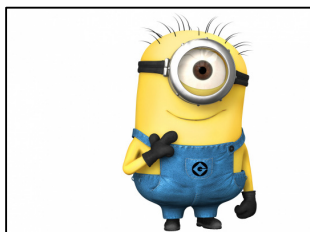


CineNotes

appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta • 7 settembre 2015 • nuova serie **2383 (2696)**

BOX OFFICE ITALIA – “Minions” ancora primo



Nel weekend **3-6 settembre** del campione Cinetel, **Minions** (Universal) resta il film più visto nelle sale italiane con un incasso di 4,8 milioni di euro in 830 schermi (media: 5.836 euro). Il totale, alla seconda settimana, è di 15,4 M€. Secondo **Città di carta** (Fox), al suo debutto, con 1,2 milioni di euro in 349 schermi (media di 3.543 euro). Terzo **Mission: Impossible - Rogue Nation** (Universal) con 665mila euro in 358 schermi (media: 1.858 euro), per un totale pari a 4,7 M€. Seguono quattro debutti: **Southpaw** (01 Distribution) di Antoine Fuqua, con protagonista Jake Gyllenhaal nei panni di un pugile imbattuto, con 538mila euro, l'horror statunitense **Sinister 2** (Koch Media) con 392mila euro;

il film d'azione **Operazione U.N.C.L.E.** (Warner Bros) di Guy Ritchie, con 386mila euro; e la commedia **Un'occasione da Dio** (Eagle Pictures) con 244mila euro. Ottavo **Ant-Man** (Disney) con 186mila euro (totale: 4,5 M€), davanti a **Taxi Teheran** (Cinema) con 172mila euro (totale: 356mila euro). A chiudere la Top Ten **Come ti rovino le vacanze** (Warner) con 126mila euro. Altri debutti: **Storie sospese** (Pablo Distribuzioni) 18° con 11.467 euro, e **Bolgia totale** (Aspa Cinema) 27° con 5.393 euro.

Escono dalla Top: **Qualcosa di buono** (Koch Media, totale 265mila euro), **Professore per amore** (Adler Entertainment, totale 239mila euro), **L'A.S.S.O nella manica** (Eagle Pictures, totale 730mila euro), **The gallows – L'esecuzione** (Warner Bros, totale 743mila euro).

L'incasso totale del fine settimana è di 9,1 milioni di euro, **-4%** rispetto al precedente weekend, **+31,41%** rispetto all'analogo weekend 2014, che vedeva in testa *Colpa delle stelle*.

Il punto

Agosto nel mese di agosto si sono **incassati 31,2 milioni di euro, +17,60%** rispetto al 2014; si sono venduti **4,8 milioni di biglietti, +16,01** rispetto al 2014.

Il mese Gli incassi totali dal 1° al 6 settembre sono di **12,5 milioni di euro, +34,91%** rispetto al 2014; si sono venduti **1,9 milioni di biglietti, +32,25%** rispetto al 2014.

L'anno Dal 1° gennaio al 6 settembre 2015 l'incasso complessivo ammonta a 392,01 milioni di euro, **+9,68%** rispetto al 2014. I biglietti venduti sono 60,91 milioni, **+5,79%** rispetto al 2014.

Lo scorso fine settimana il saldo, rispetto all'anno precedente, era rispettivamente **+8,56%** e **+4,65%**.

(Elaborazioni su dati Cinetel con la collaborazione di R. Chicchiero).

BOX OFFICE USA – “War room” il più visto nei cinema statunitensi



Il weekend Usa **4-6 settembre** vede primo **War room** (Trist) con 9,3 milioni di dollari (totale: 24,6 M\$). Secondo **Straight outta Compton** (Universal) con 8,8 milioni di dollari (totale: 147,7 M\$). Terzo **A Walk in the Woods** (BG), al suo esordio, con 8,4 milioni di dollari, seguito da **Mission: Impossible – Rogue Nation** (Paramount) con 7,1 milioni di dollari (totale: 180,38 M\$), e **The Transporter Refueled** (EC), un'altra new entry, con 7,1 milioni di dollari. Sesto **No escape** (Weinstein Company) con 5,4 M\$ (totale: 18,4 M\$), davanti a **The man from U.N.C.L.E.** (Warner) con 3,4 M\$ (totale: 39,3 M\$), e a **Un Gallo con Muchos Huevos** (PNT), al suo esordio, con 3,4 M\$. Nono **Sinister 2** (Focus) con 3,3 M\$ (totale: 23,7 M\$). A chiudere la Top Ten **Inside out** (Disney) con 3,1 M\$ (totale: 348,2 M\$)

Escono dalla Top Ten: **Ant-Man** (Disney, 183,1 M\$ dopo otto settimane), **The gift** (STX, 39,6M\$ dopo cinque settimane), **Jurassic World** (Universal, 646,6 M\$ dopo 13 settimane).

I **primi dieci** incassano 59,4 M\$ **-6,06%** rispetto allo scorso weekend, **-28%** rispetto all'analogo fine settimana del 2014. (Boxofficemojo, Guruboxoffice)

Hollywood: box office estate a +7,3%



L'estate a Hollywood si è chiusa con segnali confortanti per il mercato statunitense. Complessivamente, da maggio a agosto sono stati incassati 4,4 miliardi di dollari contro i 4,1 miliardi del 2014 (+7,3%); si tratta dell'incasso estivo più alto dopo il record del 2013 con 4,9 miliardi di dollari (*The Hollywood Reporter*). Si sono superati i 530 milioni di dollari rispetto ai 495 milioni dell'anno scorso (+7,1%). La major trainante è stata Universal con i grandi successi di **Jurassic World** (643 milioni di dollari nel periodo considerato), uscito il 12 giugno, e dei **Minions** (324 milioni di dollari), film uscito il 10

luglio.

Bene anche Disney grazie ad **Avengers: Age of Ultron** (457 milioni di dollari), distribuito l'1 maggio e **Inside Out** (344 milioni di dollari), nei cinema dal 19 giugno. Paramount ha festeggiato con **Mission Impossible: Rogue Nation** (170 milioni di dollari), uscito il 31 luglio, mentre Warner ha avuto in **San Andreas** (154 milioni di dollari), uscito il 29 maggio, e in **Mad Max: Fury Road** (153 milioni), nei cinema dal 15 maggio, i suoi film di punta.

Oltre i 100 milioni sono andati anche **Pitch Perfect 2** (Universal, 183 milioni, 15 maggio), **Ant-Man** (Disney, 169 milioni, 17 luglio), **Straight Outta Compton** (Universal, 134 milioni, 14 agosto), **Spy** (Fox, 110 milioni, 5 giugno) e **Trainwreck** (Universal, 105 milioni, 17 luglio). Al di sotto delle attese film quali **Terminator Genisys** (Paramount, 89 milioni, 1 luglio), **Tomorrowland** (Disney, 93 milioni, 22 maggio), **Ted 2** (Universal, 81 milioni, 26 giugno), **Pixels** (Sony, 71 milioni, 24 luglio) e **Fantastic Four** (Fox, 52 milioni, 7 agosto).

<http://www.e-duesse.it/News/Cinema/Hollywood-7-3-il-box-office-in-estate-192822>

VENEZIA 1 - Schermi di qualità, oltre 100 milioni di biglietti in dieci anni



Sono 103 milioni i biglietti venduti nelle sale cinematografiche che hanno partecipato in questi anni al progetto **Schermi di Qualità**, giunto alla decima edizione. Tra i risultati ottenuti, molto significativa la quota di mercato registrata dai film d'essai italiani che ha sfiorato nel decennio il 40%, e che sale al 60% considerando anche i film europei di qualità. Sono questi alcuni dei dati diffusi ieri a Venezia, in occasione della Mostra del Cinema, nel corso dell'incontro che ha visto la presentazione del bilancio dei dieci anni di attività del progetto speciale **Schermi di Qualità**. Sostenuto dal MiBACT – Direzione Generale Cinema, realizzato dall'AGIS, d'intesa con le associazioni dell'esercizio (ANEC, ANEM, FICE, ACEC) che lo hanno fortemente voluto – il progetto ha l'obiettivo di

ampliare l'offerta al pubblico di cinema di qualità di nazionalità italiana ed europea, mediante incentivi alla programmazione destinati alle sale.

La decima edizione del progetto è ancora in corso e si concluderà a fine anno, ma i dati del primo semestre sono già estremamente positivi: nelle sale cinematografiche che partecipano al Progetto, infatti, i film di qualità hanno incassato 30 milioni di euro (già oltre l'80% dell'intero anno precedente) e raccolto oltre 9 milioni di spettatori; oltre il 50% degli spettatori ha visto film italiani ed europei di qualità, mentre la quota di mercato relativa ai soli film italiani d'essai sfiora il 30%. I dati presentati sono contenuti nella ricerca curata da Bruno Zambardino, docente della Sapienza Università di Roma, in collaborazione con Giulia Berni. La ricerca ha messo in evidenza anche le dinamiche virtuose generate dal Progetto e possibili input strategici per future misure per il settore. In particolare, grazie a **Schermi di Qualità**, si sono raggiunti diversi obiettivi.

E' aumentato il grado di visibilità dei film di qualità, garantendo al tempo stesso buoni indici di redditività. Si è inoltre favorita una maggiore varietà e diversificazione nell'offerta cinematografica. **Schermi di Qualità** rappresenta inoltre un esempio virtuoso di investimento pubblico, basato su incentivi che coniugano l'obiettivo della qualità della programmazione e la resa economica: nel corso delle prime nove edizioni il Progetto ha erogato quasi 23 milioni a quasi 4000 sale cinematografiche, in media 3 milioni all'anno a circa 500 schermi. Del Comitato di Schermi di Qualità fanno parte oltre ai rappresentanti delle Associazioni e del Ministero, anche quelli dei produttori, distributori e autori italiani.

Paolo Protti, presidente del **Comitato Schermi di Qualità**, aprendo l'incontro ha affermato: "i dati ancora una volta evidenziano che il Progetto è stato un volano di benefici per l'intero sistema cinema. I meccanismi che hanno determinato il successo dell'iniziativa, e i suddetti benefici, sono quindi da preservare, continuando a tararli nel procedere dell'esperienza. E' necessario che il lavoro svolto da Schermi di Qualità venga attentamente valutato e si creino i presupposti per fortificare e non disperdere le sue peculiarità. In tal senso il Comitato e le Associazioni si mettono a disposizione per un confronto con il

Ministero, auspicando che il Progetto possa proseguire, anche con modalità nuove e condivise”.

“La flessibilità è stata la chiave del successo del Progetto speciale- ha detto **Nicola Borrelli**, direttore generale Cinema del MiBACT - Tra le forme di incentivo alla programmazione Schermi di Qualità è quella che giudichiamo più efficace”.

Luigi Cuciniello, presidente ANEC, ha sottolineato il metodo di lavoro che caratterizza il Progetto: “i risultati positivi di Schermi di Qualità – ha detto - sono il frutto di un confronto costante tra tutti i settori del sistema cinema e dell’unità di intenti dell’esercizio. Un metodo che dovrebbe essere utilizzato per affrontare ogni problema e obiettivo del settore”. Nel corso dell’incontro è stata consegnata una targa a **Mariella Troccoli**, dirigente della Direzione Generale Cinema del MiBACT, per l’attenzione con cui in questi anni ha seguito il Progetto. (NOTIZIE DI SPETTACOLO)

VENEZIA 2 – il 52% dei giovani va al cinema almeno 2 volte al mese, scelta dei film sul web



Il 51,8% dei giovani italiani frequenta le sale cinematografiche almeno due volte al mese, scegliendo prevalentemente i film da vedere sul web.

Ma non solo: per i giovani il cinema non è destinato a sparire, anzi per la maggior parte di essi sarà un fenomeno sempre più diffuso, basato in massima parte su produzioni spettacolari e su un sistema di grandi sale ipertecnologiche. Inoltre, contro ogni aspettativa, le nuove generazioni non pensano che internet o la tv generalista soppianteranno i cinema, anzi al contrario sono convinti che col tempo il consumo di film nelle sale non farà che aumentare. Queste alcune delle conclusioni contenute nel Rapporto Giovani,

indagine nazionale promossa dall'**Istituto Giuseppe Toniolo** in collaborazione con l'**Università Cattolica** e il sostegno di **Fondazione Cariplo** e **Intesa Sanpaolo**. Secondo lo studio - realizzato su un campione di 1660 giovani e presentato oggi, fra gli altri, da Rita Bichi, docente di sociologia all'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano - la sala cinematografica è frequentata più dagli under 25 che dagli over 25 (24,5%), essendo i primi in larga parte studenti-lavoratore (42,3% rispetto al 12,2% di studenti e Neet).

I GIOVANI E LA FRUIZIONE - A livello generale pare incoraggiante il dato secondo il quale il 26,2% degli intervistati per vedere i film si reca nelle sale, il tutto nonostante un 66,6% che le frequenta solo saltuariamente e un 7,2% che non vi si reca mai. La 'gratuità' del mezzo sembra rilevante nella scelta: poco usati infatti sono Internet, on demand a pagamento (solo il 9,3% lo usa spesso), così come Pay Tv/pay per view sul digitale terrestre (8,7%, spesso). Le femmine superano di molto i maschi per quanto riguarda il ricorso alla tv generalista come accesso al consumo di cinema (49,4%, contro i 37,2%). I maschi sono invece i maggiori fruitori di film al cinema (spesso il 29% dei maschi, contro il 23,2% delle femmine). Al Sud, inoltre, si registra un maggior utilizzo delle sale cinema (31,7%) rispetto al Nord 22,3%.

MENO TV GENERALISTA E PIU' SALE: SUD BATTE NORD In futuro, i giovani prevedono di ridurre il loro consumo di tv generalista e di incrementare il consumo di film nelle sale cinema (da 26,2% a 29,9%), soprattutto al Sud e per i più giovani. In famiglia, ha un pacchetto abbonamento Tv specificamente dedicato al cinema il 29,6% del campione e tra i pacchetti specifici posseduti vengono indicati in prevalenza Sky cinema e Mediaset Premium Cinema.

AL CINEMA QUANDO? Durante la settimana, il 52,6% dei Millennials intervistati guarda più di un film (ma comunque non tutti i giorni) mentre il 16% guarda in media un film al giorno. Di contro, il 7,7% non ne guarda nessuno o comunque meno di un film la settimana. In media guardano un film al giorno soprattutto al Sud (il 21,4%), contro l'11,5% al Nord e il 14% al Centro. Se si guarda a un periodo più lungo, in un mese il 32,1% dei giovani si reca più di una volta in una sala cinematografica per vedere un film. Tra chi va più di una volta il mese, il 51,8% ci va due volte, il 19,8% 3 volte e il 13,7% addirittura 4 volte. (ANSA)

VENEZIA 3: Convegno Microcinema su scuola e cinema



Si è discusso ieri alla 72ma Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia sulla necessità di educare gli studenti all'arte cinematografica durante il **IX Convegno di Studi Cinematografici**, organizzato da **Microcinema** nell'ambito del Venice Film Market, intitolato “L’ora di cinema – Un appuntamento da non perdere”. Per **Luigi Cuciniello**, presidente **Anec**, “è stato compiuto un passo

importante con l'inserimento della parola "cinema" all'interno del decreto della buona scuola come materia nell'ordinamento scolastico. Ora dobbiamo lavorare per concretizzare questa svolta".

Gli fa eco **Luigi Lonigro**, direttore di **01 Distribution** e vicepresidente distributori **Anica**: "Da tempo ormai lavoriamo sul tema del cinema nelle scuole ma forse non in modo coordinato. Penso serva una sistema con una centralità decisionale e un forte coordinamento nazionale. Per questo propongo di creare un organismo nuovo che, a stretto contatto con le associazioni Anica, Anec e Anem, possa creare una serie di strumenti periferici e mettere in piedi quella famosa rete della scuola al cinema che non siamo ancora riusciti a mettere insieme. E ricordo, inoltre, l'importanza di portare gli studenti al cinema e non viceversa, perché i film sono pensati per il grande schermo".

Sulla stessa linea anche l'esercente **Gérome Buordezeau**: "Assodato che il cinema è lo strumento pedagogico più efficace che ci sia, sono d'accordo con Lonigro sull'importanza di creare un coordinamento a monte, evitando una serie di discussioni inutili e freni. Andrebbe inoltre creata in fretta una cineteca con film in formato dcp dedicata alla circuitazione nelle scuole. Servirebbe, inoltre, una formazione degli insegnanti e andrebbe stilato un programma di formazione sul linguaggio cinematografico".

Durante il convegno è intervenuto anche **Nicola Borrelli**, direttore generale del **Mibact**: "Con la novità del decreto buona scuola abbiamo fatto un grande passo e ora serve un regolamento attuativo. L'obiettivo di questa iniziativa non nasce come una politica di marketing a favore del cinema, ma intende sottolineare soprattutto l'importanza e il ruolo dell'audiovisivo. Bisogna lavorare per far comprendere che questo non è un settore frivolo ma che crea identità e lavoro. Ed è necessario che oltre al Mibact e al ministero dello sviluppo economico, lo capisca anche tutto il governo".

Fondamentale per **Andrea Occhipinti**, presidente **Lucky Red** e presidente distributori **Anica**, "la formazione tra i giovani e insegnare ai ragazzi il valore dell'esperienza cinematografica senza interruzioni, come spesso accade durante la fruizione televisiva e su piattaforme vod".

Un tema essenziale anche per **Francesca Cima**, presidente di **Indigo Film** e presidente produttori **Anica**: "Dobbiamo partire dal rapporto con i ragazzi che, mai come oggi, consumano audiovisivo senza gli strumenti per interpretarlo. C'è quindi una forte emergenza didattica per rendere i ragazzi dei fruitori consapevoli. Penso che industria e istituzioni debbano unirsi per affrontare insieme temi come quello educativo, il cinema inteso come patrimonio culturale, lo studio del linguaggio cinematografico e la possibilità di trovare uno sbocco professionale".

Luciana Della Fornace di **Agiscuola** ha parlato della sua esperienza diretta con ragazzi nella giura del David di Donatello per i giovani, sostenendo che gli studenti coinvolti nel progetto avessero profondamente apprezzato e compreso i film del concorso visualizzati.

<http://www.e-duesse.it/index.php/News/Cinema/Venezia-72-educare-gli-studenti-al-cinema-192929>

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.**