

CineNotes

appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta • 2 ottobre 2014 • nuova serie **2264** (2577)

Contenuti alternativi al cinema: l'Anec replica a Giampaolo Letta



La **Presidenza ANEC** replica alla lettera di **Giampaolo Letta**, vicepresidente e amministratore delegato Medusa Film, pubblicata sul **Corriere della Sera** dello scorso sabato. Prendendo spunto da un articolo uscito sullo stesso quotidiano, dal titolo "Concerti, opere liriche, documentari: al cinema non si vedono più solo film", il vicepresidente di Medusa Film nella lettera fa alcune riflessioni sui contenuti complementari. In particolare, Letta punta l'attenzione sul fatto che alcuni contenuti escano nel weekend, e non durante la settimana, "danneggiando – scrive - materialmente e "filologicamente" lo specifico cinematografico anche e soprattutto sul suo versante italiano". Letta cita il caso del film/concerto "**One Direction – Where we are**" che ha avuto un ottimo risultato al botteghino "frutto – aggiunge – di un **colpo di mano da parte delle sale** che lo hanno diffuso non durante i giorni commercialmente più deboli, ma in pieno weekend".

"Non è certo questo il modo di risolvere una crisi del cinema reale o presunta – afferma ancora Letta - penalizzando o addirittura mortificando quegli sforzi creativi, produttivi e distributivi che ancora intendono sostenere al meglio le qualità del **cinema italiano**: almeno fino a quando la programmazione nelle sale lo consentirà nelle sue giornate elettive. O i produttori e gli autori, sempre molto sensibili alle minacce del mercato – conclude - non prenderanno una posizione più incisiva".

Questa la lettera integrale di Letta al Corriere: <http://www.e-duesse.it/News/Cinema/Letta-riflettere-sui-contenuti-alternativi-179004>

Di seguito la **replica della Presidenza ANEC**:

L'intervento di Giampaolo Letta sul Corriere della Sera, che contiene commenti e riflessioni sul successo in sala del contenuto complementare "One Direction – Where we are", suscita a sua volta alcune riflessioni che hanno come punto di partenza l'offerta di tali contenuti (concerti, animazione, opera eccetera), in alcuni casi concentrata nel fine settimana ma quasi sempre – va ricordato – nelle giornate infrasettimanali di minor incasso.

Tornare indietro con la memoria ai tempi in cui "Lascia o Raddoppia" veniva programmato dalle sale cinematografiche, come suggerisce Letta, significa sottovalutare la portata e il potenziale della tecnologia digitale di proiezione. Potenziale che andrebbe dispiegato in ogni fase della filiera, non solo nella scelta dei contenuti da proiettare ma nella loro flessibilità (la tanto auspicata e condivisa, almeno a parole, multiprogrammazione spesso ancora disattesa nei fatti) e poi nella distribuzione "fisica" del prodotto, nella disponibilità delle copie nel periodo successivo alla prima uscita, insomma in una rivisitazione radicale del meccanismo della diffusione dell'opera filmica che non ha (ancora) subito le necessarie modifiche – mentre gli esercenti sono ancora costretti a inseguire DCP e USB sul territorio.

Ciò premesso, sembra poco corretto scaricare sull'esercizio la scelta di distribuire nel fine settimana il film citato: film-evento di due giorni se ne sono già avuti dall'inizio dell'anno, e con grande successo, anche ad opera di grosse distribuzioni, sia Major che italiane, con grandi rallegramenti da parte di tutta l'industria.

Se poi l'invito è a sedersi attorno a un tavolo cercando di stabilire regole chiare, condivise e ad ampio spettro sul mercato italiano, sulla più razionale distribuzione delle uscite che tenda ad evitare concentrazioni forsennate in pochi mesi costringendo l'esercizio (e il pubblico) a languire da maggio a ottobre, generando una vera e propria distorsione del mercato, e in tale sede si voglia includere un ragionamento sui contenuti complementari, siamo convinti che tutto ciò non potrà che fare un gran bene al settore.

Tutti noi tifiamo per una produzione nazionale forte, sostenuta dall'intera industria – industria, sia detto per inciso, di cui fanno parte a pieno titolo le sale, anche se il sostegno statale è tutto sbilanciato sulla produzione. Anche qui va però affrontata la questione a 360°: siamo sicuri che il modo migliore di sostenere il cinema italiano sia quello di concentrarne le uscite da Venezia in poi, pochi mesi di affollamento e "mors tua vita mea"?

La Presidenza ANEC



Il Box Office dei mercati esteri



Nel weekend 22-26 ottobre in cima al botteghino francese è **“Maze runner – Il labirinto”** (Fox), che alla seconda settimana totalizza 641mila spettatori in 456 sale (totale: 1,5 milioni di spettatori), seguito da **“Samba”** (Gaumont, foto) della coppia di registi di **“Quasi amici”**, con 577mila spettatori in 693 sale alla seconda settimana e un totale di 1,5 milioni. Terze le **“Tartarughe Ninja”** (Paramount), 411mila spettatori alla seconda settimana, con un totale di 1 milione di spettatori. Seguono due debutti: quarto

“Magic in the moonlight” di Woody Allen (Mars), 285mila spettatori in 305 sale; quinto **“Fury”** (Sony), 252mila spettatori in 415 sale. Sesto posto per **“L’amore bugiardo – Gone girl”** (Fox) alla terza settimana, con 227mila presenze e un totale di 1,1; settimo **“Annabelle”** (WB) con 217mila presenze alla terza settimana (in totale 1,2 milioni). Ottavo l’esordiente francese di fantascienza **“Le grimoire d’Arkandias”** (UGC), 197mila presenze in 411 sale, nono un altro debutto, **“On a marché sur Bangkok”** (Pathé), commedia che totalizza 169mila presenze in 411 sale. Decimo il cartone animato Fox **“The book of life”**, nuova uscita che chiude il weekend a 142mila euro.

Il dramma bellico **“Fury”** (Sony) debutta al primo posto in **Gran Bretagna** nel weekend 24-26 ottobre, con 2,7 milioni di sterline in 464 cinema. Il dato include 700mila £ di incasso nelle anteprime. Al secondo posto (era primo) **“Tartarughe Ninja”** (Paramount), che incassa 1,9 M£ con un totale dopo due settimane di 7,9 M£. Terzo **“L’amore bugiardo – Gone girl”** (Fox, in Italia uscirà a Natale), 1,6 M£ con un totale ad oggi di 17,1 M£: è probabile che, superando **Seven** (19,5 M£) diventi il miglior incasso in GB per un film di David Fincher nonché il miglior incasso per un film vietato ai minori di 18 anni. Quarto posto per **“The book of life”** (Fox) con 980mila £ al debutto, quinto **“Maze runner – Il labirinto”** (Fox) con 905mila £ al terzo weekend (in totale ad oggi 5,9 M£); sesto **“Annabelle”** (Warner) con 749mila £ al terzo weekend (in totale 6 M£), settimo **“Alexander and the terrible, horrible, no good, very bad day”** (Disney) con 570mila sterline, ottavo **“Love, Rosie”** (Lionsgate), 482mila sterline al debutto in 381 cinema. Nona posizione per l’horror **“The babadook”** (Icon), 345mila sterline, chiude la classifica **“The boxtrolls”** (Universal) con 206mila £ e un totale di 7,68 M£.

Nel weekend 23-26 ottobre in testa al box della **Germania** è **“Tartarughe Ninja”** (Paramount), con 166mila spettatori in 549 sale (un totale di 522mila spettatori due settimane di programmazione), davanti a **“Maze runner – Il labirinto”** (Fox), con 152mila spettatori in 481 sale ed un totale di 398mila spettatori. Terzo posto per **“The Equalizer”**, alla terza settimana di programmazione, con 108mila biglietti staccati ed un totale di 579mila spettatori. Seguono **“L’amore bugiardo – Gone girl”** (Fox), con 104mila presenze, e i tedeschi **“Männerhort”** (Constantin), 100mila presenze ed un totale che sfiora il milione dopo quattro settimane, e **“Die Vampirschwestern 2”** (Sony, 96mila presenze). Altro film tedesco in settima posizione, **“Winterkartoffelknödel”** (Constantin), commedia diretta da Ed Herzog che porta a casa 83mila spettatori, e che precede **“Qu’est-ce qu’on a fait au Bon Dieu?”** (Neue Visionen), la commedia record di incassi in Francia che anche in Germania prosegue, dopo oltre tre mesi, ad attirare il pubblico locale. Per il film diretto da Philippe de Chauveron, infatti, altre 66mila presenze e un totale che ha ormai raggiunto i 3,2 milioni di spettatori. Chiudono la top ten **“Annabelle”** (Warner Bros), con 60mila spettatori e un totale, dopo tre settimane di programmazione, di 292mila, e l’unica nuova entrata della settimana, **“Hin und weg”** (Majestic), con 59mila presenze.



(Fonte: jpbox-office.com, www.screendaily.com, www.insidekino.de)

FRANCIA – Primo bilancio dell’operazione “4 Euro per i minori di 14 anni” in Francia



Il CNC ha pubblicato un primo bilancio dell’operazione **“4 euro per gli spettatori con meno di 14 anni”**, posta in essere il 1° gennaio 2014 dalla FNCF dopo il **ritorno all’aliquota IVA ridotta per il biglietto sala**, che ha fatto così tornare il cinema nel campo delle attività culturali. Lo studio valuta innanzitutto l’impatto dell’operazione sulla frequentazione e sugli incassi sala. Prova inoltre a stimare il vantaggio per esercenti e distributori provocato dal ribasso dell’IVA. Infine, analizza le modifiche dei comportamenti dei giovani spettatori in termini di “consumo” cinematografico e come gli spettatori, nel loro insieme, hanno percepito tale operazione. **8 milioni di spettatori in più in 6 mesi:** con

questa cifra impressionante, il bilancio pubblicato decreta il grande successo dell'operazione. I media generalisti hanno dato ampio risalto al successo esprimendo soddisfazione per il ritorno del pubblico giovane in sala. **2,6 milioni di giovani spettatori** hanno effettivamente beneficiato della tariffa a 4 Euro, ai quali si sono aggiunti gli adulti che li accompagnavano: da qui i supposti 8 milioni di spettatori. Il presidente degli esercenti, **Richard Patry**, si è rallegrato che "i francesi hanno compreso che il cinema è un divertimento accessibile".

La stampa e gli organismi professionali sono più prudenti e sottolineano che l'impatto diretto dell'operazione sull'aumento della frequentazione non è chiaramente stabilito. Infatti, lo studio di **Médiametrie** anticipa che il 28,5% della popolazione francese è andato almeno una volta al cinema negli ultimi 30 giorni, contro il 24,6% del 2013 (+16%); tuttavia si constata che il dato era del 28,1% nel primo semestre 2012. Il **Congresso degli Esercenti** di Deauville, svoltosi dal 30 settembre al 2 ottobre, ha consentito di fare il punto sull'operazione e ha stimolato un dibattito talora acceso tra le diverse categorie sulla prosecuzione nel 2015. Una decisione sarà presa dalla Federazione degli esercenti entro l'autunno.

FRANCIA – Pirateria e cronologia dei media: questioni da considerare



Nel ricordare, durante i 24^{mi} **Incontri cinematografici** organizzati dall'**ARP** a Digione, "la preferenza del governo per una risposta graduale" e nell'elencare qualche misura concreta (lista nera dei siti illegali, carta degli agenti pubblicitari online e dei servizi di pagamento su Internet), **Fleur Pellerin, ministro francese della Cultura**, ha risposto all'inquietudine crescente dei professionisti francesi del cinema e della televisione. "**La pirateria è tornata ad essere una piaga massiccia** che comincia a pesare significativamente sull'attività delle televisioni", ha dichiarato **Rodolphe Belmer** (direttore generale di Canal+). In compenso, i poteri pubblici vorrebbero che i professionisti del cinema accettassero una maggiore elasticità riguardo alla programmazione delle opere, in particolare nel campo dello **SVoD** (video on demand per abbonamento la cui finestra si apre solo **36 mesi dopo l'uscita dei film nelle sale**) offrendo, ad esempio, un vantaggio temporale ai servizi che rispettano gli obblighi di finanziamento della creazione. Ma altre ipotesi sono al vaglio, come l'organizzazione (suggerita dal cineasta Michel Hazanavicius) di anteprime digitali o la possibilità di deroghe sull'esposizione in VoD delle opere non pre-acquistate dai canali TV.

Altrettanti spunti di riflessione che si scontrano al momento con diversi elementi che bloccano le trattative tra professionisti. Da una parte **Canal+**, principale finanziatore del cinema francese, tiene fermamente alla sua **finestra esclusiva di 12 mesi (che comincia 10 mesi dopo l'uscita in sala)** e sottolinea che gli esperimenti che ha condotto dimostrano che **la pirateria non è legata alla mancata disponibilità delle opere o al ritardo della loro messa a disposizione**. Dall'altra parte, oltre al fatto che i professionisti del cinema francese non tengono a destabilizzare Canal+, **Marc Missonnier**, presidente dell'Associazione Produttori di Cinema, ha sottolineato che "nessuno ha interesse ad anticipare la finestra SVoD perché nessun attore è pronto a contribuire in cambio di un'anticipazione della finestra a 24 mesi".

Secondo uno studio dell'APC, 5 milioni di abbonati SVoD non genererebbero infatti che il 7 M€ d'investimenti all'anno nelle opere francesi, rispetto ai 130€ provenienti dai canali in chiaro e i 170 M€ dei canali criptati. Cifre che parlano da sole e che **dissuadono le organizzazioni professionali dall'innescare un effetto domino sulla cronologia dei media** (spostare una finestra obbligherebbe tutte le altre a muoversi), anche se nessuno è apertamente ostile a qualche esperimento (tranne le sale, che vogliono assolutamente preservare l'invulnerabilità della loro finestra). Il governo francese non ha detto l'ultima parola e le trattative sugli obblighi che legano Canal+ e il cinema francese potrebbero subire delle evoluzioni.

Lucia Recalde Langarica, nuovo **capo unità MEDIA – Europa Creativa**, ritiene, da parte sua, che gli esperimenti dovrebbero essere effettuati in funzione delle caratteristiche dei diversi paesi e che esiste una **specificità francese** (gran numero di sale e pubblico fidelizzato), cosa che non è nei paesi dell'Europa dell'Est o in certi territori del Sud del Vecchio Continente.

<http://www.cineuropa.org/nw.aspx?t=newsdetail&l=it&did=264998>

"Boyhood" Film della Critica



"**Boyhood**" di Richard Linklater, è stato designato **Film della Critica** dal **Sindacato Nazionale Critici Cinematografici Italiani SNCCI**. Il film si aggiunge a una lista che comprende, per citare solo gli ultimi, **Winter Sleep** di Nuri Nuri Bilge Ceylan, **Class Enemy** di Rok Biček, **Anime nere** di Francesco Munzi, **Belluscione** di Franco Maresco, **The Look of Silence** di Joshua Oppenheimer, **Jersey Boys** di Clint Eastwood.

Piano Juncker, 35 miliardi al digitale europeo



Il cantiere è ancora alla battute iniziali, nonostante l'ampio rilievo mediatico. I dettagli avvolti nell'incertezza, e gravati da una buona dose di incognite. Ma a **Bruxelles** circolano già le prime cifre sul colossale **piano di investimenti da 300 miliardi di euro** promesso dal presidente designato della Commissione Ue, **Jean-Claude Juncker**, per disincagliare l'economia europea dalle secche della stagnazione. Ed emerge che la quota del pacchetto da destinare a **infrastrutture e servizi digitali** è stata **provvisoriamente quantificata in 35 miliardi**.

Lo riferiscono al *Cor.Com* fonti interne alla **Direzione Generale Connect** della Commissione. Pur con tutti i condizionali del caso. L'informazione era stata già anticipata il 6 ottobre scorso dal futuro super-commissario al Mercato unico digitale, l'estone **Andrus Ansip**, a conclusione della sua audizione al Parlamento europeo. E non era, pertanto, sfuggita agli osservatori più attenti. "Spero che riusciremo ad ottenere 35 miliardi dal piano", aveva dichiarato Ansip. Aggiungendo che "l'effetto leva potrebbe essere di 130 miliardi". Poco prima, il neocommissario aveva spiegato che "se vogliamo coprire tutto il territorio dell'Ue con banda a 100 Mbps, ciò richiederebbe un investimento di almeno 200 miliardi di euro".
http://www.corrierecomunicazioni.it/tlc/30601_piano-juncker-35-miliardi-al-digitale-europeo.htm

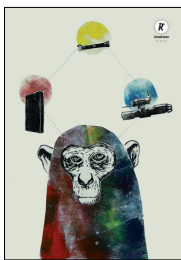
Cinema per Roma, si dimette il direttore generale Mancini



Dopo l'addio del direttore artistico **Marco Müller**, in scadenza a dicembre, il **direttore generale** della fondazione Cinema per Roma **Lamberto Mancini** ha rassegnato le dimissioni. A quanto si apprende, Mancini nei mesi scorsi ha ricevuto una proposta di lavoro dal Touring club italiano. Proposta che ha congelato per concludere la IX edizione del Festival. A Festival concluso ha rassegnato le dimissioni. Intanto, nonostante i numeri in calo rispetto alle scorse edizioni, il presidente della fondazione Musica per Roma, **Aurelio Regina**, commenta positivamente l'ultima edizione della kermesse: "Personalmente trovo che il Festival, con tutte le complessità incontrate, sia stato buono. Le sale erano piene e sono stati proiettati bei film. Diciamo che è stato un evento 'giusto' per Roma, che continua a essere la città del cinema". A chi gli chiedeva chi sarà il successore di Marco Muller e quali aspetti dovranno ora affrontare i soci, Regina ha risposto: "Sul direttore non ho alcuna idea, è giusto che i soci fondatori affrontino questo tema insieme. Ci sono molte cose da chiarire che non riguardano solo il cinema, a partire dal fatto che uno dei soci fondatori, la Provincia di Roma, non ci sarà più e che la Camera di commercio ha risorse limitate. Quindi ci sono aspetti da chiarire nella governance che non attengono solo alla nomina del direttore artistico. C'è anche il progetto di unire il Festival del cinema con quello della fiction, che potrebbe dare sinergie nuove. Vedremo".

(http://roma.repubblica.it/cronaca/2014/10/27/news/film_fest-99121409/?rss)

Sei cinema uniti per proiettare film introvabili e senza distribuzione



BOLOGNA – A partire da gennaio 2015 il **Kinodromo di Bologna** scambierà pellicole con il **Salone Snaporaz di Cattolica**, il **Supercinema di Santarcangelo**, l'**Astra di Forlì**, il **Rosebud di Reggio Emilia**, e la meta extraregionale appena al di là del Po, il **Cinema del Carbone di Mantova**.

Una **rete regionale**, e non solo, di **sale cinematografiche indipendenti** per far circolare film introvabili e privi di distribuzione. È questa la novità della stagione 2014-2015 del **Kinodromo**, il cinema bolognese di via Pietralata gestito da un'associazione composta da appassionati cinefili e addetti ai lavori del settore. "Ci scambieremo i titoli", spiega **Niccolò Manzolini** del Kinodromo, "le nostre scelte esclusive finiranno nella loro programmazione e viceversa. Vogliamo che questa movimentazione di film diventi coordinata e continuativa". L'**esperimento "associativo"** pressoché unico su territorio nazionale coinvolge quelle sale che sono fuori sia dal circuito commerciale che da quello d'essai. Perché per chi non lo sapesse, oltre ai grandi titoloni commerciali, anche le pellicole arthouse, provenienti da festival e con un piccolo distributore, hanno già un loro **circuito distributivo** dove viene garantita una tenuta minima in sala.

Il Kinodromo, ovvero il **Cinema Europa**, ancora di proprietà della Seac Bologna – Circuito Cinema, è in alcuni giorni della settimana una sala d'essai. È la sua proprietaria, **Ginetta Agostini**, che con entusiasmo dà in gestione per il terzo anno consecutivo diverse sale alla settimana al Kinodromo, a spiegare i motivi della crisi di quella sala e la relativa rinascita: "Grazie ai ragazzi abbiamo salvato questa sala che altrimenti nel 2012 avrebbe chiuso", racconta la Agostini, "ora è viva e vegeta e si evolve, non esiste un altro

esercente che in Italia fa così. Ricordiamoci che il cinema d'essai, nonostante l'exploit di Martone con **Il giovane favoloso** su Leopardi, è un malato terminale". La cura Kinodromo, già di per sé con 39 soci ordinari, circa 2000 sostenitori e un aumento di presenze del 40% nell'ultimo anno, ha fatto bene allo stesso Cinema Europa facendo registrare nella stessa sala con programmazione d'essai un aumento mensile medio del 74% a fronte di un dato nazionale che segna meno 0,5%.

"Chiaro che con questi numeri da **impresa commerciale** essere un collettivo ha sempre meno senso", continua Manzolini, "siamo un'associazione di volontari che ha delle ambizioni sia distributive che anche per spin-off organizzativi su eventi culturali. Qualcuno ha detto che **con la cultura non si mangia**. Noi diciamo che per un pranzo decente ci vuole solo un po' di tempo". Allora meglio elencare i primi appuntamenti del Kinodromo, che per locandina quest'anno ha uno straordinario scimpanzé che riflette sugli oggetti primordiali di scena dei primi minuti, l'alba dell'uomo, di **2001 Odissea nello spazio**: l'inaugurazione è il 27 ottobre con **Final cut ladies and gentleman** (2012) dell'ungherese Gyorgy Palfi, caravanserraglio di citazioni della storia del cinema per ogni secondo di film; poi il 15 novembre l'evento speciale in collaborazione con le associazioni animaliste **The ghost in our machine** (2013) della canadese Liz Marshall, un reportage mondiale sulle aberranti condizioni animali da reddito come visone, leoni, cavie; il 15 novembre **5fumettisti5** (2014) il doc di Gabriele Orsini su cinque venerati fumettisti italiani su suolo francese e ancora il 28 ottobre **Il cineamatore** di Kieslowski (1972). Poi ancora la sperimentazione quasi ogni sera del PopCorn Hour con djset, sonorizzazioni di film e incontri con gli autori; nonché una megafesta di Natale che a breve verrà annunciata a tutti gli effetti.

<http://www.ilfattoquotidiano.it/2014/10/25/cinema-uniti-per-proiettare-film-introvabili-distribuzione/1171054/>

La lettera – Tempo di elezioni



Mentre leggevo su **Cinenotes** gli articoli velati di rabbia, di amarezza e altri di campagna elettorale, facevo una carrellata su questo mondo di celluloidi (ora non più) dagli anni '50 ai giorni nostri, 70 e passa anni di cinema. Non voglio rifare la storia di "nuovo cinema paradiso", ognuno ha nel cuore le gioie, le amarezze, le delusioni accompagnate da mille difficoltà. Voglio esprimere il **punto di vista da esercente di provincia** iniziando dal rapporto di belligeranza infinita tra esercizio e distribuzione, concludendo con il rinnovo delle prossime cariche nazionali.

Nel nostro mondo, inizialmente costituito da una molteplicità di esercenti monoschermo e da moltissimi distributori nazionali e regionali, era in essere una belligeranza tra la distribuzione ed il singolo esercente in cui il più importante, coccolato e conteso, imponeva la precedenza assoluta alla distribuzione bloccando il prodotto.

Questo succedeva sia nelle piazze dove esisteva la concorrenza sia su piazze limitrofe creando di fatto un'uscita a scalare dal grande al piccolo, dal più forte al più debole. I tempi erano diversi, la gente faceva vita di paese e non era attrezzata tecnologicamente.

Oggi il mercato si è evoluto. Siamo nell'era dei multiplex e due multinazionali detengono circa il 50% del mercato a cui si aggiungono i piccoli gruppi e le singole realtà raggiungendo il 75%-80%, perciò la quota delle sale dal monoschermo ai tre schermi non supera il 20%. Ci sono mercati diversi: uno a cui tutto è concesso e un altro in cui si soffre, si pena, si elemosina il prodotto.

Mi si passi il paragone: il piccolo esercizio sembra il pensionato che vive con 500 euro al mese e forse meno, il medio e il grande sembrano la borghesia che sta progressivamente regredendo arrivando alla soglia di povertà.

Noleggio; le VPF che non devono essere motivo di vessazione. Si facciano, se necessario, le dovute correttive.

Il mercato richiede il libero accesso al prodotto in tempo reale, sarà il pubblico a decidere dove e come consumarlo e apprezzarlo. In un momento in cui tutto è contrario di tutto, se non riusciamo noi esercenti a capire le potenzialità della nostra piazza, vuoi per la situazione economica, vuoi per la poca attrattiva del prodotto o altro, ci si chiede come possa il noleggio credere di avere questa intuizione ipotizzando e applicando a distanza e a tavolino una sorta di studio di settore "casereccio" (rese minime) sulle nostre piazze.

Prima l'ostacolo era dato dal costo copia ora della VPF, prima contava l'incasso complessivo, ora la media copia. Una matassa che non si vuole sbrigliare. Non si considera che noi siamo i punti vendita sul territorio o meglio, il canale pubblicitario più ramificato e a costo zero.

Ben venga la multiprogrammazione che ci viene proposta, con qualche dissenso, al momento come sperimentazione. Per quanto riguarda i distributori-noleggiatori-programmisti o i distributori-noleggiatori-programmisti-esercenti, non mi esprimo e lascio ai colleghi trarre le conclusioni.

Mibact; dobbiamo rivolgerci alle Istituzioni con dati certi e non piagnistei: quanto si incide sul PIL, quanta occupazione diretta (gestioni famigliari) e indiretta (personale assunto) si crea ecc.. Non sono necessari sussidi o elemosine, ma programmi di sostegno e di investimento proiettati al futuro.

La distribuzione non può decidere del mercato, il non accesso al prodotto si traduce in perdita di competitività, drastica riduzione dei ricavi, azzeramento degli utili e conseguenza introiti minimi o nulli per lo Stato mediante la tassazione. In un simile contesto non si possono investire né soldi pubblici né privati, e nemmeno pensare di creare posti di lavoro. È necessaria una rivisitazione degli investimenti a sostegno del prodotto europeo e di qualità. Sembra eccessivo che una multinazionale possa beneficiare di premi complessivi per circa 250mila euro, dovrebbe esserci una progressività ben diversa e distinta, per esempio mettendo un tetto non per schermo ma per società, un soggetto che gestisce più locali non dovrebbe superare in totale una certa somma X di contributo cumulativo.

Garante; Gli esercenti non sono una lobby, al contrario la distribuzione fa da soggetto dominante del mercato e la fornitura immediata del prodotto ad una sola parte di esercizio privilegia alcuni e danneggia altri. Tale comportamento genera serie conseguenze e turbolenze di mercato. Si dirotta la clientela da un esercizio ad un altro generando a monte concorrenza sleale, perdita di immagine, azzeramento di introiti, vanificazione degli investimenti sino alla chiusura delle sale.

Esercizio; gli esercenti non sono di serie A né di serie Z, hanno pari dignità e dovrebbero essere seri, coerenti e coesi tra loro. Da associati e per il bene comune dovrebbero credere in una vera associazione che funzioni per merito di tutti. Dovrebbero discutere delle problematiche comuni e trovare soluzioni ed assenso, ma noto con dispiacere che anche all'interno dell'associazione così com'è strutturata perdura lo status quo.

Elezioni; nel rispetto di tutti sarebbe opportuno conoscere in anticipo i programmi dei vari candidati così che all'interno delle delegazioni territoriali ci si possa confrontare ed esprimere in modo equo e corretto e non in base alle simpatie od antipatie dell'uno o dell'altro. La squadra dirigenziale, inoltre, dovrebbe essere composta da persone individuate prima dalle delegazioni, poi dall'assemblea e non a seguito di mercanteggi.

La speranza è l'ultima a morire...

Mirco Bardelle, delegato veneto piccolo esercizio

Diritti tv, nel 2015 Hollywood incasserà 6,8 miliardi dal video on demand



Netflix, Hulu e Amazon spenderanno in totale circa **6,8 miliardi di dollari** per i diritti di trasmissione in streaming di film e serie tv. Lo rivela una ricerca pubblicata dal *Wall Street Journal*, secondo la quale la cifra è maggiore dei 5,2 miliardi di quest'anno e si prevede un'ulteriore crescita. Le entrate digitali (nel 2009 pari a zero) hanno superato le spese dei broadcaster, ma dovranno fare ancora molta strada prima di raggiungere la tv via cavo, che il prossimo anno investiranno 18,4 miliardi di dollari per i contenuti, secondo **David Bank** di **RBC Capital**

Markets. Broadcast, cavo e video on-demand a pagamento (SVOD) genereranno insieme circa 29,5 miliardi di dollari nel 2015.

Netflix resterà il più grosso player di SVOD con una spesa in contenuti di 3 miliardi di dollari il prossimo anno, 3,4 miliardi l'anno dopo e 3,9 miliardi nel 2017. Il 10% circa di questo budget andrà alla produzione originale. *"Netflix – ha commentato Bank – otterrà contenuti esclusivi da parte dei maggiori talenti high-profile di Hollywood, tutti accompagnati da rumors molto positivi"*. Secondo l'analista, i maggiori beneficiari degli investimenti in SVOD saranno **CBS, 21st Century Fox, Time Warner e Lionsgate**. Non a caso il tycoon **Rupert Murdoch** aveva messo sul piatto **80 miliardi di dollari per rilevare Time Warner**, offerta che è stata respinta. Murdoch sa infatti bene che l'industria media si sta sempre più spostando su internet dove compete con le grandi web company, ma queste ultime per i loro servizi hanno necessariamente bisogno di comprare i diritti tv. Bank informa che nel 2015 Hulu pagherà a **CBS** 1,5 milioni di dollari per ogni episodio di 'Elementary'; Netflix darà a Warner 1,75 mln (sempre per episodio) per 'Gotham' e 2,5 mln a Lionsgate per 'Orange is the New Black'; Amazon spenderà 1 milione (sempre per episodio) per 'The Americans' di Fox. Molte di queste serie saranno addirittura trasmesse in anteprima in SVOD senza rispettare il tradizionale ordine delle finestre temporali di distribuzione. <http://www.key4biz.it/diritti-tv-nel-2015-hollywood-incassera-68-miliardi-dal-video-on-demand/>

Tv in streaming, Amazon sfida Google con la "chiavetta" Fire



Amazon continua a investire, nonostante i risultati deludenti, e lancia una nuova sfida a **Google** nella tv, dopo aver messo sul mercato il set-top box Fire tv. Il gruppo ha ufficialmente presentato il proprio dispositivo che, collegato al televisore, permetterà agli utenti di guardare **contenuti in streaming**. Una sorta di chiavetta come appunto **Chromecast** che l'azienda di Mountain View ha lanciato un anno fa,

vendendone milioni di pezzi, anche in Italia. Il piccolo device, della dimensione di un pacchetto di chewingum, si chiama **Fire Tv Stick** e permette di accedere ad **Amazon Instant Video** ma anche ad altri servizi come Netflix o Hulu. La chiavetta è disponibile al momento solo negli Stati Uniti al prezzo di 39 dollari (spedizione gratuita), 19 per chi si abbona a Prime, e offre l'accesso anche a musica, video o altri contenuti digitali. Amazon sostiene che Fire Tv Stick è più potente e veloce di Chromecast e **Roku** e ha il doppio della memoria della chiavetta di Google.

<http://www.key4biz.it/tv-in-streaming-amazon-sfida-google-chiavetta-fire/>

Notizie Fapav

Copyright, "Agcom blocca tutto o i commissari pagheranno di persona" - Le associazioni dei consumatori inviano una diffida all'autorità per intimare la sospensione del regolamento in attesa della sentenza della Corte costituzionale: "L'autorità rischia di dover pagare il risarcimento danni". Della questione ora dovrà occuparsi servizio giuridico e Consiglio Agcom.

http://www.corrierecomunicazioni.it/tlc/30572_copyright-agcom-blocca-tutto-o-i-commissari-pagheranno-di-persona.htm

Audiovisivo, Giacomelli: "Revisione della direttiva Ue" - Il sottosegretario alle Comunicazioni alla conferenza internazionale dell'Auditorium: "Stabilire regole...che consentano concorrenza e competitività tutelando gli utenti".

http://www.corrierecomunicazioni.it/tlc/30587_audiovisivo-giacomelli-revisione-della-direttiva-ue.htm

Google sta uccidendo i siti di torrent, ma la pirateria sta ancora benissimo - Crollo di traffico per i principali luoghi di file sharing in Rete: ma è davvero un problema?

<http://www.youtech.it/Tech-Life/Social-News/Google-sta-uccidendo-i-siti-di-torrent-ma-la-pirateria-sta-ancora-benissimo-28864>

Voi emozionateli. Noi vi assicuriamo

Con la polizza "All Risk" dedicata agli Esercenti cinematografici



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

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

→ *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 - 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.**