

CineNotes

appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta • 12 ottobre 2015 • nuova serie **2394 (2707)**

BOX OFFICE ITALIA – Weekend all'insegna dell'animazione

Weekend 8-11 ottobre nel **campione Cinetel** con 4 titoli sopra il milione di euro e una sostanziale stabilità rispetto al weekend precedente, alla vigilia del lancio di **CinemaDays**. Debutta al primo posto il cartone animato **Hotel Transilvania 2** (Warner Bros), che incassa 3,1 milioni di euro in 515 schermi (media: 6.173 euro), seguito da **Inside out** (Disney) che alla quarta settimana incassa 2,1 M€ in 545 schermi, per un totale di 21,7 M€. Terza posizione al secondo weekend (come i precedenti distribuito anche in 3D) per **Sopravvissuto – The martian** (20th Century Fox), 1,6



M€ e un totale di 4,6 M€. Debutta in quarta posizione **Black mass – L'ultimo gangster** (WB), 1 M€ in 329 schermi (media: 3.254 euro). Perde una posizione **Padri e figlie** (01), quinto con 875mila euro e un totale di 2,2 M€ al secondo weekend. Sesto **Poli opposti** (01), che debutta in 246 schermi con un incasso di 703mila euro (media: 2.861 euro), seguito da **Everest** (Universal), in discesa dalla terza alla settima posizione con 568mila euro e un totale al terzo fine settimana di 4,1 M€. Ottavo (era quinto) **Io e lei** (Lucky Red), 389mila euro alla seconda settimana con un totale di 1,3 M€, seguito da **Minions** (Universal), 203mila euro e un totale di 23,1 M€ dopo sette weekend. Chiude la Top Ten, al debutto, il britannico **The program** (Videa), che incassa 175mila euro in 140 schermi (media: 1.256 euro).

Altri debutti: **Reversal – La fuga è solo l'inizio** (Notorious) è 12° con 94mila euro in 82 schermi (media: 1.147 euro), **Life** (Bim) è 16° con 63mila euro in 82 schermi (media: 770 euro), **Much loved** (Cinema) è 17° con 56mila euro in 28 schermi (media: 2.006 euro), **La vita è facile a occhi chiusi** (Exit Media) è 18° con 47mila euro in 24 schermi (media: 1.987 euro), **Janis** (I Wonder) è 19° con 39mila euro in 22 schermi (media: 1.793 euro).

Da segnalare due titoli italiani nelle sale con poche copie ma buoni risultati: la commedia di e con Sergio Assisi **A Napoli non piove mai** (Mediterranea) è 11^ con 108mila euro, una media di 4.156 euro in 26 copie e 243mila euro incassati in due settimane; **Non essere cattivo** (Good Films), film che rappresenta l'Italia agli Oscar, è stabile in 14^ posizione con 73mila euro in 36 copie al quinto weekend e un totale di 498mila euro. Escono dalla Top Ten: **Straight outta Compton** (Universal, 564mila euro dopo due settimane), **Tutte le vogliono** (01, un totale di 1,8 M€ al quarto fine settimana), **Sicario** (01, 914mila euro dopo tre weekend), **Magic Mike XXL** (Warner, 1 M€ dopo tre settimane).

L'incasso totale del fine settimana ammonta a 11,90 milioni di euro, **-1%** rispetto al precedente weekend, **+39,22%** rispetto all'analogo weekend 2014, che vedeva in testa l'evento *One Direction*.

Il punto

Il mese Nel periodo **1-11 ottobre 2015** si sono incassati nel campione Cinetel **27,2 milioni di euro**, **+47,17%** rispetto al periodo 1-12 ottobre 2014 e **+9%** rispetto al periodo 1-13 ottobre 2013. Si sono venduti **4 milioni di biglietti**, **+41,90%** rispetto al 2014 e **+8,83%** rispetto al 2013.

L'anno Dal **1° gennaio all'11 ottobre 2015** l'incasso complessivo ammonta a 461 milioni di euro, **+14,21%** rispetto al 2014 e **+10,03%** rispetto al 2013. I biglietti venduti sono 71,5 milioni, **+10,08%** rispetto al 2014 e **+7,03%** rispetto al 2013. Lo scorso fine settimana il saldo, rispetto all'anno precedente, era rispettivamente **+13,43%** e **+9,22%**. (*Elaborazioni su dati Cinetel con la collaborazione di R. Chicchiero*).

Le quote di mercato

Nel periodo **1 gennaio-11 ottobre 2015**, il campione Cinetel registra una **quota di mercato del cinema Usa pari al 64,50% degli incassi** (in aumento rispetto alle precedenti settimane) con il 32,24% dei

film distribuiti (lo scorso anno era il 55% con il 34,11% dei film). Il **cinema italiano**, incluse coproduzioni, è al **17,62%** degli incassi totali con il 30,50% dei film distribuiti (lo scorso anno era al 21,86% con il 31,13% dei film). Seguono la **Gran Bretagna, 8,37%**, e la **Francia, 4,62%**.

BOX OFFICE USA – Calo al botteghino, “The martian” resta al comando



Il **weekend Usa 9-11 ottobre** non subisce modifiche in testa alla classifica: **Sopravvissuto – The martian** (Fox) incassa 37 milioni di dollari per un totale al secondo weekend di 108,7 M\$, mentre **Hotel Transilvania 2** (Sony) incassa 20,3 M\$ al terzo weekend, con un totale di 116,8 M\$. Debutta al terzo posto, deludendo le attese, **Pan** (WB, budget 150 M\$), che incassa 15,5 M\$ in 3.515 cinema (media: 4.418). Quarta posizione, stabile, per **Lo stagista inaspettato** (WB), che incassa 8,6 M\$ al terzo weekend con un totale di 49,5 M\$, seguito da **Sicario** (Lionsgate), 7,3 M\$ per un totale di 27,7 M\$ al quarto fine settimana. Sesta posizione per **Maze runner: La fuga** (Fox), 5,2 M\$ e un totale di 70,6 M\$, seguito da **The walk** (Sony) che passa a 2.509 schermi incassando 3,6 M\$ e guadagnando quattro posizioni (in totale 6,3 M\$). Ottavo **Black mass – L'ultimo gangster** (WB), 3,1 M\$ e un totale alla quarta settimana di 57,5 M\$. Nono **Everest** (Universal), 3 M\$ e un totale dopo quattro settimane di 38,2 M\$, seguito da **The visit** (Universal), 2,4 M\$ per un totale di 61 M\$.

Escono dalla Top Ten: **War room** (TriStar, 63,5 M\$ dopo 7 settimane) e **The perfect guy** (Screen Gem, 54,6 M\$ dopo 5 settimane). Da segnalare i debutti della commedia con attori latinoamericani **Ladrones** (Lionsgate), 13^ con 1,3 M\$, e di **Steve Jobs** (Universal), che in soli 4 cinema incassa 521mila dollari (media: 130mila dollari). I **primi dieci** film incassano 106,3 M\$, **-24%** rispetto allo scorso fine settimana, **-19,1%** rispetto all'analogo weekend del 2014 e **+2,8%** rispetto al 2013. (Boxofficemojo)

L'Anica sulla chiusura delle sale milanesi



Roma, 9 ottobre – La notizia di probabile chiusura del **cinema Apollo** e di riduzione di spazio del **cinema Odeon**, a **Milano**, per cambi di destinazione, è drammatica. **La sparizione di sale nei centri urbani, non accompagnata dalla creazione di nuove multisale**, fa del nostro Paese un caso unico in Europa. Le nostre città, Roma in particolare, non hanno traccia del tessuto di cityplex che anima Parigi, Londra o Berlino. E' questa **una delle principali cause del tracollo che il cinema italiano** (che ha il grosso del suo pubblico nei centri urbani) sta subendo. L'idea che possano cadere due realtà milanesi che costituivano felici eccezioni alla situazione generale è terribile.

Le responsabilità sono in primo luogo delle amministrazioni cittadine, che non capiscono il valore industriale e civile di un moderno circuito di sale, e non ne fanno un tema di **politica del territorio**. Al contrario, **l'esercizio è fiscalmente vessato e avviluppato in una rete inestricabile di vincoli burocratici che impediscono ristrutturazioni e nuove aperture**. Al riparo della retorica sui "nuovi cinema Paradiso" si ignorano i fondamenti di politica industriale indispensabili a portare il consumo di cinema nella modernità urbana. **L'Anica chiede al Ministro della cultura una concreta presa di posizione** che ponga la questione dei circuiti urbani al centro delle politiche per il cinema. E chiama tutte le componenti del mondo del cinema a un impegno prioritario, forte e maturo, su questo tema decisivo. (Comunicato ANICA)

La presidenza ANEC sul tema delle sale urbane



Roma, 12 ottobre – La **Presidenza nazionale ANEC** condivide le riflessioni espresse dall'ANEC lombarda sullo stato di sofferenza dell'esercizio tutto, in seguito alla annunciata chiusura della multisala **Apollo SpazioCinema** e del ridimensionamento della multisala **Odeon The Space** di Milano, e rinnova **l'appello alle istituzioni al fine di attivare un meccanismo di sostegno incentivante che ponga al centro dell'industria**, come avviene negli altri mercati, il **“sistema sala”**. A fronte di un'erosione dei ricavi, i costi di gestione sono ai limiti della sostenibilità, con conseguente scarsa redditività e perdurante fase di limitati investimenti in nuove strutture cinematografiche.

Prima di avviare lo sviluppo di nuove sale moderne nel tessuto urbano, come auspicato da alcune componenti dell'industria cinematografica, occorre ribadire l'urgenza di fatti concreti e comportamenti concludenti per gli schermi esistenti: **la sala cinematografica**, è un dato di fatto, ormai **da anni non si trova**

più al centro dell'agenda politica del governo centrale come di quelli regionali e locali; prosegue invece la desertificazione del cinema dei centri urbani in tutte o quasi le principali città italiane, fonte insostituibile di ricavi per la produzione italiana grazie alla prossimità con un pubblico adulto, spesso maturo.

Accanto al **sostegno alla produzione, cinematografica e televisiva, è contraddittorio trascurare la promozione e la diffusione della stessa, ovvero il contestuale sviluppo e rilancio del parco sale**: le risorse stanziare sono ai minimi termini, tanto nel sostegno agli investimenti per il rinnovo delle sale esistenti quanto nelle misure fiscali ed economiche che, incentivando la programmazione di qualità, alimentano l'intera industria audiovisiva. Ormai **da tempo non si investe in Italia nei multiplex e nei cityplex**, la cui necessità è condivisa soprattutto in aree in cui l'offerta di cinema rimane carente o inesistente, **in quanto i dati sul ritorno degli investimenti (tra tassazione e costi di gestione) sono spesso negativi**. Nessuna amministrazione comunale, gravata da problemi di bilancio che mettono a rischio anche i servizi essenziali, può sostenere interventi come quelli effettuati in altre città europee.

Ci troviamo infatti nella paradossale situazione in cui **nel nostro Paese si producono sempre più film**, ma con un budget medio sempre più ridotto e una conseguente qualità media delle opere sempre più bassa, fattori che portano alla loro difficoltà di accesso alla distribuzione e a registrare esiti commerciali insoddisfacenti: prova ne sia il fatto che nei primi 9 mesi di quest'anno **la quota di mercato del nostro cinema è precipitata sotto il 18%** contro il 22% del 2014. Accanto alla qualità delle opere e alla loro omologazione per generi - la stragrande maggioranza dei film prodotti sono commedie - occorre anche denunciare per l'ennesima volta storture non più accettabili, come **l'assenza di titoli per 3-4 mesi l'anno** e il conseguente ingolfamento di nuove uscite nei restanti periodi.

L'appello a uno **sforzo congiunto che ponga la sala al centro della politica culturale, dello sviluppo socio-economico urbano e del rilancio del consumo culturale nei centri cittadini** va di pari passo con l'**invito a superare logiche di steccato che hanno ridotto ai minimi storici gli interventi sull'esercizio**: la faticosa digitalizzazione delle sale è stata resa possibile grazie all'intervento della quasi totalità delle Regioni con il coordinamento del Mibact, al meccanismo di condivisione dei costi da parte della distribuzione, al credito d'imposta introdotto dal Governo, che auspichiamo possa essere confermato sia nella disponibilità di risorse che nell'estensione ai nuovi impianti di proiezione. Emerge inoltre con urgenza la **necessità di ripristinare (e finanziare) meccanismi di sostegno agli interventi per la ristrutturazione, il rinnovo e la trasformazione delle sale esistenti, parallelamente a provvedimenti che riducano l'impatto della tassazione e dei consumi energetici delle sale**, come avviene in molti altri Paesi, tenendo conto delle specificità degli immobili adibiti a sale di spettacolo e della connotazione culturale delle attività espletate, **insieme a una politica di facilitazione degli investimenti in nuove strutture**.

L'auspicio della Presidenza ANEC è che il clamore suscitato dal "caso milanese" possa potenziare l'impegno profuso nell'affrontare un tema che non coinvolge soltanto la categoria rappresentata ma si rivela decisivo per la vivibilità delle città italiane, per il consumo culturale e, di conseguenza, per le indubbie e positive ricadute sull'economia nazionale.

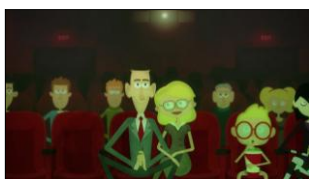
Esercizio e mercato: le riflessioni di Carlo Bernaschi (ANEM)



Sul dibattito aperto dal comunicato sulle sale cittadine interviene **Carlo Bernaschi**, Presidente **ANEM**, che rileva: "sono anni che come esercizio cinematografico discutiamo delle criticità del nostro settore e delle sale urbane in particolare. Molte di queste dipendono dal **cambiamento delle abitudini di fruizione** del cinema e non possono essere risolte se non con scelte imprenditoriali reali e con un adeguamento dell'offerta di servizio. **Altre criticità, invece, sono correlate a situazioni tipiche del mercato italiano e agli operatori stessi** che non approcciano il mercato con uno spirito imprenditoriale adeguato. Esistono poi alcuni nodi non risolti da parte dell'amministrazione pubblica che hanno impedito anche il rinnovo delle strutture urbane e la perdita di redditività (imposte e regolamentazione sulle ristrutturazioni ed aperture). Ci sentiamo di affermare che **spesso la struttura produttiva del nostro mercato non ha favorito la crescita dell'esercizio** cinematografico italiano; ancor oggi, troppi retaggi storici la stanno condizionando negativamente nei confronti del sistema distributivo.

La produzione italiana non è certamente esente da responsabilità; **l'affollamento delle uscite in determinati periodi** e la completa assenza in altri **ha determinato una stagionalizzazione non sostenibile** da imprese aperte tutto l'anno. Inoltre, sarebbe stato **auspicabile un intervento correttivo sulle (poche) risorse disponibili dirottando fondi per la produzione verso il settore dell'esercizio**; ci troveremmo oggi con sale più accoglienti e, forse, con qualche film in meno poco apprezzato dal pubblico". Per Bernaschi solo una concreta azione di tutte le componenti del sistema potrebbe invertire la tendenza, un sistema collegato ad azioni quali: **possibilità di cambi di destinazione** delle sale non più reddituali, **incentivi e finanziamenti alla costruzione e ristrutturazione per le sale**, una **produzione più in linea con le aspettative del pubblico**.

Anec, Comune e Cineteca di Bologna per le sale del centro



Chi ama il cinema brilla di una luce diversa: così si intitola il video d'animazione scelto per la campagna di rilancio delle sale del centro, figlia del protocollo d'intesa tra Comune di Bologna e ANEC. La Cineteca di Bologna ha commissionato lo spot per raccontare l'importanza delle sale del centro storico, la funzione sociale e culturale che svolgono. *Chi ama il cinema brilla di una luce diversa* è prodotto da Kilowatt e Seiperdue, con le illustrazioni di Gregorio de Lauretis e il sound design di Jan Maio, e sarà programmato in tutti i cinema di Bologna a partire da lunedì 12 ottobre, in occasione dei CinemaDays (12-15 ottobre), che consentiranno l'accesso a € 3 in tutte le sale. A questo link, il teaser dello spot: <https://youtu.be/JPKrr8uTTIk>

Celebrazioni



Il Centro Sperimentale di Cinematografia compie 80 anni. La cerimonia celebrativa si svolgerà il prossimo giovedì 22 ottobre, con l'inaugurazione dell' mostra fotografica "Ricordi di scuola – Gli ex allievi del CSC", l'intervento del presidente Stefano Rulli e del direttore generale Marcello Foti, la proiezione del documentario "Al centro del cinema", le testimonianze di ex allievi del CSC e il saluto del Presidente del Senato Pietro Grasso.

Domenica 18 ottobre alla Sala Biblioteca Renzo Renzi, Cineteca di Bologna, prima edizione del premio Gino Agostini – Cinema e democrazia. Intervengono Cristina Bragaglia, Valerio Carocci e "Cinema America Occupato", la famiglia Agostini, Gianluca Farinelli, Davide Ferrari, Andrea Gambetta, Antonio Genovese, Kinodromo, l'assessore regionale Massimo Mezzetti, l'Anpi Bologna e le video interviste a Giuliano Montaldo, Ettore Scola, Paolo e Vittorio Taviani.



Giovedì 15 ottobre al Cinema Odeon di Catania anteprima del documentario "L'ultimo metro di pellicola", opera prima del catanese Elio Sofia. Presentato al 61° Taormina Film Fest, ha vinto il Premio Cariddi, successo confermato all'8° Sciacca Film Fest, dove ha ottenuto il Premio del Pubblico. Omaggio alla pellicola e alla Sicilia delle antiche monosale e arene, è stato scritto, diretto e autoprodotta da Sofia, atto d'amore verso Catania e la storia del Cinema. Alla serata intervverrà il direttivo ANEC regionale: il Presidente Paolo Signorelli, il

Vicepresidente Accursio Caracappa, il Presidente provinciale Filippo Battaglia e il Segretario regionale Deborah Sapienza.

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.