

CineNotes

appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta • 24 febbraio 2017 • nuova serie **2569 (2882)**

INCASSI DEL GIOVEDÌ – Successo di “Trainspotting 2”



Gli incassi Cinetel di **giovedì 23 febbraio** vedono il debutto al primo posto di **T2 Trainspotting** (Warner) con 266mila euro in 299 schermi, seguito da **Cinquanta sfumature di grigio** (Universal), che perde la prima posizione ma coi 172mila euro raggiunge l'incasso complessivo di 13,2 M€. Terzo, al debutto, **The Great Wall** (Universal), 151mila euro in 326 schermi, seguito da altri due debutti: quarto **Beata ignoranza** (01) con 97mila euro in 329 schermi, quinto **Jackie** (Lucky Red), 73mila euro in 193 schermi. Sesta posizione per **Mamma o papà?** (Medusa) con 73mila euro (in totale 2,6 M€), settimo **Ballerina** (Videa) con 58mila euro (in totale 1,5 M€), ottavo **Manchester by the Sea** (Universal) con 31mila euro (in totale 628mila euro). Chiudono la classifica **La la land** (01, 30mila euro, in totale 6,8 M€) e **Resident Evil: The final chapter** (WB, 29mila euro e un totale di 862mila euro). L'incasso complessivo è di 1,1 M€, **-9%** rispetto al giovedì precedente, **-5,37%** rispetto al 25 febbraio 2016, con *Perfetti sconosciuti* sempre primo.

La spinta delle Major a favorire premium window per l'home video



Almeno cinque Major stanno affrettando i tempi per **accelerare le uscite home video**, ma con i circuiti di sale ancora è di là da venire un accordo concernente le modalità operative. **Warner** e **Universal** sono state le più aggressive nel favorire uscite *premium video on demand* a poche settimane dalla prima cinematografica; la **Fox** ha avviato i negoziati con i circuiti, **Sony** sta ragionando separatamente con gli esercenti. La **Paramount**, che ha lanciato in passato un programma pilota con AMC e pochi altri circuiti per distribuire con largo anticipo *Scouts guide to the zombie apocalypse* e *Paranormal activity: Ghost dimension* sulle piattaforme digitali, ha continuato a perseguire una strategia simile. Sebbene gli scenari differiscano per ciascuna Major, il piano che sembra prevalere riguarda l'offerta di **film a 50 dollari per il noleggio intorno ai 17 giorni dopo la prima uscita** in sala, con una **disponibilità di 48 ore**. Le trattative hanno avuto inizio 18 mesi fa: per darne conto, *Variety* ha intervistato sei dirigenti sotto garanzia di anonimato. Le Major puntano a convincere due o tre grandi circuiti di sale, ritenendo che il compito sia più facile con AMC e con la canadese Cineplex. La meno convinta a modificare il modello vigente sembra Cinemark. La posizione delle distribuzioni (così l'AD Warner, Kevin Tsujihara, *nella foto*) è che i consumatori si stanno stancando di dover aspettare per vedere i film a casa, rivolgendosi al mercato illegale. Dai registi giungono segnali di flessibilità: Martin Scorsese sta raggiungendo un accordo con Netflix per il prossimo *The Irishman*, Steven Spielberg e JJ Abrams appoggiarono il progetto Screening Room di day-and-date.

L'ascesa dei servizi streaming non sta certo rendendo anacronistica l'esperienza della sala: gli Studios sono sotto pressione a causa del **declinante settore home video**; dopo un periodo di stabilità, il settore ha cominciato di nuovo a franare la scorsa estate e alcuni gruppi come Sam's Club stanno valutando di cessare le vendite di dvd e blu ray. La speranza di alcuni era di chiudere accordi al **CinemaCon** di Las Vegas a fine marzo, ma la complessità del tema lascia perplessi, tanto che si preferisce un approccio più ponderato. Mentre alcune Major ipotizzano una **percentuale sugli introiti** per l'esercizio fino al 20%, i circuiti di sale temono che, nonostante il ricavo potenziale, si possa aprire un **vaso di Pandora**, favorendo modifiche di comportamento dei consumatori dagli esiti disastrosi. Chiedono pertanto garanzie che il progetto possa essere rinegoziato al volo se si dimostra una cannibalizzazione tra i settori. La discussione lascerebbe in ogni caso, così almeno chiedono gli esercenti, inalterata la window esistente, in media di 90 giorni. Un altro punto critico riguarda quali film ammettere al noleggio premium: film di medio budget o una logica di pacchetto? Alcuni dirigenti si dichiarano pronti a spingere per un termine fisso, altri a seconda del numero di sale in cui un film è ancora programmato. Naturalmente ogni accordo porterebbe a rinegoziare quelli in corso per la tv e lo streaming. L'ostacolo delle regole antitrust porta infine ogni Major a trattare singolarmente, laddove molti operatori si dichiarano frustrati per non poter adottare una soluzione valida per tutti. <http://variety.com/2017/film/news/vod-early-home-rentals-studios-theaters-1201994060/>

Proseguono le acquisizioni cinesi a Hollywood



La cinese **Recon Holding** ha acquistato il 51% della società di produzione indipendente **Millennium Films** da **Avi Lerner** per 100 milioni di dollari. Il gruppo cinese è già proprietario della squadra dell'Aston Villa ed è guidato da Tony Jiantong Xia. Tra le produzioni della Millennium, la serie *The expendables* con Sylvester Stallone e i due *Attacco al potere*: la società ha generato incassi per oltre 1,2 miliardi di dollari dal 2011. Tra i prossimi film, *The hitman's bodyguard* con Ryan Reynolds e Samuel L. Jackson, *Escobar* con Javier Bardem e Penelope Cruz e *Hunter killer* con Gerard Butler e Gary Oldman. L'accordo si estende alla library di Millennium Films, che vanta circa 300 titoli. Lerner sarà l'amministratore delegato della società, Trevor Short il direttore operativo.

<http://variety.com/2017/film/asia/chinas-recon-holding-millennium-films-for-100-million-1201994750/>

Box Office, l'editoriale sui 2 euro



Pubblichiamo l'editoriale del numero di Box Office 28/2-15/3, in distribuzione nei prossimi giorni

Dario Franceschini è un ottimo ministro dei Beni e delle Attività Culturali. Ha forza e influenza politica evidente anche a chi segue distrattamente la politica (e le questioni di cinema). È soprattutto merito suo se tutto l'audiovisivo oggi può contare su una **nuova legge** che raddoppia le risorse al settore in modo stabile e che dovrebbe favorire sviluppo e investimenti. È stata sua l'intenzione di dare vita a **Cinema2Day**, l'iniziativa dei mercoledì a 2 euro realizzata con il supporto delle sigle associative Anica, Anec e Anem e sulla quale il Mibact ha investito in immagine, risorse e comunicazione. Su questo tema, però, le valutazioni sono diverse e, a nostro avviso, il ministro ha sbagliato. Vero che i numeri di affluenza in sala durante la promozione sono stati alti, da giorni natalizi. Un successo per Franceschini che, alla fine della promozione a febbraio, ha chiesto a gran voce con una lettera pubblica di prorogare Cinema2Day di altri sei mesi arrivando di fatto ad agosto. Scriviamo queste considerazioni mentre si attende una risposta dal mondo del cinema che sul tema è diviso, con i produttori più propensi a proseguire e distributori ed esercenti più scettici. Siamo in attesa anche dei risultati della ricerca sul pubblico di Cinema2Day voluta dall'Anica. **Qualsiasi tipo di accordo sarà raggiunto tra le associazioni di categoria e Franceschini, auspichiamo che dopo l'eventuale proroga che sembra inevitabile (anche se per meno di sei mesi) si abbandoni, per sempre, la politica dei 2 euro. Un biglietto così basso ha finito per svalutare totalmente il prodotto.** Ha pericolosamente indotto quei milioni di spettatori che hanno affollato le sale durante Cinema2Day a pensare che quello sia il prezzo giusto per vedere i film e che i prezzi "normali" siano troppo alti. Si rischia così di aver ottenuto un **effetto boomerang** sull'affluenza in sala i cui esiti si potranno vedere sul medio-lungo termine. Tuttavia, **siamo anche convinti che non si possa rinunciare ad altre forme promozionali che vedano sempre coinvolto il Mibact come sponsor.** Bisogna andare oltre la logica di Cinema2Day, senza rinunciare alla necessità di calibrate iniziative promozionali anche a lungo termine nell'interesse degli spettatori e di tutti i soggetti della filiera. **Per prima cosa si dovrebbe insistere per iniziative mirate sull'estate**, certo non a 2 euro. Ma non solo per quest'anno; iniziative che continuino finché non si crea una vera abitudine al cinema anche nei mesi più caldi. **Oppure, sul modello francese, ideare una forma promozionale annuale per i ragazzi under 14.** Ministero, Anica, Anec ed Anem potrebbero mettersi d'accordo su un giorno della settimana in cui i ragazzi avrebbero accesso al cinema a prezzi molto scontati. Sarebbe un incentivo importante per avvicinare al grande schermo una generazione che il cinema non lo prende quasi in considerazione, come giustamente sottolinea l'amministratore delegato di Medusa Film, Giampaolo Letta, nell'intervista di copertina. È un'idea che potrebbe trovare facilmente concordi produttori, distributori ed esercenti che spesso si sono interrogati su come sia possibile coinvolgere il "pubblico di domani". Infine, una preoccupazione. I tempi della pubblicazione dei **decreti attuativi** della legge cinema si stanno pericolosamente allungando troppo. Sappiamo che il lavoro continua alacremente ma sappiamo anche che sono diverse le questioni tecniche da dirimere. L'importante è arrivare quanto prima a una conclusione del lavoro perché il 31 dicembre ha cessato di essere valida la precedente normativa sul cinema mentre quella nuova, però, senza i decreti non è ancora operativa. Con il rischio che tutta l'industria si blocchi in attesa di questi provvedimenti. <http://www.eldespresso.it/News/Cinema/Box-Office-andare-oltre-la-logica-di-Cinema2Day-214743>

Le vendite all'estero di True Colors



Grande interesse all'**European Film Market** di Berlino per il listino **True colours**, a poco più di un anno dalla sua fondazione. Molti accordi chiusi e trattative in corso per **L'ora legale** di Ficarra & Picone, **Un bacio** di Ivan Cotroneo e **Monolith** di Ivan Silvestrini. Il film di Ficarra & Picone è stato acquistato per la distribuzione in America Latina (Sun Distribution), Cina (Hy Media), Grecia (Seven Films) e Bulgaria

(Film Vision), mentre sono in corso trattative per la Germania, Spagna e Medio Oriente. Grande attenzione anche per i diritti di remake del film, gestiti anche questi da True Colours. Ottimi risultati per **Un bacio** di Ivan Cotroneo, venduto in Giappone (Japan Italy Films) e Portogallo (Il Sorpasso). Il film era già stato acquistato da molti altri Paesi, tra cui America, Inghilterra, Francia e Germania. Il thriller in lingua inglese di Ivan Silvestrini, **Monolith**, è stato acquisito in Cina (Hy Media) e India (Barbarian Entertainment), facendo salire a quota 17 i territori in cui il film è stato venduto. Grande curiosità hanno già scatenato anche **Ride**, thriller/horror in lingua inglese sugli sport estremi girato interamente con telecamere GoPro, sceneggiato e prodotto (insieme a Lucky Red) da Fabio & Fabio (registi del fortunato *Mine*) e altri due titoli prodotti da Indigo Film: **Fortunata** (*Lucky*), il nuovo film di Sergio Castellitto, **Il ragazzo invisibile 2** del premio Oscar Gabriele Salvatores. *(Comunicato stampa)*

“Rendez-Vous” con il cinema francese in diverse città italiane



Dal **5 al 9 aprile a Roma**, la settima edizione di **Rendez-Vous - Nuovo Cinema Francese**, viaggio attraverso le storie e i volti del cinema francese contemporaneo che poi toccherà Napoli, Palermo, Bologna, Torino, Firenze, Milano e, da quest'anno, Bari nella cornice del *Bari International Film Festival*. *Rendez-Vous* propone al pubblico italiano una trentina di titoli dalla produzione popolare a quella più sofisticata, dai campioni di incasso alle pellicole indipendenti. Oltre alle anteprime, gli incontri e le masterclass con i protagonisti del cinema francese. Iniziativa dell'Ambasciata di Francia in Italia, la manifestazione è realizzata dall'Institut Français Italia, co-organizzato con UniFrance e la collaborazione del Centre Saint-Louis e l'Accademia di Francia a Roma - Villa Medici. Le proiezioni sono in versione originale con sottotitoli in italiano. www.rendezvouscinemafrancese.it



Con la Convenzione BNL/ANEC/ACEC puoi cedere il credito d'imposta digitale e rendere subito liquido il tuo contributo



Scopri le tariffe e i servizi esclusivi della Convenzione Enel Energia /ANEC riservati alle sale associate: energia elettrica, gas naturale, efficienza energetica. Info: Sezioni territoriali ANEC & Ufficio Cinema ANEC Nazionale

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. Collabora: 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.**