

CineNotes

Appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta • 15 novembre 2018 • nuova serie **2758 (3071)**

BOX OFFICE ESTERO – Il Grinch e Freddy Mercury si contendono la vetta



In **Gran Bretagna**, il weekend scorso ha visto un testa a testa tra **The Grinch** e **Bohemian Rhapsody**. Il film di animazione Universal ha prevalso con 5 milioni di sterline al debutto in 561 sale, il biopic Fox al terzo fine settimana ha incassato 4,5 M£ con un totale di 29 M£. Terzo **Widows** (Fox), 1,6 M£ in 573 sale (2,4 M£ incluse anteprime); quarto, al sesto fine settimana, **A star is born** (WB) con 1,2 M£ e un totale di 25,4 M£. Quinto **Lo Schiaccianoci e i 4 regni** (Disney) con 1,1 M£ e un totale di 3,4 M£.

Overlord (Paramount) incassa al debutto 480mila sterline in 421 sale, più le oltre 200mila sterline accumulate nelle anteprime. Settimo **Johnny English colpisce ancora** (Universal), 467mila sterline per complessivi 17 M£, seguito dall'*action movie* indiano **Thugs of Hindostan** (Yash Raj Films) con 459mila sterline in 280 copie (492mila conteggiando le 27 sale Imax). Nono **Smallfoot - Il mio amico delle nevi** (WB), 353mila sterline al quinto weekend per un totale di 10,6 M£, seguito dal documentario in 3D di Peter Jackson sulla Prima Guerra Mondiale, **They shall not grow old** (WB), 263mila sterline (il film è stato inoltre programmato da BBC 2 domenica sera, come commemorazione dei 100 anni dalla fine della guerra).

Sempre primo in **Francia** **Bohemian Rhapsody**, 597mila presenze che portano il totale a 1,6 milioni. Stabile anche **7 uomini a mollo** (StudioCanal) con 501mila spettatori al terzo weekend, superando la soglia dei 3 milioni. Debutta al terzo posto **Un homme pressé** (Gaumont) con Fabrice Luchini, 231mila spettatori in 463 sale, seguito da **Le jeu (Perfetti sconosciuti)** che guadagna una posizione con 152mila spettatori e complessivi 1,2 milioni. Quinto **En liberté** (Memento) con 145mila presenze per un totale di 473mila, seguito da **Smallfoot - Il mio amico delle nevi**, 120mila presenze per un totale di 1,6 milioni. Guadagna due posizioni **A star is born** (WB), 116mila presenze e un totale di 1,5 milioni, seguito da **Venom** (Sony) con 82mila e complessivi 2,2 milioni di spettatori. Nono **Halloween** (Universal), 75mila spettatori per complessivi 779mila, seguito da **Un amour impossible** (Le Pacte), 72mila presenze al debutto in 199 copie.



Ministro Bonisoli: decreto sulle window



(*Repubblica.it*) - Il ministro dei Beni culturali, **Alberto Bonisoli**, interviene sulla polemica che divide esercenti e giganti dello streaming sulla distribuzione dei film. "Mi accingo oggi a firmare il decreto che regola le finestre in base a cui i film dovranno essere prima distribuiti nelle sale e dopo di questo su tutte le piattaforme. Penso sia importante assicurare che chi gestisce una sala sia tranquillo nel poter programmare film senza che questi siano disponibili in contemporanea su altre piattaforme" ha detto nel videomessaggio inviato alla presentazione della ricerca Agis/Iulm "Spazi culturali ed eventi di spettacolo: un importante impatto sull'economia del territorio".

Si tratta un intervento concreto da parte del ministro sulla questione che divide in tutto il mondo gli esercenti e le piattaforme, soprattutto Netflix, che invece vorrebbero il passaggio in sala in contemporanea allo streaming. La polemica ha attraversato l'ultimo festival di Cannes, dove il direttore Frémaux ha tolto dalla competizione i titoli Netflix perché non era prevista una finestra tra l'uscita in sala e quella in streaming (una finestra molto lunga, quella prevista dalla legislazione francese). Diversa la posizione di Alberto Barbera, che ha ospitato i film in gara a Venezia e il cui vincitore, *Roma* di Alfonso Cuarón, è prodotto da Netflix e programmato per uscire in sala e in streaming, cosa che non potrà avvenire in contemporanea.

Il decreto cui si riferisce il ministro è "**Individuazione dei casi di esclusione delle opere audiovisive dai benefici previsti dalla legge 14 novembre 2016, n. 220, nonché dei parametri e requisiti per definire la destinazione cinematografica delle opere audiovisive**", che sostituisce la precedente versione dell'11 luglio 2017. quello attuativo della legge sul cinema, la 220 del 2016.

Finora in Italia le finestre erano regolate in Italia, come in Germania, non da una norma scritta ma da una prassi, rispettata: **105 giorni** era il lasso riservato alla programmazione in sala a partire dalla prima

proiezione. La regola viene certificata dal decreto: sono 105 i giorni previsti **perché l'opera audiovisiva possa essere ammessa ai benefici** che la legge riconosce **alle opere cinematografiche**. Ma i termini sono ridotti a **dieci giorni se l'opera è programmata per tre giorni (o meno) feriali, con esclusione del venerdì, sabato e domenica**. Di **sessanta giorni se l'opera è programmata in almeno ottanta schermi e dopo i primi ventuno giorni di programmazione ha ottenuto un numero di spettatori inferiore a 50mila**.

La riduzione è ammessa **solo se nel periodo di programmazione non è stata fatta attività di lancio e promozione sulla successiva disponibilità dell'opera attraverso fornitori di servizi di media audiovisivi**. È chiaro però che non sarà quindi più possibile l'uscita in contemporanea di un film su Netflix e in sala, come pure è difficile per un film Netflix uscire in sala senza pubblicizzare la disponibilità in streaming a stretto giro di un proprio film.

Il Sottosegretario Borgonzoni: sostegno alle sale anche con altre misure



Non solo finestre per garantire un periodo di tempo tra il passaggio in sala e quello su altre piattaforme, ma anche maggiore **flessibilità per i film finanziati** con soldi pubblici che non rendono bene sul grande schermo e possono dare migliori risultati su altri circuiti. È questo il senso del decreto, come spiega all'*Adnkronos* il sottosegretario ai Beni culturali, **Lucia Borgonzoni**. Ovviamente il decreto "riguarda solo quelle opere che abbiano beneficiato dei contributi pubblici, tax credit compreso, e non i film stranieri".

In sostanza, il decreto "mette per iscritto la finestra dei 105 giorni, e nello stesso tempo facilita la vita dei film italiani, per evitare che finiscano nel circuito della pirateria, sebbene l'Italia sia il Paese dove è meglio contrastata. Il nostro obiettivo non è combattere Netflix o Amazon, ma far funzionare il nostro cinema".

Presto arriveranno aiuti economici per le sale ("si sbloccheranno quanto prima i 30 milioni di euro dell'anno scorso ai quali si aggiungeranno i 30 dei bandi di quest'anno") e soprattutto "degli **accordi per la multiprogrammazione** anche nelle monosale. Il numero di sale che lo farà sarà cospicuo - dice - ma non posso anticiparlo, presto lo annunceremo". Infine la **stagione estiva**, "fenomeno tutto italiano che impatta sulle sale e sui film che trovano maggiori difficoltà a uscire in sala perché la stagione è più corta, o addirittura devono essere ritirati quando ancora riempiono le sale di spettatori e quindi rendono".

Cinema: l'industria plaude all'annuncio del Ministro Bonisoli



Le Associazioni di categoria dell'esercizio italiano **ANEC, ANEM, ACEC e FICE**, unitamente ai produttori e ai distributori dell'**ANICA**, accolgono con soddisfazione l'annuncio del **nuovo decreto sulla qualificazione delle opere cinematografiche** annunciato da **Alberto Bonisoli**, ministro dei Beni e delle Attività Culturali, che include la regolamentazione delle tempistiche di uscita dei film in sala e sui successivi mezzi di sfruttamento, incluse piattaforme streaming. "Quanto

affermato oggi dal Ministro", si legge in una nota congiunta, "è il punto di arrivo di un dibattito articolato promosso dal MIBAC sin dallo scorso settembre, con un **confronto tra tutti i componenti dell'industria** che ha portato a una piena e produttiva condivisione di idee". Il decreto alla firma del Ministro definisce i parametri delle opere cinematografiche nazionali per essere ammesse ai benefici di legge: punto di partenza è **l'accoglimento della prassi vigente che prevede una "finestra" di 105 giorni per tutti i tipi di film**, volta a salvaguardare la sala come momento centrale dello sfruttamento dell'opera cinematografica; le regole proposte mirano inoltre, attraverso deroghe, a **valorizzare le diverse tipologie di produzione nazionale**, inclusi film *low budget* e dalle minori potenzialità di mercato, ampliandone così le possibilità di sfruttamento e di visione.

Le Associazioni dell'industria cinema plaudono inoltre all'impegno del Sottosegretario **Lucia Borgonzoni**, oltre che per il provvedimento citato anche "per aver riportato **all'attenzione di tutti il sostegno alle sale cinematografiche**, non soltanto economico ma anche sotto forma di accordo per **favorire la programmazione multipla giornaliera di film nelle monosale** e per **una stagione estiva di cinema** che consenta finalmente di superare il fenomeno tutto italiano della stagionalità, con conseguente sovrabbondanza di offerta negli altri periodi dell'anno. Ci si augura", concludono le Associazioni, "che questo decreto favorisca la **diversificazione della produzione** e, di conseguenza, del consumo di film: una concreta opportunità per il potenziamento delle presenze nelle sale".

Comunicato stampa ANEC, ANEM, FICE, ACEC, ANICA



"Sale cinematografiche, teatri, festival sono in grado di stimolare l'economia del territorio". Lo scrivono l'AGIS e l'Università IULM presentando i risultati di un'indagine condotta con Makno. "Gli eventi culturali, al pari di un'infrastruttura o di un investimento immobiliare, attivano processi virtuosi di incremento della domanda di beni e servizi nel contesto interessato. Alle spese di gestione e

organizzazione si affiancano le **spese degli spettatori**, per i quali l'uscita al cinema o a teatro diventa occasione di socialità (dall'aperitivo alla cena, al gioco per i più piccoli) o di shopping quando la struttura è in un contesto commerciale naturale (centro città) o in un centro commerciale". Ad esempio: **"Ogni euro speso nella gestione di una struttura cinematografica o teatrale genera 1,7 euro di produzione di beni intermedi sul territorio e 2,4 euro di valore aggiunto"**. Con una spesa complessiva di gestione pari a 13,7 milioni di euro si attivano 23,8 M€ di produzione di beni intermedi, 10,9 M€ di valore aggiunto e 207 posti di lavoro". Chi spende di più sono le persone tra i 35 e i 44 anni (69 euro pro capite), più per shopping o per la famiglia, mentre gli over 65 spendono di più in ristoranti. **Il cinema** continua ad essere il più seguito: nell'ultimo anno il 97% degli spettatori si è recato almeno una volta in una sala e **il 94% si dichiara soddisfatto della qualità delle strutture**. Tuttavia solo il 20% va al cinema due o più volte alla settimana". Ancora: "Oltre al biglietto di ingresso, l'attività di cinema e teatro genera, infatti, una spesa media a spettatore di 53 euro (cioè cinque volte il prezzo d'ingresso in una sala cinematografica e circa il doppio del prezzo di un ingresso al teatro)".

<https://www.globalist.it/dolce-vita/2018/11/14/agis-film-teatro-e-concerti-fanno-guadagnare-citta-e-territori-ecco-le-cifre-2033624.html>

BREVI - MEDIA

Web tax, è (quasi) accordo. In vista l'asse franco-tedesco

I ministri delle Finanze dei due Paesi al lavoro su una piattaforma di compromesso. Scholz: "Puntiamo a un'intesa vincolante da sottoscrivere nel corso del prossimo Ecofin. O di questo passo rischiamo di andare avanti altri 100 anni". Le Maire: "In cantiere gli ultimi ritocchi"

<https://www.corrierecomunicazioni.it/digital-economy/web-tax-e-quasi-accordo-in-vista-lasse-franco-tedesco/>

Mercato digitale, in Italia vale 65 miliardi: spinta da advertising online ed e-commerce

Il settore cresce per il terzo anno consecutivo e impiega oltre 285mila professionisti. Indotto di oltre 89 miliardi di euro con più di 675 mila posti di lavoro. La fotografia scattata da EY-lab Italia.

<https://www.corrierecomunicazioni.it/digital-economy/il-digitale-vale-65-miliardi-spinta-da-advertising-online-ed-e-commerce/>



www.anecweb.it

Gli esercenti ANEC possono richiedere la password di accesso alle informazioni professionali riservate del sito, scrivendo all'indirizzo di posta: ufficiocinema@anec.it

Voi emozionateli. Noi vi assicuriamo

Con la polizza "All Risk" dedicata agli Esercenti cinematografici



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

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 995852 - Registrazione Tribunale di Roma n. 510 e n. 511 del 19.11.2001 – Direttore responsabile: Mario Mazzetti. cinenotesweb@gmail.com → **Le notizie possono essere liberamente riprodotte citando la fonte e citando, quando evidenziata, la fonte originaria.** 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.**