimolare.

Da più parti, in convegni di settore e sulla stampa, **si invoca l'apertura di nuove sale e il miglioramento di quelle esistenti**. Una facile invocazione, ma più arduo è investire quando **la redditività è ai minimi, l'imposizione fiscale sugli immobili elevatissima**, la contingenza economica deprimente e, in più, il mercato continua a palesare segni di scarso razioicinio, con i mesi estivi rimasti senza offerta adeguata e un'eccessiva concentrazione autunnale. Si aggiunga che la vita media degli impianti digitali è notevolmente più ridotta di quelli in pellicola, con necessità di sostituzione degli impianti obsoleti non contemplate dalle misure vigenti sul tax credit.

Una situazione di stallo, ha proseguito Cerri, dalla quale si può uscire soltanto **rinnovando ed ampliando gli interventi a valere sul tax credit, trasformando in credito d'imposta le misure di sostegno riconosciute all'esercizio cinematografico** ex art. 15 D. Lgs. 28/2004 (contributi in conto capitale e conto esercizio) ma ormai prive di copertura finanziaria. Una misura che non avrebbe oneri a carico dello Stato, che l'ANEC ritiene essenziale per la sopravvivenza e il rilancio di centinaia di sale. Si chiede insomma che, nel **fondo per il tax credit** cinematografico di 110 milioni (dallo stesso Ministro elevato a 115 milioni dal prossimo anno), l'esercizio sia contemplato non solo attraverso gli interventi sulla digitalizzazione, ma anche prevedendo **incentivi per l'apertura di nuove sale, la ristrutturazione e la trasformazione di quelle esistenti, il rinnovo degli impianti e degli arredi**, con un'incidenza annua che non supererebbe nelle stime ANEC i 15 milioni di Euro.

Infine, l'auspicio del **ripristino della piena fruibilità dei crediti d'imposta per la programmazione cinematografica**, ridotta del 15% dalla Legge di stabilità 2014.

“Non possiamo permetterci di far morire Venezia. E mi chiedo se possiamo davvero permetterci due grandi festival internazionali in Italia. Non ce l’ho con il **Festival di Roma**, a cui auguro ogni bene, ma una riflessione è d’obbligo”. **Francesca Cima** lancia la provocazione. L’occasione è il tradizionale dibattito organizzato dal **Sncci** alla Casa del Cinema, coordinato dal presidente dei critici **Franco Montini**. A metà strada tra la 71<sup>a</sup> Mostra e il 9° Festival di Roma, gli addetti ai lavori lasciano trapelare un certo pessimismo. Stemperato solo dalla indubbia soddisfazione degli autori che al Lido hanno trovato, specialmente in questa edizione, un ottimo trampolino.



Ma per la produttrice di Paolo Sorrentino e ora anche di Gabriele Salvatores le prospettive non sono rosee: “Io vado alla Mostra da quando ero ragazza, sulle sedie di legno del cinema Astra ho avuto le mie visioni migliori. Ora però ho la percezione di un festival elitario e questo credo che rifletta la condizione del mercato, con la sua struttura monopolistica e l’assenza di player che lo rendano vitale. Il prossimo anno ci sarà l’Expo a Milano, un grande strumento di promozione dell’industria italiana: ma il cinema per il momento non è lì, non c’è una regia. Rischiamo di avere una presenza molto forte a Cannes 2015 ma di scomparire dall’Expo”.

Sostanzialmente d’accordo con lei **Antonio Medici** della BIM. “C’è un problema di identità. Cannes è una macchina da guerra, Toronto coinvolge tutta la città, Berlino è un festival per il pubblico. E noi? E poi l’Italia in crisi economica come si può permettere di avere due grandi festival che la Francia o la Germania non hanno?”. Assente il direttore **Alberto Barbera**, impegnato a Torino con il Museo del cinema in occasione del summit dei ministri europei della cultura, non c’è chi possa controbattere al diffuso sentimento di scoramento. Ben sintetizzato da **Giorgio Gosetti**. Il delegato delle Giornate degli Autori ha definito il festival autoreferenziale, un’isola più o meno felice scollegata dal pubblico. “L’angoscia sul futuro nasce non dalla qualità artistica dei film e delle scelte di Alberto Barbera, che forse è il migliore di noi, ma da come la Mostra riesce a restituirsi all’esterno, e questo benché il sistema dei media sia molto compatto a sostenere Venezia. In fondo, abbiamo la Mostra che ci meritiamo come Italia. La deflazione di cui parla Draghi è un problema anche lì. La struttura del programma è identica a quella del 1934, sarebbe ora di trovare nuove idee. Non ci serve essere Cannes in minore o Locarno in maggiore”.

**Andrea Occhipinti**, che con la sua *Lucky Red* distribuirà il Leone d’oro *Un piccione seduto su un ramo* di Roy Andersson e il vincitore delle Giornate degli Autori *Ritorno a L’Avana* di Laurent Cantet, ritiene che l’immagine di Venezia sia più forte della sua realtà. “La Mostra langue sempre di più. Andrebbe tutto svecchiato. Invece intanto è nato il festival di Roma, basato su un presupposto assurdo, quello di far fuori Venezia. Nel frattempo Toronto ogni anno cresce, lì c’è sempre più gente, addirittura per noi operatori sta diventando dispersiva, mentre al Lido si notano sempre più spesso le assenze”. Eppure Venezia continua ad esercitare un ruolo importante anche per l’industria: “Al festival, prosegue Occhipinti, si deve il posizionamento internazionale di *Birdman*, mentre Roy Andersson, se non avesse vinto il Leone d’oro, non sarebbe stato distribuito in Italia. Così per il bel documentario di **Joshua Oppenheimer**, *The Look of Silence*, che però è subito sparito dalle sale”. Interviene su questo (altro tema caldo del dibattito) **Mimmo Dinoa** della Fice: “Fuori dal festival è più difficile trovare un pubblico per il film d’autore, come dimostra il caso di Oppenheimer. Le sale che programmano cinema di qualità si stanno chiedendo cosa succede. Non è vero che i film d’autore non vanno nelle sale perché non ci sono schermi. È un tema su cui ci interrogheremo anche alle Giornate di Mantova”.

Cambiando la prospettiva cambiano i punti di vista. **Ivano De Matteo** non condivide le preoccupazioni di Gosetti e ritiene anzi che senza Venezia *I nostri ragazzi* non avrebbe mai incontrato il suo pubblico. “Se non fossi andato alle Giornate degli Autori il mio film sarebbe uscito il 27 agosto, come mi avevano proposto, e sarebbe finito nella spazzatura. Ho raddoppiato gli spettatori rispetto al precedente *Gli equilibristi*. Certo, il passaparola è l’unico modo per diffonderlo e anche per questo continuo ad accompagnare il film in provincia. In Francia, dove *I nostri ragazzi* uscirà a novembre, le pellicole non vengono rottamate dopo due settimane, ma continuano a vivere a lungo in sala”. Positivo il giudizio di **Costanza Quatriglio** e **Giovanni Piperno**, due degli autori di *9x10 novanta*, il film collettivo per i novant’anni del Luce. “Il nostro paese è sempre in ritardo - riflette la regista siciliana - sono dieci anni che si fanno ottimi documentari, ma l’attenzione è arrivata solo ora”. Anche **Francesco Munzi** e **Saverio Costanzo** fanno un bilancio positivo. “Tengo molto a Venezia – esordisce l’autore di *Anime nere* – e per me è ancora totalmente virtuoso. Il mio film non sarebbe esistito senza la Mostra e ora ha la terza media per copia al botteghino. È fondamentale difendere il prestigio che ha il festival”. Per il regista di *Hungry Hearts*, vincitore di una doppia Coppa Volpi, “il nostro era un piccolo film, se non ci fosse stata Venezia non ci sarebbe stato un riscontro pubblico. Non c’è altra strada per film così. E se al Lido non c’è il mercato, si recupera a Toronto. Per me Venezia più Toronto uguale Cannes”. La vede diversamente **Giorgio Gosetti**: “È il festival di Toronto e non quello di Roma che vuole uccidere Venezia. Quest’anno ha preso tutti i film italiani della Mostra, ma solo per

l'alta qualità della proposta, perché in genere applicano un aut aut. Se vai a Venezia non ti prendo a Toronto". Infine, pensando al futuro, emerge forte la necessità di riportare il pubblico dei giovani al Lido. Ne parla ad esempio **Francesco Di Pace**, delegato generale della Settimana della critica. "Cosa dà alle nuove generazioni il cinema d'autore? Venezia sta diventando un luogo di nessuno, se non si inverte questa tendenza".

<http://news.cinecitta.com/default.aspx?pag=55&nav=IT&lng=it-it&cnt=13056>

### Festival di Roma: annunciata la selezione



Dopo le anticipazioni dei giorni scorsi, il direttore artistico del **Festival Internazionale del Film di Roma**, **Marco Muller**, assieme al Presidente di Cinema per Roma, **Paolo Ferrari**, ha annunciato la selezione della nona edizione, in programma **dal 15 al 23 ottobre**. Molto cinema italiano nelle varie sezioni, a partire dall'apertura con **Soap opera** di Alessandro Genovesi e dalla chiusura con **Andiamo a quel paese** di Ficarra & Picone. Tre gli italiani in concorso, **Claudio Noce con La foresta di ghiaccio**, Pasquale Scimeca con **Biagio**, e **Alessandro Piva con I milionari**. Si segnalano, tra gli eventi speciali, le prime mondiali di **Chen jialing** di Tian Ye, e Gu Yugao, e **Jia Zhangke, Un ragazzo di Fenyang** di Walter Salles.

Tian Ye, e Gu Yugao, e **Jia Zhangke, Un ragazzo di Fenyang** di Walter Salles.

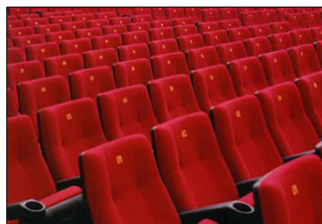
### Festival di Roma: proroga del termine per gli accrediti



Il termine per la richiesta di accredito alla nona edizione del Festival Internazionale del Film di Roma (16-25 Ottobre 2014) è stato prorogato all' **8 ottobre alle ore 13**. Il nuovo termine riguarda tutte le tipologie di richiesta: **Festival, Stampa e Mercato Internazionale del Film - The Business Street**.

Il Festival ha rinnovato per il 2014 la **Convenzione** con la **FICE**, che prevede riduzioni per gli accrediti e per l'acquisto di biglietti (per informazioni: [ufficiocinema@agisweb.it](mailto:ufficiocinema@agisweb.it) e sul sito [www.fice.it](http://www.fice.it) nell'area associati).

### Tsunami al cinema: film italiani senza pubblico (purtroppo)



**Michele Anselmi – Cinemonitor** - Non era mai successo, almeno in termini così devastanti, per giunta a fine settembre, non alla riapertura dopo le ferie estive. I cinema sono mezzi vuoti. Cineplex-cattedrali e multisala cittadine. Non marciano neanche i film americani d'azione, al massimo si fermano, dopo un mese, a 3 milioni di euro, come **"I mercenari 3"**. A scorrere le tabelle Cinetel coi dati del botteghino aggiornati, sembra un'ecatombe. Specie per i film italiani. Fa gli scongiuri Sabina Guzzanti, che manda in sala il 2 ottobre **"La Trattativa"**: tanto clamore mediatico l'aiuterà? «Un disastro, è tutto finito» dice uno sconsolato **Carlo Verdone**, rimuginando sulle cifre lillipuziane. «La crisi coinvolge cinema d'autore e di commedia, sperimentale e popolare, action movie e cartoni animati. Però se lo dici passi per disfattista. È cambiato proprio tutto, specialmente il rapporto con le immagini e l'auto-rappresentazione» annota **Piera Detassis**, direttrice del mensile "Ciak". «Siamo in epoca frammentata, social, "selfie made men". Da lì bisogna ripartire». Speriamo. Già nel lontano 2008 **Nanni Moretti** la vedeva così: «Il festival di Cannes ha appena premiato "Gomorra" e "Il Divo", ma purtroppo la gente non va più al cinema». Vale anche per questo 2014: vinciamo l'Oscar con **"La grande bellezza"** ma i nostri film topano al botteghino. Nei primi sei mesi del 2014 solo tre titoli italiani sono finiti nella top ten dei più visti: **"Un boss in salotto"**, **"Sotto una buona stella"** e **"Tutta colpa di Freud"**, rispettivamente con 12 milioni e 297 mila euro, 10 milioni e 265 mila euro, 7 milioni e 869 mila euro. Un tempo, per stottire un certo catastrofismo, **Paolo Virzi** ricordava che «il cinema italiano muore a maggio e rinasce puntualmente a settembre». Varrà ancora il mantra? (...)

Il regista genovese **Giuliano Montaldo** ricorda che già nel 1951, quando pure si vendevano 500 milioni di biglietti all'anno, si sentì dire da un macchinista: «Dottò, c'è la crisi del cinema». Nel 2013 siamo scesi a 97 milioni, sotto la soglia fisiologica/simbolica dei 100, per un incasso di 618 milioni di euro. Se non è andata peggio è solo per merito di **"Sole a catinelle"** di **Checco Zalone**, coi suoi 52 milioni di euro al botteghino ha risollevato l'annata in extremis. Purtroppo a ottobre 2014 non è un previsto un bis. Vero è che sembra essersi spezzato definitivamente il legame tra pubblico giovane e cinema in sala. (...)

Continuano a uscire 10-12 titoli a settimana, una cifra insensata (nel 2013 sono stati 453), e naturalmente vanno a picco gli incassi. La verità è che metà degli italiani non va mai al cinema. Appunto. Nel

2010, l'anno di "Avatar", si sono staccati in Italia poco più di 120 milioni di biglietti. Sempre pochi rispetto a Francia e Spagna. Tuttavia, ecco il paradosso, nel 2012 sono stati prodotti ben 166 lungometraggi in Italia, 155 nel 2011, 142 nel 2010. Non sarà un numero irragionevole con l'aria che tira? Anche perché molti di questi film, magari a volte pure interessanti e costati poco, sono destinati in partenza a non fruttare nulla sul piano commerciale, spesso neanche ad uscire pro-forma in attesa dello sfruttamento dvd o di un passaggio su Sky.

Perché farli allora? Ipertrofia creativa. E soprattutto: una volta fatti, è ragionevole pensare che possano uscire tutti al cinema? Guai a farlo notare. Si passa per nemici del cinema tricolore. Sappiamo benissimo, però, che **le nuove piattaforme** hanno fame di prodotti freschi. A patto che siano appetibili, almeno commerciabili; o così artisticamente riusciti da diventare casi da festival. Altrimenti si spendono soldi inutilmente, specie quelli dello Stato, benché le risorse pubbliche siano progressivamente scese, fino a toccare la cifra di 23-25 milioni all'anno. Resta che di tutti questi film non si sa che cosa fare. Infatti **Riccardo Tozzi**, presidente dell'Anica, ripete al "Secolo XIX": «Smettiamola di illuderci, ci sono film che non debbono proprio andare in sala. Se riusciamo a costruire una cultura e una civiltà della fruizione dei contenuti a pagamento, alcune opere italiane potranno avere visibilità su altre piattaforme». Civiltà della fruizione significa lotta alla pirateria. Facile a dirsi, a prescindere dagli intoppi politici, nel momento in cui scaricano davvero tutti a colpi di downloading: non solo ragazzi smanettoni e trentenni squattrinati, bensì i loro padri, inclusi i benestanti (il danno economico è stimato in 500 milioni all'anno).

Tuttavia si continua, sostanzialmente, a vendere il cinema come trent'anni fa. Mantenendo **finestre temporali**, le cosiddette "windows", che sanciscono per legge il tempo da far trascorrere tra uscita in sala e altre forme di fruizione: 3 mesi per il dvd in affitto, 6 mesi per la pay-per-view, 12 mesi per la pay-tv, 24 per la tv generalista. Come fermare uno tsunami con un bicchiere.

Il testo integrale su: [www.cinemonitor.it/29605-tsunami-al-cinema-film-italiani-senza-pubblico-purtroppo/](http://www.cinemonitor.it/29605-tsunami-al-cinema-film-italiani-senza-pubblico-purtroppo/)

*PER LA CRONACA: le window citate da Anselmi non sono disciplinate da una legge (le previsioni della legge del 1994 sono state infatti abrogate pochi anni dopo), bensì dal mercato.*

#### 730/2015 precompilato: il calendario di attuazione



Nel corso dell'audizione in Commissione parlamentare di vigilanza sull'Anagrafe Tributaria, il Direttore dell'Agenzia delle Entrate, **Rossella Orlandi**, ha reso note le tempistiche per l'attuazione del **modello 730 precompilato**. Si partirà dal prossimo anno, con il modello 730/2015 relativo all'anno d'imposta 2014, la **dichiarazione dei redditi precompilata** verrà messa a disposizione dei contribuenti sul sito dell'Agenzia delle Entrate entro il **15 aprile 2015**.

Per rispettare fare in modo di arrivare pronti con il 730 precompilato per la dichiarazione dei redditi del prossimo anno, Agenzia delle Entrate insieme a SOGEI ha definito il seguente **calendario** di attuazione: entro il mese di ottobre saranno ultimati i **tracciati telematici** che le banche, le assicurazioni e gli enti previdenziali dovranno utilizzare per trasmettere all'Agenzia i dati relativi agli oneri detraibili e deducibili; entro il mese di novembre saranno definiti il **modello 730/2015** e il nuovo **modello di Certificazione Unica 2015**, con le relative istruzioni e specifiche tecniche; entro i primi mesi del 2015 SOGEI predisporrà i **software** le altre **procedure** necessarie per trasmettere le certificazioni dei sostituti d'imposta e per rendere disponibili le dichiarazioni precompilate ai dipendenti e pensionati, ai sostituti d'imposta e agli intermediari (CAF e professionisti). Per compilare la dichiarazione dei redditi, l'Agenzia delle Entrate farà ricorso ad alcune **informazioni** in proprio possesso quali: quelle in possesso dell'Anagrafe Tributaria (dichiarazione dei redditi dell'anno precedente, versamenti effettuati, etc); i dati relativi agli **oneri detraibili e deducibili** trasmessi dai soggetti terzi entro il 28 febbraio (interessi passivi per mutui, premi assicurativi e contributi previdenziali); i dati contenuti nelle **certificazioni** trasmesse dai sostituti d'imposta entro il 7 marzo, con riferimento ai redditi di lavoro dipendente e di pensione e ai redditi di lavoro autonomo occasionali; dal 2016 verranno utilizzati anche i dati presenti nel **Sistema Tessera Sanitaria** (per le detrazioni relative all'acquisto di medicinali o alle prestazioni sanitarie); dal 2016 verranno inseriti anche ulteriori informazioni sugli altri oneri deducibili e detraibili che verranno inviate all'Agenzia secondo i termini e le modalità definite con decreto del MEF. Lavoratori dipendenti e pensionati potranno poi apportare eventuali **modifiche o integrazioni** alla dichiarazione così predisposta, utilizzando direttamente le funzionalità rese disponibili dall'Agenzia o rivolgendosi ad un CAF, a un professionista abilitato oppure al proprio sostituto d'imposta. L'obiettivo, ha rimarcato Orlandi, è di contrastare l'evasione fiscale semplificando al contempo gli **oneri burocratici** che pesano su professionisti e contribuenti.

[http://www.pmi.it/impresa/contabilita-e-fisco/news/85623/7302015-precompilato-calendario-attuazione.html?utm\\_source=newsletter&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=Newsletter:+PMI.it&utm\\_content=29-09-2014+7302015-precompilato-il-calendario-di-attuazione](http://www.pmi.it/impresa/contabilita-e-fisco/news/85623/7302015-precompilato-calendario-attuazione.html?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=Newsletter:+PMI.it&utm_content=29-09-2014+7302015-precompilato-il-calendario-di-attuazione)



COMUNICATO STAMPA 29.09.2014 La **FAPAV** Federazione per la Tutela dei Contenuti Audiovisivi e Multimediali esprime il proprio punto di vista sulla pronuncia del **TAR** circa il Regolamento in materia di tutela del Diritto d'Autore sulle reti di comunicazione elettronica. Ad un'attenta lettura del

dispositivo, si evince chiaramente che sul punto centrale della causa, ovvero quello relativo all'esistenza o meno del potere regolamentare di AGCOM in tema di Diritto d'Autore sul web, il TAR ha pienamente riconosciuto che AGCOM dispone della "competenza attribuita dalla legge" ad "adottare provvedimenti recanti l'ordine di rimozione dei contenuti del web o di oscuramento dei siti immediatamente precettivi nei confronti degli operatori della rete".

Il Tribunale ha dichiarato, infatti, infondati i motivi proposti dai ricorrenti su tale aspetto centrale della controversia, confermando l'esistenza e la percorribilità del "doppio binario" giurisdizionale/amministrativo in linea con quanto ha fondato la creazione del medesimo regolamento.

Il fatto che il Collegio abbia altresì ritenuto opportuno sollevare la questione di costituzionalità in merito alle norme del D. Lgs. 70/2003 sull' e-commerce che regolano la responsabilità degli ISP per le attività on-line e delle ulteriori disposizioni del "Decreto Romani" che attribuiscono all'AGCOM il compito di vigilare sulle violazioni commesse on-line, non inficia in alcun modo la validità e la correttezza dell'operato dell'Autorità che ha sempre agito, nell'attuazione del Regolamento 680/13/CONS, nel pieno rispetto dei principi di proporzionalità, ragionevolezza e logicità.

Siamo fiduciosi che la massima Corte confermerà la legittimazione costituzionale di due normative peraltro di derivazione comunitaria trasposte nell'ordinamento italiano. Nell'attesa di questa pronuncia, la FAPAV continuerà a lavorare con forza e vigore per contrastare la pirateria massiva su internet, avvalendosi dell'intervento dell'Autorità su specifiche istanze e cooperando con le Forze dell'Ordine, gli operatori del settore e tutte le Istituzioni competenti.

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



[www.anecweb.it](http://www.anecweb.it)

**Gli esercenti ANEC possono richiedere la password di accesso alle informazioni professionali riservate del sito, scrivendo all'indirizzo di posta: [ufficiocinema@agisweb.it](mailto:ufficiocinema@agisweb.it)**

#### **CineNotes – Appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo**

Periodico in edizione telematica e su carta – stampato in proprio – Editore Spettacolo Service s.r.l. – Via di Villa Patrizi 10 – 00161 Roma – tel. +39 06 884731 fax +39 06 4404255 - Registrazione Tribunale di Roma n. 510 e n. 511 del 19.11.2001 – Direttore responsabile: Mario Mazzetti in attesa di autorizzazione del Tribunale, in collaborazione con l'Ufficio Comunicazione Agis: Marta Proietti e Gabriele Spila. E mail: [cinenotesweb@gmail.com](mailto:cinenotesweb@gmail.com)

→ *Le notizie possono essere liberamente riprodotte citando la fonte e citando, quando evidenziata, la fonte originaria. Riservato ai soci Agis.* Per essere inseriti o cancellati dalla lista di spedizione inviare una e mail a [cinenotesweb@gmail.com](mailto:cinenotesweb@gmail.com) - Le foto presenti 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.**