

CineNotes

appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta • 04 settembre 2017 • nuova serie **2627 (2940)**

BOX OFFICE ITALIA – Doppietta di successo in vetta



Il weekend Cinetel 31 agosto – 3 settembre vede la conferma al primo posto di **Cattivissimo me 3** (Universal), 3,6 milioni di euro in 981 schermi (sei in più rispetto al debutto) e un totale ad oggi di 11,2 M€. Bel debutto per **Dunkirk** (Warner), 2,9 M€ in 674 schermi (media: 4.390 euro, la più alta del weekend). Scende in terza posizione **Overdrive** (Koch Media) con 382mila euro un totale di 991mila euro. Quarto **Amityville - Il risveglio** (Notorious), 260mila euro e complessivi 776mila, quinto

Atomica bionda (Universal) con 206mila euro che portano il totale a 1,6 M€. Debutta in sesta posizione **Open water 3** (Eagle), 192mila euro in 258 schermi (media: 746 euro); settimo **Annabelle 2: Creation** (WB), 157mila euro, in totale 3,3 M€, ottavo **La torre nera** (Warner), 153mila euro e complessivi 2,1 M€. Nono al debutto **Un profilo per due** (Officine Ubu) con 89mila euro in 80 schermi (media: 1.117 euro). Chiude la classifica un altro debutto, la coproduzione Italia-Ucraina **Easy - Un viaggio facile facile** (Tucker), 55mila euro in 35 copie (media: 1.596).

Altri debutti: **La principessa e l'aquila** (I Wonder) è 11° con 53mila euro in 143 schermi (media: 374 euro), **La storia dell'amore** (Bim) 12° con 52mila euro in 71 schermi (media: 734 euro), **A Ciambra** (Academy Two) 13° con 25mila euro in 27 copie (media: 927 euro), **La vita in comune** (Altre Storie, uscito sabato in contemporanea con Venezia) 14° con 20mila euro in 36 copie (media: 567 euro). **Escono dalla Top Ten:** **Spider-Man: Homecoming** (WB, 8,5 M€ dopo 9 settimane), **Diario di una schiappa: Portatemi a casa!** (Fox, 492mila euro dopo 4 weekend), **The war - Il pianeta delle scimmie** (Fox, 3,6 M€ dopo 8 weekend), **Monolith** (Vision, 349mila euro dopo 4 fine settimana. L'incasso complessivo del weekend è di 8,3 M€, **+16%** rispetto al precedente, **+28,88%** rispetto a un anno fa, quando debuttava al comando *Io prima di te*.

Il punto

Agosto Dall'1 al 31 agosto si sono incassati in Cinetel **22,9 M€**, **-24%** rispetto al 2016, **-26,06%** rispetto al 2015. Si sono venduti **3,6 milioni di biglietti**, **-23,40%** rispetto al 2016, **-25,0%** rispetto al 2015.

L'anno Dall'1 gennaio al 3 settembre si sono incassati **366,8 M€**, **-15,17%** rispetto all'analogo periodo 2016; si sono venduti **59,5 milioni di biglietti**, **-11,94%** rispetto al 2016.

Le quote di mercato Il cinema Usa è al **69,09%** degli incassi con il 30,25% dei film distribuiti. Il cinema italiano è al **16,26%** con il 30,47% dei film. Seguono **Francia** (5,02%), **Gran Bretagna** (4,53%) e **Australia** (2,01%). Un anno fa, gli Usa erano al 53,31%, l'Italia al 33,53%.

La distribuzione Nel periodo 1 gennaio-3 settembre si conferma prima **Universal**, 24,49% degli incassi e il 4,87% dei film distribuiti. Seguono: **Warner Bros** (16,68%), **Walt Disney** (13,61%), **01 Distr.** (11,02%), **20th Century Fox** (8,72%), **Medusa** (5,94%), **Lucky Red** (4,61%), **Eagle** (4,43%), **Videa** (2,34%).

BOX OFFICE USA – Prosegue il calo, classifica immutata



Per quanto superiore alle stime della vigilia, il weekend Usa 1-3 settembre conferma la tendenza negativa del mercato nordamericano, con il peggior risultato degli ultimi 12 anni per il weekend del Labor Day. Sempre primo **Come ti ammazzo il bodyguard** (Lionsgate) con 10,2 M\$ al terzo fine settimana, per complessivi 54,9 M\$. Stabile anche **Annabelle 2: Creation** (WB) con 7,3 M\$ per un totale di 88,9 M\$, seguito da **Wind River** (Weinstein) con 5,8 M\$ e un totale di 18,2 M\$. Quarto **Ballerina** (Weinstein) con 4,7 M\$ per un totale di 11,3 M\$, seguito da **Logan lucky** (Bleecker Street) con 4,4 M\$ per complessivi 21,4 M\$. Sesto **Dunkirk** (WB), 4,1 M\$ e un totale di 178,7 M\$, seguito da **Spider-Man: Homecoming**

(Sony) con 3,6 M\$ (in totale 324 M\$) e da due cartoni animati: **Emoji** (Sony) è ottavo con 2,4 M\$ per un totale di 80,3 M\$, **Cattivissimo 3** (Universal) è nono con 2,3 M\$ e un totale di 257,8 M\$). Chiude la Top Ten **Girls trip** (Universal), 2,3 M\$ e un totale di 111,5 M\$.

Debutta al 13° posto l'edizione del 40° anniversario di **Incontri ravvicinati del terzo tipo** (Sony), 1,8 M\$ in 901 sale (media: 1.998 dollari). I primi dieci film incassano 47,6 M\$, **+3,9%** rispetto al precedente, rispettivamente **-28,8%** e **-20,6%** rispetto ai weekend del Labor Day 2016 e 2015.

L'incontro ANEC-FICE di Venezia



L'incontro **"Il cinema è vivo, viva le sale! Il film sul grande schermo in Italia"**, organizzato dall'ANEC e dalla FICE al Lido nella mattinata di lunedì 4 settembre, si è aperto con **David Lynch** che, su schermo in un video disponibile su *YouTube*, ha ricordato che il valore aggiunto del Grande Schermo è incomparabile con le altre modalità di fruizione dell'opera cinematografica. Nella sua relazione introduttiva, il Presidente ANEC **Luigi Cuciniello** ha messo il dito sulla piaga, confrontando i dati dell'estate italiana (che conta il 10% sul totale di incassi e presenze dell'anno solare) rispetto ai mercati vicini: in **Francia** i mesi estivi valgono in media il 22%, in **Gran Bretagna** nel 2016 il 21%, in Spagna addirittura si supera il 25%! Non è una questione di sole e mare, bensì di mentalità e il concetto

di "ultima spiaggia" per cambiare le cose prima che il mercato collassi è stato espresso in molti degli interventi succedutisi, assieme alla convinzione che la modernità dell'esperienza della visione non può che partire dalla sala. Il rilancio del settore passerà anche dai decreti attuativi, oggetto di un incontro del Ministro Franceschini e del DG Cinema Borrelli nel pomeriggio - **Mario Mazzetti**, Resp. Ufficio Cinema ANEC, ha fornito anticipazioni legate ai meccanismi organici di incentivo alla programmazione estiva nei decreti sulla produzione (contributi automatici), distribuzione ed esercizio (crediti d'imposta alla programmazione).

Antonio Autieri, moderatore dell'incontro, ha presentato i dati sul mercato italiano a confronto con l'Europa, da lui elaborati e distribuiti ai numerosi presenti, con una partecipazione qualificata della distribuzione. Corollario dell'assenza di prodotto estivo, il **cinema italiano** che quest'anno è tornato a minimi preoccupanti (v. i dati del weekend) e che deve fare il salto di qualità per uscire dalla logica della stagionalità. Molto apprezzata la presentazione della "Multisala Naturale" creata nei comuni di Poggibonsi, Val d'Elsa e Certaldo, a cura di **Mario Lorini** che ha presentato i dati di crescita di pubblico, di lavoro sul territorio anche a livello di educazione all'immagine e di promozione congiunta. **Riccardo Bizzarri**, esercente di Perugia, ha ricordato le forti criticità nei rapporti con i partner della distribuzione, invocando condizioni diversificate a seconda della struttura per uscire da logiche di programmazione ormai superate in nome della crescita del pubblico. **Gianantonio Furlan** ha ricordato il peso dell'investimento tecnologico per tutte le strutture per poi tornare al tema dell'estate: prima che il sistema imploda occorre che ognuno si assuma le proprie responsabilità, rinunciando a qualcosa ma guardando alla crescita del mercato come obiettivo prioritario – pienamente d'accordo sul tema **Richard Borg**, che ha espresso ottimismo anche in virtù di un deciso interessamento dei grandi circuiti, nel contempo invocando unità di vedute da parte dell'esercizio. Conclusione affidata a **Domenico Dinoia**, Presidente FICE, che ha posto l'accento sull'attività del cosiddetto esercizio tradizionale e d'essai in termini di fidelizzazione del pubblico e di diversificazione dell'offerta, e del Vicario ANEC **Giorgio Ferrero**, che ha esaminato le prospettive di crescita del parco sale a cominciare dall'esercizio di città, elemento fondamentale per riprendere quota.

Mereghetti: "Grandi film per grandi schermi"



Nel numero in edicola di Ciak è contenuto il seguente articolo a firma di Paolo Mereghetti.

Aiuto, mi si è ridotto il piacere! E se prima di ogni recensione, il critico dichiarasse pubblicamente dove ha visto il film questione? Al cinema, su un televisore, sullo schermo del computer, su quello dell'iPad? La domanda mi è venuta quando ho rivisto **La la land** sul televisore di casa, in Blu-ray. L'avevo già visto due volte al cinema, quindi non avevo problemi né a sapere come andava a finire la storia né temevo di farmi mancare qualche sorpresa. Anzi, il

piacere era proprio quello di rivedere e soprattutto di risentire le scene e i numeri musicali che mi erano piaciuti di più. Peccato che nel passaggio dal grande al piccolo schermo, si sia ridotto anche il piacere della visione. Non c'è stato niente da fare: sui quarantasette pollici del televisore di casa mia, la messa in scena di

Damien Chazelle perdeva energia, forza, emozione. E non solo nelle scene di massa (come quella che apre il film), anche in quelle più intimiste: i ricordi di Parigi evocati da Emma Stone dopo durante il suo ultimo provino, e che si intrecciavano con le forme multicolori dei film di Jacques Demy, finivano per essere più sbiaditi e soprattutto meno emozionanti.

Vedo spesso dei film in televisione, per lavoro o per piacere. Soprattutto vecchi film che sovente assomigliano a boccate d'aria fresca dentro all'asfittico panorama di troppi titoli d'oggi, ma una sensazione così forte di "perdita" non l'avevo mai provata. Non è così quando rivedo i musical di Fred Astaire e Ginger Rogers o di Gene Kelly e Judy Garland, che pure avevo visto la prima volta rigorosamente su grande schermo (privilegi o condanne dell'età, quando alla fine degli anni Sessanta mi regalavo una settimana a Parigi a vedere cinque film al giorno, alla Cinémathèque o nei cinemini del Quartiere Latino). E persino certi western di Ford o di Mann o di Daves mi sembrano perdere meno forza sulla televisione, anche se forse è perché li conosco davvero a memoria. Solo Peckinpah mi fa sempre rimpiangere le visioni del cinema...

E allora, per tornare alla (ri)visione di **La la land**, mi sono chiesto cosa si perde a guardare un film direttamente sul piccolo o sul piccolissimo schermo. E soprattutto se fosse giusto giudicare un'opera nata per esser proiettata al cinema quando non la si vede in sala. Un critico d'arte serio non giudica una mostra solo dalle riproduzioni del catalogo: quello può aiutare per recuperare certi particolari, per ricordare un percorso o ritrovare un filo logico, ma l'opera va vista solo come è stata creata dal suo autore, nelle proporzioni e nella grandezza originali. E allora perché quello che pretendiamo per l'arte visiva non dovrebbe valere per l'arte cinematografica? Certo, oggi Netflix produce film d'autore che a rigor di logica si potranno vedere solo sullo schermo di casa e sarei curioso di sapere che posizione prenderà Scorsese, il cui prossimo film sarà prodotto da Netflix con una bella paccata di milioni, quando non potrà mostrare la sua opera su un vero e proprio grande schermo. Ma chi continua a lavorare perché le sue immagini siano *bigger than life* cosa dovrebbe dire quando vengono viste solo su pochi centimetri quadrati? Non avrebbe ragione di arrabbiarsi? O comunque di chiedere – se non di pretendere – che siano dichiarate le condizioni di visione? Su YouTube c'è un breve filmato di David Lynch (youtu.be/wKilroiCvZ0) di cui consiglio caldamente la visione e che andrebbe proiettato in ogni sala prima di ogni programmazione cinematografica. Facciamo nostro il suo appassionato *Get Real!* (Paolo Mereghetti, Ciak)



BNL
GRUPPO BNP PARIBAS



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.**