

CineNotes

appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta • 24 febbraio 2015 • nuova serie **2314 (2627)**

I mercati esteri: Gran Bretagna e Francia

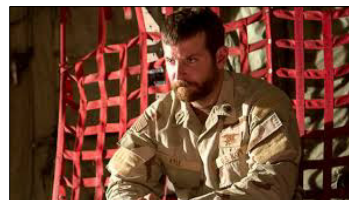


Sono sempre le **50 sfumature di grigio** al comando del **botteghino britannico** nel **weekend 20-22 febbraio**. Il film Universal, in GB vietato ai 18, perde il 66% rispetto al debutto ma porta a casa 4,5 milioni di sterline, per un totale di 25,2. Seconda posizione per **Big hero 6** (Disney), che al quarto weekend incassa 2,5 M£ per un totale di 16,1. Terzo **Shaun vita da pecora** (StudioCanal), 2,4 M£ al terzo fine settimana con un totale di 10,4 M£. Seguono: **Kingsman: secret service** (Fox), 1,2 M£ al quarto

weekend e un totale di 13,4; **The wedding ringer** (Sony), 990mila sterline al debutto in 384 cinema. Sesto posto per **Project almanac**, uscito di lunedì, con 865mila sterline. Settimo **Peppa Pig: the golden boots** (eOne), 502mila sterline al secondo weekend, seguito da **La teoria del tutto** (Universal, 438mila sterline all'ottavo weekend e in totale 19,8 M£) e due film Warner: **Jupiter – Il destino dell'universo** (434mila sterline, in totale 3,9 M£ dopo tre fine settimana) e **American sniper** (414mila alla sesta settimana, in totale 13M£).

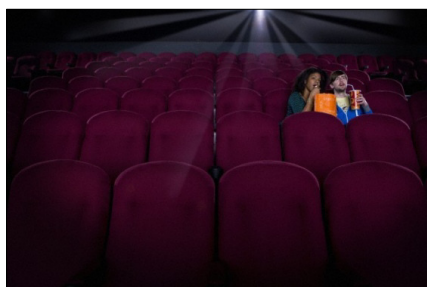
È proprio **American sniper** a debuttare in **Francia** al primo posto nel **weekend 18-22 febbraio**, con 858mila presenze in 411 sale e scalzando dal primo posto **50 sfumature di grigio**, 700mila presenze in 785 sale (anche qui -66%) per un totale di 2,7 milioni.

Seguono tre debutti: al terzo posto la commedia **Bis** (EuropaCorp), 483mila presenze in 519 sale; al quarto **Spongebob – Fuori dall'acqua** (Paramount), 456mila presenze; al quinto **Kingsman: secret service** (Fox) con 440mila spettatori. Al sesto posto (era secondo) **Papa ou maman**, 372mila presenze e un totale di 1,8 dopo tre settimane. Scende dal quarto al settimo posto **Big hero 6** (Disney), che totalizza al secondo weekend 330mila presenze e un totale di 939mila. Ottava posizione per **Notte al museo 3** (Fox) con 238mila presenze, seguito da **La famiglia Béliet** che al 10° weekend attira 209mila presenze raggiungendo il totale ragguardevole di 6,5 milioni. Chiude la Top Ten **L'ape maia** con 158mila spettatori. Escono dai primi dieci **Taken 3** (2,4 milioni di spettatori dopo 5 settimane), **The imitation game** (818mila dopo 4 settimane), **Jupiter – Il destino dell'universo** (701mila presenze in 3 settimane), **Un village presque parfait** (313mila dopo 2 settimane). Da segnalare che **Timbuktu** (Le Pacte), che ha appena vinto sette César, ha già realizzato 802mila spettatori in 11 settimane e conserva la 17^a posizione.



(Fonte: ScreenDaily – JP Box Office)

Arriva la app per avere la programmazione dei cinema in Veneto



Arriva la app per consultare la programmazione di **108 cinema in tutto il Veneto**. Il servizio, gratuito, è partito oggi e c'è già il progetto di estendere le informazioni sugli appuntamenti di danza, teatro e musica. A siglare il progetto **Regione Veneto, Agis Triveneto e Fice Tre Venezie (progetto tecnico di "Mp Quadro")** che negli anni hanno attivato una serie di iniziative dedicate al grande schermo come la visione dei film per "*La settimana della critica*", "*I martedì al cinema a 3 euro*", "*Il grande cinema muto*", la circuitazione di sezioni ufficiali della Mostra del Cinema di Venezia. Ma anche il finanziamento della Regione per due milioni di euro destinati alle sale per attrezzarsi del supporto digitale.

Ora tocca ad "App magazine" che, ha spiegato oggi il presidente Fice, **Filippo Nalon** in una conferenza stampa a Padova, «è uno strumento per avvicinare ancora di più le sale cinematografiche d'essai al pubblico, per rinforzare un legame che nel corso degli anni si è creato tra il cinema di qualità, le sale e il pubblico veneto». «È stato un lavoro - ha detto **Marco Sartore** di Agis - che è durato dieci mesi e ha

trovato sintonia tra le associazioni che aderiscono allo spettacolo». Una redazione "farcirà" il magazine: non ci saranno solo **le sale con la geolocalizzazione** delle stesse (dovunque ci si trovi sarà indicato sul tablet il cinema più vicino), gli orari, ma anche le critiche, le news sui festival (con interviste, recensioni e dirette), i video, le foto; una finestra aperta totalmente sulla settima arte. Una vera agenda digitale sugli eventi del Veneto sulla quale la Regione ha fortemente creduto e sponsorizzato.

<http://mattinopadova.gelocal.it/padova/cronaca/2015/02/23/news/arriva-la-app-per-avere-la-programmazione-dei-cinema-in-veneto-1.10922067>

Gli Oscar della pirateria: chi vince e chi perde tra streaming e download



Come sottolinea l'agenzia di rilevazione dati su tv e cinema **Irdeto**, il traffico su **BitTorrent** è aumentato dopo le nomination: nelle prime due settimane di febbraio i **download illegali dei film candidati** sono cresciuti in media del 385%, e in un caso (**Selma**) addirittura del 1033%. L'aumento così rapido è dovuto al fatto che il film è appena arrivato nei cinema, mentre quasi tutti gli altri erano già da qualche mese sui canali illegali. Non bisogna aspettare tanto: ci vogliono in media 25 giorni dal debutto in sala perché un film sia disponibile online, nel 2012 erano 52. L'intervallo è più breve anche perché in Usa si è ridotto il periodo tra uscita nelle sale e pubblicazione su dvd.

I dati di Irdeto sono parziali e indicativi, ma consentono diverse considerazioni interessanti. Intanto, la provenienza dei file pirata: per circa l'11% ripresi nelle sale con telecamere o telefonini, per un terzo estratti da dischi dvd o Blu-ray, quindi con qualità video eccellente. Per un altro terzo si tratterebbe di quelli che in gergo si chiamano "screener". Anche qui la qualità è di solito eccellente, e sul web non è difficile trovare i sottotitoli in ogni lingua. L'Italia ci fa la sua figura, finendo tra i primi Paesi per numero di download illegali accanto a Russia e Usa. Abbiamo perfino la classifica: da noi l'Oscar per la pirateria va ad **American Sniper**, seguito da **Gone Girl**; solo quinto **Birdman**.

In Italia di Netflix si parla da tempo ma ancora non si sa quando arriverà. In Norvegia, secondo una ricerca Ipsos MMI, Netflix ha ridotto la pirateria a quasi la metà: 65 milioni di film scaricati illegalmente nel 2012, contro 125 milioni nel 2008. Questo non significa che la soluzione di tutti i problemi sia lo streaming e il modello di business associato, ma forse un pensiero sarebbe il caso di farcelo. Perché oggi per i film è un po' come all'inizio per la musica online: si paga di più, si ottiene di meno, con limitazioni che paradossalmente puniscono chi sceglie la via della legalità anziché premiarlo. Oggi le canzoni acquistate dai vari negozi online si possono copiare e trasferire su tutti gli apparecchi, senza i lucchetti digitali che all'inizio le case discografiche avevano imposto, ma per i film ancora non è così. La scelta è limitata, i prezzi alti, la qualità non sempre all'altezza dell'offerta illegale (e di solito i film in HD costano di più).

<http://www.lastampa.it/2015/02/22/tecnologia/gli-oscar-della-pirateria-chi-vince-e-chi-perde-tra-streaming-e-download-7TJZTuoVRRcQx8tVVRg0H/pagina.html>

Riflessioni sul cinema – L'editoriale di Roberto Ellero



(*dal magazine Circuito Cinema del Comune di Venezia*) - "E se per una volta il governo varasse una legge che proibisse agli italiani di produrre e dirigere **commedie** diciamo per i prossimi due anni?" Semiseria e provocatoria, la proposta viene dall'autorevole **Paolo Mereghetti**, nell'evidenziare lo stato di opulenza quantitativa e di oggettiva indigenza qualitativa del genere nazionale nell'ultima stagione, con esiti di botteghino oltretutto deludenti. Per converso e restando sempre al box office, è un caso che l'unico film italiano a ben figurare, anche in termini di incassi, sia stato nei mesi scorsi *Il giovane favoloso*, che commedia certamente non è? La proposta potrebbe riguardare anche i sequel della produzione hollywoodiana, non meno stracchi delle nostre commedie, surclassati al botteghino da titoli come *American Sniper*, *L'amore bugiardo* o dai britannici *The Imitation Game* e *Turner*, che vantano ben altra ispirazione. Eppure, la moneta cattiva rischia di continuare a scacciare quella buona, costretti tutti noi esercenti (chi più, chi meno) a programmare "brutti film" soltanto perché imposti dalla forza del mercato. Che poi forza non è, piuttosto sterile effetto di posizioni dominanti.

L'abbiamo detto e volentieri ci ripetiamo: **l'avvento del digitale** – che non è tutto rose e fiori, basti pensare agli improvvisi guasti dei server, all'ordine del giorno un po' ovunque – ha avuto il merito di sprigionare nuove energie, tanto sul piano produttivo quanto su quello distributivo: il recupero dei classici, l'arrivo massiccio sugli schermi dei cosiddetti contenuti alternativi (teatro, opera, balletto, documentari), la possibilità materiale e concreta di introdurre la multiprogrammazione, ben capace di allungare la vita dei film (specie nelle piazze di piccole e medie dimensioni) e di arricchire le possibilità di accesso del pubblico. Non troppo ben vista dai distributori, quest'ultima chance è forse il futuro del cinema nelle sale, per cui converrà

passare presto dalle fasi sperimentali e dalle situazioni di fatto alle pratiche “adulte”, consentendo agli esercenti quella **libertà di programmazione** che più corrisponde anche alle esigenze del pubblico.

Sappia, la distribuzione, che una volta esaurito il canale secondario di sfruttamento home video e crollati i cosiddetti “diritti d’antenna” per i passaggi televisivi, **la sala torna ad essere centrale** per tutti, non soltanto per l’esercizio, che di spettatori in sala ovviamente campa. Nuove inesplorate praterie si estendono naturalmente nella rete, dove finora ha peraltro spadroneggiato il pirataggio, e sul versante della *pay tv*, possibilmente *on demand*, ma la reputazione e la redditività primaria di un film sono più che mai nelle mani delle sale. Per le quali l’allungarsi della stagione, una migliore e più razionale ripartizione del prodotto, non più concentrato in pochi periodi dell’anno, la varietà dell’offerta (estesa anche a quel circuito off e indipendente che spesso riserva piacevoli sorprese) rimangono scelte fondamentali non più rinviabili.

I Mondiali 2022 di calcio in inverno?



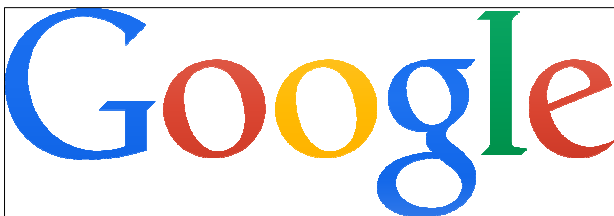
Una commissione incaricata dalla FIFA ha consigliato di tenere i **Mondiali di calcio del 2022 in Qatar** dalla fine di novembre alla fine di dicembre, invece che come al solito in estate: qualora la proposta venisse confermata, si giocherebbero **dal 26 novembre al 23 dicembre**. Il torneo sarà comunque disputato da 32 squadre per un totale di 64 partite ma sarà accorciato di qualche giorno, secondo questo programma. Salman Bin Ibrahim Al-Khalifa, capo della federazione calcistica dell’Asia, ha detto che una

decisione sarà presa il 19 e 20 marzo dal comitato esecutivo della FIFA a Zurigo, ma che salvo sorprese dovrebbe esserci una ratifica della raccomandazione della commissione.

La raccomandazione ha il sostegno di tutte le federazioni calcistiche continentali, degli organizzatori e degli sponsor: le alte temperature estive del Qatar – che possono raggiungere i 50 gradi – renderebbero proibitivo lo svolgimento normale del torneo e molto complicata la vita di tifosi e giocatori: il problema non riguarda tanto la condizione dei campi da gioco, dato che in Qatar stanno progettando sistemi di raffreddamento, bensì tutte le attività che girano intorno al Mondiale. La gran parte delle **squadre di club** avevano invece proposto di tenere il torneo **tra aprile e maggio** in modo da evitare l’estate ma minimizzare l’impatto del Mondiale sulla normale stagione sportiva. Le altre opzioni possibili però sono state scartate: il 2022 sarà anche l’anno delle Olimpiadi invernali, che si terranno a febbraio; aprile sarà il mese del Ramadan, il periodo da maggio a settembre va escluso per via del caldo.

<http://www.ilpost.it/2015/02/24/commissione-fifa-mondiali-qatar-novembre-dicembre/>

L’Europa si spacca sul dossier Google & Co.



Non è una sorpresa. Il **dossier Ott** scotta e continua a dividere, anche al tavolo del Consiglio Ue. In settimana è emersa una netta spaccatura tra paesi fautori di un robusto intervento regolamentare sulle piattaforme come **Google, Facebook o Apple**, fazione capeggiata da Francia e Germania, e quegli Stati che viceversa nutrono scetticismo nei confronti di quest’opzione – partito

quest’ultimo che annovera, tra gli altri, Regno Unito e Paesi Bassi. Le frizioni si sono consumate sulla bozza di conclusioni del prossimo Consiglio dei Ministri **“Competitività”** (cioè dei ministri competenti per il mercato interno, l’industria e la ricerca) in calendario per il 2 marzo. Il vertice sarà teatro di un primo scambio di idee sul piano sul **Mercato Unico Digitale** che la Commissione Ue presenterà il 6 maggio e che dovrebbe includere anche provvedimenti rivolti a piattaforme e servizi digitali. Le conclusioni del summit interministeriale, secondo un draft circolato nei giorni scorsi, raccomandano l’adozione di misure che “garantiscono un elevato livello di protezione per i consumatori assicurando una concorrenza fra tutti gli attori del mercato, promuovano un ecosistema favorevole agli investimenti e aiutino la competitività delle aziende europee”. Tra gli altri si sollecita la Commissione Ue ad analizzare “il ruolo e lo stadio di sviluppo delle piattaforme” e a “considerare la necessità di politiche” ad hoc. Un invito che, stando a una nota della Presidenza Lettone dell’Ue, un fronte compatto di paesi (UK, Paesi Bassi, Svezia, Lettonia, Lussemburgo, Danimarca) desidera togliere dal documento a riprova che l’idea di regolamentare gli Ott non è unanime tra i 28 del blocco europeo.

Sulla barricata opposta, Germania, Francia e Belgio premono per rimpiazzare la parola “politiche” con “framework”. A prima vista si tratta di un’inezia, ma con un occhio al lessico istituzionale di Bruxelles ha

il suo bel peso specifico perché segna un netto cambiamento di registro: da un generico invito ad adottare iniziative politiche a quello a proporre un quadro regolamentare più stringente. Le discussioni proseguiranno comunque mercoledì nel corso di una riunione tra i rappresentanti permanenti.

http://www.corrierecomunicazioni.it/tlc/32704_l-europa-si-spacca-sul-dossier-google-co.htm

BREVI

Ddl Concorrenza: novità su pensioni, energia, Rc auto e società

Portabilità fondi pensione, sconti RC auto per chi installa la scatola nera, liberalizzazione prezzi energia, niente notaio per aprire srl fino a 20mila euro: il ddl Concorrenza.

http://www.pmi.it/impresa/normativa/approfondimenti/93597/ddl-concorrenza-novita-pensioni-energia-rc-auto-societa.html?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=Newsletter:+PMI.it&utm_content=24-02-2015+ddl-concorrenza-novita-pensioni-energia-rc-auto-e-societ

Energia: il Governo ascolta l'Authority e rimanda le liberalizzazioni al 2018

Ma per i consumatori l'eliminazione del Mercato Tutelato è comunque una vergogna.

<http://www.key4biz.it/energia-governo-ascolta-lauthority-rimanda-liberalizzazioni-2018/>

A Cagliari le Giornate Europee del Cinema e dell'Audiovisivo

Quest'anno la XII edizione delle Giornate Europee del Cinema e dell'Audiovisivo, verrà ospitata dalla Fondazione Sardegna Film Commission. Realizzate in collaborazione con il MIBACT e con l'Associazione F.E.R.T., le tre giornate sono dedicate al confronto europeo sul tema della sostenibilità delle industrie culturali. <http://www.cinemaitaliano.info/news/28433/a-cagliari-le-giornate-europee-del-cinema.html>

2014: anno di transizione per gli investimenti pubblicitari

Il mercato degli investimenti pubblicitari nel 2014 chiude a -2,5%, in perdita di 158 milioni rispetto al 2013 che si era chiuso a -12,3% rispetto all'anno precedente. Si tratta del decremento più contenuto registrato negli ultimi quattro anni. Considerando la totalità degli investimenti digital, ossia aggiungendo le stime sulle categorie video, social e search advertising attualmente non misurate mensilmente, il mercato chiude vicino al pareggio (-0,4%).

<http://www.nielsen.com/it/it/insights/news/2015/2014-Anno-di-transizione-per-gli-investimenti-pubblicitari.html>

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 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.**