

# CineNotes

Appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta • 02 gennaio 2019 • nuova serie **2771 (3084)**

## BOX OFFICE DI CAPODANNO – Ralph al comando



I risultati Cinetel di ieri vedono debuttare al comando **Ralph spacca Internet** (Disney) con 1,6 milioni di euro in 563 copie, con una media di 2.906 euro. Altro debutto in seconda posizione, **Aquaman** (WB) incassa 1,5 M€ in 436 copie (media: 3.537 euro), seguito da **La Befana vien di notte** (Lucky Red/Universal) che al sesto giorno di programmazione incassa 933mila euro, per complessivi 4,3 M€. Quarto **Moschettieri del re** (Vision), 610mila euro al sesto giorno per complessivi 2,7 M€, seguito da **Il ritorno di Mary Poppins** (Disney) con 497mila euro e un totale di 10,2 M€. Sesto l'insostituibile **Bohemian Rhapsody** (Fox) con 454mila euro, che portano il totale a 21,7 M€ con un numero di spettatori che supera i 3 milioni. Settimo **Amici come prima** (Medusa), 431mila euro e complessivi 7,3 M€ (gli spettatori hanno superato il milione). Ottavo **Spider-Man: Un nuovo Universo** (Warner) con 154mila euro per complessivi 2,1 M€, seguito da **Suspiria** (Videa), che al debutto incassa 136mila euro in 190 copie (media: 719 euro). Decimo **Bumblebee** (Fox) con 105mila euro per complessivi 2,8 M€.

L'incasso complessivo di ieri è di 6,9 M€, -1,2% rispetto al Capodanno 2018, che vedeva debuttare in vetta *Jumanji: Benvenuti nella Giungla* con 1,2 M€.

Nel weekend 27-30 dicembre, primo **Il ritorno di Mary Poppins** con 3,2 M€, seguito da **La Befana vien di notte**, 2,7 M€ al debutto in 502 copie; terzo **Bohemian Rhapsody** con 1,9 M€, quarto **Amici come prima** (1,8 M€), seguito dai debuttanti **Moschettieri del re** (1,6 M€ in 402 copie) e **Spider-Man: Un nuovo Universo** (1 M€ in 412 copie). Il totale weekend è 15,9 M€, +63% sul precedente, +9,08% rispetto al 2018 quando *Coco* debuttava con 2,8 M€.

## BOX OFFICE USA – Aquaman su tutti



Il weekend USA 28-30 dicembre ha visto **Aquaman** confermarsi al comando con 52 milioni di dollari che, sommati al debutto, portano il totale a 189,3 M\$ (la media copia del fine settimana è 12.640 dollari). Stabile la Top 5, che vede **Il ritorno di Mary Poppins** secondo con 28,3 M\$ (+20,5% rispetto al debutto, per complessivi 99,2 M\$), **Bumblebee** terzo con 20,9 M\$ (in totale 67,1 M\$), **Spider-Man: Un nuovo Universo** (Sony) quarto con 18,8 M\$ (al terzo weekend 104,1 M\$) e **Il corriere** di Eastwood (WB) quinto con 12,1 M\$ (in totale 61,1 M\$). Seguono due debutti: sesto **Vice** (Annapurna) con 7,7 M\$ in 2.442 sale (media: 3.181 dollari), settimo **Holmes & Watson** (Sony) con 7,4 M\$ in 2.776 sale (media: 2.673 dollari). Ottavo **Second act** (STX) con 7,3 M\$ e un totale di 21,9 M\$, seguito da **Ralph spacca Internet** con 6,7 M\$ al sesto fine settimana (in totale 175,9 M\$) e da **Il Grinch** (Universal) con 4,1 M\$ all'ottavo weekend, per complessivi 265,5 M\$.

Escono dalla Top Ten: **Maria regina di Scozia** (Focus, 9 M\$ dopo 4 weekend) e il poco fortunato **Benvenuti a Marwen** (Universal, 7,7 M\$ dopo 2 fine settimana). Debutto limitato per copie, ma con una lusinghiera media, per **On the basis of sex** (Focus, 685mila dollari in 33 sale, media oltre 20mila dollari), **Destroyer** (Annapurna, 55mila dollari in 3 sale, una media sui 18mila dollari) e **Stanlio e Ollio** (Sony Classics, 78mila dollari in 5 sale, in media 15mila dollari). I primi 10 film incassano 163,19 M\$, + 0,2% rispetto al weekend prenatalizio, rispettivamente -5,9% e -1,9% rispetto al 2017 e al 2016, che vedevano in vetta l'ultimo *Star Wars* e *Rogue One*.

Il successo di **Aquaman** è proseguito a **San Silvestro** con 10,1 M\$ e un totale che a Capodanno ha superato i 200 M\$. A livello globale, il film ha superato i 750 M\$.  
(*boxofficeguru*)

## BOX OFFICE FRANCIA E GRAN BRETAGNA



In **Gran Bretagna**, l'ultimo weekend ha visto confermato il primato de **Il ritorno di Mary Poppins** con 7,4 milioni di sterline in 740 sale, per un risultato complessivo a domenica scorsa di 23,3 M£. Segue **Bumblebee** con 5,4 M£ al debutto in 587 sale. Terzo **Aquaman** con 2,4 M£ al terzo weekend, seguito da **Holmes & Watson** al debutto con 1,4 M£ in 481 sale. Quinto **Ralph spacca**

**Internet**, 1,2 M€ al quinto fine settimana, per complessivi 13,2 M€.

In **Francia**, si conferma primo **Aquaman** con 860mila spettatori in 607 sale, per un totale di 1,8 milioni di spettatori. Seconda posizione, al quarto weekend, per **Asterix e il segreto della pozione magica** (SND), 661mila spettatori per un totale di 2,7 milioni, seguito da **Bumblebee** che debutta con 480mila spettatori in 552 sale. Perde una posizione **Il ritorno di Mary Poppins**, quarto con 451mila presenze e complessive 841mila. Debutta al quinto posto **Mia e il leone bianco**, di produzione francese (StudioCanal), con 406mila spettatori in 529 sale. La parte bassa della Top Ten vede altre tre produzioni francesi: settimo **L'Empereur de Paris**, film in costume con Vincent Cassel (Gaumont) con 237mila presenze per complessive 505mila; ottavo **Remi** (Mars) con 191mila presenze (+12,5% al terzo weekend) e un totale di 601mila; decimo al debutto **Nelle tue mani** (Mars), 134mila spettatori in 254 sale. (ScreenDaily, JP Box Office)

## Francia e Cina: 2018 a fasi alterne



**Incredibili 2** nella classifica complessiva dei campioni al botteghino) hanno superato i 5 milioni di spettatori, quattro si sono piazzati tra i primi dieci - anche **7 uomini a mollo** e **Taxi 5**. Da segnalare l'impatto della protesta dei Gilet gialli sul botteghino, con sei sabati consecutivi negativi per le sale parigine.

In **Cina**, incasso complessivo del 2018 stimato in 8,86 miliardi di dollari (60,9 miliardi di RMB), per una **crescita del 9%** secondo il National Film Bureau. Gli **spettatori** sono aumentati del 6% a **1,72 miliardi**, con un numero di schermi pari a oltre 60mila (l'aumento rispetto a 12 mesi fa è di 9mila schermi). La quota di mercato dei **film nazionali** è del **62,15%**, +8,3% rispetto a un anno fa con tre film ai primi tre posti: **Operation Red Sea** ha incassato l'equivalente di 530,8 M\$, **Detective Chinatown 2** (entrambi sono usciti a febbraio, per il Capodanno cinese) 494 M\$, **Dying to survive** 450,7 M\$ con un'uscita estiva. Tra i film di Hollywood, il maggior successo è stato **Avengers: Infinity war** con 347,5 M\$. Altri quattro film americani si sono piazzati nella Top Ten: **Venom**, **Aquaman**, **Jurassic World: Il regno distrutto** e **Ready Player One**. (Variety)



## Taglio IRAP nel Lazio, soddisfazione ANEC



“Esprimiamo grande soddisfazione al taglio dell' IRAP per i Cinema del Lazio e per il concreto impegno che il **Presidente Zingaretti**, la Giunta ed il Consiglio stanno riservando al delicato ruolo dei Cinema e dei luoghi di cultura nel nostro territorio”, così **Piera Bernaschi**, Presidente di **ANEC Lazio**, commenta l'approvazione del provvedimento a favore delle sale cinematografiche. “Oltre al Presidente con delega alla Cultura, all'Assessore al Bilancio **Alessandra Sartore**, che hanno deciso di valorizzare con questa misura significativa i nostri Cinema, il plauso va alla consigliera **Marta Leonori** che si è fatta promotrice dell'istanza ed a tutti gli altri Consiglieri che hanno deciso di sostenere un settore strategico, sia per la crescita dell'offerta culturale che per lo sviluppo complessivo della nostra economia”.

Sono 120 i Cinema nel Lazio, con 440 schermi e 110.000 posti in sala. 14 i milioni di spettatori annui per un volume d'affari di oltre 100 M€ che garantiscono occupazione a circa 2.300 tra lavoratori diretti e dell'indotto. “Dopo alcuni anni faticosi e complessi dobbiamo dare atto alla Regione Lazio che sta dimostrando con atti concreti, finalizzati anche alla promozione e formazione di nuovo pubblico ed alla sensibilizzazione al linguaggio cinematografico degli Studenti, un'attenzione ed una lungimiranza non solo per il nostro settore, ma per tutte le attività culturali e creative che, oltre a costituire una ricchezza socio-economica da valorizzare, tutelare e rilanciare rappresentano un modello di riferimento per l'intero Paese”.

## Variety riflette sulla natura di “Roma”



Sin dal debutto a Venezia, dove ha vinto il Leone d'Oro, **Roma** è stato avvolto da un'aura speciale, da più parti salutato come un capolavoro. Al di là dei giudizi estetici, il vero dramma per molti è come il film è stato distribuito. Il film avrebbe visto la luce senza Netflix? Una domanda strana, che non si pone per gli altri film, tuttavia la società viene vissuta come una **sfida al primato dell'esperienza della sala**

cinematografica (in soldoni: *perché vi importa tanto che i nostri film si vedano a casa? Almeno li vedete, ecco perché produciamo opere che gli altri Studio non farebbero*). Ma non è così, come dimostra il caso del film di Cuarón: prodotto da Participant Media, vanta un budget di 15 M\$ e ci si chiede se, dopo **Gravity**, il regista avrebbe davvero faticato a trovare una società convenzionale per il suo progetto, per quanto in bianco e nero e con sottotitoli, laddove Netflix è apparso come il Salvatore della Settima Arte (*nessun altro darebbe 125 M\$ a Scorsese!*). Ogni settimana si legge del film: più sale, più città, qualche copia in 70mm! Tuttavia, la data cruciale è stata il 14 dicembre, quando il film è approdato su Netflix: considerato il numero di sale dove il film è in programmazione, il totale di spettatori appare minuscolo (quanti lo vedranno davvero su piattaforma? Naturalmente non lo sapremo, perché la società non rivela alcun dato).

Senza eccessiva difficoltà si può ritenere che, distribuito normalmente, **Roma** avrebbe potuto facilmente incassare 20 M\$ nelle sale. Ma ciò non deve far pensare che non ci sia alcuna differenza tra la distribuzione tradizionale e quella effettuata da Netflix: non dobbiamo dimenticare il ruolo che le sale cinematografiche rivestono, all'interno del quale le persone possono sentirsi parte integrante di una comunità che condivide un'esperienza unica. Dobbiamo altresì considerare che, quando un film non viene distribuito in sala bensì su una piattaforma streaming, la sua qualità, anche se indiscutibilmente alta, viene in qualche modo percepita in maniera sfalsata dal pubblico. Ed infatti non è opinione di pochi che se un film è destinato al piccolo schermo non sia da considerare tale. Sorge quindi spontaneo chiedersi se tutto ciò **influirà sulla possibilità di Cuarón di vincere l'Oscar**, dal momento che si teme che un voto dato a **Roma** possa essere interpretato come un voto dato a Netflix e alla sua politica (*Tutti i film a casa, in ogni momento!*), essenzialmente una minaccia al paradigma dell'esistenza di Hollywood da oltre un secolo. Paura fondata: è risaputo che, agli occhi dei giurati dell'Academy, i film che vincono l'Oscar rappresentano il cuore e l'anima dell'industria. Nel caso di specie, il film appare etereo e un po' astratto: come un capolavoro, ma anche come un fantasma.

(Variety – Alla sintesi ha collaborato Denise Cordaro)



[www.anecweb.it](http://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](mailto:ufficiocinema@anec.it)

Voi emozionateli. Noi vi assicuriamo

Con la polizza "All Risk" dedicata agli Esercenti cinematografici



**BNL**  
GRUPPO BNP PARIBAS



**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](mailto: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](mailto: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.**