

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica Anica				
23	Avvenire	16/01/2020	ANICA: BOOM DI BIGLIETTI AL CINEMA	4
37	Corriere della Sera	16/01/2020	IL PUBBLICO TORNA AL CINEMA, INCASSI IN CRESCITA DEI 14,3% (S.Ulivi)	5
1	Daily Media	16/01/2020	UNA GRANDE ANNATA PER IL CINEMA. I DATI DI CINETEL 2019 CONFERMANO +14,35% DI INCASSI	6
17	Gazzetta del Sud	16/01/2020	COM'E' ANDATO IL NOSTRO CINEMA NEL 2019? MEGLIO!	8
32	Giornale di Sicilia	16/01/2020	"IL 2019 E' STATO L'ANNO DEL RISCATTO DEL CINEMA IN ITALIA, UN RITROVATO FEELING	9
17	Il Mattino	16/01/2020	IL CINEMA CRESCE AL BOX OFFICE: IL PIU' VISTO E' "IL RE LEONE"	10
41	Il Mattino di Padova	16/01/2020	2019, L'ANNO DEL RITORNO AL CINEMA E CON "TOLO TOLO" DECOLLA 11 2020	11
21	Il Messaggero	16/01/2020	CINEMA I DATI DEL 2019 AUMENTANO GLI INCASSI NELLE SALE (G.Satta)	12
12	Il Sole 24 Ore	16/01/2020	IL CINEMA FA I CONTI: E' L'ANNO DELLA SVOLTA (A.Biondi)	14
1	Il Tempo	16/01/2020	"I CINEMA MUOIONO" PERO' LE SALE SONO PIENE (G.Bianconi)	15
19	Il Tirreno	16/01/2020	E NEL 2020 INIZIO BOOM GRAZIE A CHECCO ZALONE	17
19	Il Tirreno	16/01/2020	LUCE IN SALA, TORNANO GLI FICARRA E PICONE I PRIMATISTI ITALIANI	18
1	Italia Oggi	16/01/2020	BOOM DEL CINEMA NEL 2019: INCASSI IN CRESCITA DEL 14,3% (A.Secchi)	20
23	La Gazzetta del Mezzogiorno	16/01/2020	"TOLO TOLO" VOLA OLTRE I 41 MILIONI (C.Conti)	21
37	La Provincia Pavese	16/01/2020	SALE PIENE, IN ITALIA QUASI 100 MILIONI DI BIGLIETTI	22
33	La Repubblica	16/01/2020	NON SOLO CHECCO ZALONE COSI' RIPARTE IL CINEMA IN ITALIA (E.Morreale)	23
1	Leggo - Ed. Roma	16/01/2020	CINEMA IN RIPRESA IL TOP ITALIANO FICARRA E PICONE	25
26	Libero Quotidiano	16/01/2020	IL 78% DEI FILM E' SENZA PUBBLICO (A.Menzani)	26
1	QN- Giorno/Carlino/Nazione	16/01/2020	(RI)ANDIAMO AL CINEMA (G.Bogani)	27
5	QN- Giorno/Carlino/Nazione	16/01/2020	"IL NUMERO DELLE SALE AUMENTERA' MERITO DI NETFLIX E DEI SUOI FRATELLI" (C.Cumani)	29
Rubrica Anica Web				
	Italiaoggi.it	16/01/2020	CINEMA, BUONA LA PRIMA NEL 2019	30
	Leggo.it	16/01/2020	SAPORE DI SALA	31
	Quotidiano.Net	16/01/2020	(RI)ANDIAMO AL CINEMA, E' BOOM DI PRESENZE E INCASSI. E CON ZALONE NEL 2020 SARA' BIS	33
	Reset-Italia.net	16/01/2020	ITALIA 2019, CRESCE IL BOX OFFICE: 5° MIGLIOR RISULTATO DAL 2010 TUTTI I DATI	36
	AGCULT.IT	15/01/2020	CINEMA, NEL 2019 AUMENTANO INCASSI E PRESENZE: IL RE LEONE PRIMO AL BOX OFFICE NELLO SCORSO ANNO SI	41
	Ansa.it	15/01/2020	CINEMA TAKINGS, AUDIENCES UP IN 2019	43
	Ansa.it	15/01/2020	CINEMA, CRESCONO INCASSI E PRESENZE	44
	AskaneWS.it	15/01/2020	CINEMA, NEL 2019 SONO CRESCIUTI GLI INCASSI E LE PRESENZE IN SALA	46
	Borsaitaliana.it	15/01/2020	CINEMA: CINETEL, NEL 2019 CRESCIUTI INCASSI A 635,45 MLN, +13,55% PRESENZE	48
	Bresciaoggi.it	15/01/2020	CINEMA: CINETEL, NEL 2019 CRESCONO INCASSI E PRESENZE	49
	Cineblog.it	15/01/2020	ITALIA 2019, CRESCE IL BOX OFFICE: 5° MIGLIOR RISULTATO DAL 2010 - TUTTI I DATI	50
	Cinecitta.com	15/01/2020	CINEMA 2019: CRESCONO PUBBLICO E QUALITA'	54
	Cinematografo.it	15/01/2020	2019, L'ANNO DELLA SVOLTA	57

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica Anica Web				
	ComingSoon.it	15/01/2020	<i>BOX OFFICE: NEL 2019 IL CINEMA E' ANDATO ALLA GRANDE!</i>	60
	Ilgiornaledivivenza.it	15/01/2020	<i>CINEMA: CINETEL, NEL 2019 CRESCONO INCASSI E PRESENZE</i>	64
	Ilpost.it	15/01/2020	<i>COME STA IL CINEMA IN ITALIA</i>	65
	Ilprofumodelladolcevita.com	15/01/2020	<i>CINEMA, POSITIVO IL 2019, INCASSATI OLTRE 635 MILIONI DI EURO. RUTELLI: ANCORA POCHE LE RISORSE PER</i>	68
	Ilsole24ore.com	15/01/2020	<i>IL CINEMA E' TORNATO DI MODA: NEL 2019 CRESCONO INCASSI E SPETTATORI</i>	70
	Key4biz.it	15/01/2020	<i>CINEMA, INCASSI IN LIEVE CRESCITA MA I FILM ITALIANI PERDONO ANCORA QUOTA</i>	72
	Lettera43.it	15/01/2020	<i>IL CINEMA ITALIANO HA REGISTRATO UN 2019 IN CRESCITA</i>	79
	Newsstandhub.com	15/01/2020	<i>COME STA IL CINEMA IN ITALIA</i>	81
	Primaonline.it	15/01/2020	<i>CINEMA: CRESCONO PRESENZE E INCASSI. DATI CINETEL: AUMENTANO LE QUOTE DELLE PRODUZIONI ITALIANE</i>	83
	Rtl.it	15/01/2020	<i>CINEMA, NEL 2019 IN CRESCITA INCASSI E PRESENZE IN SALA</i>	85
	Tradebiz.it	15/01/2020	<i>CINEMA 2019, IN CRESCITA INCASSI E PRESENZE</i>	86
	Youfeed.it	15/01/2020	<i>ITALIA 2019, CRESCE IL BOX OFFICE: 5° MIGLIOR RISULTATO DAL 2010 - TUTTI I DATI</i>	88
Rubrica Cinema				
46	Famiglia Cristiana	19/01/2020	<i>"SIAMO DIVENTATI AMICI DAVANTI A UNA CHIESA" (E.Arcidiacono)</i>	92
48/51	Famiglia Cristiana	19/01/2020	<i>"BRAVO ZALONE, TU RACCONTI IL NOSTRO DRAMMA" (L.Montanaro)</i>	93
23	Avvenire	16/01/2020	<i>ZALONE: "TOLO TOLO" GIA' VISTO DA 6 MILIONI</i>	97
23	Il Giornale	16/01/2020	<i>Int. a R.Ando': "SERVE UN BAMBINO IN FUGA PER OBBLIGARCI AL RISVEGLIO" (E.Barbieri)</i>	98
24	Il Giornale	16/01/2020	<i>MENO FILM MA PIU' SPETTATORI. IL CINEMA SORRIDE</i>	101
36	Il Mattino	16/01/2020	<i>NAPOLI ANCORA UN MAXI SET NEI VICOLI TORNA GASSMANN UN NUOVO CIAK CON SERVILLO (D.Cerbone)</i>	102
21	Il Messaggero	16/01/2020	<i>RICHARD JEWELL, QUELL'EROE CHE L'AMERICA HA RINNEGATO (M.Cabona)</i>	104
23	La Gazzetta del Mezzogiorno	16/01/2020	<i>MULAN DIVENTA UN FILM</i>	106
1	La Repubblica	16/01/2020	<i>MASTANDREA E I FIGLI D'ITALIA</i>	107
Rubrica Audiovisivo & Multimedia				
23	Il Giornale	16/01/2020	<i>SVELATO IL CAST DELLA SERIE W "IL SIGNORE DEGLI ANELLI"</i>	108
31	Il Giornale	16/01/2020	<i>"THE NEW POPE" E' UN'ORGIA VISIVA (BELLISSIMA) MA CHE STANCA IN FRETTA (M.Sacchi)</i>	109
24	Il Messaggero	16/01/2020	<i>TARANTINO, IN ARRIVO UNA SERIE WESTERN: CI SARA' DICAPRIO?</i>	110
26	Il Messaggero	16/01/2020	<i>ASCOLTI</i>	111
15	Il Sole 24 Ore	16/01/2020	<i>MEDIASET: -0,73%. PROSIEBENSAT PERDE UN CONSIGLIERE: POSSIBILE OCCASIONE PER IL BISCIONE (A.Biondi)</i>	112
1	Italia Oggi	16/01/2020	<i>VOLA MEDIASET, RAI UNO VINCE NELLE 24ORE E NEL PRIME TIME (C.Plazzotta)</i>	113
2	Italia Oggi	16/01/2020	<i>IN RAI TV E' SEMPRE IN ATTIVITA' LO SPOIL SYSTEM ALL'AMATRICIANA (S.Luciano)</i>	115
18	Italia Oggi	16/01/2020	<i>CHESSIDICE IN VIALE DELL'EDITORIA</i>	116
23	La Repubblica	16/01/2020	<i>VIA LIBERA DALLA UE A INWIT-VODAFONE 1125% ANDRA' ALL'ESTERO (S.Bennewitz)</i>	117
Rubrica Internazionale Web				
	AlloCine.Fr	15/01/2020	<i>BOX OFFICE FRANCE : STAR WARS TOUJOURS EN TETE, SUIVI PAR UNDERWATER</i>	118

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica Internazionale Web				
	Deadline.com	15/01/2020	<i>APPLE & M. NIGHT SHYAMALAN HIT WITH COPYRIGHT SUIT OVER SERVANT' RIPPING OFF SUNDANCE FILM</i>	120
	Hollywoodreporter.com	15/01/2020	<i>BOX OFFICE MILESTONE: 'STAR WARS: RISE OF SKYWALKER' CROSSES \$1B GLOBALLY</i>	122
	Variety.com	15/01/2020	<i>M. NIGHT SHYAMALAN ACCUSED OF GENDER ARROGANCE' IN COPYRIGHT LAWSUIT</i>	123
Rubrica Internazionale				
28	El Pais	16/01/2020	<i>¿ANTONIO BANDERAS ES UN HOMBRE BIANCO? (A.Laborde)</i>	125
46	Handelsblatt	16/01/2020	<i>MEDIEN-CLAN STREITET UBER BUSCHBRÄNDE</i>	126
24	Le Monde	16/01/2020	<i>UN VAMPIRE MODERNE ET PINCE-SANS-RIRE</i>	127
22	Les Echos	16/01/2020	<i>NETFLIX ACCUSE' DE TRANSFERER AUX PAYS-BAS SES PROFITS BRITANNIQUES (A.Counis)</i>	128
8	The New York Times - International Edition	16/01/2020	<i>AMONG 1.4 BILLION PEOPLE, 200 'STAR WARS' FANS (A.Yuhas)</i>	129
9	The New York Times - International Edition	16/01/2020	<i>NEW E.U. TRADE CHIEF SETS OUT TO MEND SOUR U.S. RELATIONS (J.Ewing)</i>	131
1	Wall Street Journal Usa	15/01/2020	<i>BUSINESS & FINANCE AMAZON COURTS BIG-NAME AUTHORS</i>	133
1	Wall Street Journal Usa	15/01/2020	<i>BUSINESS & FINANCE THE FED PROBABLY DIDN'T CAUSE THE STOCK MARKET MELT-UP</i>	135
13	Wall Street Journal Usa	15/01/2020	<i>'VEEP' CREATOR TAKES ON SCI-FI AND DICKENS</i>	137
13	Wall Street Journal Usa	15/01/2020	<i>TOP CONSUMER TRENDS FOR 2020</i>	139
14	Wall Street Journal Usa	15/01/2020	<i>HEARD ON THE STREET</i>	141

Anica: boom di biglietti al cinema

Il 2019 è stato un anno positivo per il cinema italiano. Dopo il primo trimestre, uno dei peggiori degli ultimi anni, il cinema ha iniziato, piano piano, a crescere raggiungendo «i 100 milioni di biglietti staccati, una somma che rende la settima arte – ha spiegato Francesco Rutelli, presidente Anica – un fenomeno, che non avendo pause estive, è decisamente unico rispetto a tutte le altre forme d'arte». Oltre 635 i milioni raggiunti dal box office italiano, una cifra che manifesta un interesse maggiore nel pubblico che ha frequentato la sala molto di più nel 2019, rispetto agli ultimi tre anni. E anche se il Natale 2019 è stato molto particolare con l'uscita in sala di *Pinocchio* e *Il primo Natale*, due film che si rivolgono a target differenti, ancora prima, da aprile qualcosa è cambiato: basta citare *Dieci giorni senza mamma*, *Martin Eden*, *Il traditore* o l'horror *Il signor diavolo*. Certo pesa sul box office la scarsa presenza di film che hanno incassato tra i 2 e i 4 milioni di euro (solo 4 rispetto ai 14 nel 2018) però occorre dire che il cinema, soprattutto italiano, è davvero rinato. (E. Gen.)



I dati 2019 dal «Re Leone» a Ficarra e Picone

Il pubblico torna al cinema, incassi in crescita del 14,3%

ROMA Soddisfazione. Lavoro di squadra. Qualità. Sono i termini che sono risuonati più volte ieri mattina in occasione della presentazione dei dati del box office 2019. Le cifre Cinetel illustrate dal presidente Davide Novelli confermano: aumento del 14,35% degli incassi rispetto all'anno precedente con 635.449.774 euro, ovvero un numero di presenze in sala pari a oltre 9 milioni e mezzo di spettatori (aumento del 13,55%). Si tira, dopo «l'orribile 2018», più di un sospiro di sollievo.

«C'è un pieno ritrovato feeling con un grande pubblico nelle sale cinematografiche» commenta il presidente Anica Francesco Rutelli al fianco dei presidenti della sezione pro-

duttori (Francesca Cima) e distributori (Luigi Lonigro) e a Mario Lorini, per l'Anec. «Dati che segnalano da un lato la qualità del prodotto: il pubblico italiano cerca buoni film, italiani e non. Dall'altro che la filiera vive e cresce se vive il cinema in sala, capofila creativo e produttivo».

Primo incasso del 2019 è stato *Il re Leone*, 37 milioni e mezzo di euro (al primo posto nel 2018 c'era *Bohemian Rhapsody* con 21 milioni e 200mila euro). In crescita anche il box office di produzione italiana (incluse co-produzioni), aumentato del 5,56% per una quota sul totale del 21,56%. Ha pesato in positivo, il miglior dicembre degli ultimi dieci anni grazie agli otti-

mi incassi de *Il primo Natale* di Ficarra e Picone (13.381.082 euro, uscito il 12 dicembre, unico titolo italiano nella top ten, al sesto posto), *Pinocchio* di Garrone (11.017.844, in sala dal 19 dicembre) — nel 2018 nessun titolo aveva superato la soglia dei 10 milioni —, ma anche *L'immortale* di Marco D'Amore (5.834.856) e *La dea fortuna* di Ferzan Ozpetek, quinto e sesto miglior incasso italiano 2019. Il terzo è *10 giorni senza mamma* (7.478.544), quarto *Il giorno più bello del mondo* (6.398.945).

Ottimismo dunque: per il 2020 ci sarà da quantificare l'effetto Zalone con *Tolo Tolo*. «In questi primi giorni di gennaio c'è già una crescita di 24 milioni di incassi rispetto

allo stesso periodo dello scorso anno», segnala Lonigro che sottolinea i risultati della stagione estiva con il progetto collettivo Moviement. In luglio +108,90%, in agosto +45,91%, il più alto incasso per il periodo dal 1995.

Un settore in buona salute, dunque, con significative ricadute occupazionali ricorda Cima. Ora, segnala Rutelli, serve «piena attuazione della legge Franceschini in tutta la sua articolazione, produzione, distribuzione, esercizio, regole per le piattaforme, investimenti e programmazioni nelle tv. La priorità adesso è il tax credit produttivo».

Stefania Ulivi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Cifre

- Nel 2019 si è registrato un aumento del 14,35% degli incassi rispetto all'anno precedente con 635.449.774 euro

- Il numero di presenze in sala è pari a oltre 9 milioni e mezzo di spettatori (aumento del 13,55%)

Gli italiani più visti

Ficarra e, a destra, Picone, in una scena de «Il primo Natale»





Una grande annata per il cinema. I dati di Cinetel 2019 confermano +14,35% di incassi e +13,55% di presenze in sala



Principali uscite (16 gennaio)

Jojo Rabbit
(16 gennaio)



Richard Jewell
(16 gennaio)



The Lodge
(16 gennaio)



Una grande annata per il cinema. I dati di Cinetel 2019 confermano +14,35% di incassi e +13,55% di presenze in sala



I dati parlano chiaro: il 2019 è stato l'anno della grande ripresa per il cinema. A confermarlo è il tradizionale report Cinetel sull'andamento generale dell'anno illustrato in conferenza ieri a Roma e in cui sono stati esposti i risultati del cinema in sala nel 2019, sottolineandone l'esito decisamente positivo. Secondo i dati rilevati, il primo anno targato Moviement - iniziativa triennale che mira ad allineare il mercato cinematografico italiano con gli altri internazionali e a rivoluzionare il cinema in Italia proponendolo come forma di intrattenimento valida per tutto l'anno e supportata dall'industria cinematografica in toto - è stato un grande successo in Italia, infatti nel 2019 i cinema hanno registrato un incasso complessivo di 635 milioni per un numero di presenze in sala che sfiora i 100 milioni. Rispetto al 2018 è stato registrato un incremento degli incassi pari al 14,35% e più del 13% in riferimento alle presenze in sala, il migliore risultato dell'ul-

timo triennio. I saldi positivi maggiori sono stati registrati in luglio (+108,90%), agosto (+45,91%), aprile (+41,15%) e dicembre (+13,7%). I dati riportano che, rispetto all'incasso suddiviso per mesi, il 2019 ha vinto il confronto sul 2018 per 9 mesi consecutivi su 12, dimostrando l'efficacia di uno dei cardini di Moviement messi in atto nel 2019: la necessità di portare il cinema in sala 12 mesi l'anno. Il box office dell'estate 2019 è stato il più importante degli ultimi 20 anni ed ha messo in atto un trend favorevole che ha portato al raggiungimento a fine anno di un risultato complessivo straordinario, segnando tra l'altro la migliore crescita anno su anno fra i principali territori europei ponendo l'Italia in vetta a mercati europei. Questo grazie al lavoro di squadra e a un confronto sempre più forte interno alla filiera, nonché la validità e l'efficacia del progetto Moviement. Nel 2019 è stato raggiunto un primo importante traguardo, ma serve proseguire con convinzione in

questa direzione. L'intervento di Francesco Rutelli, Presidente ANICA, ha concluso la conferenza affermando che il 2019 si è chiuso con forti messaggi positivi e dimostrando che tutta la filiera (produzione, distribuzione, esercizio) è rimasta unita per rilanciare il Cinema nelle sale. Un anno decisamente positivo e vorrei si guardasse a questi numeri non solo per una valutazione anno per anno, occasionale. C'è un pieno ritrovato feeling con un grande pubblico nelle sale cinematografiche, il quale a sua volta ha dimostrato apertamente di sapere apprezzare i buoni film italiani e non, come dimostrano gli ottimi dati relativi all'affluenza in sala. Confermatissime, quindi, le analisi e previsioni delle presenze al cinema distribuite al mercato degli investitori pubblicitari dalle tre concessionarie presenti sul mercato, che anche per il 2020, grazie a un palinsesto ricco di titoli di grande richiamo per il pubblico e ad un inizio d'anno boom grazie a Tolo Tolo di Checco Zalone, certamente vedranno con ottimismo la conferma di quei quasi 100 milioni di biglietti staccati quest'anno - che non hanno nessun raffronto con altre forme di entertainment promosse attraverso altri media.

Tra i film che hanno brillato maggiormente nel 2019, conquistando critica e pubblico e registrando il miglior incasso dell'anno, troviamo Il Re Leone (primo incasso assoluto con 37,5 mln€), seguito da

Box Office

9/12 gennaio

Incasso totale

€ 13.556.521

1. TOLO TOLO

€ 5.251.936

2. HAMMAMET

€ 2.244.772

3. PICCOLE DONNE

€ 1.597.773

Avengers: Endgame (30,2 mln€) e Joker di Todd Phillips (29,3 mln€), quest'ultimo candidato ai 92esimi Oscar con ben 11 nomination e il protagonista Joaquin Phoenix in pole position come migliore attore. Per quanto riguarda invece le produzioni italiane, incluse le co-produzioni, rispetto allo scorso anno il box office è generalmente cresciuto e nel 2019 ha registrato un incasso di 134,8 milioni di euro (+5,39% rispetto al 2018) con una quota sul totale del 21%. In crescita del 5,56% anche le presenze che nel 2019 toccano quota 21 milioni per una quota totale del 21,56%. Nel 2019 sono stati distribuiti in sala 495 nuovi film di cui 193 di produzione o co-produzione italiana e molti dei quali hanno totalizzato un incasso tra i 5 e i 10 milioni di euro. Un risultato importante che è stato raggiunto grazie a prodotti di qualità e ad un'offerta varia e ben distribuita nel periodo. Tra i film italiani che hanno brillato in questo 2019 troviamo i recenti Il primo Natale, Pinocchio, L'immortale e La Dea fortuna (rispettivamente 1°, 2°, 5° e 6° incasso italiano dell'anno), a loro volta affiancati nel corso dell'anno da numerose pellicole di qualità tra sorprese, kolossal ambiziosi e lungometraggi d'autore. Tutta la filiera ha lavorato con impegno affinché il 2019 fosse l'anno della svolta per il mercato italiano ed il risultato auspicato è stato ampiamente superato. Un ottimo auspicio per un 2020 straordinario!

I dati dell'anno illustrati da Anica: crescono presenze (+13,55%) e incassi (+14,35%)

Com'è andato il nostro cinema nel 2019? Meglio!

Il più visto è "Il re leone", tra gli italiani "Il primo Natale" di Ficarra e Picone

ROMA

Nel 2019 al box office italiano si sono incassati 635.449.774 euro per un numero di presenze in sala pari a 97.586.858. Rispetto al 2018 si è registrata una crescita degli incassi del 14,35% e un aumento delle presenze del 13,55%. Sono fra i dati Cinetel sull'andamento generale dell'anno, illustrati ieri all'Anica.

È cresciuto rispetto al 2019 il box office della produzione italiana (incluse le coproduzioni): ha registrato un incasso di 134,8 milioni di euro (+5,39% rispetto al 2018) per una quota totale del 21,22% (nel 2018 era del 23,03%). È aumentata la quota del cinema statunitense con un risultato sul totale del 65,16% (era del 55,57% nel 2018) per un incasso di circa 414 milioni di euro.

«Il 2019 è un anno decisamente positivo – commenta Francesco Rutelli, presidente dell'Anica –. C'è un pieno ritrovato feeling con un grande pubblico nelle sale cinematografiche». Questa crescita, tuttavia, «non può essere legata a pochi mesi all'anno e deve esserci una piena attuazione della leg-

ge Franceschini in tutta la sua articolazione, con i suoi strumenti per la produzione, la distribuzione, l'esercizio, le regole per le piattaforme, gli investimenti e le programmazioni nelle televisioni. la priorità adesso è il tax credit produttivo».

In termini generali il primo incasso assoluto del 2019 è "Il re leone" con oltre 37,5 milioni di euro, seguito da "Avengers: Endgame" e "Joker". Il film italiano che ha incassato di più nel 2019 è "Il primo Natale" di Ficarra e Picone (sesto posto generale, unico italiano nella top ten) con 13,3 milioni. Seguono, fra gli italiani, "Pinocchio" (12.) e "10 giorni senza mamma" (19.). Tra i primi 50 titoli per incassi, 13 sono italiani. Il fatto che sia sceso il numero di film distribuiti (495 nel 2019, -34 rispetto al 2018), di cui 193 di produzione o coproduzione italiana (-18 rispetto al 2018), ha favorito l'aumento dell'incasso medio, che per i film italiani registra +22,01%. «Le monosale sono quelle che sono cresciute di più come incassi - aggiunge Mario Lorini, presidente dell'Anec - ma in generale il fatto che l'esercizio si sia riunito è stato molto importante per avere una svolta». Dopo i primi tre mesi dell'anno negativi, «da aprile la filiera si è messa insieme per un impegno comune strut-

turato e sono arrivati i risultati» sottolinea il presidente Cinetel Davide Novelli. Ha ripagato la nuova programmazione estiva più ricca: i saldi positivi maggiori dell'anno sono stati registrati a luglio (+108,90%) e agosto (+45,91%, il più alto incasso per il periodo dal 1995), seguiti da aprile (+41,15%). Particolarmente brillante anche dicembre (+13,76% rispetto al 2018), il migliore dell'ultimo decennio il terzo in assoluto dal '95. Nella settimana di Natale gli incassi sono saliti del 13,94% e le presenze del 14,73%. Aggiungendo poi i giorni di festa fino alla Befana (quindi anche i primi sei giorni d'uscita di "Tolo Tolo" di Zalone), si arriva a +39,78% di incassi e +38,37% di presenze rispetto al 2018.

«Numeri che ci incoraggiano – dice Francesca Cima, presidente della sezione produttori dell'Anica –. Nell'anno, gli ottimi incassi anche per film come "Il traditore" e "Martin Eden" dimostrano che il pubblico vuole qualità e vuole essere sorpreso».

Nei primi mesi del 2020, «siamo già a +24 milioni rispetto al 2019 (grazie principalmente a Tolo Tolo, ndr) rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, ma non va dato per scontato che in totale nel 2020 si supereranno i dati del 2019, ci sono ancora varie incognite».



Hanno incassato 13,3 milioni
Ficarra e Picone



“ Il 2019 è stato l'anno del riscatto del cinema in Italia, un ritrovato feeling fra sale e pubblico
Francesco Rutelli, Anica



Il cinema cresce al box office: il più visto è «Il re leone»

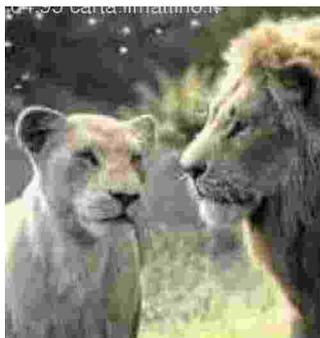
Nel 2019 al box office italiano si sono incassati 635.449.774 euro per un numero di presenze in sala pari a 97.586.858. Rispetto al 2018 si è registrata una crescita degli incassi del 14,35% e un aumento delle presenze del 13,55%. Sono fra i dati Cinetel sull'andamento generale dell'anno, illustrati ieri all'Anica. È cresciuto rispetto al 2019 il box office della produzione italiana (incluse

le coproduzioni): ha registrato un incasso di 134.8 milioni di euro (+5,39%) per una quota totale del 21,22%. È aumentata la quota del cinema statunitense con un risultato sul totale del 65,16% (era del 55,57%) per un incasso di circa 414 milioni di euro. «Il 2019 è un anno decisamente positivo - commenta Francesco Rutelli, presidente dell'Anica - C'è un pieno ritrovato feeling con un gran-

de pubblico nelle sale cinematografiche». Questa crescita, tuttavia, «non può essere legata a pochi mesi all'anno e deve esserci una piena attuazione della legge Franceschini in tutta la sua articolazione, con i suoi strumenti per la produzione, la distribuzione, l'esercizio, le regole per le piattaforme, gli investimenti e le programmazioni nelle televisioni. La priorità adesso è il tax credit produttivo».

In termini generali il primo incasso assoluto del 2019 è «Il re leone» con oltre 37,5 milioni di euro, seguito da «Avengers: Endgame» e «Joker». Il film italiano che ha incassato di più nel 2019 è «Il primo Natale» di Ficarra e Picone (sesto posto generale, unico italiano nella top ten) con 13,3 milioni. Seguono, fra gli italiani, «Pinocchio» e «10 giorni senza mamma».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



IL BILANCIO

2019, l'anno del ritorno al cinema E con "Tolo Tolo" decolla il 2020

Nel 2019 al box office italiano si sono incassati 635.449.774 euro per un numero di spettatori pari a 97.586.858. Rispetto al 2018 si è registrata una crescita degli incassi del 14,35% e un aumento delle presenze del 13,55%. Questi i dati Cinetel, presentati ieri all'Anica. È cresciuto rispetto al 2018 il box office della produzione italiana (incluse le coproduzioni): ha registrato un incasso di 134,8 milioni di euro (+5,39% rispetto al 2018) per una quota totale del 21,22% (nel 2018 era del 23,03%). È aumentata la quota del cinema statunitense con un risultato sul totale del 65,16% (era del 55,57% nel 2018) per un incasso di circa 414 milioni di euro. Il primo incasso assoluto del 2019 è "Il



"Il Re Leone" è il film che ha incassato di più nel 2019

Re Leone" con oltre 37,5 milioni di euro, seguito da Avengers, Endgame e Joker. Il film italiano che ha incassato di più nel 2019 è "Il primo Natale" di Ficarra e Picone (sesto posto generale, unico italiano nella top ten) con 13,3 milioni. Seguono, fra gli italiani, Pinocchio (12°) e "10 giorni senza

mamma" (19°). Tra i primi 50 titoli per incassi, 13 sono italiani. Il fatto che sia sceso il numero di film distribuiti (495 nel 2019, -34 rispetto al 2018), di cui 193 di produzione o coproduzione italiana (-18 rispetto al 2018), ha favorito l'aumento dell'incasso medio, che per i film italiani registra

+22,01%. «Le monosale sono cresciute di più come incassi», dice Mario Lorini, presidente dell'Anec. Ha ripagato la nuova programmazione estiva più ricca: i saldi positivi maggiori dell'anno sono stati registrati a luglio (+108,90%) e agosto (+45,91%, il più alto incasso per il periodo dal 1995), seguiti da aprile (+41,15%). Brillante dicembre (+13,76% rispetto al 2018), il migliore dell'ultimo decennio e il terzo in assoluto dal 1995. Nella settimana di Natale gli incassi sono saliti del 13,94% e le presenze del 14,73%. Aggiungendo i giorni di festa fino alla Befana (quindi anche i primi sei giorni d'uscita di Tolo Tolo di Zalone), si arriva a +39,78% di incassi e +38,37% di presenze rispetto al 2018. «Sono numeri che ci incoraggiano nel lavoro che stiamo facendo e anche nel differenziare l'offerta», dice Francesca Cima, presidente della sezione produttori dell'Anica. Nei primi mesi del 2020, siamo a +24 milioni (grazie principalmente a Tolo Tolo) rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. —



Cinema
(C) Cgd Digital e
I dati del 2019:
aumentano
gli incassi
nelle sale

Satta a pag. 24

Presentati i dati dell'anno appena finito: sono aumentati gli incassi (14,35%) e le presenze (13,55%), gli spettatori sono stati oltre 97 milioni per un totale di 635 milioni di euro. Rutelli, presidente Anica: «Le diverse forme di fruizione si trainano a vicenda»

Il cinema nelle sale va malgrado lo streaming

NUMERI

Buone notizie per il cinema, mentre i risultati degli ultimi film italiani, da *Tolo Tolo* (42 milioni) a *Pinnocchio* (14,6), fanno impennare il box office: dopo un triennio «orribile» dal punto di vista commerciale, nel 2019 sono aumentati gli incassi e le presenze rispettivamente del 14,35 per cento e del 13,55 malgrado siano usciti meno film. Il botteghino ha rastrellato 635 milioni 449.774 euro e gli spettatori sono stati 97 milioni 586.858. Il campione? E' *Il Re Leone* con 37,5 milioni seguito da *Avengers: Endgame* e *Joker* (che uscirà in digitale dal 23 gennaio e in dvd il 6 febbraio). Tra gli italiani, al primo posto svetta *Il primo Natale*, 13,3 totalizzati fino alla fine dell'anno e oggi a quota 15,3, emblema di un Natale cinematografico fortissimo nonostante l'assenza dei cinepanettoni.

TREND MONDIALE

Alla luce della cifre fornite da Cinetel e presentate ieri all'Anica, l'associazione che riunisce le industrie tecniche del cinema, tutto questo significa una cosa molto semplice: con quasi cento milioni di spettatori, la sala non conosce crisi malgrado la crescente popolarità di streaming e video on demand. «Il cinema ha

ritrovato il feeling con il pubblico grazie alla qualità del prodotto, sia italiano sia straniero. E le diverse forme di fruizione dei film non sono in competizione, anzi si trainano l'una con l'altra», commenta Francesco Rutelli, il presidente dell'Anica, «se cresce la sala crescono anche gli altri consumi».

Lo confermano i risultati del box office mondiale che nel 2019 ha realizzato 45,2 miliardi di dollari. Si tratta di un record mai raggiunto prima, malgrado il leggero calo registrato dal mercato nordamericano e grazie al salto in avanti della Cina.

PRIMO "IL RE LEONE", SECONDO "JOKER" TRA GLI ITALIANI SI IMPONE SU TUTTI "IL PRIMO NATALE" DI FICARRA E PICONE

Ma è anche la prova che Netflix e le altre piattaforme, tuttora bersaglio di anatemi e crociate, non hanno ucciso il cinema "tradizionale" bensì aiutano a rilanciarlo.

MESI CALDI

E in casa nostra, a dare una mano al trend positivo 2019 sono stati gli incassi dell'estate: più 108,90 per cento a luglio, più 45,91 ad agosto. Merito della campagna "Moviement" che ha rilanciato la distribuzione nei

mesi caldi dando luogo a risultati sorprendenti come il milione e 200mila realizzato dal bellissimo film di Pupi Avati *Il Signor Diavolo* uscito ad agosto. Nel corso del 2019, inoltre, è cresciuto del 5,56 per cento il numero degli spettatori per i film italiani mentre la quota di mercato nazionale è calata dal 23,03 al 21,22 per cento a vantaggio del cinema americano, cresciuto dal 55,57 al 65,16 per cento. Ma gli ottimi risultati ottenuti all'inizio di quest'anno dai film di Zalone, Ozpetek, Garrone, Amelio contribuiranno sicuramente ad aumentare la forza del made in Italy alla fine dell'anno. Intanto *Tolo Tolo*, *La Dea Fortuna*, *Il primo Natale*, *Pinnocchio*, *Hammamet* e perfino *18 regali* fanno sì che il box office complessivo sia finora aumentato di 24 milioni rispetto ai primi mesi 2019.

SALE E QUALITÀ

«Questi ottimi risultati ci incoraggiano a proseguire la strada intrapresa: produrre film di qualità e diversificare i generi», dice Francesca Cima, presidente dei produttori. «Si incassa se si fanno dei bei film e se le sale si rinnovano», aggiunge Tilde Corsi, produttrice di *La Dea Fortuna* a quota 7,5 milioni. Le fa eco Mario Lorini, il presidente dell'Anec: «Noi esercenti abbiamo vinto la sfida rimanendo uniti», mentre Luigi Lonigro, a

BUONO IL RISULTATO DELLA CAMPAGNA ESTIVA, CRESCE IL PUBBLICO (+5,56%) PER I FILM MADE IN ITALY

capo dell'Unione distributori, è convinto che l'exploit 2019 sia frutto «di un piano industriale messo in atto dall'intera filiera cinematografica».

Dopo i primi tre mesi dell'anno negativi, «da aprile la filiera si è messa insieme per un impegno comune strutturato e sono arrivati i risultati», aggiunge il presidente di Cinetel, Davide Novelli.

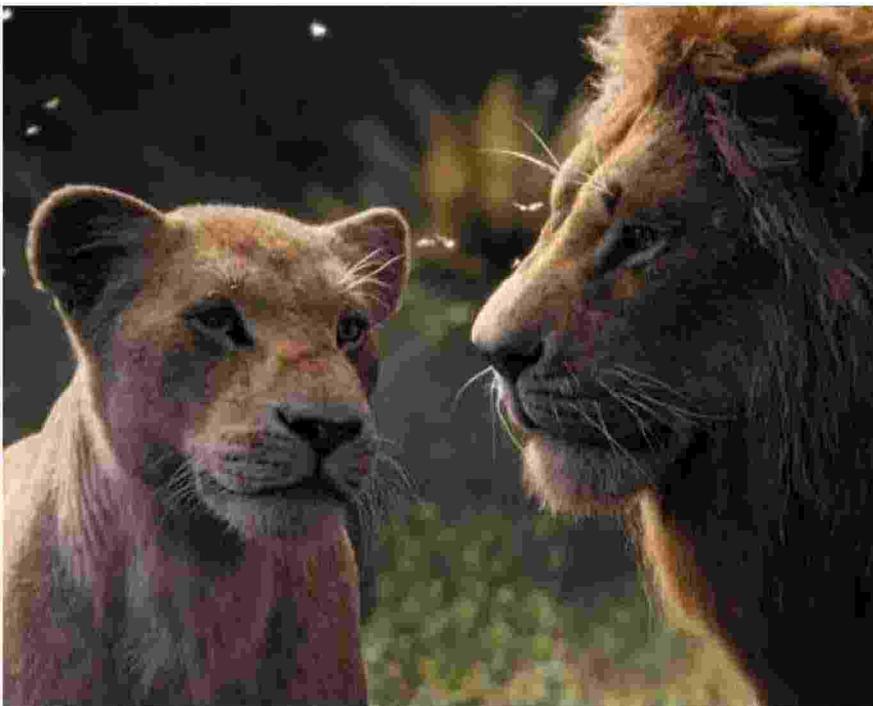
LA LEGGE

E, dopo i brindisi, si pensa al futuro. «La crescita non può essere legata a pochi mesi all'anno», dice Rutelli, «è urgente la piena attuazione della legge Franceschini in tutta la sua articolazio-

ne, vale a dire con gli strumenti per la produzione, la distribuzione, l'esercizio, le regole per le piattaforme, gli investimenti e le programmazioni tv. La priorità è ora il tax credit produttivo. Nel 2020 la legge (400 milioni all'anno, ndr) dovrà funzionare per intero. Altrimenti, nell'incertezza, le imprese faranno a meno di investire».

Gloria Satta

© RIPRODUZIONE RISERVATA



A sinistra, un'immagine di "Il Re Leone" di Jon Favreau. Sopra, Joaquin Phoenix in una scena di "Joker" e, a destra, Ficarra e Picone nel film "Il primo Natale", il più visto dell'anno



Il cinema fa i conti: è l'anno della svolta

IL BOX OFFICE DEL 2019

Più gente nelle sale grazie all'intesa di filiera Rutelli: priorità tax credit

Andrea Biondi

ROMA

Il 2019 «è stato un anno positivo. Che ha dimostrato un pieno e ritrovato feeling con il pubblico». Francesco Rutelli, presidente Anica esordisce così nella tradizionale presentazione annuale dei dati del cinema in Italia. Che a consuntivo autorizzano a un sospiro di sollievo e a una pacca sulla spalla per un sistema che ha raccolto i frutti di un lavoro comune da parte di una filiera che proprio nel 2019 ha deciso di non muoversi in ordine sparso, ma di puntare con il progetto "Moviment" a portare gente al cinema per tutto l'anno.

Sforzo premiato viene da dire guardando al +47,3% di incassi e +40,3% di presenze in estate. Luglio (+108,9%) e agosto (+45,91%) sono i mesi cresciuti di più. Il "comune sentire" della filiera si è visto anche sui 12 mesi con incassi (+14,35% a 635,4 milioni) e presenze (+13,55% a 97,6 milioni) migliorati in un 2019 in cui i campioni di incassi sono stati "Il Re Leone" (37,5 milioni); "Avengers - Endgame" (30,2 milioni) e "Joker" (29,3 milioni). La pellicola italiana che ha incassato di più è stata "Il primo Natale" di Ficarra e Picone (sesto generale, unico italiano nella top ten) con 13,3 milioni. Il 2019 è così cresciuto non solo rispetto al 2018 "horribilis", ma anche sul 2017. Sempre fra le note positive c'è il sorpasso sugli incassi della Spagna (624,1 milioni). A questo punto del 2020, spiega Luigi Lonigro presidente della sezione distributori dell'Anica, «siamo già a +2,4 milioni sul 2018. Ma non va dato per scontato che il 2020 sarà miglio-

re». Del resto negli anni parigi eventi sportivi (quest'anno Europei di calcio e Olimpiadi) rappresentano una complicazione. E se "Tolo Tolo" di Zalone sta dando una spinta, la tenuta nell'anno andrà insomma verificata. Va detto che lo stato d'animo del mondo del cinema in Italia è diverso rispetto a inizio 2019 quando i primi 3 mesi presentavano un segno meno. «Da aprile la filiera si è messa insieme e sono arrivati i risultati», sottolinea il presidente Cinetel, Davide Novelli. Fra le note positive Mario Lorini, presidente Anec (esercenti), richiama i dati delle «monosale: quelle con la maggiore crescita»: +17,14% gli incassi (sono l'8,7% del totale) e +15,65% le presenze (9,9% del totale).

Certo, al box office in generale a farla da padrone (e qui si entra negli aspetti su cui c'è da lavorare) sono state le pellicole Usa, la cui quota sul totale è salita dal 55 al 65%. Gli incassi dei film italiani sono cresciuti (+5,39%), ma la quota sul totale box

office è scesa dal 23% al 21,2%. Altro tema: i film in sala sono diminuiti (segnale di migliore qualità e programmazione), ma sono stati pur sempre 495, di cui 193 italiani.

«La cifra di 100 milioni di biglietti staccati non ha raffronti con qualsiasi forma di entertainment», ha sottolineato Rutelli, richiamando alla necessità di una «piena attuazione della legge Franceschini in tutta la sua articolazione, con i suoi strumenti per la produzione, la distribuzione, l'esercizio, le regole per le piattaforme, gli investimenti e le programmazioni nelle televisioni. La priorità adesso è il tax credit produttivo», il cui nuovo regolamento «è in arrivo» ha rimarcato dal canto suo Mario Turetta (Mibact). «La piena attuazione della legge di sistema - chiosa Francesca Cima, dei produttori dell'Anica - è fondamentale. Il nostro oggi è un settore con piena occupazione. Anzi, mancano figure necessarie».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



«Il cinema muoiono» Però le sale sono piene

Con buona pace dei reiterati allarmi circa la sua imminente dipartita causa streaming, telefoni e tecnologia varia, i cinema italiani godono di ottima salute: nel 2019 spettatori e incassi nelle sale del nostro Paese sono infatti cresciuti quasi del 15%.

Bianconi a pagina 31



LA CRESCITA

Anica e Anec rendono noti i numeri delle presenze nelle sale nell'ultimo anno

GIULIA BIANCONI

*** Sembra che gli incassi al botteghino italiano non li faccia solo Checco Zalone. Il 2019 ha visto un aumento delle entrate al box office, rispetto al 2018, del 14,35%, pari a 635.449.774 euro, per un numero di presenze in sala pari a 97.586.858, ossia +13,55%.

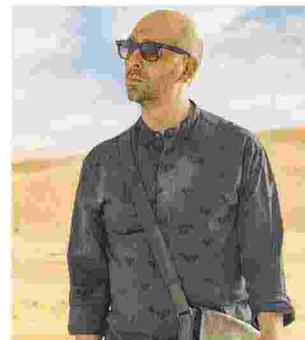
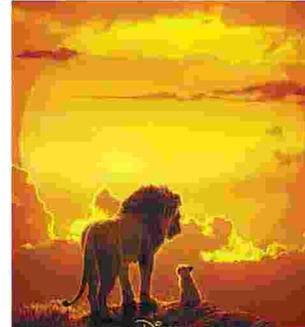
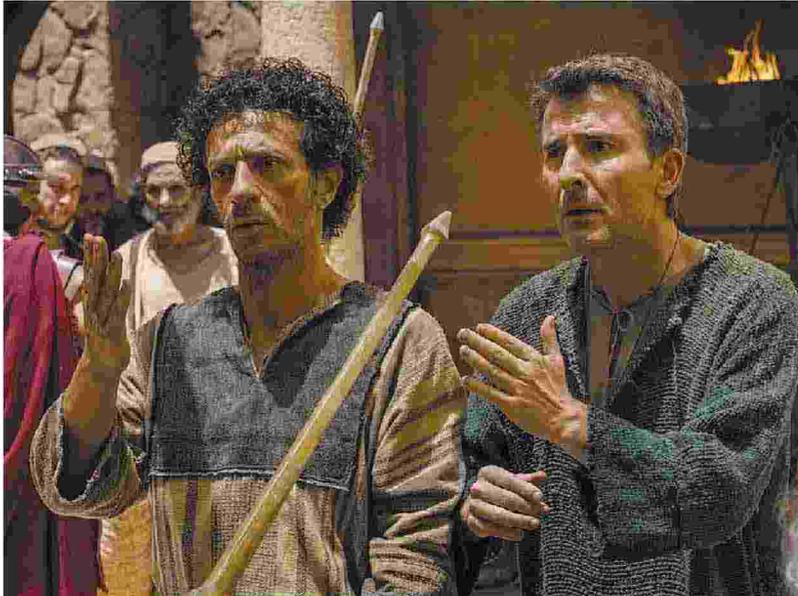
A segnare positivamente l'anno cinematografico appena trascorso è stato anche un titolo italiano, «Il primo Natale» di Ficarra e Picone, che ha incassato 13,3 milioni, piazzandosi al sesto posto di una top ten praticamente tutta americana. Il primo in classifica, in termini di incassi, è stato «Il Re Leone», live action della Disney che ha ottenuto oltre 37,5 milioni di euro, seguito da «Avengers: Endgame» e «Joker». A rendere noti i dati Cinetel sono stati ieri mattina Anica (Associazione nazionale industrie cinematografiche audiovisive e multimediali) e Anec (Associazione nazionale esercenti cinema). «Il 2019 è stato un anno decisamente positivo e vorrei si guardasse a questi numeri non solo per una valutazione occasionale. C'è un pieno ritrovato feeling con un grande pubblico nelle sale cinematografiche», ha commentato orgoglioso il presidente di Anica, Francesco Rutelli, festeggiando i quasi cento milioni di biglietti staccati. I dati vanno analizzati secondo due chiavi di lettura: «Una è la qualità del prodotto. Il pubblico italiano cerca buoni film, italiani e non - ha detto ancora Rutelli - Il secondo aspetto riguarda la filiera che l'Anica intende rappresentare interamente, dallo sviluppo creativo allo sfruttamento economico del film, passando dal rapporto con il pubblico, che non abbiamo mai considerato conflittuale. La filiera vive e cresce se vive il cinema in sala che è il capofila creativo e produttivo».

Questa crescita, ha precisato Rutelli, «non può essere legata a pochi mesi all'anno. Deve esserci una piena attuazione della legge Franceschini in tutta la sua articolazione».

In termini di incasso, si tratta del quinto risultato sia dal 2010, che dal 1995, anno in cui Cinetel ha iniziato l'attività di rilevazione dei dati. In termini di presenze è, invece, il quinto dal 2010 e il nono dal 1995. Ancora numeri alla mano, nel 2019 è cresciuto il box office della produzione italiana (incluse le coproduzioni), che ha registrato un incasso di 134,8 milioni di euro (+5,39% rispetto al 2018) per una quota totale del 21,22% (nel 2018 era del 23,03%).

«Il cinema stanno morendo» Ma i dati dicono il contrario

Nonostante i tanti allarmismi nel 2019 aumentano spettatori e incassi



Il numero di presenze della produzione italiana (incluse le coproduzioni) nel 2019 è di 21 milioni nel 2019 (+5,56%) per una quota totale del 21,56%. Inoltre, lo scorso anno sono stati distribuiti in sala 495 nuovi film di prima programmazione (-34 ri-

ci è andato cauto sul risultato finale: «Non va dato per scontato che in totale nel 2020 si supereranno i dati del 2019, ci sono ancora varie incognite». Poi ha concluso: «I numeri positivi dell'anno scorso ci fanno uscire da un triennio orribile. Nel 2019 siamo riusciti anche a superare i dati al botteghino della Spagna, un risultato che sembrava impossibile, ottenuto grazie a un'estate straordinaria che ci ha rimesso in linea con gli altri Paesi europei».

INFORMAZIONE ASSOCIATI



spetto al 2018), di cui 193 di produzione italiana o co-produzione italiana (-18 rispetto al 2018), e 85 nuovi contenuti complementari (eventi, edizioni speciali, riedizioni, ossia il +7% rispetto al 2018). Se il 2019 è andato decisamente bene per il nostro box office, ci sarà da festeggiare anche per il 2020 vista la presenza del film di Zalone «Tolo Tolo», uscito lo scorso primo gennaio. «In questi primi giorni dell'anno c'è già stata una crescita di 24 milioni di incassi rispetto allo stesso periodo dello scorso anno», ha spiegato Luigi Lonigro, presidente della sezione distributori dell'Anica, anche se poi

Campioni

«Il primo Natale» di Ficarra e Picone si è piazzato al sesto posto in una top ten praticamente tutta americana. Primo in classifica, in termini di incassi, è stato «Il Re Leone», della Disney seguito da «Avengers: Endgame» e «Joker». Grande inizio di 2020 per «Tolo Tolo» di Checco Zalone

LA NUOVA STAGIONE



E nel 2020 inizio boom grazie a Checco Zalone

I buoni risultati del cinema nel 2019 proseguono con un ulteriore rilancio nel nuovo anno. Lo ha detto alla presentazione dei dati Cinetel il presidente della sezione distributori dell'Anica, Luigi Lonigro. Il boom è dovuto principalmente a "Tolo Tolo", il film di Checco Zalone, ma anche altre pellicole stanno portando un buon numero di persone al cinema (da "Pinocchio" a "Hammamet"). «In questi primi giorni del 2020 c'è già una crescita di 24 milioni di incassi rispetto allo stesso periodo dello scorso anno - ha detto Lonigro - ma non va dato per scontato che in totale nel 2020 si supereranno i dati 2019, ci sono ancora varie incognite. Comunque si esce finalmente da un triennio orribile. Nel 2019 siamo riusciti anche a superare i dati al botteghino della Spagna, un risultato che sembrava impossibile, ottenuto grazie a un'estate straordinaria che ci ha rimesso in linea con gli altri Paesi europei».



Luce in sala, tornano gli spettatori al cinema Ficarra e Picone i primatisti italiani

"Il Re leone" batte tutti al box office, i due comici nella top ten Aumentano del 14% presenze e incassi, dicembre da record

ROMA. Nel 2019 al box office italiano si sono incassati 635.449.774 euro per un numero di presenze in sala pari a 97.586.858. Rispetto al 2018 si è registrata una crescita degli incassi del 14,35% e un aumento delle presenze del 13,55%. Sono fra i dati Cinetel sull'andamento generale dell'anno, illustrati ieri all'Anica. E' cresciuto rispetto al 2019 il box office della produzione italiana (incluse le coproduzioni): ha registrato un incasso di 134,8 milioni di

euro (+5,39% rispetto al 2018) per una quota totale del 21,22% (nel 2018 era del 23,03%). E' aumentata la quota del cinema statunitense con un risultato sul totale del 65,16% (era del 55,57% nel 2018) per un incasso di circa 414 milioni di euro.

«Il 2019 è un anno decisamente positivo - commenta Francesco Rutelli, presidente dell'Anica - C'è un pieno ritrovato feeling con un grande pubblico nelle sale cinematografiche». Questa crescita,

tuttavia, «non può essere legata a pochi mesi all'anno e deve esserci una piena attuazione della legge Franceschini in tutta la sua articolazione, con i suoi strumenti per la produzione, la distribuzione, l'esercizio, le regole per le piattaforme, gli investimenti e le programmazioni nelle televisioni. La priorità adesso è il tax credit produttivo».

In termini generali il primo incasso assoluto del 2019 è "Il re leone" con oltre 37,5 milioni di euro, seguito da "Aven-

gers: Endgame" e "Joker". Il film italiano che ha incassato di più nel 2019 è "Il primo Natale" di Ficarra e Picone (sesto posto generale, unico italiano nella top ten) con 13,3 milioni.

Seguono, fra gli italiani, "Pinocchio" (12°) e "10 giorni senza mamma" (19°). Tra i primi 50 titoli per incassi, 13 sono italiani. Il fatto che sia sceso il numero di film distribuiti (495 nel 2019, -34 rispetto al 2018), di cui 193 di produzione o coproduzione italiana (-18 rispetto al 2018), ha favorito l'aumento dell'incasso medio, che per i film italiani registra +22,01%. «Le monosale sono quelle che sono cresciute di più come incassi - aggiunge Mario Lorini, presidente dell'Anec - ma in generale il fatto che l'esercizio si sia riunito è stato molto importante per avere una svolta».

Dopo i primi tre mesi dell'anno negativi, «da aprile la filiera si è messa insieme per un impegno comune strutturato e sono arrivati i risultati» sottolinea il presidente Cinetel, Davide Novelli. Ha ripagato la nuova programmazione estiva più ricca: i saldi positivi maggiori dell'anno sono stati registrati a luglio (+108,90%) e agosto (+45,91%, il più alto incasso

per il periodo dal 1995), seguiti da aprile (+41,15%).

Particolarmente brillante anche dicembre (+13,76 % rispetto al 2018), il migliore dell'ultimo decennio il terzo in assoluto dal '95. Nella settimana di Natale gli incassi sono saliti del 13,94% e le presenze del 14,73%, grazie all'uscita di film di successo: quello di Ficarra e Picone, il "Pinocchio" di Garrone, ma an-

che "L'immortale" (D'Amore) e "La dea fortuna" (Ozpetek), rispettivamente primo, secondo, quinto e sesto incasso italiano dell'anno.

Aggiungendo poi i giorni di festa fino alla Befana (quindi anche i primi sei giorni d'uscita di "Tolo Tolo" di Zalone), si arriva a +39,78% di incassi e +38,37% di presenze rispetto al 2018.

«Sono numeri che ci incoraggiano nel lavoro che stia-

mo facendo e anche nel differenziare l'offerta, una scelta che ha pagato in particolare a Natale dove gli spettatori, pur non trovando cinepanettoni, hanno scelto spesso nostri film - dice Francesca Cima, presidente della sezione produttori di Anica - Nell'anno, gli ottimi incassi anche per film come "Il traditore" e "Martin Eden" dimostrano che il pubblico vuole qualità e vuole essere sorpreso».

La ripresa del grande schermo nel 2019



A sinistra, un fotogramma del "Re leone" action movie. A destra in alto, Roberto Benigni nel "Pinocchio" di Matteo Garrone; in basso, Ficarra e Picone in una scena da "Il primo Natale"



RITORNANO I FASTI

Boom del cinema nel 2019: incassi in crescita del 14,3%

Secchi a pag. 18

Incassi in aumento del 14,3% a quota 635,4 mln. I soli titoli italiani crescono del 5,4%

Cinema, buona la prima nel 2019
Bene anche agosto. Rutelli (Anica): anno decisamente positivo

DI ANDREA SECCHI

Ritorno al cinema: dopo tre anni di cali, dal 2016 in poi, i dati del 2019 sono finalmente in crescita per l'Italia, con 635,45 milioni di euro di incassi, in aumento del 14,35%, e 97,6 milioni di presenze, +13,55% sul 2018. In termini di ricavi è il quinto risultato sia dal 2010 che in assoluto dal 1995, anno in cui Cinetel, che ha raccolto e presentato questi dati ieri nella sede dell'Anica, ha iniziato le rilevazioni.

Questo senza avere nei 12 mesi il box office del re Mida del cinema italiano, **Checco Zalone**, il cui *Toto Toto* è uscito il 1° gennaio di quest'anno e quindi peserà sul 2020. Nonostante ciò, però, la produzione italiana è ugualmente andata bene, con un incasso di oltre 134,8 milioni (+5,39% sul 2018 e una quota sul totale del 21,22%) e 21 milioni di presenze (+5,56%). Ovviamente, però, sono i film americani che hanno sostenuto la maggior parte del progresso crescendo del 34% (414 milioni di euro, il 65,16% del totale), tanto che nella top ten dell'anno nove titoli su dieci sono statunitensi e uno solo è italiano (*Il primo Natale* di **Ficarra e Picone**). Un risultato comunque buono visto che nel 2018 nessun titolo italiano era entrato fra i primi 10.

In testa al box office dello scorso anno c'è *Il Re Leone* di Disney, il gruppo che occupa sei posizioni su dieci. Il film è riuscito persino ad animare l'agosto del cinema (è uscito il 21 di quel mese) e ha incassato 37,5

La top ten dei film nel 2019					
	Titolo	Distribuzione	Naz.	Incassi €	Presenze
1	IL RE LEONE (THE LION KING)	DISNEY	USA	37.506.094	5.691.863
2	AVENGERS: ENDGAME	DISNEY	USA	30.282.559	4.098.421
3	JOKER	WARNER BROS	USA	29.338.913	4.189.453
4	FROZEN II - IL SEGRETO DI ARENDELLE (FROZEN II)	DISNEY	USA	18.087.398	2.802.569
5	ALADDIN	DISNEY	USA	15.440.329	2.411.834
6	IL PRIMO NATALE	MEDUSA	ITA	13.381.082	2.060.270
7	MALEFICENT - SIGNORA DEL MALE (MALEFICENT - MISTRESS OF EVIL)	DISNEY	USA	12.365.063	1.871.539
8	C'ERA UNA VOLTA A... HOLLYWOOD (ONCE UPON A TIME IN... HOLLYWOOD)	WARNER BROS	USA	11.883.478	1.715.489
9	SPIDER-MAN: FAR FROM HOME	WARNER BROS	USA	11.768.785	1.768.717
10	DUMBO	DISNEY	USA	11.212.272	2.004.882

Elaborazione ItaliaOggi su dati Cinetel

milioni, una cifra superiore a quella del primo film del 2018, *Bohemian Rhapsody* (21,2 mln) e più alta dal gennaio 2016 quando uscì in sala *Quo Vado* di Zalone.

A seguire *Avengers: Endgame* sempre di Disney e poi *Joker*, distribuito da Warner Bros. Al quarto e quinto posto *Frozen II* e *Aladdin* (entrambi Disney), poi *Il primo Natale* (Medusa), *Maleficent - Signora Del Male* (Disney), *C'era Una Volta A... Hollywood* di **Quentin Tarantino** (Warner), *Spider-Man: Far From Home* (Warner) e *Dumbo* (Disney).

Se si guarda invece alla top ten dei soli titoli italiani, oltre al film di Ficarra e Picone che ha incassato 13,4 milioni di euro, si trovano *Pi-nocchio* di **Matteo Garrone**

(01 Distribution), *10 giorni senza mamma* di **Alessandro Genovesi** con **Fabio De Luigi** (Medusa), *Il giorno più bello del mondo* di **Alessandro Siani** (Vision distribution/Universal), *L'immortale* di **Marco D'Amore** (Vision/Universal), *La Dea Fortuna* di **Ferzan Özpetek** (Warner), *Ma cosa ci dice il cervello* di **Riccardo Milani** (Vision), *Cetto c'è, senzadubbiume* di **Giulio Manfredonia** con **Antonio Albanese** (Vision/Universal), *Il Traditore* di **Marco Bellocchio** (01 Distribution) e *Non ci resta che il crimine* di **Massimiliano Bruno** (01 Distribution).

I mesi estivi sono stati



Ficarra e Picone ne *Il primo Natale*

la sorpresa del 2019: luglio a +108,9% e agosto a +45,9%, segno che anche d'estate il pubblico è disposto ad andare al cinema se ci sono titoli che attraggono. I primi tre mesi del 2019, al contrario erano stati un po' fiacchi, mentre dicembre è stato il migliore dell'ultimo decennio grazie

soprattutto ai film italiani. «Il 2019 è un anno decisamente positivo e vorrei si guardasse a questi numeri non solo per una valutazione anno per anno, occasionale», ha commentato il presidente dell'Anica **Francesco Rutelli**. «C'è un pieno ritrovato feeling con un grande pubblico nelle sale cinematografiche». Secondo Rutelli, però, la crescita non può essere legata a pochi mesi all'anno «e deve esserci una piena attuazione della legge Franceschini in tutta la sua articolazione, con i suoi strumenti per la produzione, la distribuzione, l'esercizio, le regole per le piattaforme, gli investimenti e le programmazioni nelle televisioni».

Per quanto riguarda gli altri paesi, sono in crescita Francia e Spagna, sebbene con percentuali inferiori a quelle italiane, va molto bene la Germania dopo un 2018 nero e cala il Regno Unito (-2%).

C'è poi il dato record sul cinema nel mondo circolato ieri a livello internazionale: 42,5 miliardi di dollari di incassi (38 miliardi di euro), un record secondo le stime di comScore, con la Cina che cresce del 5,4% a 9,3 miliardi di dollari (8,3 miliardi di euro) e si avvicina agli Stati Uniti (-4% a 11,4 miliardi di dollari, 10,2 miliardi di euro). Ovviamente è sempre Disney che a livello mondiale emerge superando, primo gruppo nella storia, i 10 miliardi di dollari al botteghino.

© Riproduzione riservata

CINEMA DATI CINETEL: IL 2019 SEGNA LA RIPRESA. E TREND IN CRESCITA PER I PRIMI INCASSI DEL 2020

«Tolo Tolo» vola oltre i 41 milioni

E «Hammamet» secondo negli incassi del weekend

di CINZIA CONTI

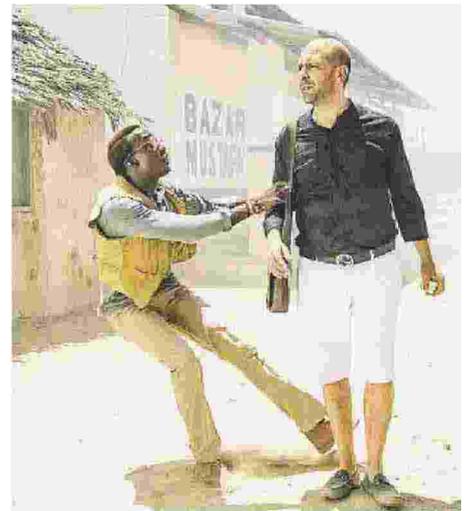
Continua la corsa trionfale di Checco Zalone: il suo *Tolo Tolo* ha superato i 41 milioni totali di incassi mettendo via nel weekend appena trascorso, nonostante il calo del 75%, altri 5 milioni 251 mila euro con una media di 4714 euro su 1114 sale. E continua anche la corsa a superare i suoi grandi successi degli anni scorsi: *Quo Vado?* che ha superato i 65 milioni di incassi, *Sole a catinelle* arrivato quasi a 52 e Che bella giornata a 43. Intanto *Tolo Tolo* ha superato alla grande i 37 milioni e mezzo de *Il re leone* ed è diventato il titolo di maggiore incasso degli ultimi 4 anni. E come se non bastasse, proprio ieri il barese Luigi Lonigro, presidente della sezione distributori dell'Anica, durante la presentazione dei dati Cinetel sul cinema in sala nel 2019 ha osservato che: «In questi primi giorni del 2020, c'è già una crescita di 24 milioni di incassi (grazie principalmente a *Tolo Tolo* di Checco Zalone) rispetto allo stesso periodo dello scorso anno», pur aggiungendo che «non va dato per scontato che in totale nel 2020 si supereranno i dati del 2019, perché ci sono ancora varie incognite».

A proposito dei dati Cinetel, nel 2019 al box office

italiano si sono incassati 635.449.774 euro per un numero di presenze in sala pari a 97.586.858. Rispetto al 2018 si è registrata una crescita degli incassi del 14,35% e un aumento delle presenze del 13,55%. È cresciuto inoltre il box office della produzione italiana (incluse le coproduzioni): ha registrato un incasso di 134,8 milioni di euro (+5,39% rispetto al 2018) per una quota totale del 21,22% (nel 2018 era del 23,03%).

Soddisfazione è stata espressa dal presidente dell'Anica Francesco Rutelli che ha dichiarato: «Il 2019 è un anno decisamente positivo e vorrei si guardasse a questi numeri non solo per una valutazione anno per anno, occasionale. C'è un pieno ritrovato feeling con un grande pubblico nelle sale cinematografiche».

Tornando invece agli incassi del weekend, buon debutto - in seconda posizione - per *Hammamet* di Gianni Amelio con uno «stupefacente» Pierfrancesco Favino-Bettino Craxi, Omero Antonutti e Claudia Gerini. Il film sugli ultimi 6 mesi di vita dell'ex statista in Tunisia incassa 2 milioni 244 mila in 4 giorni con una media di 4859 euro su 462 schermi. In terza posizione *Piccole donne* di Greta Gerwig con Meryl Streep, Emma Watson e Saoirse Ronan. La rivisitazione del capolavoro di Louisa May Alcott



RECORD Checco Zalone in «Tolo Tolo»

incassa 1 milione 597 mila euro. Le altre new entry sono *City of Crimes* di Brian Kirk con Chadwick Boseman, Taylor Kitsch e Sienna Miller (ottavo con 443 mila euro) e *Sulle ali dell'avventura* di Nicolas Vanier (nono a 285 mila euro).

Scivola dalla seconda alla quarta piazza *Jumanji: The Next Level* che guadagna 792 mila euro raggiungendo 11 milioni 373 mila in tre settimane. Sale da settimo alla quinta posizione il drammatico *18 regali* con Vittoria Puccini che incassa 684 mila (il totale è 1 milione 926 mila euro). Segue in sesta posizione *Pinocchio*, di Matteo Garrone con Roberto Benigni-Geppetto, che ha segnato 477 mila per un complessivo di 14 milioni 542 mila. Al settimo posto c'è *La dea fortuna* di Ferzan Ozpetek: 459 mila euro nel fine settimana e 7 milioni 444 mila in un mese. Chiude la top ten il film denuncia di Ken Loach *Sorry we missed you* che incassa 260 mila euro (879 mila in due settimane).



I "numeri" del cinema

Sale piene, in Italia quasi 100 milioni di biglietti

Il Re Leone film più visto nel 2019, seguito da Avenger e Joker. Primo titolo italiano è la pellicola di Ficarra e Picone

Nel 2019 al box office italiano si sono incassati 635 milioni e 449 mila euro per un numero di presenze in sala pari a 97 milioni e 586 mila biglietti. Rispetto al 2018 si è registrata una crescita degli incassi del 14,35% e un aumento delle presenze del 13,55%. Sono fra i dati Cinetel sull'andamento generale dell'anno, illustrati all'Anica. È cresciuto rispetto al 2019 il box office della produzione italiana (incluse le coproduzioni): ha registrato un incasso di 134,8 milioni di euro (+5,39% rispetto al 2018) per una quota totale

del 21,22% (nel 2018 era del 23,03%). In termini generali il primo incasso assoluto del 2019 è Il re leone con oltre 37,5 milioni di euro, seguito da Avengers: Endgame e Joker. Il film italiano che ha incassato di più nel 2019 è Il primo Natale di Ficarra e Picone (sesto posto generale, unico italiano nella top ten) con il 13,3 milioni. «Il 2019 è un anno decisamente positivo e vorrei si guardasse a questi numeri non solo per una valutazione anno per anno, occasionale. C'è un pieno ritrovato feeling con un grande pubblico nelle sale cinematografiche». Lo dice il

presidente Anica Francesco Rutelli, commentando i dati Cinetel del 2019. Parlando «di 100 milioni di biglietti staccati in un anno, parliamo di qualcosa che non ha nessun raffronto con altre forme di entertainment. È un fenomeno enorme ma comunque connesso ad altre forme di fruizione». Questa crescita tuttavia «non può essere legata a pochi mesi all'anno e deve esserci una piena attuazione della legge Franceschini in tutta la sua articolazione, con i suoi strumenti per produzione, distribuzione, investimenti e programmazioni nelle televisioni». —

BOTTEGHINO

Il 2020 inizia col botto grazie ai numeri di Checco Zalone

In questi primi giorni del 2020 c'è già una crescita di 24 milioni di incassi (grazie principalmente a "Tolo Tolo" di Checco Zalone) rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Nel 2019 l'Italia ha superato i dati al botteghino della Spagna. «Un risultato che sembra impossibile, ottenuto grazie a un'estate straordinaria», sottolinea l'associazione delle industrie cinematografiche.



Il ritorno di Re Leone è stato il film di maggiore successo nel 2019



Più 14,3 % per il mercato del 2019. Blockbuster e film per ragazzi trascinano la ripresa

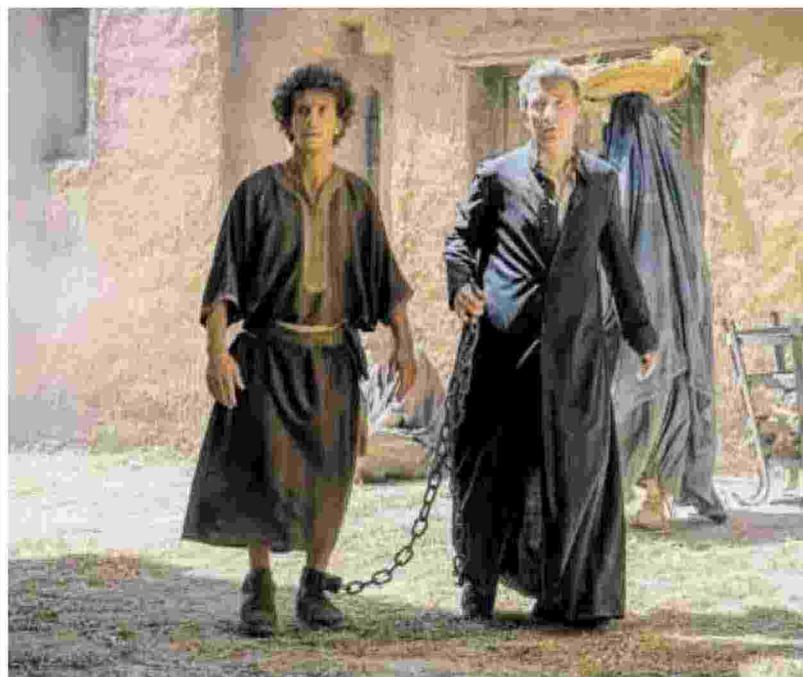
Non solo Checco Zalone Così riparte il cinema in Italia

Dopo quattro anni di flessione l'industria inverte la rotta. Merito soprattutto di pochi film
Nella top ten anche Ficarra e Picone

di Emiliano Morreale

Chi aveva seguito gli incassi settimana dopo settimana lo presentava già, ma i dati resi noti da Cinetel, società che monitora la quasi totalità delle sale cinematografiche italiane, lo confermano: l'inversione di rotta c'è, ed è evidente. Gli incassi del 2019 sono decisamente migliori di quelli dei due anni precedenti, segnano un aumento percentuale del 14,35% di incassi rispetto all'anno scorso. Nell'ultimo nerissimo decennio, solo il 2016 (con Zalone) e il 2015 (di pochissimo) avevano fatto meglio. La ripresa, ci dicono i dati, è cominciata in primavera e continuata fino a Natale, grazie anche all'iniziativa di Moviement, progetto condiviso tra distributori, esercenti e produttori, che ha portato in sala in estate alcuni blockbuster, tra cui quello che è rimasto il campione d'incassi assoluto, *Il Re Leone*.

È evidente che il grosso della crescita è affidato a poche tipologie di prodotti per lo più hollywoodiani e rivolti a un pubblico di bambini e adolescenti: animazione (in senso lato: *Il Re Leone* in teoria è un film live action), film di supereroi e franchise tipo *Star Wars*. Anche tra i primi dieci (che costituiscono poco meno di un terzo delle presenze complessive) questi titoli dominano: le ecce-



▲ Sesto posto Una scena del film *Il primo Natale* di Ficarra e Picone

zioni sono *Joker*, *C'era una volta... a Hollywood* e, unico italiano, *Il primo Natale*, i cui incassi sono parziali perché è ancora in sala, come anche il secondo miglior titolo italiano, *Pinnocchio*.

Oltre a Tarantino e *Joker*, gli unici autori capaci di smuovere molto pubblico sono stati gli ottantenni (o più) Clint Eastwood (sedicesimo), Woody Allen (posizione numero 23), Marco Bellocchio (36) e Roman Polanski (49). A parte questi pochi gloriosi nomi, il cinema d'autore rimane marginale: tra i primi cento incassi ci sono il coreano vincitore della Palma d'oro, *Parasite*, *La favorita*, a voler forzare *La belle époque* e *Martin Eden* di Pietro Marcello. La polarizzazione è dunque tra uno zoccolo duro di incassi di film per ragazzi, alcuni titoli italiani e centinaia di film

più o meno sommersi, fra cui praticamente tutta la produzione da festival. A sorpresa però crescono soprattutto le monosale, grazie alla multiprogrammazione giornaliera di più film, resa possibile dal digitale. Dalla lista sono esclusi i film Netflix, come *The Irishman*, perché la società non comunica i dati.

Anche se la quota percentuale è diminuita leggermente, cresce in termini assoluti anche il cinema italiano. I dati del rapporto Cinetel, peraltro, si fermano al 31 dicembre. Da allora è proseguito il successo dei film di Garrone e di Ficarra e Picone, cui si sono aggiunti Ozpetek, Amelio e ovviamente l'annunciato tornato Zalone. Il che lascia sperare dati positivi per il cinema italiano anche per l'anno appena iniziato...

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La classifica italiana I dieci migliori incassi del 2019

- **1) Il primo Natale**
Incassi: 13.381.082 euro
Regia di Ficarra e Picone
- **2) Pinocchio**
Incassi: 11.017.219 euro
Regia di Matteo Garrone
- **3) 10 giorni senza mamma**
Incassi: 7.478.544 euro
Regia di Alessandro Genovesi
- **4) Il giorno più bello del mondo**
Incassi: 6.398.945 euro
Regia di Alessandro Siani
- **5) L'immortale**
Incassi: 5.934.856 euro
Regia di Marco D'Amore
- **6) La dea fortuna**
Incassi: 5.201.111 euro
Regia di Ferzan Ozpetek
- **7) Ma cosa ci dice il cervello**
Incassi: 5.100.715 euro
Regia di Riccardo Milani
- **8) Cetto c'è, senzadubbiamente**
Incassi: 4.977.419 euro
Regia di Giulio Manfredonia
- **9) Il traditore**
Incassi: 4.815.206 euro
Regia di Marco Bellocchio
- **10) Non ci resta che il crimine**
Incassi: 4.748.216 euro
Regia di Massimiliano Bruno

La classifica totale I dieci film che hanno incassato di più

- **1) Il Re Leone**
Incassi: 37.506.094 euro
Regia di Jon Favreau
- **2) Avengers: Endgame**
Incassi: 30.282.559 euro
Regia di Anthony e Joe Russo
- **3) Joker**
Incassi: 29.338.913 euro
Regia di Todd Phillips
- **4) Frozen II**
Incassi: 18.087.398 euro
Regia di Jennifer Lee, Chris Buck
- **5) Aladdin**
Incassi: 15.440.329 euro
Regia di Guy Ritchie
- **6) Il primo Natale**
Incassi: 13.381.082 euro
Regia di Ficarra e Picone
- **7) Maleficent - Signora del male**
Incassi: 12.365.063 euro
Regia di Joachim Rønning
- **8) C'era una volta... a Hollywood**
Incassi: 11.883.478 euro
Regia di Quentin Tarantino
- **9) Spider-Man: Far from home**
Incassi: 11.768.785 euro
Regia di Jon Watts
- **10) Dumbo**
Incassi: 11.212.272 euro
Regia di Tim Burton



PIÙ INCASSI



(C) Geo Digital e Servizi | ID: 000000

**Cinema in ripresa
Il top italiano
Ficarra e Picone**

a pagina 9

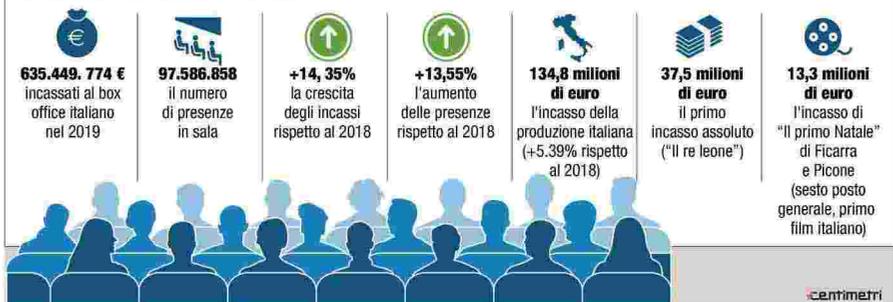
Michela Greco

ROMA - «Il 2019 è un anno decisamente positivo e vorrei si guardasse a questi numeri non solo per una valutazione anno per anno, occasionale. C'è un pieno ritrovato feeling con un grande pubblico nelle sale cinematografiche. Con circa 100 milioni di biglietti venduti il cinema supera qualunque altra forma di entertainment». Esulta Francesco Rutelli, presidente Anica. I numeri sono quelli annunciati ieri sui risultati del cinema italiano al box office nel 2019 secondo le rilevazioni del Cinetel: si sono incassati 635.449.774 di euro per un numero di presenze in sala pari a 97.586.858, il che equivale a una crescita degli incassi del 14,35% e a un +13,55% in termini di presenze rispetto al 2018.

Numeri che rendono felice tutta un'industria e che dicono anche almeno altre due cose importanti. Una è che il box office della produzione italiana (incluse le co-produzioni) ha registrato una crescita: con 134,8 milioni di euro incassati, ha un +5,39% rispetto ai 127,9 del 2018, per una quota sul totale del 21,22% (nel 2018 era del 23,03%). L'altra è che i saldi positivi maggiori sono stati registrati nei mesi estivi di luglio (+108,90%), agosto (+45,91%) e aprile (+41,15%), con il mese di agosto, in particolare, che

SAPORE DI SALA

L'anno al Box Office



**Cinema, nel 2019 più incassi e presenze
Ficarra-Picone e Zalone trainano l'Italia**

ha registrato il più alto incasso per il periodo dal 1995, anno di inizio delle attività di rilevazione da parte di Cinetel. «Il 2019 è stato un anno di svolta grazie alla fusione delle associazioni degli esercenti e al lavoro comune della filiera. Moviemment (l'iniziativa mirata a tenere aperte le sale tutto l'anno, ndr) è un progetto triennale che il ministero continuerà a sostenere», ha commentato il Direttore Generale Cinema del Ministero dei Beni Culturali Mario Turretta. «I numeri positivi



RIPRESA

C'è un feeling ritrovato con il pubblico: il cinema oggi supera tutte le altre forme di entertainment

Francesco Rutelli, presidente Anica

dell'anno scorso ci fanno uscire da un triennio orribile - ha aggiunto Luigi Lonigro, presidente della sezione distributori dell'Anica - Nel 2019 siamo riusciti anche a superare i dati al botteghino della Spagna, un risultato che sembrava impossibile, ottenuto grazie a un'estate straordinaria che ci ha rimesso in linea con gli altri paesi europei».

Il Re Leone ha conquistato anche la corona del primo incasso assoluto del 2019, con un box offi-

ce di 37,5 milioni di euro, mentre il campione italiano è Il primo Natale di Ficarra e Picone con 13,3 milioni e il sesto posto. Intanto anche il 2020 è iniziato col botto, con una crescita di 24 milioni di incassi rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, soprattutto grazie a Tolo Tolo di Checco Zalone. «Ma non va dato per scontato che nel 2020 si supereranno i dati del 2019, ci sono ancora varie incognite», ammonisce Lonigro.

riproduzione riservata @

IL PODIO

IL RE LEONE



Il primo incasso assoluto del 2019 è "Il re leone" con oltre 37,5 milioni di euro

AVENGERS: ENDGAME



Il secondo posto è per il kolossal della Marvel "Avengers: Endgame"

JOKER



In odore di Oscar, il "Joker" interpretato da Joaquin Phoenix è il terzo incasso

CINEMA ITALIANO 2019

Il 78% dei film è senza pubblico

Su 191 titoli ben 149 hanno incassato meno di 500mila euro. Bene Ficarra e Picone

ALESSANDRA MENZANI

■ Anche senza leggere i dati diffusi ieri in conferenza stampa e farsi venire il mal di testa coi numeri, l'avevamo vagamente intuito: lo scorso anno il cinema italiano non ha prodotto trionfi.

Se dobbiamo citare al volo qualche titolo significativo, il rischio è quello di fare scena muta. Toh, l'unico che viene in mente è *Il Primo Natale* di Ficarra e Picone, sai che roba.

Se a una prima lettura i dati Anica e Citel sembrano buoni - 635.449.774 incassati lo scorso anno per un numero di presenze in sala pari a 97.586.858, e poi una crescita rispetto al 2018 degli incassi del 14 per cento e un aumento delle presenze del 13,55% - se si scava più a fondo c'è poco da festeggiare. Come hanno notato gli addetti ai lavori, l'entusiasmo è immotivato.

MINIMO SINDACALE

Punto primo. I 635 milioni di euro incassati dal box office italiano sono riferiti alla somma dei film italiani e di quelli stranieri, americani *in primis* tra cui domina *Il Re Leone*. Il parziale degli incassi dei soli film nostrani è pari



«Il primo Natale» con Ficarra e Picone è stato il film italiano più visto nel 2019

a 134,8 milioni di euro (quindi +5% rispetto al 2018, quando l'incasso era di 127 milioni). Peccato che fare più del 2018 è un risultato risibile, il minimo sindacale, visto che il 2018 è stato l'anno con il più basso incasso degli ultimi nove anni. Dodici mesi talmente imbarazzanti che la conferenza stampa di fine anno nemmeno è stata fatta.

Come accade molto spesso, sono state le vacanze natalizie a salvare in corner la stagione. Fino a novembre gli in-

cassi si aggiravano sui 108 milioni di euro (dati Cinetel). A dicembre è stato registrato un +13,76% rispetto al 2018, il migliore dell'ultimo decennio e il terzo in assoluto del periodo.

La cosa che fa più senso sono i risultati parziali. I film italiani usciti nelle sale nel 2019 sono 191, di cui solo due sopra i 10 milioni di euro d'incassi, 27 film tra i 5 e il milione di euro, 13 titoli tra i 500mila e 1 milione di euro e tutti gli altri sotto i 500mila

euro. Quasi l'ottanta per cento dei film non li abbiamo nemmeno visti. Se il Re Leone ha dominato, l'opera su Freddie Mercury *Bohemian Rhapsody* è arrivato secondo con 21.2 milioni.

INCASSI ITALIANI

Per quanto riguarda i film nazionali, le vacche sono decisamente più magre. Se *Il primo Natale* ha totalizzato 13.3mln piazzandosi al sesto posto, *Pinocchio* di Matteo Garrone con Roberto Benigni guadagna 11 milioni e si piazza al dodicesimo.

E poi chi troviamo? *10 giorni senza mamma* (7.4 milioni; 19° posto), per un totale di 13 titoli tra i primi 50 film di cui 3 tra i migliori 25. Ecco, diciamo che c'è poco da gongolare.

«In realtà siamo reduci non solo da un 2018 orribile, ma da tutto un triennio terribile», dice il presidente della sezione distributori dell'Anica Luigi Lonigro, «anche il 2017 è stato cattivo. A gennaio - marzo abbiamo patito questo trend ma il fatto che da aprile in poi tutti i numeri sono stati positivi vuol dire che siamo riusciti a invertire la tendenza». Meno male che nel 2020 c'è Zalone.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

BOOM AL BOTTEGHINO NEL 2019: PIÙ 14% DI INCASSI E PRESENZE. E QUEST'ANNO ANDRÀ ANCHE MEGLIO

Una scena del film
'Nuovo cinema
paradiso' (1988)
Lo scorso luglio
i biglietti venduti
sono raddoppiati



(RI)ANDIAMO AL CINEMA

Bogani e Cumani alle pagine 4 e 5

La magia del grande schermo

I numeri

+13,5%
PRESENZE

L'aumento degli spettatori in sala rispetto al 2018

+14,5%
INCASSI

L'aumento dei biglietti venduti nelle nostre sale

+109%
BIGLIETTI VENDUTI A LUGLIO

Il mese record del 2019 per aumento di presenze

+24

MILIONI DI EURO

Gli incassi fatti registrare nei primi mesi del 2020 rispetto all'anno scorso

97,6
MILIONI

Le presenze nelle sale italiane

413,4
MILIONI DI EURO

I soldi incassati dai film americani

635
MILIONI DI EURO

L'incasso al box office nel 2019 di cui

134,8
MILIONI DI EURO

I soldi incassati dai film italiani

Gli italiani riscoprono il cinema

Boom di presenze e incassi E con Zalone nel 2020 sarà bis

La parte del leone la fanno come sempre le pellicole americane
Solo 13 film prodotti nel nostro Paese nella top 50 dei più visti

di **Giovanni Bogani**
ROMA

Ma allora, come sta? Ha la febbre, è indebolito, se la caverà? Rimarrà tra noi? Ah, sta migliorando. Meno male, grazie... sì, ma chi? Il cinema italiano. Il cinema visto al cinema, nella sala grande, con le emozioni di tutti che si mescolano, che nascono e crescono tutte insieme, nello stesso momento. E tu, seduto nella tua seggiolina, vivi qualche cosa che a casa tua non vivresti mai: un'emozione collettiva. E adesso che i film si possono vedere tanto facilmente in streaming, sulle piattaforme digitali, nello schermo del computer, in quello dello smartphone, il cinema vissuto nelle sale - incredibilmente - resiste.

Ci sono ancora spettatori che escono di casa, che salgono in macchina o sullo scooter, parcheggiano, comprano un biglietto, magari anche i popcorn. E qualche volta, spengono persino il telefono, mentre sono lì nel cinema. D'accordo:

più spesso preferiscono accendere quello seduto nella fila dietro, chattando o massaggiando proprio quando, sullo schermo, lui sta per morire, o lei sta per baciarsi, o tutte e due le cose insieme.

Detto in altre parole: nell'anno appena passato, gli spettatori sono aumentati rispetto al 2018. Detto ancora in altre parole: Netflix non ha ucciso le sale cinematografiche. Anzi, forse ha fatto loro persino del bene. «The Irishman» di Martin Scorsese, che è uscito su Netflix, la gente è andato a vederlo anche al cinema, perché è un grande spettacolo, perché è un tuffo, un'immersione dentro un mondo intero. E lo puoi fare bene, quel tuffo, nel buio di una sala.

IL PRESIDENTE DELL'ANICA

**«Si è ritrovato il feeling con il grande pubblico
Tutta la filiera dell'audiovisivo
ne trae vantaggio»**

Ma veniamo allo squillo di tromba: secondo i dati presentati ieri dall'Anica, l'Associazione dei produttori e distributori di film, e dall'Aneca, l'Associazione degli esercenti, il 2019 si è chiuso positivamente per le sale italiane, con prospettive incoraggianti per il 2020. Si è registrata un'inversione di tendenza rispetto all'ultimo triennio, agli anni orribili del cinema italiano. Gli spettatori sono aumentati del 13 per cento, e del 14 per cento gli incassi, che ammontano a 635 milioni di euro.

È stata raggiunta «quota 100». No, non per mandare in pensione il cinema. Al contrario. È la quota dei cento milioni di biglietti venduti nel 2019. Hanno trionfato le produzioni Disney, con lo strapotere del *Re leone* che ha incassato 37,5 milioni di euro, seguito da *Avengers: Endgame* con 30 milioni. Emozionante outsider lanciato verso gli Oscar è *Joker*, con 29,3 milioni di euro. Il film italiano che ha incassato di più è *Il primo Natale* di Ficarra e Picone con 13,3 milioni. Per il 2020, anche se sia-

mo solo a metà gennaio, un vincitore già c'è: Zalone ha già superato 41 milioni di euro con «Tolo Tolo». E anche se non pare destinato a raggiungere il suo exploit di «Quo vado?», ha già fatto il triplo di incassi del film di Ficarra e Picone. Il 2020 è partito bene.

«Si è ritrovato il feeling con il grande pubblico», esulta il presidente dell'Anica Francesco Rutelli. «Tutta la filiera dell'audiovisivo ne trae vantaggio, se cresce il cinema in sala».

Tutto bene? Non del tutto. Il cinema italiano ancora non sorride. Di quei cento milioni di biglietti, solo il 22 per cento sono stati staccati per vedere film italiani. Questo, nonostante lo Stato investa molti milioni per sostenere tutto il sistema cinema. Perché il fatto è che di film italiani ne sono stati prodotti, e tanti. Quasi duecento film italiani sono usciti in sala nel 2019. Quattro nuovi ogni settimana. Ma di questi film, tranne le eccezioni - il fenomeno Zalone e pochi altri - molti incassano poco e scompaiono presto dalle sale. Godiamoci, per ora, il bicchiere - e le sale - mezze piene.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

TENDENZA POSITIVA

**Invertita la rotta degli ultimi tre anni
Il momento orribile sembra essere stato messo alle spalle**



La magia del grande schermo

Primo Piano

1 Il re leone
37,5 milioni di euro



Il remake del film di animazione della Disney è stato campione di incassi nel 2019 in Italia. La pellicola ha incassato 1,657 miliardi di dollari in tutto il mondo, diventando il settimo film in assoluto con maggiori incassi della storia del cinema

2 Avengers: Endgame
30,2 milioni di euro



Il capitolo finale della saga dedicata alla battaglia tra i supereroi della Marvel (Capitan America, l'Uomo Ragno, Thor, Hulk, Iron Man solo per citarne alcuni) e il temibile Thanos ha fatto vendere oltre 4 milioni di biglietti. La pellicola è uscita in Italia il 24 aprile

3 Joker
29,3 milioni di euro



Al terzo posto uno dei film che più hanno fatto discutere: il Joker diretto da Todd Phillips e interpretato da Joaquin Phoenix. La pellicola ha incassato in tutto il mondo 1,1 miliardi di dollari pur essendo stato vietato in diversi Paesi ai minori di 14 e 17 anni

4 Frozen II
18,1 milioni di euro



Al quarto posto troviamo un altro film prodotto da Walt Disney. Il secondo capitolo delle avventure delle due sorelle più amate dalle bambine. La pellicola ha incassato 1,4 miliardi di dollari in tutto il mondo, battendo qualsiasi record per un film di animazione

5 Aladdin
15,4 milioni di euro



Il remake live action dell'omonimo film d'animazione Disney del 1992 ha ottenuto ottimi risultati anche nel nostro Paese. La pellicola diretta da Guy Ritchie ha incassato un miliardo di dollari a livello mondiale a fronte di un budget di produzione di appena 183 milioni di dollari

«Il numero delle sale aumenterà Merito di Netflix e dei suoi fratelli»

Il presidente della Cineteca di Bologna: i servizi di streaming fanno crescere la voglia di buon cinema

di **Claudio Cumani**
BOLOGNA

Luce in sala. I dati diffusi ieri dall'Anica (Associazione nazionale industrie cinematografiche audiovisive) hanno rivelato che i cinema italiani nel 2019 hanno registrato un incasso di oltre 630 milioni di euro con oltre 97 milioni di biglietti venduti e un incremento del 14% degli incassi rispetto al 2018 e del 13% di presenze nelle sale. «Stiamo finalmente raccogliendo il frutto di anni di lavoro», chiosa Gian Luca Farinelli, il direttore di quella Cineteca di Bologna che da sempre raccoglie migliaia di persone d'estate davanti al grande schermo di piazza Maggiore in una sorta di condivisione rituale.

Farinelli, questi numeri, oltretutto al netto dell'enorme successo del film di Checco Zalone uscito il primo dell'anno, non arrivano insomma del tutto a sorpresa?

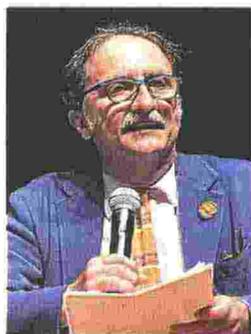
«Sono il frutto di più fattori. Intanto del lavoro della piattaforma "Moviemment" lanciata da Anica, Agis e Ministero che ha investito denaro nella promozione delle sale. E poi del fatto che la

QUALITÀ

«L'anno scorso sono usciti grandi film Il livello è stato davvero molto alto»



The Artist racconta la storia di un attore di cinema muto travolto dall'arrivo del sonoro. Sotto, Gian Luca Farinelli



scorsa estate non ci sono state chiusure selvagge e che le uscite estive di qualità hanno liberato spazi nella programmazione invernale. E infine sono il primo risultato della legge sul cinema che dovrebbe garantire altri traguardi nei prossimi anni»

C'è un fattore di casualità in questo risultato?

«Nel cinema ci sono anni felici e meno felici e il 2019 è stato dal punto di vista qualitativo un anno straordinario. Basta guardare la lista dei film in lizza per l'Oscar per rendersi conto del livello. E bisogna dire che anche

in Italia, da maggio, in poi, si sono realizzati ottimi prodotti. A ciò va aggiunto il fatto che molti esercenti, dopo la crisi degli anni scorsi, hanno cambiato atteggiamento puntando sulla modernizzazione delle strutture e sulla multiprogrammazione»

Dunque lunga vita alle sale?

«Credo molto nel loro futuro. Del resto solo l'Italia in passato ha registrato dati negativi, finendo travolta dalla crisi. Il visivo non ha mai avuto tanto successo come in questo periodo e il fatto che passiamo le nostre giornate immersi dentro agli

smartphone ci spinge in direzione contraria. A voler stare insomma di più insieme agli altri, a condividere uno spazio pubblico».

Dunque, Netflix non ucciderà il cinema?

«Il successo delle serie sono il successo del cinema. Netflix lavora su una qualità assoluta e questo è dimostrato dalle tante candidature all'Oscar che hanno ottenuto le sue produzioni. Quando si lavora sulla conoscenza del cinema, sulla capacità di farlo crescere e sull'affermazione della libertà artistica, si aiuta le sale a crescere. E si spingono gli spettatori ad arricchire lo sguardo».

Anche i film italiani escono rafforzati da questi numeri. Cosa è successo?

«Credo che, nonostante le grandi difficoltà del passato e l'hara-kiri degli anni '89 e '90, l'Italia possa contare su una varietà di offerta e una professionalità difficilmente rintracciabili altrove. È un mondo fatto di molte voci e capace di una quantità di debutti che non ha paragoni».

La Cineteca di Bologna gestisce sale, la cui programmazione verte soprattutto su film restaurati e in lingua originale. Anche qui il pubblico mostra vivacità?

«I dati che ci riguardano indicano una forte crescita e segnalano soprattutto l'abbassamento dell'età. Del resto, al Festival del Cinema Ritrovato arrivano soprattutto ventenni da ogni parte del mondo. Ecco, se ci aggiungiamo che negli States sono i ragazzi a decidere il successo di un film, si capisce come non si possa pensare al cinema come ad un'arte del passato»

Cosa ci dobbiamo aspettare?

«Nel mondo il numero delle sale cresce e così credo succederà anche in Italia nei prossimi anni, nonostante i tanti problemi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CINEMA, BUONA LA PRIMA NEL 2019

Bene anche agosto. Rutelli (Anica): anno decisamente positivo **Ritorno al cinema: dopo tre anni di cali, dal 2016 in poi, i dati del 2019 sono finalmente in crescita per l'Italia, con 635,45 milioni di euro di incassi, in aumento del 14,35%, e 97,6 milioni di presenze, +13,55% sul 2018. In termini di ricavi è il quinto risultato sia dal 2010 che in assoluto dal 1995, anno in cui Cinetel, che ha raccolto e presentato questi dati ieri nella sede...**

[CINEMA, BUONA LA PRIMA NEL 2019]



SAPORE DI SALA



Michela Greco



ROMA - «Il 2019 è un anno decisamente positivo e vorrei si guardasse a questi numeri non solo per una valutazione anno per anno, occasionale. C'è un pieno ritrovato feeling con un grande pubblico nelle sale cinematografiche. Con circa 100 milioni di biglietti venduti il cinema supera qualunque altra forma di entertainment». Esulta Francesco Rutelli, presidente Anica. I numeri sono quelli annunciati ieri sui risultati del cinema italiano al box office nel 2019 secondo le rilevazioni del Cinetel: si sono incassati 635.449.774 di euro per un numero di presenze in sala pari a 97.586.858, il che equivale a una crescita degli incassi del 14,35% e a un +13,55% in termini di presenze rispetto al 2018.

Numeri che rendono felice tutta un'industria e che dicono anche almeno altre due cose importanti. Una è che il box office della produzione italiana (includere le co-produzioni) ha registrato una crescita: con 134.8 milioni di euro incassati, ha un +5,39% rispetto ai 127.9 del 2018, per una quota sul totale del 21,22% (nel 2018 era del 23,03%). L'altra è che i saldi positivi maggiori sono stati registrati nei mesi estivi di luglio (+108,90%), agosto (+45,91%) e aprile (+41,15%), con il mese di agosto, in particolare, che ha registrato il più alto incasso per il periodo dal 1995, anno di inizio delle attività di rilevazione da parte di Cinetel. «Il 2019 è stato un anno di svolta grazie alla fusione delle associazioni degli esercenti e al lavoro comune della filiera. Moviment (l'iniziativa mirata a tenere aperte le sale tutto l'anno, ndr) è un progetto triennale che il ministero continuerà a sostenere», ha commentato il Direttore Generale Cinema del Ministero dei Beni Culturali Mario Turetta. «I numeri positivi dell'anno scorso ci fanno uscire da un triennio orribile ha aggiunto Luigi Lonigro, presidente della sezione distributori dell'Anica - Nel 2019 siamo riusciti anche a superare i dati al botteghino della Spagna, un risultato che sembrava impossibile, ottenuto grazie a un'estate straordinaria che ci ha rimesso in linea con gli altri paesi europei».

Il Re Leone ha conquistato anche la corona del primo incasso assoluto del

RIMANI CONNESSO CON LEGGO



Facebook



Twitter

ROMA

SFOGLIA IL GIORNALE

MILANO

SFOGLIA IL GIORNALE

GUIDA ALLO SHOPPING



Sguardo stanco o zampe di gallina? Ecco le migliori creme contorno occhi

ROMA OMNIA VATICAN CARD

Visita i Musei Vaticani, la Cappella Sistina e San Pietro senza stress. Salta la fila e risparmia

[Prenota adesso la tua visita a Roma](#)

2019, con un box office di 37.5 milioni di euro, mentre il campione italiano è Il primo Natale di Ficarra e Picone con 13.3 milioni e il sesto posto. Intanto anche il 2020 è iniziato col botto, con una crescita di 24 milioni di incassi rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, soprattutto grazie a Tolo Tolo di Checco Zalone. «Ma non va dato per scontato che nel 2020 si supereranno i dati del 2019, ci sono ancora varie incognite», ammonisce Lonigro.
 riproduzione riservata ®

Giovedì 16 Gennaio 2020, 05:01

© RIPRODUZIONE RISERVATA

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE..



LE ALTRE NOTIZIE

ROMA PAY

«Un altro giorno ancora, papà! Abbiamo messo i Re Magi in ritardo, falli



ROMA PAY

Alla guida dell'istituto comprensivo di via Trionfale, che ha scelto di presentarsi



ROMA PAY

Lorena Loiacono È stato rimosso ieri, dal sito dell'Ic Trionfale, quel resoconto

Cerca il tuo immobile all'asta

Regione

Provincia

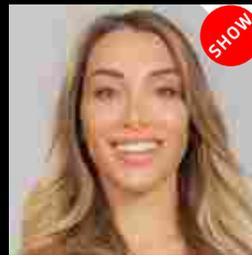
Fascia di prezzo

Data

INVIA



DALLA HOME



 La tua prossima casa [CERCA](#)

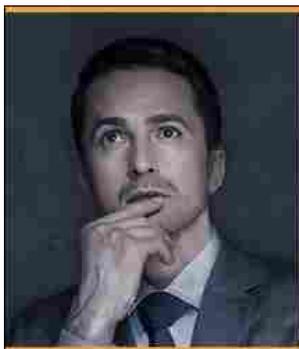


SPECIALI - ABBONAMENTI - [LEGGI IL GIORNALE](#)

MENU

QUOTIDIANO.NET

[ECONOMIA](#) [SPORT](#) [MOTORI](#) [TECH](#) [MAGAZINE](#) [MODA](#) [SALUTE](#) [ITINERARI](#) [METEO](#) [CUNEO](#) [COPPA IT](#)



Sta arrivando una crisi finanziaria?

Per chi ha 350.000 €: ricevi aggiornamenti periodici e la nostra analisi di mercato senza spese.

[Scopri di più](#)

FISHER INVESTMENTS ITALIA*

HOME > [MAGAZINE](#)

Publicato il 16 gennaio 2020

Cinema, boom di presenze e incassi. E con Zalone nel 2020 sarà bis

La parte del leone la fanno come sempre le pellicole americane. Solo 13 film prodotti nel nostro Paese nella top 50 dei più visti

di GIOVANNI BOGANI

[f Condividi](#)

[Tweet](#)

[Invia tramite email](#)



Una scena di 'Tolo Tolo' di Checco Zalone

Roma, 16 gennaio 2020 - Ma allora, come sta? Ha la febbre, è indebolito, se la caverà? Rimarrà tra noi? Ah, sta migliorando. Meno male, grazie... sì, ma chi? Il **cinema italiano**. Il cinema visto al cinema, nella sala grande, con le emozioni di tutti che si mescolano, che nascono e crescono tutte insieme, nello stesso momento. E tu, seduto nella tua seggiolina, vivi qualche cosa che a casa tua non vivresti mai: un'emozione collettiva. E adesso che i film si possono vedere tanto facilmente in streaming, sulle piattaforme digitali, nello schermo del computer, in quello dello smartphone, il cinema vissuto nelle sale – incredibilmente – resiste. Ci sono ancora spettatori che escono di casa, che salgono in macchina o sullo scooter, parcheggiano, comprano un biglietto, magari anche i popcorn. E qualche volta, spengono persino il telefono, mentre sono lì nel cinema. D'accordo: più spesso preferiscono accecare quello seduto nella fila dietro, chattando o massaggiando proprio quando, sullo schermo, lui sta per morire, o lei sta per baciarsi, o tutte e due le cose insieme.

Detto in altre parole: nell'anno appena passato, gli **spettatori sono aumentati** rispetto al 2018. Detto ancora in altre parole: **Netflix** non ha ucciso le sale cinematografiche. Anzi, forse ha fatto loro persino del bene. **'The Irishman' di Martin Scorsese**, che è uscito su Netflix, la gente è andato a vederlo anche al cinema, perché è un grande spettacolo, perché è un tuffo, un'immersione dentro un mondo intero. E lo puoi fare bene, quel tuffo, nel buio di una sala. Ma veniamo allo squillo di tromba: secondo i dati presentati ieri dall'Anica, l'Associazione dei produttori e distributori di film, e dall'Aneca, l'Associazione degli esercenti, il **2019** si è chiuso positivamente per le sale italiane, con prospettive incoraggianti per il 2020. Si è registrata un'inversione di tendenza rispetto all'ultimo triennio, agli anni orribili del cinema italiano. Gli spettatori sono aumentati del 13 per cento, e del 14 per cento gli incassi, che ammontano a 635 milioni di euro. È stata raggiunta 'quota

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE

MAGAZINE

Cinema, boom di presenze e incassi. E con Zalone nel 2020 sarà bis

MAGAZINE

Grande Fratello Vip 4, Adriana Volpe contro la Rai. I rimpianti della Elia

MAGAZINE

Grande Fratello Vip 4, anticipazioni. Lite tra Antonella Elia e la De Panicis**POTREBBE INTERESSARTI ANCHE**

MAGAZINE

Il 2019 è stato un anno record per il riscaldamento degli oceani

MAGAZINE

Settimana bianca, 3 mete in Europa

MAGAZINE

100'. No, non per mandare in pensione il cinema. Al contrario. È la quota dei **cento milioni di biglietti venduti nel 2019**.

Auricolari per smartphone, ecco i modelli tra i quali scegliere

Hanno trionfato le produzioni Disney, con lo strapotere del **Re leone** che ha incassato 37,5 milioni di euro, seguito da **Avengers: Endgame** con 30 milioni. Emozionante outsider lanciato verso gli Oscar è **Joker**, con 29,3 milioni di euro. Il film italiano che ha incassato di più è **Il primo Natale di Ficarra e Picone** con 13,3 milioni. Per il 2020, anche se siamo solo a metà gennaio, un vincitore già c'è: **Zalone** ha già superato 41 milioni di euro con 'Tolo Tolo'. E anche se non pare destinato a raggiungere il suo exploit di 'Quo vado?', ha già fatto il triplo di incassi del film di Ficarra e Picone. Il 2020 è partito bene. "Si è ritrovato il feeling con il grande pubblico", esulta il presidente dell'Anica **Francesco Rutelli**. "Tutta la filiera dell'audiovisivo ne trae vantaggio, se cresce il cinema in sala". Tutto bene? Non del tutto. Il cinema italiano ancora non sorride. Di quei cento milioni di biglietti, solo il 22 per cento sono stati staccati per vedere film italiani. Questo, nonostante lo Stato investa molti milioni per sostenere tutto il sistema cinema. Perché il fatto è che di film italiani ne sono stati prodotti, e tanti. Quasi duecento film italiani sono usciti in sala nel 2019. Quattro nuovi ogni settimana. Ma di questi film, tranne le eccezioni – il fenomeno Zalone e pochi altri – molti incassano poco e scompaiono presto dalle sale. Godiamoci, per ora, il bicchiere – e le sale – mezze piene.

© Riproduzione riservata



QUOTIDIANO.NET

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

RIMANI SEMPRE AGGIORNATO SULLE ULTIME NOTIZIE

Inserisci la tua email

ISCRIVITI

Ti potrebbe interessare



Italia 2019, cresce il box office: 5° miglior risultato dal 2010 - tutti i dati

Di [Federico Boni](#) | mercoledì 15 gennaio 2020 |

Box Office

Segno + anche in Germania, Francia e Spagna. Cala il Regno Unito.



Si è svolta questa mattina all'Anica, a Roma, la presentazione dei dati relativi al cinema italiano del 2019, con gli incassi visti sotto una più che doverosa lente d'ingrandimento. Presenti **Davide Novelli**, presidente Cinetel, **Francesco Rutelli**, presidente Anica, **Mario Lorini**, presidente Anec, **Luigi Lonigro**, presidente distributori Anica, e **Francesca Cima**, presidente produttori Anica.

Nell'anno 2019 si sono incassati **635.449.774 euro**, per un numero di presenze in sala pari a 97.586.858.

Rispetto al 2018 si è registrata una **crescita degli incassi del 14,35% e un aumento delle presenze del 13,55%**. In rapporto al 2017 la crescita degli incassi e delle presenze è stata invece rispettivamente pari all' 8,70% e al 5,77%. Più in generale, in termini di incasso si tratta del **5° miglior risultato sia dal 2010** (di pochissimo inferiore al 2015; -0,24%) che in assoluto, sempre in termini di incassi, dal 1995, anno di inizio delle attività di rilevazione da parte di Cinetel. In termini di presenze è invece il 5° dal 2010 e il 9° dal 1995.



Box Office Italia 2019, Il Re Leone batte tutti - la Top 10

Anche in Italia, come nel resto del mondo, è la Disney a dominare la classifica dei maggiori incassi del 2019.



Box Office Italia, i maggiori incassi del decennio - Top10

Solo Checco Zalone ha tenuto il passo di James Cameron.

È cresciuto rispetto allo scorso anno il box office della produzione italiana (incluse le co-produzioni) che nel 2019 ha registrato un incasso di **134.8 milioni** di € (127.9mln di € nel 2018; +5,39%) per una quota sul totale del 21,22% (nel 2018 era del 23,03%). Il numero di presenze della produzione italiana (incluse le co-produzioni) è invece aumentato del 5,56% (21mln nel 2019 rispetto ai 19.9mln del 2018) per una quota sul totale del 21,56%. È inoltre aumentata la quota del cinema statunitense con un risultato sul totale del **65,16%** (era del 55,57% nel 2018) per un incasso di circa 414 milioni di € (308.8 milioni nel 2018; +34,08%).

+ Il numero di titoli distribuiti e la tipologia

Nel 2019 sono stati distribuiti in sala **495 nuovi film di prima programmazione** (-34 rispetto al 2018) di cui 193 di produzione o co-produzione italiana (-18 rispetto al 2018) per una quota del 38,9% sul totale (era del 39,8% nel 2018). Praticamente identico il numero di film usciti anche in 3D: 27 nel 2019 (+1 rispetto al 2018) per un incasso, delle sole copie 3D, pari a € 7.707.440 (+8,38% rispetto al 2018; l'1,21% del box office totale del mercato) e 854.796 presenze (+5,62% rispetto al 2018). Oltre ai film di nuova uscita, sono stati distribuiti in sala anche 85 nuovi contenuti complementari (eventi, edizioni speciali, riedizioni; +7 rispetto al 2018) per un incasso di € 12.745.482 (+2,06%; il 2,01% del box office totale del mercato) e 1.383.610 presenze (-7,31%).



Box Office 2019, Disney padrona - le TOP 10 degli incassi USA, internazionali e worldwide

Impressionante boom al box office per la Disney. Record storico di film miliardari in un anno.

+ La quota del cinema italiano e delle altre cinematografie

Come scritto sopra, l'incasso totale del cinema italiano (incluse le co-produzioni) in sala durante l'anno 2019 è stato di € 134.864.812 (21,22% del totale box office; +5,39% rispetto al 2018) per un numero di presenze pari a 21.042.209 (21,56% del numero totale dei biglietti venduti; +5,56% rispetto al 2018). Più nel dettaglio, il cinema italiano ha incassato € **6.902.131 in più rispetto al 2018 per un numero di biglietti superiore di 1.107.518 unità**. Il cinema statunitense ha invece incassato in totale € 414.039.977 (65,16% del box office; +34,08% rispetto al 2018) per un numero di presenze pari a 62.705.264 (64,26% del numero totale di biglietti venduti; +32,24% rispetto al 2018). Più nel dettaglio il cinema statunitense, primo per nazionalità al box office 2019, ha incassato € 105.236.477 in più rispetto al 2018 per un numero di biglietti venduti superiore di 15.287.897 unità. Seguono, dopo quello americano e italiano, il cinema britannico (39 milioni di € incassati al box office; quota mercato: 6,14%; -50,99% rispetto al 2018), la produzione francese (21.6 milioni di € incassati al box office; quota mercato: 3,40%; +25,64% rispetto al 2018) e quella giapponese (4.5 milioni di € incassati al box office; quota mercato: 0,71%; +69,11% rispetto al 2018).

I MAGAZINES DI BLOGO



SCELTI PER VOI



Star Wars: L'ascesa di Skywalker vola oltre il miliardo di...



Box Office Italia, 41 milioni di euro per Tolo Tolo - ottimo...



Box Office Usa, 1917 di Sam Mendes batte Star Wars IX

CATEGORIE

Categorie principali	+
Animali fantastici e dove trovarli	+
Attori	+
Berlinese	+
Box Office	+
Cannes	+
Cineblog rubriche	+
Cinema	+
Cinema per anno	+
David di Donatello	+
Divergent	+
Dizionario dei film	+
Etichette	+
Far East Film	+
Festival del Cinema di Venezia 2019	+
Festival e rassegne	+
Film 2014	+
Film Australiani	+
Genere	+
Giochi	+
Il signore degli anelli e Lo Hobbit	+
La saga di Guerre Stellari	+
Locarno	+
Oscar	+

Il risultato positivo del 2019 rispetto al 2018 da parte della produzione nazionale è stato raggiunto grazie anche a due film che hanno superato i 10 milioni di € d'incasso; nel 2018 nessun film di nazionalità italiana aveva anche solo raggiunto questa cifra. Nel 2019 è anche aumentato il numero di titoli con un incasso tra i 5 e i 10 milioni di € (5 anziché 3) per un numero di film con un incasso in generale superiore a 1mln di € sostanzialmente stabile (29 nel 2019; 30 nel 2018) ma con 5 titoli in più con un incasso tra i 500mila € e 1mln. Aumenta, grazie al maggior numero di titoli con risultati superiori ai 4mln di €, l'incasso medio dei titoli italiani (€ 611.858; +22,01%). Considerato il maggiore incasso dei primi titoli italiani in classifica del 2019, aumenta anche la % sul totale sia della "Top5" che della "Top10".

+ L'andamento durante l'anno

Confermato, con % simili ma a posizioni invertite rispetto al 2018, il peso dei due mesi più importanti sul totale box office annuo. Il mese più importante dal punto di vista degli incassi nel 2019 è stato quello di **dicembre** (13,65% del totale; il 12% nel 2018), seguito dal mese di gennaio (12,25%; 14,20% nel 2018). I primi 3 mesi dell'anno (gennaio-marzo) hanno corrisposto il 27,58% degli incassi di tutto il 2019 (il 35,01% nel 2018). I 3 mesi "primaverili" (aprile, maggio e giugno) hanno invece "pesato" per il 21,17% (il 17,99% nel 2018), il trimestre luglio-settembre per il 18,77% (il 15,15% nel 2018) mentre l'ultimo trimestre dell'anno, il migliore complessivamente del 2019, per il 32,48% (31,86% nel 2018).

Rispetto all'incasso suddiviso per mesi, **il 2019 ha vinto il confronto sul 2018 per 9 mesi consecutivi su 12** (da aprile sino a dicembre). I mesi a segno negativo sono stati quelli di gennaio (-1,35%), febbraio (-23,82%) e marzo (-5,06%) mentre i saldi positivi maggiori sono stati registrati nei mesi estivi di **luglio (+108,90%), agosto (+45,91%) e ad aprile (+41,15%)**. Il mese di febbraio (-23,82%), il peggiore del 2019 rispetto all'anno precedente, ha scontato in particolare l'uscita nel periodo a confronto nel 2018 di "Cinquanta sfumature di rosso" (il 21,1% del box office di quel mese; 3° incasso dell'anno) e di "A casa tutti bene" di Gabriele Muccino (primo incasso italiano del 2018). Il mese di luglio (+108,90%), il migliore per il periodo dal 2011, è stato superiore all'anno precedente per tutti i 31 giorni e ha beneficiato dell'uscita di diversi titoli di richiamo per il pubblico (a partire da "Spider-Man: Far from home") a differenza del 2018 (il peggiore dal 2001) quando invece il primo titolo raggiunse un incasso finale inferiore, nel confronto, al quarto titolo di quest'anno. Dopo il mese di luglio si è particolarmente distinto il mese di agosto (+45,91%) che ha registrato il più alto incasso per il periodo dal 1995, anno di inizio delle attività di rilevazione da parte di Cinetel. Nel 2019 ha beneficiato sia dell'uscita de "Il Re Leone" (primo incasso dell'anno) che dei proseguimenti dei film già in sala e delle nuove uscite dell'inizio del mese. Più in generale, i 4 migliori risultati a confronto sono stati registrati a partire da aprile e sino al mese di agosto, con l'unica di eccezione di giugno, sempre positivo (+12,99%) ma 8° migliore in termini di incremento rispetto al 2018.

Altrettanto significativi, su mesi che hanno in questo caso un peso maggiore sul box office annuale, anche gli incrementi di ottobre (+28,21%), novembre (+10,45%) e dicembre (+13,76%) che hanno determinato, a differenza degli ultimi anni, il "sorpasso" dell'ultimo trimestre dell'anno sul primo (32,48% v 27,58%). Particolarmente brillante il risultato del mese di dicembre, il migliore dell'ultimo decennio e il 3° in assoluto del periodo, grazie anche alla performance complessiva del cinema di produzione nazionale (al 4° posto assoluto per il periodo) per il quale sono usciti in sala **"Il primo Natale", "Pinocchio", "L'immortale" e "La dea fortuna"** (rispettivamente il 1°, il 2°, il 5°

Registi	+
Sondaggi	+
Speciali	+
Spiderman	+
Star Trash e Cult de Sac	+
Sundance	+
Torino Film Festival	+
Venezia	+
Video	+

[Vedi tutte](#) | [Archivio](#)

e il 6° incasso italiano dell'anno). Il cinema di produzione nazionale ha scontato quest'anno il confronto con i primi mesi del 2018 invece particolarmente brillanti che avevano beneficiato soprattutto tra gennaio (2019 v 2018: -43,33%) e febbraio (-23,71%) l'uscita in sala dei primi due titoli italiani di quell'anno, "A casa tutti bene" e "Benedetta follia". Seppure con alcuni risultati particolarmente significativi nei mesi di aprile e maggio ("Ma cosa ci dice il cervello" e "Il traditore": 7° e 9° film italiano dell'anno per incassi) la produzione italiana ha ripreso a crescere nel confronto con il 2018 solamente a partire dal mese di giugno per poi mantenere il segno positivo sino alla fine dell'anno.

+ I migliori incassi

Il primo incasso del 2019 è stato registrato dal film **"Il Re Leone"** per un box office di 37.5mln di €. Si tratta di un incasso superiore a quello del primo film del 2018, "Bohemian Rhapsody" (21.2mln) e più in generale del più alto dal mese di gennaio 2016 quando uscì in sala "Quo Vado". Rispetto al totale del box office, il film distribuito dalla Walt Disney Italia ha corrisposto il 5,90% degli incassi e il 5,83% delle presenze. Nel 2018 "Bohemian Rhapsody" aveva invece avuto un "peso" per il 3,83% degli incassi e il 3,49% delle presenze. I migliori risultati al box office da produzioni e co-produzioni nazionali sono stati invece registrati da "Il primo Natale" (13.3mln; 6° posto), "Pinocchio" (11mln; 12° posto) e "10 giorni senza mamma" (7.4mln; 19° posto) per un totale di 13 titoli tra i primi 50 film di cui 3 tra i migliori 25. Nel 2018 invece nessun titolo di produzione nazionale era riuscito a classificarsi tra i primi 10: il migliore risultato era stato registrato da "A casa tutti bene" di Gabriele Muccino (9.1mln; 11° posto) per un totale di 12 titoli tra i primi 50 film di cui però 4 tra i migliori 25. Il valore in % dei primi 10 incassi sul totale presenze/incassi è stato rispettivamente del 30,10% e 29,32% nel 2019 e del 23,70% e 22,59% nel 2018. Tra i generi dei film italiani il preferito rimane **la "commedia", con circa il 48% degli incassi della produzione nazionale**. Rispetto invece più in generale ai titoli in Top10 si sono affermati i c.d. "live-action" prodotti da Walt Disney con quattro titoli ("Il Re Leone", "Aladdin", "Maleficent - signora del male" e "Dumbo"), due film del c.d. "Marvel Cinematic Universe" ("Avengers: Endgame" e "Spider-Man: Far From Home"), uno invece tratto da un personaggio "DC Comics" ("Joker"), il seguito di uno dei più recenti film di animazione di successo degli ultimi anni ("Frozen II"), il nuovo film di Ficarra e Picone ("Il primo Natale") e il nuovo film diretto da Quentin Tarantino ("C'era una volta a Hollywood").

Nel 2019 la prima società di distribuzione è risultata **Walt Disney Italia** con un incasso totale di 170 milioni di € (quota mercato box office: 26,76%), seguita da Warner Bros. Italia (137.5mln; quota 21,65%), 01 Distribution (60.7mln; quota mercato 9,55%), Eagle Pictures (37.6mln; quota 5,92%) e 20th Century Fox Italia (33.6mln; quota 5,30%).

+ I primi dati dagli altri mercati europei: Francia, Germania, Gran Bretagna e Spagna

Secondo i dati forniti dal CNC, in Francia nel 2019 si è registrata una crescita del numero di biglietti venduti del 6% per un numero totale di presenze pari a **213,2 milioni di ingressi in sala** (erano stati 201.2 milioni nel 2018). I film di nazionalità francese hanno raggiunto una quota di mercato totale sull'anno pari al 35% (era del 39,3% nel 2018). Secondo i primi dati forniti da Comscore, il box office tedesco è invece cresciuto del 15,53% per un incasso totale di 970.9 milioni di € e un numero di spettatori pari a **110.5mln (+14,25%)**. Il mercato tedesco ha ripreso a crescere dopo che il 2018 si era distinto per un box office particolarmente negativo: aveva registrato infatti una diminuzione del 15,63%

(determinato in particolare da cinque mesi consecutivi a segno negativo), nessun titolo aveva superato i 40mln di € d'incasso (nel 2019 invece quattro titoli hanno incasso più di questa cifra) e il primo film di produzione nazionale si era classificato solo al 16° posto (quest'anno al 5°; "Das Perfekte Geheimnis", il remake locale di "Perfetti sconosciuti"). I film di produzione tedesca hanno raggiunto durante l'anno una quota di mercato pari al 18,11% del totale (era del 19% circa nel 2018). Diminuisce invece il box office di Gran Bretagna e Irlanda con un **decremento del 2,06% rispetto al 2018** (1.35 miliardi v 1.38 miliardi di £). La quota dei film nazionali è stata nel 2019 del 16,34% (nel 2018 era invece del 20,5%) con la prima produzione locale ("Downton Abbey") al decimo posto della classifica generale.

Secondo i primi dati forniti da ComScore, il **box office spagnolo è invece cresciuto di circa il 6,54%** con un incasso totale di 624.1 milioni di € e un numero di spettatori pari a 105.5 milioni (+7,98% rispetto al 2018). I film di nazionalità spagnola hanno registrato una quota di mercato al box office pari al 14,93% del totale (era del 17,4% nel 2018). Particolarmente significativa la stagione estiva, ovunque positiva grazie alle diverse performance dei film distribuiti ed in particolar modo in Italia dove il mercato è cresciuto più che negli altri paesi rispetto all'anno precedente.

Cineblog > Box Office > Italia 2019, cresce il box office: 5° miglior risultato dal 2010 - tutti i dati

[Chi siamo](#)

[Contatti](#)

[Note legali](#)

[RSS](#)

[Facebook](#)

[Privacy](#)

[Archivi](#)

[Categorie](#)

[Twitter](#)

[Google Edicola](#)

[Cookie Policy](#)

© 2004-2018 Blog.it, alcuni diritti riservati sotto licenza Creative Commons.

Per informazioni pubblicitarie e progetti speciali contattare [Triboo](#)

Cineblog.it fa parte del Canale Entertainment ed è di proprietà di Triboo Media S.r.l. - P. IVA 06933670967



Cinema, nel 2019 aumentano incassi e presenze: "Il Re Leone" primo al box office

Nello scorso anno si sono incassati € 635.449.774 per un numero di presenze in sala pari a 97.586.858



Il primo incasso cinematografico del 2019 è stato registrato dal film "Il Re Leone" per un box office di 37.5mln di euro. Si tratta di un incasso superiore a quello del primo film del 2018, "Bohemian Rhapsody" (21.2mln) e più in generale del più alto dal mese di gennaio 2016 quando uscì in sala "Quo Vado". E' quanto emerge dai dati del cinema in sala nel 2019 presentati da Anica, Anec e Cinetel.

Nell'anno 2019 al box office italiano si sono incassati € 635.449.774 per un numero di presenze in sala pari a 97.586.858. Rispetto al 2018 si è registrata una crescita degli incassi del 14,35% e un aumento delle presenze del 13,55%. In rapporto al 2017 la

NOTIZIARIO



Roma 15 gennaio 2020 15:40

Ddl Lettura, manca ancora relazione del Mef: ecco i punti della legge sotto osservazione

Roma 15 gennaio 2020 15:30

Cinema, nel 2019 aumentano incassi e presenze: "Il Re Leone" primo al box office

Roma 15 gennaio 2020 15:27

Ddl lettura, al Senato ancora stallo. Verducci (Pd): Inaccettabile, Mef dia parere il prima possibile

Roma 15 gennaio 2020 15:18

Circhi senza animali, Lav: in Senato nuovo importante passo avanti

Roma 15 gennaio 2020 15:11

Fus, Ente Nazionale Circhi: da comm. Cultura Senato pregiudizi di carattere ideologico

Roma 15 gennaio 2020 14:51

Raffaello, Fioramonti: Giusto il ricambio, nominato Montanari per 'liberare' Sgarbi dai molti impegni

Roma 15 gennaio 2020 13:04

Turismo, Bonaccorsi: aumento voli con Cina aumenta turismo e business

crescita degli incassi e delle presenze è stata invece rispettivamente pari all' 8,70% e al 5,77%. Più in generale, in termini di incasso si tratta del 5° risultato sia dal 2010 (di pochissimo inferiore al 2015; -0,24%) che in assoluto, sempre in termini di incassi, dal 1995, anno di inizio delle attività di rilevazione da parte di Cinetel. In termini di presenze è invece il 5° dal 2010 e il 9° dal 1995.

È cresciuto rispetto allo scorso anno il box office della produzione italiana (incluse le co-produzioni) che nel 2019 ha registrato un incasso di 134.8 milioni di € (127.9mln di € nel 2018; +5,39%) per una quota sul totale del 21,22% (nel 2018 era del 23,03%). Il numero di presenze della produzione italiana (incluse le co-produzioni) è invece aumentato del 5,56% (21mln nel 2019 rispetto ai 19.9mln del 2018) per una quota sul totale del 21,56%. È aumentata anche la quota del cinema statunitense con un risultato sul totale del 65,16% (era del 55,57% nel 2018) per un incasso di circa 414 milioni di € (308.8 milioni nel 2018; +34,08%).

Nel 2019 sono stati distribuiti in sala 495 nuovi film di prima programmazione (-34 rispetto al 2018) di cui 193 di produzione o co-produzione italiana (-18 rispetto al 2018). Oltre ai film di nuova uscita, sono stati distribuiti in sala anche 85 nuovi contenuti complementari (eventi, edizioni speciali, riedizioni; +7 rispetto al 2018). Aumenta, grazie al maggior numero di titoli con risultati superiori ai 4mln di €, l'incasso medio dei titoli italiani (€ 611.858; +22,01%).

Rispetto all'incasso suddiviso per mesi, il 2019 ha vinto il confronto sul 2018 per 9 mesi consecutivi su 12, da aprile sino a dicembre. I saldi positivi maggiori sono stati registrati nei mesi estivi di luglio (+108,90%) e agosto (+45,91%) e ad aprile (+41,15%). Il mese di agosto, in particolare, ha registrato il più alto incasso per il periodo dal 1995, anno di inizio delle attività di rilevazione da parte di Cinetel. Particolarmente brillante anche il risultato del mese di dicembre (+13,76% rispetto al 2018), il migliore dell'ultimo decennio e il 3° in assoluto del periodo, grazie anche alla performance complessiva del cinema di produzione nazionale. Il primo incasso assoluto del 2019 è stato registrato dal film "Il Re Leone" per un box office di 37.5mln di € mentre il migliore risultato al box office da produzioni e co-produzioni nazionali è stato registrato da "Il primo Natale" (13.3mln; 6° posto).

ANICA CINEMA

Roma 15 gennaio 2020 12:21

Fus, comm. Cultura Senato: Governo disincentivi circhi che utilizzano animali

Roma 15 gennaio 2020 12:21

Letture Lente: Quale nuovo decennio per la cultura?

Roma 15 gennaio 2020 10:25

Parco Archeologico di Paestum, venerdì appuntamento con la scrittrice Andrea Marcolongo

Tutte le news

ARTICOLO 9 DELLA COSTITUZIONE



"La Repubblica promuove lo sviluppo della cultura e la ricerca scientifica e tecnica. Tutela il paesaggio e il patrimonio storico e artistico della Nazione".



ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER GRATUITA
 NOTIZIE SETTIMANALI DAL MIBAC, DAL PARLAMENTO, DAL TERRITORIO, DALL'EUROPA E SEGNALAZIONI DI BANDI, CONCORSI E FINANZIAMENTI

ARTICOLI CORRELATI



Roma 10 gennaio 2020 12:06

Cinema, dal 20 gennaio arriva nelle sale il documentario su Botero



Roma 9 gennaio 2020 08:42

Cinema, Calabria: online i bandi per il sistema cinema e audiovisivo



Roma 4 gennaio 2020 09:22



Roma 30 dicembre 2019 13:13

Ag|Cult
 Dal 1 ottobre 2019
 la nuova rubrica di approfondimento

LETTURE LENTE
 Risorse: studi, ricerche, casi, ascolti

SEGUICI SUI SOCIAL



f FACEBOOK

Questo sito utilizza cookie tecnici e, previo tuo consenso, cookie di profilazione, di terze parti, a scopi pubblicitari e per migliorare servizi ed esperienza dei lettori. Per maggiori informazioni o negare il consenso, leggi l'informativa estesa. Se decidi di continuare la navigazione o chiudendo questo banner, invece, presti il consenso all'uso di tutti i cookie. [Ok](#) [Informativa estesa](#)

ANSA ENGLISH EDITIONS Mediterraneo NuovaEuropa

Follow us:

ANSA^{en} Latest News

[Click & Search](#) [Go to ANSA.it](#)

- [Home](#)
- [General News](#)
- [Politics](#)
- [Business](#)
- [Science&Technology](#)
- [LifeStyle +](#)
- [Sport](#)
- [Vatican](#)
- [World](#)
- [Photo](#)
- [Other +](#)

TRENDING > malaria case • growth • Pope Francis • Colombia • dioxins alarm • vaccines

ANSA.it • English • Latest News • [Cinema takings, audiences up in 2019](#)

Cinema takings, audiences up in 2019

Takings up 14%, audiences up 13.5% despite increased streaming

Redazione ANSA

ROME

15 January 2020

13:17

NEWS

[Suggerisci](#)

[Facebook](#)

[Twitter](#)

[Altri](#)

[Stampa](#)

[Stampa](#)

[Scrivi alla redazione](#)



- RIPRODUZIONE RISERVATA

[CLICK TO ENLARGE](#)

(ANSA) - Rome, January 15 - Italian cinema box-office takings and audiences were up in 2019, sector monitoring group Cinetel said Wednesday.

Takings were 14.35% up at over 635 million euros, it said at the HQ of cinema industry association ANICA.

Audiences were up 13.55% at 97.6 million, Cinetel said.

Cinetel said the cinemas were "holding their own" at a time when films are being streamed onto phones, tablets and PCs more than ever.

ALL RIGHTS RESERVED © Copyright ANSA

CONDIVIDI



LATEST NEWS

14:43 I'd kill all Jews' says man

14:18 Goct with ISS cell phone cancer risk-min

14:15 Row over 'upper middle class' school

13:29 Antitrust fines Eni 5 mn for diesel ads

13:22 Think we can hit 0.2% growth in 2019

13:17 Cinema takings, audiences up in 2019

13:02 Bar owner closes doors to Salvini

12:52 Soccer: Spinazzola, Politano swap clubs

12:35 7 mn families live off pensions

11:51 Mattarella recalls Ciampi

[All News](#)

P.I. IT00876481003 - © Copyright ANSA - All rights reserved

ANSA^{it}

English Editions

COMPANY

[ANSA](#)

[ANSA IN THE WORLD](#)

Toll-free (only for Italy)

ANSA PRODUCTS

[News](#)

[Web and Mobile](#)

[Editorial Projects](#)

[Archives](#)

SERVICES

[Discount Codes](#)

Questo sito utilizza cookie tecnici e, previo tuo consenso, cookie di profilazione, di terze parti, a scopi pubblicitari e per migliorare servizi ed esperienza dei lettori. Per maggiori informazioni o negare il consenso, leggi l'informativa estesa. Se decidi di continuare la navigazione o chiudendo questo banner, invece, presti il consenso all'uso di tutti i cookie. [Ok](#) [Informativa estesa](#)

EDIZIONI > Mediterraneo Europa-Ue NuovaEuropa America Latina Brasil English Podcast

Social: [RSS](#) [Facebook](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#) [YouTube](#) [Instagram](#)



Fai la ricerca



Il mondo in Immagini



Vai alla Borsa



Vai al Meteo



Corporate Prodotti

[Cronaca](#) [Politica](#) [Economia](#) [Regioni +](#) [Mondo](#) **Cultura** [Tecnologia](#) [Sport](#) [FOTO](#) [VIDEO](#) [Tutte le sezioni +](#)

Cinema NEWS • FILM AL CINEMA • PROSSIMAMENTE • WEEKEND • BOX OFFICE • ARCHIVIO CINEMA • UN FILM AL GIORNO • TROVA CINEMA

ANSA.it > Cultura > Cinema > **Cinema, crescono incassi e presenze**

Cinema, crescono incassi e presenze

1/o assoluto Il Re Leone. Aumenta quota cinema italiano

Francesca Pierleoni

ROMA

15 gennaio 2020

19:51

NEWS

Suggerisci

Facebook

Twitter

Altri

Stampa

Stampa

Scrivi alla redazione



Un'immagine di scena del Re Leone - RIPRODUZIONE RISERVATA

CLICCA PER INGRANDIRE

(ANSA) - ROMA, 15 GEN -Nel 2019 al box office italiano si sono incassati 635.449.774 euro per un numero di presenze in sala pari a 97.586.858. Rispetto al 2018 si è registrata una crescita degli incassi del 14,35% e un aumento delle presenze del 13,55%. Sono fra i dati Cinetel sull'andamento generale dell'anno, illustrati oggi all'Anica. E' cresciuto rispetto al 2019 il box office della produzione italiana (includere le coproduzioni): ha registrato un incasso di 134.8 milioni di euro (+5.39% rispetto al 2018) per una quota totale del 21.22% (nel 2018 era del 23,03%). E' aumentata la quota del cinema statunitense con un risultato sul totale del 65,16% (era del 55,57% nel 2018) per un incasso di circa 414 milioni di euro. "Il 2019 è un anno decisamente positivo - commenta Francesco Rutelli, presidente dell'Anica -. C'è un pieno ritrovato feeling con un grande pubblico nelle sale cinematografiche". Questa crescita, tuttavia, "non può essere legata a pochi mesi all'anno e deve esserci una piena attuazione della legge Franceschini in tutta la sua articolazione, con i suoi strumenti per la produzione, la distribuzione, l'esercizio, le regole per le piattaforme, gli investimenti e le programmazioni nelle televisioni. la priorità adesso è il tax credit produttivo". In termini generali il primo incasso assoluto del 2019 è Il re leone con oltre 37,5 milioni di euro, seguito da Avengers: Endgame e Joker. Il film italiano che ha incassato di più nel 2019 è il primo Natale di Ficarra e Picone (sesto posto generale, unico italiano nella top ten) con 13,3 milioni. Seguono, fra gli italiani, Pinocchio (12/o) e 10 giorni senza mamma (19/o). Tra i primi 50 titoli per incassi, 13 sono italiani. Il fatto che sia sceso il numero di film distribuiti (495 nel 2019,-34 rispetto al 2018), di cui 193 di produzione o coproduzione italiana (-18 rispetto al 2018), ha favorito l'aumento dell'incasso medio, che per i film italiani registra +22,01%. "Le monosale sono quelle che sono cresciute di più come incassi - aggiunge Mario Lorini, presidente dell'Anec - ma in generale il fatto che l'esercizio si sia riunito è stato molto importante per avere una svolta". Dopo i primi tre mesi dell'anno negativi, "da aprile la filiera si è messa insieme per un impegno comune strutturato e sono arrivati i risultati" sottolinea il presidente Cinetel Davide Novelli. Ha ripagato la nuova programmazione estiva

VIDEO ANSA



15 GENNAIO, 20:06

UGL FESTEggia 70 ANNI CON NUOVO LOGO. CAPONE: "CAMBIA IL LAVORO, CAMBIAMO NOI"



15 gennaio, 19:00

"Qui figli alta borghesia", presentazione choc istituto Roma



più ricca: i saldi positivi maggiori dell'anno sono stati registrati a luglio (+108,90%) e agosto (+45,91%, il più alto incasso per il periodo dal 1995), seguiti da aprile (+41,15%). Particolarmente brillante anche dicembre (+13,76 % rispetto al 2018), il migliore dell'ultimo decennio il terzo in assoluto dal '95. Nella settimana di Natale gli incassi sono saliti del 13,94% e le presenze del 14.73%. Aggiungendo poi i giorni di festa fino alla Befana (quindi anche i primi sei giorni d'uscita di Tolo Tolo di Zalone), si arriva a +39,78% di incassi e +38.37% di presenze rispetto al 2018. "Sono numeri che ci incoraggiano nel lavoro che stiamo facendo e anche nel differenziare l'offerta, una scelta che ha pagato in particolare a Natale dove gli spettatori, pur non trovando cinepanettoni, hanno scelto spesso nostri film - dice Francesca Cima, presidente della sezione produttori dell'Anica -. Nell'anno, gli ottimi incassi anche per film come Il traditore e Martin Eden dimostrano che il pubblico vuole qualità e vuole essere sorpreso". Nei primi mesi del 2020, "siamo già a +24 milioni rispetto al 2019 (grazie principalmente a Tolo Tolo, ndr) rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, ma non va dato per scontato che in totale nel 2020 si supereranno i dati del 2019, ci sono ancora varie incognite - dice Luigi Lonigro, presidente della sezione distributori dell'Anica -. I numeri positivi dell'anno scorso ci fanno uscire da un triennio orribile. Nel 2019 siamo riusciti anche a superare i dati al botteghino della Spagna, un risultato che sembrava impossibile, ottenuto grazie a un'estate straordinaria che ci ha rimesso in linea con gli altri Paesi europei".

Cinema

Picone

Natale di Ficarra

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright ANSA

CONDIVIDI



ULTIMA ORA CULTURA

- 20:11** Mibact, ad Ascoli Piceno nuova Soprintendenza Marche Sud
- 17:56** Fellini 100, su Sky Arte il ritratto-omaggio di Wes Anderson
- 17:50** Da Sotheby's, linea moda ispirata a Old Masters
- 17:32** A Bologna il 1980 di sangue rivive in un'installazione
- 17:31** Chiude la libreria Paravia, la più antica di Torino
- 17:06** 'Vivere in Italia e mangiare pane', il sogno di JLo
- 16:42** Ai via Salone Cultura, 500mila titoli e super mostra Merini
- 16:39** E' arrivato l'accordatore, la storia del mito Fabbrini
- 16:38** Salvemini e don Sturzo, in scena 'Fuoriusciti'
- 16:34** Fellini 100 anni, a Rimini 7 giorni di festa

> Tutte le news

AGENZIA ANSA - periodicità quotidiana - Iscrizione al Registro della Stampa presso il Tribunale di Roma n. 212/1948
P.I. IT00876481003 - © Copyright ANSA - Tutti i diritti riservati

HOME	ECONOMIA	REGIONI	MONDO	CULTURA	TECNOLOGIA	SPORT
<ul style="list-style-type: none"> • Ultima Ora • Cronaca • Politica • Economia • Mondo • Cultura • Cinema • Tecnologia • Sport • Calcio • FOTO 	<ul style="list-style-type: none"> • Borsa • Industry 4.0 • Finanza Personale • Calcolatori • Professionisti • Real Estate • PMI • Ambiente & Energia • Motori • Mare 	<ul style="list-style-type: none"> • Abruzzo • Basilicata • Calabria • Campania • Emilia Romagna • Friuli Venezia Giulia • Lazio • Liguria • Lombardia • Marche • Molise • Piemonte • Puglia • Sardegna • Sicilia • Toscana • Trentino-Alto Adige/Suedtirolo • Umbria • Valle d'Aosta • Veneto 	<ul style="list-style-type: none"> • Europa • Nord America • America Latina • Africa • Medio Oriente • Asia • Oceania • Dalla Cina • Europa-Ue 	<ul style="list-style-type: none"> • Cinema • Moda • Teatro • TV • Musica • Libri • Arte • Un Libro al giorno • Un Film al giorno 	<ul style="list-style-type: none"> • Hi-Tech • Internet & Social • TLC • Software&App 	<ul style="list-style-type: none"> • Calcio • Formula 1 • Moto • Golf • Basket • Tennis • Nuoto • Vela • Sport Vari • Giro Rosa

CINEMA Mercoledì 15 gennaio 2020 - 17:22

Cinema, nel 2019 sono cresciuti gli incassi e le presenze in sala

Presentati dati Cinetel. Settore in ripresa, incasso top "Il Re Leone"



Roma, 15 gen. (askanews) – Il 2019 è stato un ottimo anno per il cinema in Italia, con una crescita degli incassi del 14,35% (per un totale di più di 635 milioni di euro) e un aumento delle presenze del 13,55% (in tutto 97.586.858) rispetto al 2018. Un dato particolarmente interessante è che è cresciuto rispetto allo scorso anno il box office della produzione italiana: nel 2019 ha registrato un incasso di 134.8 milioni di euro (+5,39% rispetto all'anno precedente) e il numero di presenze della produzione italiana (incluse le co-produzioni) è aumentato del 5,56%. Ottimi risultati ha dato l'iniziativa "Moviemment" per portare le persone al cinema anche nel periodo estivo: + 108,90 a luglio e + 45,91 ad agosto. Alla presentazione dei dati Cinetel, nella sede Anica a Roma, i produttori, gli esercenti, i distributori, hanno sottolineato come questo risultato sia frutto di un lavoro di squadra, di grande collaborazione fra i rappresentanti di tutta la filiera.



Consiglio Regionale

TG Web Lombardia

VIDEO



Libia, Conte: nessuno spazio per la soluzione militare



La Carta di Assisi, manifesto per un'economia a misura d'uomo

Più in generale il primo incasso assoluto del 2019 è stato registrato da “Il Re Leone” (con 37.5 milioni di euro), mentre il migliore risultato italiano è stato “Il primo Natale” di Ficarra e Picone con 13.3 milioni. Tra i primi venti incassi dell’anno ci sono altri due film italiani: “Pinocchio” di Matteo Garrone (dodicesimo) e “10 giorni senza mamma” di Alessandro Genovesi con Fabio De Luigi (diciannovesimo). Il Presidente dell’Anica Francesco Rutelli alla presentazione dei dati ha sottolineato che “c’è un ritrovato feeling con un grande pubblico nelle sale cinematografiche” e che con i suoi quasi 100 milioni di biglietti staccati in un anno, il cinema “non ha nessun raffronto con altre forme di entertainment”. Rutelli ha anche sottolineato tutti gli effetti positivi della legge Franceschini del 2016, anche se in Italia le risorse date al cinema sono molto minori rispetto ad altri Paesi, e ne ha chiesto la piena attuazione, visto che alcuni decreti attuativi devono ancora essere portati a compimento: “Vorremmo che nel 2020 la normativa funzionasse per intero” ha affermato il Presidente Anica.

Luigi Lonigro, Presidente dei distributori dell’Anica, ha evidenziato come in Italia nel 2019 si sia vista la maggiore crescita di consumo di film nelle sale rispetto agli altri Paesi europei, nonostante il moltiplicarsi delle piattaforme e delle forme di fruizione dei film. Il Presidente della sezione produttori dell’Anica Francesca Cima ha invece ricordato che il cinema rappresenta nel sistema dell’intrattenimento il settore con maggiori potenzialità di crescita e che dà lavoro a moltissime persone: “Nel nostro settore siamo a occupazione completa, anzi mancano alcune figure professionali per completare i nostri set” ha detto.



ARTICOLI SPONSORIZZATI



Ecco come difendere la tua casa dai ladri con...

verisure.it



Quali sono le mete di viaggio più richieste...

Qatar Airways



Scopri le ultime tendenze sulla ristrutturazione...

Ristrutturazione Bagno...



Incendi in Australia, Federer e Nadal donano 150mila euro



Il Papa nomina una donna sottosegretario in Segreteria di Stato



Il rosso di Melissa McGill, dalla parte della Laguna veneziana



Russia, Medvedev annuncia dimissioni governo dopo discorso Putin



Sei in: [Home page](#) > [Notizie](#) > [Economia](#)

CINEMA: CINETEL, NEL 2019 CRESCIUTI INCASSI A 635,45 MLN, +13,55% PRESENZE



Quinto miglior anno dal 1995. Bene box office film italiani (Il Sole 24 Ore Radiocor Plus) - Roma, 15 gen - Il 2019 e' stato un buon anno per il cinema in Italia. Nel 2019 al box office italiano si sono incassati circa 635,45 milioni di euro con una crescita degli incassi del 14,35% rispetto al 2018 per un numero di presenze in sala pari a 97.586.858 (+13,55% sul 2018). Sono alcuni dati Cinetel sull'andamento generale dell'anno, illustrati oggi all'Anica. In termini di incasso si tratta del quinto risultato sia dal 2010 (di pochissimo inferiore al 2015; -0,24%) che in assoluto, sempre in termini di incassi, dal 1995, anno di inizio delle attivita' di rilevazione da parte di Cinetel. In termini di presenze e' invece il quinto dal 2010 e il nono dal 1995

E' cresciuto rispetto allo scorso anno il box office della produzione italiana (incluse le co-produzioni) che nel 2019 ha registrato un incasso di 134,8 milioni (+5,39% dai 127,9 mln nel 2018) per una quota sul totale del 21,22% (nel 2018 era del 23,03%). Il primo incasso assoluto del 2019 e' stato registrato dal film 'Il Re Leone' per un box office di 37,5 mln mentre il migliore risultato al box office da produzioni e co-produzioni nazionali e' stato registrato da 'Il primo Natale' (13,3mln; sesto posto).

com-Ale

(RADIOCOR) 15-01-20 16:13:37 (0488) 5 NNNN

TAG

ITALIA

EUROPA

PRODUZIONE INDUSTRIALE

ECONOMIA

CONGIUNTURA

ITA

Condividi con:



Link utili

[Ufficio stampa](#)

[Lavora con noi](#)

[Comitato Corporate Governace](#)

[Pubblicità](#)

[Avvisi di Borsa](#)

[Listino ufficiale](#)

[Studenti](#)

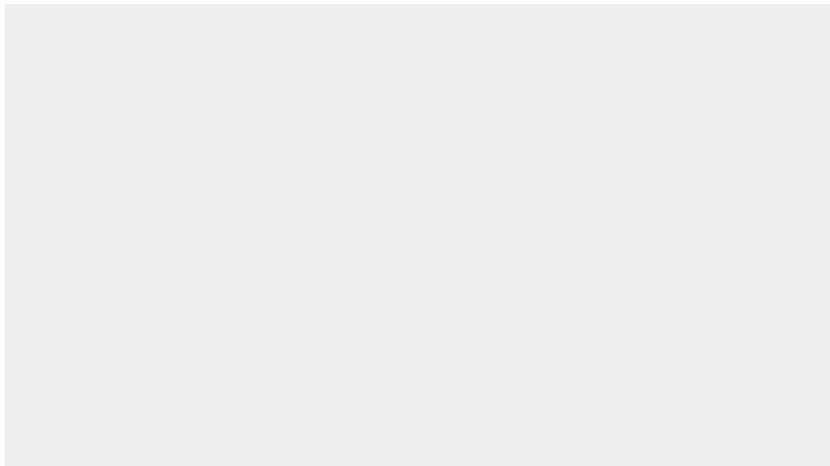
OGGI IN SPETTACOLI



15.1.2020

Tags: ROMA, Cinema

Cinema: Cinetel, nel 2019 crescono incassi e presenze



- Aumenta
- Diminuisci
- Stampa

(ANSA) - ROMA, 15 GEN - Nel 2019 al box office italiano si sono incassati 635.449.774 euro per un numero di presenze in sala pari a 97.586.858. Rispetto al 2018 si è registrata una crescita degli incassi del 14,35% e un aumento delle presenze del 13,55%. Sono fra i dati Cinetel sull'andamento generale dell'anno, illustrati oggi all'Anica. E' cresciuto rispetto al 2019 il box office della produzione italiana (includere le coproduzioni): ha registrato un incasso di 134,8 milioni di euro (+5,39% rispetto al 2018) per una quota totale del 21,22% (nel 2018 era del 23,03%). Il numero di presenze della produzione italiana (includere le coproduzioni) nel 2019 è di 21 milioni nel 2019 (+5,56%) per una quota totale del 21,56%. In termini generali il primo incasso assoluto del 2019 è il re leone con oltre 37,5 milioni di euro, seguito da Avengers: Endgame e Joker. Il film italiano che ha incassato di più nel 2019 è Il primo Natale di Ficarra e Picone (sesto posto generale, unico italiano nella top ten) con il 13,3 milioni. (ANSA).

Y64

PUOI LEGGERE ANCHE

IL METEO

Brescia

OGGI	DOMANI	DOPODOMANI
M 7° m 3°	M 9° m 4°	M 9° m 2°

SONDAGGIO

Dopo gli attentati dei terroristi islamici a Parigi, quali misure andrebbero adottate dall'Italia?

- Chiusura delle frontiere
- Espulsione di tutti gli stranieri clandestini
- Ricerca di un dialogo più intenso con i musulmani integrati che condannano il terrorismo
- Controlli a tappeto in tutte le moschee e nei luoghi di ritrovo dei musulmani
- Una grande manifestazione comune cristiani-musulmani
- Maggiore salvaguardia delle tradizioni cristiane, anche a costo di penalizzare i non cristiani

OK

ALTRI SONDAGGI

Italia 2019, cresce il box office: 5° miglior risultato dal 2010 - tutti i dati

Di [Federico Boni](#) | mercoledì 15 gennaio 2020 |

Box Office

Segno + anche in Germania, Francia e Spagna. Cala il Regno Unito.



Si è svolta questa mattina all'Anica, a Roma, la presentazione dei dati relativi al cinema italiano del 2019, con gli incassi visti sotto una più che doverosa lente d'ingrandimento. Presenti **Davide Novelli**, presidente Cinetel, **Francesco Rutelli**, presidente Anica, **Mario Lorini**, presidente Anec, **Luigi Lonigro**, presidente distributori Anica, e **Francesca Cima**, presidente produttori Anica.

Nell'anno 2019 si sono incassati **635.449.774 euro**, per un numero di presenze in sala pari a 97.586.858.

Rispetto al 2018 si è registrata una **crescita degli incassi del 14,35% e un aumento delle presenze del 13,55%**. In rapporto al 2017 la crescita degli incassi e delle presenze è stata invece rispettivamente pari all' 8,70% e al 5,77%. Più in generale, in termini di incasso si tratta del **5° miglior risultato sia dal 2010** (di pochissimo inferiore al 2015; -0,24%) che in assoluto, sempre in termini di incassi, dal 1995, anno di inizio delle attività di rilevazione da parte di Cinetel. In termini di presenze è invece il 5° dal 2010 e il 9° dal 1995.



Box Office Italia 2019, Il Re Leone batte tutti - la Top 10

Anche in Italia, come nel resto del mondo, è la Disney a dominare la classifica dei maggiori incassi del 2019.



Box Office Italia, i maggiori incassi del decennio - Top10

Solo Checco Zalone ha tenuto il passo di James Cameron.

È cresciuto rispetto allo scorso anno il box office della produzione italiana (incluse le co-produzioni) che nel 2019 ha registrato un incasso di **134.8 milioni** di € (127.9mln di € nel 2018; +5,39%) per una quota sul totale del 21,22% (nel 2018 era del 23,03%). Il numero di presenze della produzione italiana (incluse le co-produzioni) è invece aumentato del 5,56% (21mln nel 2019 rispetto ai 19.9mln del 2018) per una quota sul totale del 21,56%. È inoltre aumentata la quota del cinema statunitense con un risultato sul totale del **65,16%** (era del 55,57% nel 2018) per un incasso di circa 414 milioni di € (308.8 milioni nel 2018; +34,08%).

+ Il numero di titoli distribuiti e la tipologia

Nel 2019 sono stati distribuiti in sala **495 nuovi film di prima programmazione** (-34 rispetto al 2018) di cui 193 di produzione o co-produzione italiana (-18 rispetto al 2018) per una quota del 38,9% sul totale (era del 39,8% nel 2018). Praticamente identico il numero di film usciti anche in 3D: 27 nel 2019 (+1 rispetto al 2018) per un incasso, delle sole copie 3D, pari a € 7.707.440 (+8,38% rispetto al 2018; l'1,21% del box office totale del mercato) e 854.796 presenze (+5,62% rispetto al 2018). Oltre ai film di nuova uscita, sono stati distribuiti in sala anche 85 nuovi contenuti complementari (eventi, edizioni speciali, riedizioni; +7 rispetto al 2018) per un incasso di € 12.745.482 (+2,06%; il 2,01% del box office totale del mercato) e 1.383.610 presenze (-7,31%).



Box Office 2019, Disney padrona - le TOP 10 degli incassi USA, internazionali e worldwide

Impressionante boom al box office per la Disney. Record storico di film miliardari in un anno.

+ La quota del cinema italiano e delle altre cinematografie

Come scritto sopra, l'incasso totale del cinema italiano (incluse le co-produzioni) in sala durante l'anno 2019 è stato di € 134.864.812 (21,22% del totale box office; +5,39% rispetto al 2018) per un numero di presenze pari a 21.042.209 (21,56% del numero totale dei biglietti venduti; +5,56% rispetto al 2018). Più nel dettaglio, il cinema italiano ha incassato € **6.902.131 in più rispetto al 2018 per un numero di biglietti superiore di 1.107.518 unità**. Il cinema statunitense ha invece incassato in totale € 414.039.977 (65,16% del box office; +34,08% rispetto al 2018) per un numero di presenze pari a 62.705.264 (64,26% del numero totale di biglietti venduti; +32,24% rispetto al 2018). Più nel dettaglio il cinema statunitense, primo per nazionalità al box office 2019, ha incassato € 105.236.477 in più rispetto al 2018 per un numero di biglietti venduti superiore di 15.287.897 unità. Seguono, dopo quello americano e italiano, il cinema britannico (39 milioni di € incassati al box office; quota mercato: 6,14%; -50,99% rispetto al 2018), la produzione francese (21.6 milioni di € incassati al box office; quota mercato: 3,40%; +25,64% rispetto al 2018) e quella giapponese (4.5 milioni di € incassati al box office; quota mercato: 0,71%; +69,11% rispetto al 2018).

I MAGAZINES DI BLOGO



SCELTI PER VOI



Box Office Italia, 41 milioni di euro per Tolo Tolo - ottimo...



Box Office Usa, 1917 di Sam Mendes batte Star Wars IX



Cinema da record nel 2019: incassati 42,5 miliardi di...

CATEGORIE

Categorie principali	+
Animali fantastici e dove trovarli	+
Attori	+
Berlinese	+
Box Office	+
Cannes	+
Cineblog rubriche	+
Cinema	+
Cinema per anno	+
David di Donatello	+
Divergent	+
Dizionario dei film	+
Etichette	+
Far East Film	+
Festival del Cinema di Venezia 2019	+
Festival e rassegne	+
Film 2014	+
Film Australiani	+
Genere	+
Giochi	+
Il signore degli anelli e Lo Hobbit	+
La saga di Guerre Stellari	+
Locarno	+
Oscar	+

Il risultato positivo del 2019 rispetto al 2018 da parte della produzione nazionale è stato raggiunto grazie anche a due film che hanno superato i 10 milioni di € d'incasso; nel 2018 nessun film di nazionalità italiana aveva anche solo raggiunto questa cifra. Nel 2019 è anche aumentato il numero di titoli con un incasso tra i 5 e i 10 milioni di € (5 anziché 3) per un numero di film con un incasso in generale superiore a 1mln di € sostanzialmente stabile (29 nel 2019; 30 nel 2018) ma con 5 titoli in più con un incasso tra i 500mila € e 1mln. Aumenta, grazie al maggior numero di titoli con risultati superiori ai 4mln di €, l'incasso medio dei titoli italiani (€ 611.858; +22,01%). Considerato il maggiore incasso dei primi titoli italiani in classifica del 2019, aumenta anche la % sul totale sia della "Top5" che della "Top10".

+ L'andamento durante l'anno

Confermato, con % simili ma a posizioni invertite rispetto al 2018, il peso dei due mesi più importanti sul totale box office annuo. Il mese più importante dal punto di vista degli incassi nel 2019 è stato quello di **dicembre** (13,65% del totale; il 12% nel 2018), seguito dal mese di gennaio (12,25%; 14,20% nel 2018). I primi 3 mesi dell'anno (gennaio-marzo) hanno corrisposto il 27,58% degli incassi di tutto il 2019 (il 35,01% nel 2018). I 3 mesi "primaverili" (aprile, maggio e giugno) hanno invece "pesato" per il 21,17% (il 17,99% nel 2018), il trimestre luglio-settembre per il 18,77% (il 15,15% nel 2018) mentre l'ultimo trimestre dell'anno, il migliore complessivamente del 2019, per il 32,48% (31,86% nel 2018).

Rispetto all'incasso suddiviso per mesi, **il 2019 ha vinto il confronto sul 2018 per 9 mesi consecutivi su 12** (da aprile sino a dicembre). I mesi a segno negativo sono stati quelli di gennaio (-1,35%), febbraio (-23,82%) e marzo (-5,06%) mentre i saldi positivi maggiori sono stati registrati nei mesi estivi di **luglio (+108,90%), agosto (+45,91%) e ad aprile (+41,15%)**. Il mese di febbraio (-23,82%), il peggiore del 2019 rispetto all'anno precedente, ha scontato in particolare l'uscita nel periodo a confronto nel 2018 di "Cinquanta sfumature di rosso" (il 21,1% del box office di quel mese; 3° incasso dell'anno) e di "A casa tutti bene" di Gabriele Muccino (primo incasso italiano del 2018). Il mese di luglio (+108,90%), il migliore per il periodo dal 2011, è stato superiore all'anno precedente per tutti i 31 giorni e ha beneficiato dell'uscita di diversi titoli di richiamo per il pubblico (a partire da "Spider-Man: Far from home") a differenza del 2018 (il peggiore dal 2001) quando invece il primo titolo raggiunse un incasso finale inferiore, nel confronto, al quarto titolo di quest'anno. Dopo il mese di luglio si è particolarmente distinto il mese di agosto (+45,91%) che ha registrato il più alto incasso per il periodo dal 1995, anno di inizio delle attività di rilevazione da parte di Cinetel. Nel 2019 ha beneficiato sia dell'uscita de "Il Re Leone" (primo incasso dell'anno) che dei proseguimenti dei film già in sala e delle nuove uscite dell'inizio del mese. Più in generale, i 4 migliori risultati a confronto sono stati registrati a partire da aprile e sino al mese di agosto, con l'unica di eccezione di giugno, sempre positivo (+12,99%) ma 8° migliore in termini di incremento rispetto al 2018.

Altrettanto significativi, su mesi che hanno in questo caso un peso maggiore sul box office annuale, anche gli incrementi di ottobre (+28,21%), novembre (+10,45%) e dicembre (+13,76%) che hanno determinato, a differenza degli ultimi anni, il "sorpasso" dell'ultimo trimestre dell'anno sul primo (32,48% v 27,58%). Particolarmente brillante il risultato del mese di dicembre, il migliore dell'ultimo decennio e il 3° in assoluto del periodo, grazie anche alla performance complessiva del cinema di produzione nazionale (al 4° posto assoluto per il periodo) per il quale sono usciti in sala **"Il primo Natale", "Pinocchio", "L'immortale" e "La dea fortuna"** (rispettivamente il 1°, il 2°, il 5°

Registi	+
Sondaggi	+
Speciali	+
Spiderman	+
Star Trash e Cult de Sac	+
Sundance	+
Torino Film Festival	+
Venezia	+
Video	+

[Vedi tutte](#) | [Archivio](#)

e il 6° incasso italiano dell'anno). Il cinema di produzione nazionale ha scontato quest'anno il confronto con i primi mesi del 2018 invece particolarmente brillanti che avevano beneficiato soprattutto tra gennaio (2019 v 2018: -43,33%) e febbraio (-23,71%) l'uscita in sala dei primi due titoli italiani di quell'anno, "A casa tutti bene" e "Benedetta follia". Seppure con alcuni risultati particolarmente significativi nei mesi di aprile e maggio ("Ma cosa ci dice il cervello" e "Il traditore": 7° e 9° film italiano dell'anno per incassi) la produzione italiana ha ripreso a crescere nel confronto con il 2018 solamente a partire dal mese di giugno per poi mantenere il segno positivo sino alla fine dell'anno.

+ I migliori incassi

Il primo incasso del 2019 è stato registrato dal film **"Il Re Leone"** per un box office di 37.5mln di €. Si tratta di un incasso superiore a quello del primo film del 2018, "Bohemian Rhapsody" (21.2mln) e più in generale del più alto dal mese di gennaio 2016 quando uscì in sala "Quo Vado". Rispetto al totale del box office, il film distribuito dalla Walt Disney Italia ha corrisposto il 5,90% degli incassi e il 5,83% delle presenze. Nel 2018 "Bohemian Rhapsody" aveva invece avuto un "peso" per il 3,83% degli incassi e il 3,49% delle presenze. I migliori risultati al box office da produzioni e co-produzioni nazionali sono stati invece registrati da "Il primo Natale" (13.3mln; 6° posto), "Pinocchio" (11mln; 12° posto) e "10 giorni senza mamma" (7.4mln; 19° posto) per un totale di 13 titoli tra i primi 50 film di cui 3 tra i migliori 25. Nel 2018 invece nessun titolo di produzione nazionale era riuscito a classificarsi tra i primi 10: il migliore risultato era stato registrato da "A casa tutti bene" di Gabriele Muccino (9.1mln; 11° posto) per un totale di 12 titoli tra i primi 50 film di cui però 4 tra i migliori 25. Il valore in % dei primi 10 incassi sul totale presenze/incassi è stato rispettivamente del 30,10% e 29,32% nel 2019 e del 23,70% e 22,59% nel 2018. Tra i generi dei film italiani il preferito rimane **la "commedia", con circa il 48% degli incassi della produzione nazionale**. Rispetto invece più in generale ai titoli in Top10 si sono affermati i c.d. "live-action" prodotti da Walt Disney con quattro titoli ("Il Re Leone", "Aladdin", "Maleficent - signora del male" e "Dumbo"), due film del c.d. "Marvel Cinematic Universe" ("Avengers: Endgame" e "Spider-Man: Far From Home"), uno invece tratto da un personaggio "DC Comics" ("Joker"), il seguito di uno dei più recenti film di animazione di successo degli ultimi anni ("Frozen II"), il nuovo film di Ficarra e Picone ("Il primo Natale") e il nuovo film diretto da Quentin Tarantino ("C'era una volta a Hollywood").

Nel 2019 la prima società di distribuzione è risultata **Walt Disney Italia** con un incasso totale di 170 milioni di € (quota mercato box office: 26,76%), seguita da Warner Bros. Italia (137.5mln; quota 21,65%), 01 Distribution (60.7mln; quota mercato 9,55%), Eagle Pictures (37.6mln; quota 5,92%) e 20th Century Fox Italia (33.6mln; quota 5,30%).

+ I primi dati dagli altri mercati europei: Francia, Germania, Gran Bretagna e Spagna

Secondo i dati forniti dal CNC, in Francia nel 2019 si è registrata una crescita del numero di biglietti venduti del 6% per un numero totale di presenze pari a **213,2 milioni di ingressi in sala** (erano stati 201.2 milioni nel 2018). I film di nazionalità francese hanno raggiunto una quota di mercato totale sull'anno pari al 35% (era del 39,3% nel 2018). Secondo i primi dati forniti da Comscore, il box office tedesco è invece cresciuto del 15,53% per un incasso totale di 970.9 milioni di € e un numero di spettatori pari a **110.5mln (+14,25%)**. Il mercato tedesco ha ripreso a crescere dopo che il 2018 si era distinto per un box office particolarmente negativo: aveva registrato infatti una diminuzione del 15,63%

Questo sito utilizza *cookie* tecnici e di terze parti, gestiti da siti di altre organizzazioni. Se accedi a un qualunque elemento sottostante questo banner accconsenti all'uso dei *cookies*.

Per disabilitare l'utilizzo dei cookies puoi visualizzare il paragrafo 'Disabilitazione totale o parziale dei cookies' della nostra privacy & cookies policy cliccando su Informazioni. Informazioni **OK**

Cinema 2019: crescono pubblico e qualità

15/01/2020 / Cristiana Paternò



Soddisfazione come di rado si è vista nell'industria italiana cinema per i dati 2019, presentati stamane all'Anica. L'anno appena concluso registra una crescita del 14,35% rispetto al 2018 con 635.449.774 € e presenze in sala pari a 97.586.858 (+13,55%). In rapporto al 2017 la crescita degli incassi e delle presenze è stata invece rispettivamente pari all'8,70% e al 5,77%. Il trend positivo peraltro è di medio periodo, si tratta infatti del 5° miglior risultato dal 2010 e, con l'eccezione del 2015, del miglior dato in assoluto dal 1995, anno di inizio delle rilevazioni Cinetel. La buona notizia riguarda anche il ruolo della produzione italiana. È cresciuto rispetto allo scorso anno il box office nostrano (incluse le co-produzioni) che nel 2019 ha registrato un incasso di 134.8 milioni € (127.9mln € nel 2018; +5,39%) per una quota sul totale del 21,22% (nel 2018 era del 23,03%). Il numero di presenze della produzione italiana (incluse le co-produzioni) è invece aumentato del 5,56% (21mln nel 2019 rispetto ai 19.9mln del 2018) per una quota sul totale del 21,56%. È aumentata anche la quota del cinema statunitense con un risultato sul totale del 65,16% (era del 55,57% nel 2018) per un incasso di circa 414 milioni € (308.8 milioni nel 2018; +34,08%). Nel 2019 sono stati distribuiti in sala 495 nuovi film di prima programmazione (-34 rispetto al 2018) di cui 193 di produzione o co-produzione italiana (-18 rispetto al 2018). Oltre ai film di nuova uscita, sono stati distribuiti in sala anche 85 nuovi contenuti

ALTRI CONTENUTI

12:05
Verdone: Fellini non solo regista, ma poeta, attore, scenografo

10:03
The Lodge di Franz e Fiala: horror in coppia

11:53
Capolicchio: "Scrivo questo libro da 58 anni, e anche stasera lo scriverò"

11:46
Richard Jewell, eroe ingenuo tradito dall'America

CINECITTÀ VIDEO NEWS



CERCA NEL DATABASE

complementari (eventi, edizioni speciali, riedizioni; +7 rispetto al 2018). Aumenta, grazie al maggior numero di titoli con risultati superiori ai 4mln €, l'incasso medio dei titoli italiani (€ 611.858; +22,01%). Rispetto all'incasso suddiviso per mesi, il 2019 ha vinto il confronto sul 2018 per 9 mesi consecutivi su 12, da aprile sino a dicembre. I saldi positivi maggiori sono stati registrati nei mesi estivi di luglio (+108,90%) e agosto (+45,91%) e ad aprile (+41,15%). Il mese di agosto, in particolare, ha registrato il più alto incasso per il periodo dal 1995. Particolarmente brillante anche il risultato del mese di dicembre (+13,76% rispetto al 2018), il migliore dell'ultimo decennio e il 3° in assoluto del periodo, grazie anche alla performance complessiva del cinema di produzione nazionale.

Il primo incasso assoluto del 2019 è stato **Il Re Leone** per un box office di 37.5mln di € mentre il migliore risultato al box office da produzioni e co-produzioni nazionali è stato registrato da **Il primo Natale** (13.3mln; 6° posto). In questi primi giorni del 2020 c'è già una crescita di **24 milioni di incassi** rispetto allo scorso anno, grazie principalmente a **Tolo Tolo** di Checco Zalone. "Ma non va dato per scontato che in totale nel 2020 si supereranno i dati del 2019, ci sono ancora varie incognite", avverte il presidente della sezione distributori dell'Anica **Luigi Lonigro**. "I numeri positivi dell'anno scorso ci fanno uscire da un triennio orribile - aggiunge - Nel 2019 siamo riusciti anche a superare i dati al botteghino della Spagna, un risultato che sembrava impossibile, ottenuto grazie a un'estate straordinaria che ci ha rimesso in linea con gli altri Paesi europei".

Per **Francesco Rutelli**, presidente Anica, il risultato del 2019 testimonia "il pieno ritrovato feeling con il grande pubblico nelle sale basato sia sulla qualità del prodotto sia sulla coesione della filiera, dal momento ideativo allo sfruttamento economico. Con circa 100 milioni di biglietti venduti il cinema supera qualunque altra forma di entertainment. La sala è integrata con le nuove modalità di fruizione, streaming, piattaforme, etc".

Altro aspetto sottolineato da tutti gli interventi, l'importanza di una normativa funzionante grazie alla Legge Franceschini. Chiamato più volte in causa il DG Cinema **Mario Turetta** si dice soddisfatto dei dati. "Il 2019 è stato un anno di svolta grazie alla fusione delle associazioni degli esercenti, e al lavoro comune della filiera. **Moviemment** è un progetto triennale che il ministero continuerà a sostenere non solo con il fondo dedicato ma anche con la premialità agli esercenti legata alle giornate di programmazione. La nuova Legge - prosegue Turetta - ha rappresentato una rivoluzione copernicana. Ora stiamo lavorando a modifiche sul tax credit per la produzione".

Davide Novelli, presidente Cinetel, insiste sulla diversificazione del prodotto: "In testa agli incassi ci sono film molto diversi fra loro che parlano a pubblici diversi: gli americani **Il Re Leone**, **Joker** e **Avengers: Endgame** e gli italiani **Il primo Natale**, **Pinocchio** e **10 giorni senza mamma**". Il mercato - prosegue Novelli - dopo una partenza difficile nei primi tre mesi del 2019, ha risposto da aprile ad agosto. Dicembre è stato il terzo dicembre di tutti i tempi. E' diminuito il numero dei film distribuiti e la selezione ha permesso di aumentare l'incasso medio, che cresce del 22% per gli italiani, da segnalare anche il ritorno di una fascia media di prodotto. Tra i titoli apprezzati dal pubblico **Ma cosa ci dice il cervello**, **Il traditore**, **Il signor Diavolo**, **Martin Eden**, **L'immortale**, **La dea Fortuna**. Ma funzionano anche le sperimentazioni, dalla serie **The New Pope** proposta prima su Sky e poi in poche sale di tre città, fino agli eventi.

Per **Mario Lorini**, presidente Anec, tra gli elementi propulsori del risultato ci sono senz'altro le 600 monosala. "sono quelle che sono cresciute di più anche con la multiprogrammazione e ancora di più si può fare con interventi di qualificazione e ammodernamento". Aggiunge Lonigro: "Guardavamo solo ai multiplex, ma si è riaffermato il cityplex di qualità che ha visto gli incassi moltiplicarsi". **Francesca Cima**, presidente dei produttori Anica, i dati "incoraggiano i produttori a proseguire sulla strada intrapresa, diversificare l'offerta, anche per il Natale". Questo è stato il primo anno senza un vero e proprio cinepanettone. "Anche un film come **Martin Eden**, che qualche anno fa avrebbe faticato, è stato apprezzato, perché il pubblico vuole essere sorpreso. Occorre anche puntare sui progetti integrati, come **Moviemment**, che ha dato un'immagine forte del cinema italiano a livello di comunicazione. Per il futuro, i nuovi direttori Rai potrebbero contribuire a valorizzare il cinema italiano". Cima sottolinea la ritrovata piena occupazione del settore: "C'è bisogno di nuovi registi e sceneggiatori, da formare nelle scuole. La crescita è a livello giovanile e femminile".

SELEZIONA UN'AREA DI RICERCA

RICERCA

NEWSLETTER

LA TUA EMAIL

- Accetto che i miei dati vengano utilizzati secondo la politica di trattamento della privacy consultabile cliccando su [questo testo](#)



NEWSLETTER

ISCRIVITI

CANCELLATI

CinecittàNews
18.255 "Mi piace"

[Mi piace](#)

Di' che ti piace prima di tutti i t

Sui contenuti alternativi è ancora Lonigro a intervenire: "I film d'arte, il documentario su Chiara Ferragni o quelli sugli YouTubers portano nuovo pubblico. E' un modo diverso di fare cinema che per ora riguarda una piccola percentuale, l'1,5% del mercato, ma è in crescita e porta ulteriori sviluppi".

[I dati](#)

[Le tabelle](#)

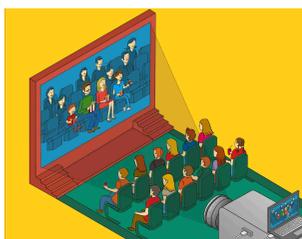
VEDI ANCHE

DATI



Piccole donne crescono

Luci e ombre nello studio appena pubblicato dal Center for the Study of Women in Television and Film della San Diego State University sulla parità al cinema. Ma le protagoniste femminili crescono con l'aumento delle donne dietro la macchina da presa



FEsD e Rapporto Cinema 2019: trend della Generazione Zeta

Presentazione del volume *Rapporto Cinema 2019. L'anno Zeta dell'audiovisivo*, a cura di Fondazione Ente dello Spettacolo, nell'ambito del XXIII Tertio Millennio Film Fest: una ricerca sulle tendenze di...



Box Office 2018: Italia -5%

Per l'ANEC la fruizione in sala ha visto nel 2018 un arretramento quantitativo nei Big Five europei, con una fortissima accentuazione del fenomeno in Germania (-16%) e risultati più o meno omogenei tra Francia (-4%), Spagna (-2%) e Italia (-5%), con l'eccezione di UK, dove il B.O. registra sostanziale stabilità (+0,6%)



ITALY for
MOVIES

DISCOVER THE ITALIAN
FILM LOCATIONS



Socio Unico Ministero dell'Economia e delle Finanze i cui diritti del Socio sono esercitati dal Ministero dei Beni e delle Attività Culturali

Sede legale: Via Tuscolana, 1055 - 00173 Roma (ITALIA) - T +39 06 722861 - F +39 06 7221883 - Capitale Sociale: € 20.000.000,00 i.v. - Codice Fiscale e N. Iscr. Reg. Imprese Roma 11638811007 - P.Iva 11638811007



RASSEGNA STAMPA

CINEDATABASE

RIVISTA

ENTE DELLO SPETTACOLO

TROVA FILM

HOME NEWS RECENSIONI FOCUS BOXOFFICE PROSSIMAMENTE FILM IN SALA TRAILER CINEMATOGRAFO.TV

SPECIALI

2019, l'anno della svolta

Aumento di incassi del 14,35% e di presenze del 13,55% sul 2018: la soddisfazione del comparto, per una stagione - Rutelli - "decisamente positiva"

15 Gennaio 2020

Al cinema, Business

CONDIVIDI



Sala-Paesaggio-Eros-Commedia-Cibo-Merce_foto-credits_Cristina-Vatielli_NONE-collective

"Il 2019 è stato un anno decisamente positivo". Parola del presidente dell'Anica Francesco Rutelli al tradizionale appuntamento di presentazione sull'andamento generale e sui dati del cinema in sala.

"C'è grande domanda di prodotto e grande aspettativa e il sistema italiano è pronto a rispondere a questo. Si è ritrovato un feeling con il grande pubblico nelle sale cinematografiche. E questo va letto in due chiavi: da una parte la qualità perché il pubblico italiano crea e vuole buoni prodotti, dall'altra la filiera con una visione non legata solo ad alcuni mesi l'anno", ha proseguito, sottolineando poi l'importanza della normativa attuale e cioè la legge promossa da Dario Franceschini.

Ecco i dati: nel 2019 al box office italiano si sono incassati € 635.449.774 per un numero di presenze in sala pari a 97.586.858. Rispetto al 2018 dunque, che è stato un annus horribilis, si è registrata una crescita degli incassi del 14,35% e un aumento di presenze del 13,55%. In termini di incasso si tratta del quinto risultato, sia dal 2010 che in assoluto dal 1995, anno di inizio delle attività di rilevazione da parte di Cinetel. Cresciuto anche rispetto allo scorso anno il box

ARTICOLI CORRELATI

Record Zalone

Le Mans in pole al box office

Animo, anime!

Chiara Ferragni record

Rapporto Cinema 2019 a Venezia76

ULTIME NEWS

Statuette da bookies

Speciale Fellini a Movie Mag

Cinema e integrazione a Bergamo

Dario Argento torna sul set

Il traditore miglior film per i critici italiani

office della produzione italiana che nel 2019 ha registrato un incasso di 134.8 milioni di euro ("una soglia importante dalla quale negli ultimi anni ci si era allontanati", ha commentato il presidente Cinetel Davide Novelli) per una quota sul totale del 21,22%.

Aumentato il numero di presenze della produzione italiana del 5,56% per una quota sul totale del 21,56%. In aumento anche la quota del cinema statunitense con un risultato sul totale del 65,16%. Il primo incasso del 2019 è stato registrato da *Il Re Leone* per un box office di 37.5 mln di euro (un incasso superiore al primo film del 2018 *Bohemian Rhapsody*).

"Quest'anno la filiera ha lavorato insieme e ciò lo si evince dai dati", ha commentato il presidente dell'Anec Mario Lorini, che ritiene si debba essere "soddisfatti senza essere trionfalistici". Per il presidente della sezione distributori Luigi Lonigro questo è "il risultato di un lavoro attento e mirato", mentre per la presidente dei Produttori Francesca Cima questi dati sono "confortanti e incoraggianti per i produttori". "La direzione intrapresa è quella giusta - ha poi specificato -. Gli ottimi risultati di film come *Martin Eden* e *Il traditore* al box office segnalano che il pubblico chiede qualità e vuole essere sorpreso. Bisogna anche continuare a lavorare su progetti integrati come Moviement e mi auguro che venga rafforzata l'immagine popolare del cinema nel grande pubblico con programmi di intrattenimento. Non so, penso a una sorta di *Mastercritic*".

Altro elemento importante da evidenziare è il grande ritorno del cinema italiano. Allo stesso modo tutti gli addetti ai lavori hanno sottolineato più volte la maggiore qualità delle opere. I migliori risultati al box office sono stati registrati da *Il primo Natale* di Ficarra e Picone (sesto posto), *Pinocchio* di Garrone (dodicesimo posto) e *10 giorni senza mamma* (diciannovesimo posto) di Alessandro Genovesi. Non solo, la stagione cinematografica si è allungata, sdoganando mesi come maggio e settembre e portando il prodotto importante ad essere presente dodici mesi l'anno (il mese di agosto in particolare ha registrato il più alto incasso per il periodo dal 1995 e il 2019 ha vinto il confronto sul 2018 per 9 mesi consecutivi su 12, da aprile fino a dicembre). In più si sta lavorando per mettere in piedi un palinsesto importante di prodotti italiani anche per la prossima primavera ed estate.

Ma il buon risultato al box office dal cinema italiano si è raggiunto in corner con i film usciti a Natale? "Venivamo da un anno negativo e nei primi tre mesi dell'anno abbiamo pagato quel trend sfavorevole - ha risposto Novelli-. Da aprile in poi ci sono stati buoni risultati. Con film come i già citati *Il traditore* e *Martin Eden*, ma anche con l'horror di Pupi Avati e la commedia *Ma cosa ci dice il cervello*. Poi con Siani, Albanese, film come *L'immortale* e altri usciti a Natale si è completato un recupero che era già iniziato precedentemente". Un Natale diverso e anomalo rispetto ai precedenti: per l'offerta variegata (tra i titoli, *La dea fortuna* di Ozpetek, *Pinocchio* di Garrone e il film di Ficarra e Picone: "Tre film molto belli che hanno sfatato il mito del cinepanettone", ha commentato Lonigro), per l'assenza, appunto, dei cinepanettoni e per lo slittamento dell'uscita del film di Zalone al primo gennaio.

Per quanto riguarda l'esercizio, le strutture monosala, spesso legate ai piccoli centri, hanno avuto una buona performance e nessuna di queste è stata chiusa. Negli ultimi tempi si è anche riaffermato il Cityplex come modello virtuoso. Importanti i contenuti alternativi: "Ben distribuiti portano nuovo pubblico nelle sale. Penso ai film sull'arte o al film evento su Chiara Ferragni, ma anche a quello che accadrà il prossimo weekend con l'uscita di *Me contro Te*", ha detto Lonigro. E c'è apertura su esperimenti stile *The New Pope* di Paolo Sorrentino: la serie è uscita in sala non solo per il lancio, ma sarà proiettata interamente sul grande schermo.

Francesco Rutelli ha poi precisato: "Il funzionamento della legge Franceschini aveva bisogno di una grande quantità di norme attuative. Monitoriamo che il 2020 sia l'anno in cui la normativa di sistema abbia la sua piena funzionalità". Infine il direttore generale per il Cinema e l'Audiovisivo del Mibac Mario Turetta ha concluso: "Siamo soddisfatti dei dati qui presentati. Il 2019 è stato un anno particolare, di svolta".

Giulia Lucchini

Lascia una recensione

Lasciaci il tuo parere!



Scrivi qui il tuo parere...

FONDAZIONE ENTE DELLO SPETTACOLO

TERTIO MILLENNIO

SCARICA LA BROCHURE FEDS

2016 © Copyright - Fondazione Ente dello Spettacolo - Tutti i diritti sono riservati - P.Iva 09273491002

Licenza SIAE 5321/I/5043



[CONTATTI](#) [PRIVACY](#)

Utilizziamo i cookie per essere sicuri che tu possa avere la migliore esperienza sul nostro sito. Se continui ad utilizzare questo sito noi assumiamo che tu ne sia felice.

Box office: nel 2019 il cinema è andato alla grande!

di [Carola Proto](#), 15 01 2020



[Home](#) | [Cinema](#) | [News](#) | [Box office: nel 2019 il cinema è andato alla grande!](#)

NEWS CINEMA

Box office: nel 2019 il cinema è andato alla grande!



di [Carola Proto](#)
15 gennaio 2020



Con *Il Re Leone* in testa alla classifica dei film più visti, l'incasso complessivo dell'anno e il numero di spettatori sono notevolmente aumentati.



Indice

- [Il cinema in sala nel 2019: i dati del box office](#)
- [Il commento entusiasta di Francesco Rutelli, Presidente ANICA](#)
- [Davide Novelli, Presidente CINETEL, fornisce qualche dato in più](#)
- [Mario Lorini, Presidente ANEC, e l'esercizio unito](#)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

- [Francesca Cima, Presidente Sezione Produttori ANICA, e la fiducia nel pubblico](#)
- [Luigi Lonigro, Presidente Sezione Distributori ANICA, fa il punto sulle sale \(e non solo\)](#)
- [Francesco Rutelli dice la sua sulla Legge Franceschini](#)

Il 2019 è stato un anno ottimo per il nostro boxoffice, soprattutto se confrontato al 2018, annus horribilis, e al 2017. Lo hanno annunciato questa mattina, dati alla mano, **Francesco Rutelli** (Presidente ANICA), **Davide Novelli** (Presidente CINETEL), **Mario Lorini** (Presidente ANEC), **Luigi Lonigro** (Presidente Sezione Distributori ANICA) e **Francesca Cima** (Presidente Sezione Produttori ANICA). **Il pubblico italiano continua fortunatamente a considerare il cinema la forma di intrattenimento più stimolante** e chiede film di qualità, e dimostra sì grande predilezione per ciò che arriva dagli Stati Uniti, ma manifesta **una passione sempre crescente per il lavoro dei nostri registi**, sia gli autori di commedie che i cosiddetti grandi maestri. Durante una conferenza stampa che si è tenuta questa mattina nella sede dell'Anica a Roma, sono stati specificati i numeri dei 12 mesi appena trascorsi. Ogni "oratore" ha commentato i dati e ha parlato del suo settore di competenza. Infine, **Francesco Rutelli** ha illuminato la platea, composta di distributori e giornalisti, sulla **Legge Franceschini**.

Il cinema in sala nel 2019: i dati del box office

1. Nell'anno 2019 al box office si sono incassati **635.449.774 Euro** per un numero di **presenze in sala pari a 97.586.858**
2. **Rispetto al 2018** si è registrata **una crescita degli incassi del 14,35%** e un **aumento delle presenze del 13,55%**
3. Più in generale, in termini di incasso, si tratta del **5° risultato sia dal 2010 che in assoluto**, sempre in termini di incassi, dal 1995, anno di inizio delle attività di rilevazione da parte di Cinetel. In termini di **presenze è invece il 5° dal 2010 e il 9° dal 1995**
4. **E' cresciuto** rispetto al 2018 il **box office della produzione italiana**, che nel 2019 ha registrato un incasso di **134.8 milioni di Euro** per una quota sul totale del **21,22%**
5. **Il numero di presenze** della produzione italiana è **umentato del 5,56%** per una **quota** sul totale del **21,56%**
6. E' aumentata **la quota del cinema USA** con un risultato sul totale del **65,16%**
7. E' aumentato **l'incasso medio dei titoli italiani**
8. Nel 2019 sono stati distribuiti **495 nuovi film**
9. **Il film che ha incassato di più nel 2019 è stato Il Re Leone**, che ha guadagnato **37.5mln di Euro**.
10. **Il film italiano che ha ottenuto il miglior risultato al box office è stato Il Primo Natale** (13.3mln di Euro)

Il commento entusiasta di Francesco Rutelli, Presidente ANICA

Per noi questo è un appuntamento tradizionale che spero vada oltre la semplice lettura dei dati e ci aiuti a capire dove stia andando questa industria che ritengo cruciale per il nostro paese. Il 2019 è stato un anno positivo, vorrei si guardasse a questi numeri non solo non considerandoli come un fenomeno occasionale, ma riflettendo per esempio sul **pieno e ritrovato feeling con il pubblico**, che per me ha due chiavi di lettura: innanzitutto **la qualità del prodotto**, e poi **il perfetto funzionamento dell'intera filiera del cinema**, che va dal momento ideativo fino a quello dello sfruttamento economico che passa per il rapporto con lo spettatore. Oggi festeggiamo **100 milioni di biglietti staccati in un anno**, che ci dimostrano che nessun'altra forma di entertainment può competere con il cinema, il tutto in una visione che abbraccia tutti e 12 i mesi dell'anno. Ci sono notevoli aspettative e grande richiesta, e il sistema italiano è pronto a rispondere a questa richiesta.

Davide Novelli, Presidente CINETEL, fornisce qualche dato in più

I 635 milioni di incassi del 2019 ci rendono felicissimi. Abbiamo avuto un triennio di forti trasformazioni, e il mercato oggi risponde a queste trasformazioni con numeri positivi. Festeggiamo il trionfo de **Il Re Leone**, di **Joker** e di **Avengers: Endgame**. Il prodotto nazionale ha superato la soglia del 20%, con prodotti che si rivolgono a **target molto diversi** (**Il Primo Natale**, **Pinocchio**, **10 giorni senza mamma**). **La varietà dell'offerta** è stata premiata. Abbiamo avuto una partenza difficile. I primi 3 mesi del 2019 sono stati negativi, soprattutto febbraio, ma da aprile la filiera si è unita (la

produzione, la distribuzione, l'esercizio, le istituzioni), e il mercato ha risposto. **Il dicembre 2019 è stato il terzo miglior dicembre di tutti i tempi.** Il numero dei film distribuiti è diminuito e ciò ha permesso di aumentare l'incasso medio.

Mario Lorini, Presidente ANEC, e l'esercizio unito

L'esercizio è unito, abbiamo sviluppato un bellissimo rapporto con le sale d'essai della FICE, per esempio, e cominciamo a trovare soddisfazione da parte del pubblico, che è un pubblico attento. **Il buon lavoro sulla qualità del prodotto ha fatto sentire la differenza.** Adesso dobbiamo fare un altro passo avanti, nella comune convinzione che non possiamo fermarci ma trovare ancora più forza. **Il successo dell'autunno è stato per noi una grande spinta.** Siamo orgogliosi che fra i primi dieci film più visti, sei siano italiani (secondo i dati di ieri).

Francesca Cima, Presidente Sezione Produttori ANICA, e la fiducia nel pubblico

E' interessante leggere con attenzione questi dati perché per il prodotto italiano sono confortanti e danno un grande incoraggiamento a noi produttori nel proseguire nella strada già intrapresa. Sono felice dell'apprezzamento da parte del pubblico, che per chi comincia ad avere una certa età, come la sottoscritta, è una vera gioia. In realtà ci sono dei cicli, ci sono anni meno positivi e anni più positivi, ma **io non ho mai temuto per la tenuta del cinema**, sia come sala che come prodotto. **A Natale di quest'anno l'offerta è stata molto più variegata** e gli spettatori hanno gradito. Sono felice del risultato ottimo di film non facilissimi come **Il Traditore** e **Martin Eden**: è il segnale che il pubblico vuole qualità, vuole essere sorpreso. Dobbiamo continuare così.

Luigi Lonigro, Presidente Sezione Distributori ANICA, fa il punto sulle sale (e non solo)

Questo è un giorno importante, i dati positivi che oggi analizziamo non sono legati, forse per la prima volta, a una somma di incassi, ma sono **conseguenza di un lavoro mirato.** Il 2019 è un anno cruciale. Abbiamo individuato tutti gli attori dello straordinario film che è l'industria cinematografica e ognuno ha svolto il suo compito in modo perfetto. Il prodotto chiaramente risulta centrale ed è cresciuto, gli esercenti hanno ristrutturato le sale, sono stati individuati dei modelli virtuosi che hanno dato risultati eccezionali, **prima andavano benissimo i multiplex, ora si è affermato cityplex di qualità:** l'Anteo Palazzo del Cinema di Milano, il Giulio Cesare e il nuovo Quattro Fontane di Roma. Ci sono strutture di nuova costruzione o che sono state trasformate in contenitori moderni e che hanno visto gli incassi, in alcuni casi, quintuplicarsi. Speriamo che i nuovi fondi a favore dell'esercizio possano aiutare altre trasformazioni. I distributori hanno fatto la loro parte, **il ruolo delle Major è stato determinante,** abbiamo avuto **un'estate straordinaria**, i numeri sarebbero stati positivi anche senza l'estate, ma da là è partito tutto. Ringrazio anche Moviement. **Abbiamo superato il boxoffice spagnolo.** Il segmento monosala è cresciuto del 46% e non sono state chiuse altre monosale. Abbiamo inoltre sdoganato maggio e settembre. Infine, **credo che gli eventi collocati in modo giusto abbiano fatto la differenza**, i contenuti ben distribuiti portano nuovo pubblico, e penso agli eventi legati alla storia dell'arte e al documentario su **Chiara Ferragni.**

Francesco Rutelli dice la sua sulla Legge Franceschini

La legge che fu approvata in larga maggioranza in Parlamento è una legge che si confronta dal punto di vista di un'amministrazione pubblica con un settore produttivo privato, in un contesto in cui gli investimenti che si fanno nei paesi concorrenti a favore dell'industria del cinema e dell'audiovisivo sono in crescita. Quindi noi **dobbiamo considerare l'aspetto competitivo.** Quella che è stata per molti anni un'idea fondata, poi divenuta un po' obsoleta, circa il cinema assistito in Italia, oggi si deve misurare con il fatto che parliamo di una filiera complessa e parliamo di contesti nei quali altri paesi concorrenti ottengono molte più risorse di quelle che vengono erogate in Italia. Questo è un punto cruciale perché la pur importante dotazione complessiva della legge Franceschini, di base circa 400 milioni di Euro all'anno, che includono tutto (Luce, festival vari, etc), se paragonata, ad esempio, a quella di piccoli stati americani come l'Alabama e la Georgia, che hanno avuto in tempi recenti investimenti pubblici ingenti, non è abbastanza. **L'ecosistema economico è cambiato** alla luce di ingressi di nuovi soggetti globali di **cambiamenti della fruizione, nei gusti del pubblico,**

nell'aspettativa del pubblico, quindi la Legge Franceschini, quando è arrivata, sembrava andare bene, ma **nel frattempo il mondo ha galoppato**, quindi il funzionamento della legge, che aveva bisogno di un'enorme quantità di norme attuative, decreti interministeriali, regolamenti, momenti di verifica a livello comunitario è stato difettoso. In questi 3 anni dovevano partire decreti, si sono ipotizzate delle spese che per la complessità dell'avvio della legge in realtà sono state appostate ma non erogate. **Ora la cosa più importante è il tax credit produzione.**

[#box office 2019](#) [#incassi](#) [#dati Cinetel](#) [#Il re Leone](#) [#Il Primo Natale](#)



di [Carola Proto](#)

- Giornalista specializzata in interviste
- Appassionata di cinema italiano e commedie sentimentali

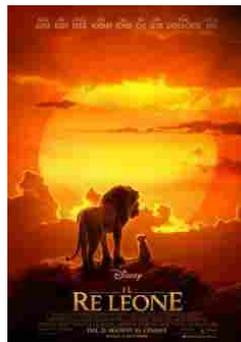
[Suggerisci una correzione per l'articolo](#)

Schede di riferimento



Anno: 2019 | 3,6 ★

Il Primo Natale



Anno: 2019 | 4,0 ★

Il Re Leone

News Correlate



NEWS CINEMA

Pinocchio di Matteo Garrone con Roberto Benigni è il film più visto al cinema nel giorno di Santo Stefano



NEWS CINEMA

Nel giorno di Natale è Il Primo Natale di Ficarra e Picone il film più visto al cinema



NEWS CINEMA

Il primo Natale è in vetta al boxoffice italiano del weekend



NEWS CINEMA

Il primo Natale: è record di incasso dell'anno per Ficarra e Picone



NEWS CINEMA

Il Primo Natale va subito in testa al boxoffice, tallonato da L'immortale



Il

[Scopri tutte le News Film](#) >

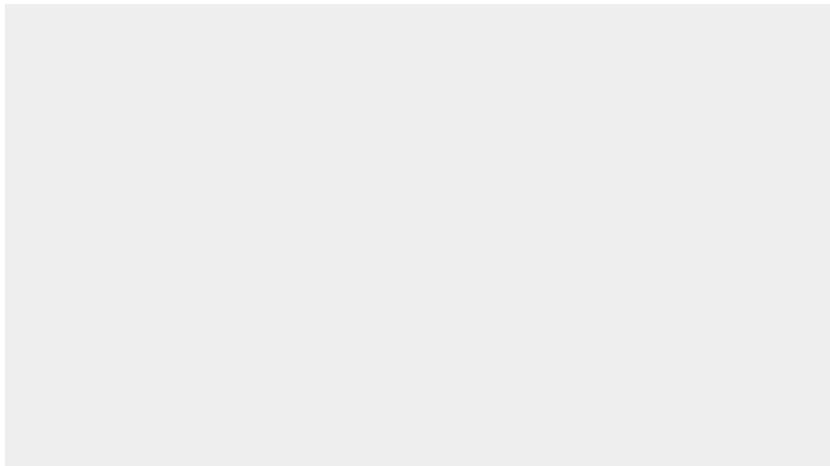
OGGI IN SPETTACOLI



15.1.2020

Tags: ROMA, Cinema

Cinema: Cinetel, nel 2019 crescono incassi e presenze



- Aumenta
- Diminuisci
- Stampa

(ANSA) - ROMA, 15 GEN - Nel 2019 al box office italiano si sono incassati 635.449.774 euro per un numero di presenze in sala pari a 97.586.858. Rispetto al 2018 si è registrata una crescita degli incassi del 14,35% e un aumento delle presenze del 13,55%. Sono fra i dati Cinetel sull'andamento generale dell'anno, illustrati oggi all'Anica. E' cresciuto rispetto al 2019 il box office della produzione italiana (incluse le coproduzioni): ha registrato un incasso di 134.8 milioni di euro (+5,39% rispetto al 2018) per una quota totale del 21,22% (nel 2018 era del 23,03%). Il numero di presenze della produzione italiana (incluse le coproduzioni) nel 2019 è di 21 milioni nel 2019 (+5,56%) per una quota totale del 21,56%. In termini generali il primo incasso assoluto del 2019 è Il re leone con oltre 37,5 milioni di euro, seguito da Avengers: Endgame e Joker. Il film italiano che ha incassato di più nel 2019 è Il primo Natale di Ficarra e Picone (sesto posto generale, unico italiano nella top ten) con il 13,3 milioni. (ANSA).

Y64

PUOI LEGGERE ANCHE

SCRIVICI

PARTECIPA ANCHE TU
 manda le tue segnalazioni a
 spettacoli@ilgiornaledivicenza.it

IL METEO

Vicenza

OGGI • M 7° • m 1°	DOMANI • M 8° • m 4°	DOPODOMANI • M 9° • m 2°
---------------------------------	-----------------------------------	---------------------------------------

STAGIONE TEATRALE

CULTURA | MERCOLEDÌ 15 GENNAIO 2020

Come sta il cinema in Italia

I dati dicono che presenze e incassi sono in crescita, e soprattutto smentiscono il vecchio luogo comune per cui d'estate le persone non vogliono andare al cinema



📍 Piazza Maggiore, a Bologna, nell'estate 2018 (ANSA / GIORGIO BENVENUTI)



L'ANICA – Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive Multimediali – ha [presentato](#) oggi il suo rapporto su com'è andato il cinema in Italia nel 2019. Nell'anno appena terminato i cinema italiani hanno avuto un incasso complessivo di oltre 635 milioni di euro e un po' più di 97 milioni di spettatori totali.

Bene ma non benissimo

Sono risultati buoni – rispetto al 2018 gli incassi sono aumentati del 14,3 per cento e le presenze del 13,5 per cento – ma non ottimi: come ha spiegato ANICA, che raccoglie questo tipo di dati dal 1995, «in termini di incasso si tratta del quinto risultato sia dal 2010 (di pochissimo inferiore al 2015; -0,24%) che in assoluto» e «in termini di presenze è invece il quinto dal 2010 e il nono dal 1995».

Film italiani e film americani

Uno dei numeri più interessanti è quello dei film italiani (di cui fanno parte anche le co-produzioni tra Italia e altri paesi). Nel 2019 i film italiani hanno incassato 134,8 milioni di euro: il 21,2 per cento del totale. Nel 2018 il valore era

Sto arrivando
The New Pope

Vai al prossimo articolo →



Billie Eilish canterà la canzone di apertura di "No Time To Die", il prossimo film di James Bond

arrivato al 23 per cento (ma visto che il 2019 è andato meglio del 2018, i valori assoluti sono stati maggiori). I film statunitensi, invece, hanno portato il 65,1 per cento degli incassi dei cinema italiani nel 2019 (dopo che nel 2018 la percentuale era stata del 55,5 per cento). Dopo i film italiani e quelli statunitensi, i più visti sono stati, nell'ordine, quelli britannici, francesi e giapponesi.

Nel 2019 ci sono stati più film che giorni

Nell'anno da poco finito in Italia sono stati distribuiti 495 film di quella che si definisce "prima programmazione" e 85 cosiddetti "contenuti complementari", che per ANICA sono "eventi, edizioni speciali e riedizioni". Più di un terzo dei film usciti in Italia nel 2019 erano di produzione o coproduzione italiana. I film distribuiti in formato 3D sono stati 27.

I cinema d'estate

«Rispetto all'incasso suddiviso per mesi», ha scritto ANICA, «il 2019 ha vinto il confronto sul 2018 per 9 mesi consecutivi su 12, da aprile sino a dicembre». I mesi che hanno portato i maggiori incassi sono stati dicembre e gennaio, più o meno come succede ogni anno. Ma i dati più interessanti riguardano altri mesi: in Italia, infatti, si discute spesso sulla convenienza o meno di far uscire in estate film che potrebbero avere grandi incassi. Qualcuno dice di no, e porta come prova il fatto che gli incassi passati siano bassi; qualcun altro risponde che gli incassi erano bassi perché appunto non venivano programmati film che avrebbero potuto alzarli. A questo proposito, ANICA ha scritto:

I saldi positivi maggiori sono stati registrati nei mesi estivi di luglio (+108,90%) e agosto (+45,91%) e ad aprile (+41,15%). Il mese di agosto, in particolare, ha registrato il più alto incasso per il periodo dal 1995, anno di inizio delle attività di rilevazione da parte di Cinetel.

Insomma, le persone al cinema d'estate ci vanno e anche volentieri, se ci sono cose interessanti da vedere. L'Italia è stata l'ultimo paese al mondo in cui è uscito *C'era una volta... a Hollywood*, l'ultimo film di Quentin Tarantino, che nel resto del mondo era uscito a luglio del 2019 ma qui è arrivato soltanto a settembre.

Dopo Zalone, aspettando Zalone

Il film che nel 2019 ha incassato di più in Italia è stato *Il Re Leone*, per un totale di 37,5 milioni di euro. «Un incasso superiore a quello del primo film del 2018, *Bohemian Rhapsody* (21,2 milioni di euro), e più in generale del più alto dal mese di gennaio 2016 quando uscì in sala *Quo Vado*», cioè il penultimo film di Checco Zalone e quello dai maggiori incassi di sempre in Italia. Il film più recente di Zalone – *Tolo Tolo*, uscito il primo gennaio – di milioni di euro ne ha già incassati più di 40. Un risultato che, da solo, influirà su molti dei numeri del cinema italiano (e dei cinema italiani) per il 2020. Giusto per farsi un'idea, il miglior film italiano per incassi del 2019 era stato *Il primo Natale*, con poco più di 13 milioni di euro.

I cinema

Secondo i dati raccolti da Cinetel (che non tengono conto di tutte-tutte le sale presenti in Italia, ma comunque della stragrande maggioranza) le sale cinematografiche attive durante il 2019 sono state 3.542, per un totale di 1.218 cinema. In più della metà dei casi sono monosale (che, scrive ANICA, «hanno corrisposto l'8,68 per cento degli incassi del mercato»). I cinema con più di sette sale erano invece 131 e, ognuno con le sue sale, hanno costituito il 38,3 degli schermi totali.

Come stanno gli altri

Non sempre sono dati completi e finali, ma ANICA parla anche di com'è andato il 2019 per alcuni altri paesi europei. Il mercato è cresciuto abbastanza in Francia e Spagna (rispettivamente con più di 200 e 100 milioni di spettatori annui) e molto in Germania (dove gli incassi sono aumentati del 15 per cento rispetto al 2018). Nel caso del mercato che unisce Regno Unito e Irlanda, invece, gli incassi sono scesi del 2 per cento rispetto al 2018.

Il centesimo, per farsi un'idea

Tra i dati ANICA si può anche vedere quanto hanno incassato decine di film diversi. Giusto per curiosità, il centesimo film più visto nel 2019 in Italia è stato l'italiano *Modalità aereo*, con un incasso totale di un milione e 375mila euro.

 **Mi piace** Place a 373.750 persone. Iscriviti per vedere cosa piace ai tuoi amici.

TAG: ANICA, CINEMA, CINEMA 2019, CINEMA ITALIA



PAGINA FACEBOOK

Cinema, positivo il 2019, incassati oltre 635 milioni di euro. Rutelli: "Ancora poche le risorse per promuoverlo"

Redazione 15 Gennaio 2020 Cinema



Cinema, positivo il 2019, incassati oltre 635 milioni di euro. Rutelli: "Ancora poche le risorse per promuoverlo"

di **Giancarlo Salemi**

Il 2019 è stato un anno positivo per il cinema in Italia. Nel 2019 al box office si sono incassati 635,45 milioni di euro con una crescita degli incassi del 14,35% rispetto al 2018 per un numero di presenze in sala pari a 97.586.858 (+13,55% sul 2018).

Sono alcuni dati Cinetel sull'andamento generale dell'anno, illustrati oggi all'Anica. In termini di incasso si tratta del quinto risultato sia dal 2010 (di pochissimo inferiore al 2015; -0,24%) che in assoluto, sempre in termini di incassi,

dal 1995, anno di inizio delle attività di rilevazione da parte di Cinetel. In termini di presenze è invece il quinto dal 2010 e il nono dal 1995. E' cresciuto rispetto allo scorso anno il box office della produzione italiana (incluse le co-produzioni) che nel 2019 ha registrato un incasso di 134,8 milioni (+5,39% dai 127,9 mln nel 2018) per una quota sul totale del 21,22% (nel 2018 era del 23,03%).

Il Profumo Della Dolce Vita
6669 "Mi piace"

Mi piace Scop

Di' che ti piace prima di tutti i tuoi amici

LEGGI ANCHE



"Stati Generali": sesta e ultima puntata giovedì 16 Gennaio su Rai3

Redazione
15 Gennaio 2020



Cinema, positivo il 2019, incassati oltre 635 milioni di euro. Rutelli: "Ancora poche le risorse per promuoverlo"

Redazione
15 Gennaio 2020

Il primo incasso assoluto del 2019 è stato registrato dal film 'Il Re Leone' per un box office di 37,5 milioni di euro mentre il migliore risultato al box office da produzioni e co-produzioni nazionali è stato registrato da 'Il primo Natale' (13,3mln; sesto posto).

Nel 2019 sono stati distribuiti in sala 495 nuovi film di prima programmazione (-34 rispetto al 2018) di cui 193 di produzione o co-produzione italiana (-18 rispetto al 2018). Oltre ai film di nuova uscita, sono stati distribuiti in sala anche 85 nuovi contenuti complementari (eventi, edizioni speciali, riedizioni; +7 rispetto al 2018). Aumenta, grazie al maggior numero di titoli con risultati superiori ai 4 milioni, l'incasso medio dei titoli italiani (611.858 euro, +22,01%).

Tutto bene, quindi? Non esattamente ed è stato il presidente di Anica, Francesco Rutelli, già sindaco di Roma a sottolineare un dato che la dice lunga sulle possibilità di crescita della nostra industria cinematografica. "La legge Franceschini destina al cinema circa 400 milioni di euro l'anno - ha detto ai giornalisti - sono una cifra buona, ma non se paragonata ad altre realtà. Perfino in Alabama e in Georgia gli investimenti sono doppi, oggi dobbiamo considerare la competizione con gli altri paesi e la complessità della filiera".

"Si tratta di una legge innovativa sotto molti punti di vista ma dall'avvio lento, appesantita da decreti, autorizzazione e anche dalla fatica di monitorare ciò che è stato effettivamente speso" ha puntualizzato Rutelli chiarendo che in questi tre anni la filiera del cinema non ha potuto contare sul milione e 200mila euro totale previsto dalla legge, proprio per la farraginosità di molti passaggi: "Ora chiediamo una condizione ordinaria e ordinaria, speriamo che il 2020 sia l'anno in cui la normativa funzioni, altrimenti le imprese non investono".

Commenti

0 commenti

Commenti: 0

Ordina per **Meno recenti** ↕



 Plug-in Commenti di Facebook

- anica
- Cinema
- cinema in ripresa nel 2019
- dati Cinetel
- Rutelli

CONDIVIDI:

1

 **Mi piace**

 **Salva**

 **Tweet**



Striscia: Valeria Geraci debutta come Rita Pavone



"Stati Generali": sesta e ultima puntata giovedì 16 Gennaio su Rai3

POST CORRELATI



Striscia: Valeria Geraci debutta come Rita Pavone

Redazione
15 Gennaio 2020



Domenica Regazzoni-Lucio Dalla a 4 mani: mostra a Palazzo d'Accursio di Bologna

Andrea Gentili
15 Gennaio 2020



25 febbraio: in diretta dalla Royal Opera House "The Cellist"

Andrea Gentili
15 Gennaio 2020



MONDO Scatta operazione Soleimani martire, Iran si vendica su basi Usa



MONDO L'abbattimento del Boeing 737-800 nei cieli di Teheran



ITALIA Chi è Walter Villadei, il cosmonauta causa (forse) dell'addio della Cristoforetti

15 gennaio 2020

- Leone
- Anica
- Tolo Tolo
- Checco Zalone
- Luigi Lonigro

- 🔖 Salva
- 💬 Commenta



PRESENTATI I DATI CINETEL

Il cinema è tornato di moda: nel 2019 crescono incassi e spettatori

Hanno trionfato le produzioni Walt Disney, con in testa Re Leone. Il film italiano che ha incassato di più è stato Il primo Natale di Ficarra e Picone

di Nicoletta Cottone



🕒 3' di lettura

In Italia il cinema è tornato di moda. Dopo tre anni di crisi, il cinema in Italia ha registrato ottimi dati al box office nel 2019: sono stati incassati 635.449.774 euro (+ 14,35%) per un numero di presenze in sala pari a 97.586.858 (+13,55 per cento). I dati Cinetel sull'andamento generale

dell'anno, illustrati a Roma all'Anica, segnalano un ritrovato feeling degli spettatori con il cinema. Un successo decretato soprattutto, dopo una partenza fiacca nei primi tre mesi del 2019, dai numeri registrati a dicembre, in assenza dei consueti cinepanettoni.

Re Leone il film ai vertici

Nel 2019 in Italia hanno trionfato le produzioni Walt Disney, con in testa *Re Leone*, che al botteghino ha incassato 37,5 milioni, seguito da *Avengers - Endgame* con 30,2 milioni e da *Joker* con 29,3 milioni. Il film italiano che ha incassato di più nel 2019 è *Il primo Natale* di Ficarra e Picone (sesto posto generale, unico italiano nella top ten) con il 13,3 milioni.

Produzione italiana in crescita, ma dominano i film Usa

È aumentato il box office della produzione italiana che nel 2019 ha segnato un incasso di 134,8 milioni, in crescita del 5,39% rispetto al 2018, quando aveva incassato 127,9 milioni. È notevolmente aumentata la quota di cinema statunitense consumata nel Paese, che rappresenta il 65,16% del totale, con un incasso di 414 milioni



L'USANZA SI È DIFFUSA IN TUTTI I CONTINENTI
Dal caffè ai biglietti del cinema, l'economia sospesa tra marketing e solidarietà

di Donata Marrazzo



CINEMA
«Il Re Leone» torna a ruggire nel remake del classico Disney

di Andrea Chimento

(+ 34,08% rispetto al 2018, quando era a quota 308,8 milioni).

Meno film, di maggiore qualità

Diminuisce il numero dei film distribuiti, ma aumentano gli incassi medi. Nel 2019 sono stati distribuiti in sala 495 nuovi film (-34% rispetto al 2018), di cui 193 di produzione o coproduzione italiana (-18% rispetto al 2018).

Rutelli: «Un ritrovato feeling col pubblico, ma serve piena attuazione della legge»

«C'è un pieno ritrovato feeling con un grande pubblico nelle sale cinematografiche», ha sottolineato il presidente Anica Francesco Rutelli. Dati, ha detto, da leggere con due chiavi. «Una - ha spiegato - è la qualità del prodotto: il pubblico italiano cerca buoni film, italiani e non. Il secondo aspetto riguarda la filiera che l'Anica intende rappresentare interamente, dallo sviluppo creativo allo sfruttamento economico del film, passando dal rapporto con il pubblico, che non abbiamo mai considerato conflittuale. La filiera vive e cresce se vive il cinema in sala che è il capofila creativo e produttivo». E ha ricordato che il cinema, con i suoi 100 milioni di biglietti staccati in un anno, «non ha nessun raffronto con altre forme di entertainment». Rutelli ha chiesto la piena attuazione della legge

Franceschini «in tutta la sua articolazione, con i suoi strumenti per la produzione, la distribuzione, l'esercizio, le regole per le piattaforme, gli investimenti e le programmazioni nelle televisioni». Davide Novelli, presidente di Cinetel, ha sottolineato come il ritorno sulla soglia dei 100 milioni di biglietti sia legato anche alle forti trasformazioni che hanno caratterizzato l'ultimo triennio.

Lonigro: superata la Spagna, con Zalone inizio boom del 2020

«I numeri positivi del 2019 - ha detto Luigi Lonigro, presidente della sezione distributori dell'Anica - ci fanno uscire da un triennio orribile. Nel 2019 siamo riusciti anche a superare i dati al botteghino della Spagna, un risultato che sembrava impossibile, ottenuto grazie a un'estate straordinaria che ci ha rimesso in linea con gli altri Paesi europei». E inizio boom del 2020 grazie a *Tolo Tolo* di Checco Zalone. «In questi primi giorni del 2020 c'è già una crescita di 24 milioni di incassi rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, ma non va dato per scontato che in totale nel 2020 si supereranno i dati del 2019, ci sono ancora varie incognite», ha frenato Luigi Lonigro.

Riproduzione riservata ©

Leone Anica Tolo Tolo Checco Zalone Luigi Lonigro

 PER SAPERNE DI PIÙ

loading...



BILANCIO

Cinema, incassi in lieve crescita ma i film italiani perdono ancora quota

di **Angelo Zaccone Teodosi** | 15 Gennaio 2020, ore 17:10

ILPRINCIPENUDO

L'industria del cinema presenta un preconsuntivo dell'anno 2019: incassi e spettatori in lieve crescita, ma il cinema italiano perde ancora quota. Soltanto 2 spettatori su 10 vanno a vedere film italiani. L'effetto Zalone non basta.

Mentre la Rai si agita e contorce nelle proprie contraddizioni interne (il consiglio di amministrazione di ieri ha sbloccato un "pacchetto" di nomine, ma la situazione appare assai confusa e conferma le incertezze del "timoniere", l'Ad **Fabrizio Salini**), l'industria cinematografica nazionale sembra soddisfatta dei *primi consuntivi dell'anno 2019*.

Il cinema in Italia sta finalmente *meglio*, almeno dal punto di vista quantitativo?!

Secondo i dati presentati questa mattina dall'**Anica** (l'associazione dei produttori e dei distributori) e dall'**Anec** (l'associazione degli esercenti), l'anno 2019 si chiude positivamente e le prospettive per il 2020 sarebbero incoraggianti.

L'autore

Angelo Zaccone Teodosi



Alcuni dati sono oggettivi ed incontestabili: dopo il declino degli ultimi anni, secondo le stime **Cinetel** (che si riferiscono ad un 95 % circa del mercato totale: 1.218 cinema e 3.542 sale) l'anno scorso ha segnato una apprezzabile **inversione di tendenza**, se è vero che gli spettatori sono cresciuti di poco meno del 6 %, e gli incassi sono aumentati di poco meno del 9 %.

La soglia simbolica dei "100 milioni" di spettatori l'anno (ovvero, più esattamente, di "biglietti venduti" nell'anno) verrà quindi verosimilmente raggiunta, allorquando la **Società Italiana Autori Editori** (Siae) andrà a certificare – tra qualche settimana – la rilevazione fiscale del 100 per cento dei dati sull'intero territorio nazionale, se è vero che gli spettatori censiti da Cinetel sono stati, da gennaio a dicembre 2019, nell'ordine di **97,5 milioni**, per un "box office" corrispondente a poco meno di **636 milioni di euro**. In **Francia**, il 2019 ha registrato 213 milioni di biglietti venduti, la **Germania** è a quota 111 milioni, la **Spagna** a quota 106 milioni. L'Italia ancora arranca.

Questa mattina, nella tradizionale conferenza di inizio anno, i dati del pre-consuntivo **Cinetel** sono stati presentati nella sede Anica, alla presenza del Direttore Generale della Dg Cinema e Audiovisivo del Ministero per i Beni e le Attività Culturali e del Turismo **Mario Turetta**, che ha confermato l'impressione di un "sistema cinema" (se tale lo si può considerare, nei suoi processi policentrici non granché coordinati da una regia centrale) complessivamente soddisfatto.

Atmosfera rilassata, toni pacati, assenza di allarmi di sorta.

L'apparenza inganna?!

Avremo occasione di analizzare questi dati con cura e con attenzione, ma qui ed ora ci permettiamo di osservare che il mercato del cinema italiano si caratterizza ancora per un **deficit strutturale di solidità industriale**, e che questi risultati positivi possono rappresentare quella classica *rondine* ingannevole che non sta a significare una novella gran bella *primavera*.

Va infatti osservato anzitutto un dato deprimente, triste, inquietante: cresce anche un po' la *quota di mercato della produzione "made in Italy"*, con un + 5,6 % di biglietti nel 2019 rispetto al 2018, ma il dato complessivo sugli spettatori totale è impressionante (in negativo): su un totale di poco meno di 98 milioni di biglietti venduti, *il cinema italiano ha conquistato soltanto 21 milioni, ovvero un 22 % degli spettatori*.

22 per cento: una "quota di mercato" *bassa, molto bassa, troppo bassa*.

Di fatto, su 10 spettatori che vanno al cinema in Italia, soltanto 2 (due!) vanno a vedere film italiani.

Ciò a fronte di **sovvenzioni dello Stato nell'ordine di 400 milioni di euro l'anno**, grazie alla cosiddetta "*legge Franceschini*", approvata a fine 2016, e che in parte ancora arranca nell'andare a regime nel suo complicato meccanismo di sostegni (che hanno richiesto circa 20 "decreti attuativi" ed ancora ne mancano).

Presidente Istituto italiano
per l'Industria Culturale –
IsiCult

Il totale degli incassi del cinema italiano è stato di soltanto 135 milioni di euro, corrispondenti al 22 per cento dell'incasso totale di 636 milioni di euro.

Questo dato – che è, per alcuni aspetti, quello centrale, essenziale, fondamentale, nell'analisi di un “*policy making*” – è più basso, anche se di poco, rispetto a quello del 2018: 21,56 per cento nel 2019 a fronte del 23,20 del 2018, anche se migliore rispetto al terribile 18,31 per cento dell’*“annus horribilis”* 2017... Ma – si noti bene – nel 2016, la quota degli spettatori italiani era del 28,74 per cento, e 3 anni dopo la perdita è di ben 7 punti percentuali.

Fatto 100 il totale dei cinespettatori di film italiani nel 2016, si osserva che il calo della quota di mercato è di ben il 25 %, passando da 28,74 a 21,56 (il calo è stato infatti di ben 7,18 punti percentuali, che si traduce in una diminuzione percentuale del 24 %).

In altri termini (e senza entrare nel gergo specialistico o statistico), nell'arco di 3 anni sono stati persi 24 dei 100 spettatori di film italiani del 2016.

Ribadiamo: **nel 2016**, 29 biglietti su 100 venduti erano per film italiani; **nel 2019**, sono stati 22 soltanto.

In Francia, nel 2019, i film francesi hanno registrato una quota di mercato (biglietti venduti) del 35 %, a fronte del 22 % dell'Italia. Nel 2018, la quota è stata del 39 %, quasi il doppio rispetto all'Italia. Qualcosa non va, in Italia...

Un altro dato interessante emerge, da una prima pur superficiale osservazione del dataset proposto da Cinetel: nel 2019, sono stati immessi nel circuito delle sale cinematografiche italiane **495 film di prima programmazione** (cioè, traducendo in italiano volgare, “nuovi”), di cui quelli italiani o comunque di co-produzione italiana sono stati **ben 193**, ovvero un 39 % del totale offerto (nel 2018, erano stati il 40 %): è evidente che *qualcosa non funziona*, nel rapporto tra “*offerta*” e “*consumo*”, se un 40 % dei nuovi titoli riescono a conquistare soltanto il 22 % degli spettatori che pagano il biglietto in sala...

C'è forse *sovra-offerta*, con *effetti inflattivi*, o più semplicemente esiste un qualche “*collo di bottiglia*” nel sistema distributivo e qualche *errorino nelle strategie promozionali* (incluso il controverso progetto speciale “*Movement*”)?!

Una domanda *eccentrica*: quanti titoli italiani vengono offerti, settimana dopo settimana, nei *multiplex*, e quanti nelle *mono-sale* che ancora (eroicamente) resistono di fronte ad uno sconcertante continuo processo di desertificazione del territorio cinematografico nazionale (in Italia, sono ancora ben 669 le monosale, su un totale di 1.218 cinematografi, ben il 55 % del totale, ma conquistano soltanto un 10 % del totale degli spettatori)?!

La desertificazione del territorio culturale nazionale

L'analisi della progressiva drammatica **desertificazione del “tessuto**

culturale” del nostro Paese non è mai stata oggetto di studi e ricerche: sarebbe interessante comprendere quante *sale cinematografiche* sono state chiuse nell’ultimo decennio, a fronte di quanti *teatri*, di quante *librerie*, di quante *edicole*... Il fenomeno è molto più profondo di quanto non si pensi, e sintomatico di un *impoverimento ed imbarbarimento* socio-culturale diffuso.

In Italia, aumenta continuamente la quantità di “cellulari” e “smartphone” e “smart tv”, ma i presidi storici della cultura chiudono i battenti. Nella prevalente indifferenza dello Stato (anche a livello di Regioni e di Comuni).

Una analisi interessante – tutta da sviluppare (a quanto ci è dato sapere) – sarebbe l’osservazione di quanti titoli italiani sono offerti “nel giorno medio” sul totale dei cinema italiani (multiplex e non), su base settimanale e mensile, studiando l’andamento delle uscite e delle teniture, a partire dalle “copie” distribuite di ogni titolo... Abbiamo ragione di credere che emergerebbero dati molto preoccupanti, che interrogherebbero nel profondo sia il Ministro **Dario Franceschini** sia il Direttore Generale **Mario Turetta**.

Va precisato che esiste una caratteristica tipica del sistema cinematografico: il dato complessivo su base annua è influenzato da una *pluralità di fattori*, e basta 1 film uno soltanto a scompaginare pagine e pagine di possibili analisi, senza dimenticare *effetti di stagionalità* e *variabili più o meno impazzite* (il famoso “effetto **Checco Zalone**”, che quest’anno si sta dimostrando meno forte del passato).

Comunque, quel che qui vogliamo segnalare è che *lo “stato di salute” di un sistema cinematografico ed audiovisivo deve essere valutato attraverso un insieme di fattori multidimensionali*, a partire dalla osservazione di alcune dinamiche: non soltanto la quota di mercato di una cinematografia nazionale ed il numero dei film offerti, ma anche – esemplificativamente – le chance che ogni nuovo titolo ha di affermarsi sul mercato, essendo ben diverse le potenzialità uscendo in 50 copie piuttosto che in 500 copie...

L’economia del cinema è anche “politica del cinema”, ovvero processi decisionali nei quali la mano pubblica non può intervenire su un versante soltanto: per capirci, non ha gran senso stimolare la produzione di “tanti” film (in Italia siamo ormai a quota 200 nuovi lungometraggi ogni anno!), se la gran parte di essi finisce per... scomparire dalle sale dopo fugaci apparizioni.

La dinamica dei film italiani “*invisibili*” (secondo i detrattori dell’intervento pubblico spesso perché... “*invendibili*”) è un problema storico del sistema assistenziale italiano.

E ha forse senso ri-ragionare su un *circuito nazionale di sale cinematografiche a proprietà pubblica*, finalizzato alla circuitazione e alla promozione dei film italiani?! A qualcuno la domanda apparirà impertinente e passatista, mentre crediamo che essa abbia assolutamente senso.

Chi cura queste noterelle è convinto (all’opposto dei liberisti estremisti del “think tank” **Istituto Bruno Leoni** – Ibl) che la “mano pubblica” debba assolutamente intervenire nel sistema culturale e specificamente nel settore cinematografico, non soltanto per superare i “deficit” strutturali del mercato

stesso, ma per stimolare pluralismo espressivo, diversità di offerta e pluralità di impresa.

Si ha però ragione di ritenere che meccanismi come il decantato “*tax credit*” (tanto in voga da un decennio) finiscano per assecondare anzi per *ri-produrre* un sistema di mercato che si caratterizza per storture varie nelle differenti fasi della “filiera”.

Basti pensare a quanti pochi film italiani vengano ancora proposti in fascia pregiata di palinsesto dalla stessa *Rai*..

Non staremo a ripetere ancora una volta – anche se la tentazione è forte – che il mantra di un “*tutto va bene, madama la marchesa*” è molto pericoloso: come dire?! la casa non sta certamente andando a fuoco, ma ci sono molte zone pericolanti.

Senza dubbio, è cosa buona e giusta *non* lasciarsi andare a cupo catastrofismo, ma forse *non* è con iniezioni di letture positive dei dati, con un eccessivo ottimismo buonista che si affronta la *perdurante* “*crisi strutturale*” del sistema cinematografico (e audiovisivo) italiano.

E nemmeno bastano – a questo punto lo si può dichiarare – iniezioni corpose di sovvenzioni pubbliche.

Il problema è infatti non soltanto il “quanto”, bensì anche il “come”.

È vero, la nuova legge cinema voluta dal Ministro Franceschini è stata approvata soltanto a fine 2016, e, dopo tre anni, non è ancora perfettamente a regime (ci si domandi però anche... “perché?”), ma i segnali di rigenerazione del sistema tardano.

Non è ancora possibile comprendere se la “legge Franceschini” stia producendo effetti *realmente benefici* nel sistema cinematografico nazionale, o se stia assumendo una funzione *squisitamente palliativa*, non andando a modificare un assetto che si conferma strutturalmente patologico.

E perché in queste presentazioni “dell’industria” sempre un po’ rituali, non vengono mai coinvolte dall’Anica e dall’Anec “categorie” altre, dalle associazioni degli autori a qualche piccolo produttore e distributore indipendente e finanche eroico proprietario di monosale?

Un dibattito pubblico con interlocutori “differenziati” – lungo tutta la “filiera” – provocherebbe un prezioso valore aggiunto di interpretazione dialettica: utile anzitutto al “*decision maker*” ministeriale.

[Clicca qui](#), per leggere il documento Cinetel “Il cinema in sala nel 2019: i dati del box office”, presentato a Roma, presso la sede Anica, il 15 gennaio 2020.

Per saperne di più: **CINEMA** **RAI**

Leggi anche



IL MANAGER

Lorenzo Barbantini Scanni

WHO IS WHO | 7 Gen 2020



IL BANDO

Lazio Cine-International, la Regione Lazio punta al Cinema internazionale

INTERNET, FINANZA AGEVOLATA | 6 Gen 2020



CINEMA

Sky Cinema, a Natale arrivano le prime visioni

MAPPAMONDO | 20 Dic 2019



EMILIA ROMAGNA FILM COMMISSION

Cinema, nuovo bando per il sostegno alla produzione di opere audiovisive

INTERNET, FINANZA AGEVOLATA | 11 Dic 2019



FORMAT

Straordinaria efficacia della Fiction RAI su Nilde Jotti

BREAKINGDIGITAL, MEDIA | 6 Dic 2019



ANALISI

Rai impantanata, tra nomine bloccate e rischio riduzione canone

MEDIA, ILPRINCIPENUDO | 29 Nov 2019



DOSSIER RAI

Le "sliding doors" della Rai: alcune riflessioni su incompatibilità e conflitti di interessi di Viale Mazzini

MEDIA | 25 Nov 2019



RIFORMA RAI

Abolizione canone Rai: pubblicata la proposta di legge di Maria Laura Paxia (M5S)

MEDIA, ILPRINCIPENUDO | 15 Nov 2019



Il cinema italiano ha registrato un 2019 in crescita

Incrementi di incassi e pubblico presenti in sala. Il più remunerativo è stato *Il re leone* mentre *Il primo Natale* entra nella top ten con 13,3 milioni di ricavi.

Redazione

15 Gennaio 2020

Ultimo aggiornamento: 15 Gennaio 2020 alle 14.45

Like | 1 cent

È stato un 2019 positivo quello vissuto dal cinema italiano. A dirlo sono i dati **Cinetel**, illustrati da **Anica**, che registrano al box office incassi pari a 635.449.774 euro per un numero di presenze in sala pari a 97.586.858. Un incremento dei guadagni pari al 14,35% rispetto al 2018 e del 13,55% relativo all'affluenza nei **cinema**.

I DATI DELLA CRESCITA DEL CINEMA ITALIANO

Rispetto al 2019 il box office della produzione italiana, incluse le coproduzioni, ha registrato un incasso di 134,8 milioni di euro (+5,39% rispetto al 2018) per una quota totale del 21,22% (nel 2018 era del 23,03%). In termini generali il primo incasso assoluto del 2019 è stato quello de *Il re leone* con oltre 37,5 milioni di euro. Sul podio seguono al secondo posto *Avengers: Endgame* e *Joker*. Il film italiano che ha incassato di più nel 2019 è stato invece *Il primo Natale* di Ficarra e Picone con il 13,3 milioni oltre a un sesto posto generale nella classifica che lo vede come unica pellicola nostrana nella top ten.

PER RUTELLI ANNO POSITIVO

«Il 2019 è un anno decisamente positivo e vorrei si guardasse a questi

numeri non solo per una valutazione anno per anno, occasionale. C'è un pieno ritrovato feeling con un grande pubblico nelle sale cinematografiche». A dirlo è stato **Francesco Rutelli** commentando i dati Cinetel del 2019. Per il presidente di Anica di tratta di dati da leggere in duplice modo: «Una è la qualità del prodotto: il pubblico italiano cerca buoni film, italiani e non. Il secondo aspetto riguarda la filiera che l'Anica intende rappresentare interamente, dallo sviluppo creativo allo sfruttamento economico del film, passando dal rapporto con il pubblico, che non abbiamo mai considerato conflittuale. La filiera vive e cresce se vive il cinema in sala che è il capofila creativo e produttivo», ha spiegato. Per **Rutelli** la crescita registrata dal **cinema** italiano tuttavia «non può essere legata a pochi mesi all'anno e deve esserci una piena attuazione della **legge Franceschini** in tutta la sua articolazione, con i suoi strumenti per la produzione, la distribuzione, l'esercizio, le regole per le piattaforme, gli investimenti e le programmazioni nelle televisioni».

cinema

Film

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ARTICOLI CORRELATI



La lite tra Gabriele e Silvio Muccino è finita



Hammamet, se l'uomo Bettino oscura il politico Craxi



Film e serie tv premiati ai Golden Globe 2020



Jumanji: The Next Level è il classico film di Natale senza pretese

Commenti: 0

Lascia un commento

Il tuo indirizzo email non sarà pubblicato. I campi obbligatori sono contrassegnati *

Nome*

Email*



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Navigando all'interno del sito NewsstandHub accetti la privacy policy, termini di utilizzo e l'uso dei cookie. NewsstandHub utilizza cookie propri e di terze parti.
[Chiudi ed accetta](#)

Come sta il cinema in Italia

Pubblicato mercoledì, 15 gennaio 2020 - [Il Post](#)

L'ANICA – Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive Multimediali – ha presentato oggi il suo rapporto su com'è andato il cinema in Italia nel 2019. Nell'anno appena terminato i cinema italiani hanno avuto un incasso complessivo di oltre 635 milioni di euro e un po' più di 97 milioni di spettatori totali.

Bene ma non benissimo

Sono risultati buoni – rispetto al 2018 gli incassi sono aumentati del 14,3 per cento e le presenze del 13,5 per cento – ma non ottimi: come ha spiegato ANICA, che raccoglie questo tipo di dati dal 1995, «in termini di incasso si tratta del quinto risultato sia dal 2010 (di pochissimo inferiore al 2015; -0,24%) che in assoluto» e «in termini di presenze è invece il quinto dal 2010 e il nono dal 1995».

Film italiani e film americani

Uno dei numeri più interessanti è quello dei film italiani (di cui fanno parte anche le co-produzioni tra Italia e altri paesi). Nel 2019 i film italiani hanno incassato 134,8 milioni di euro: il 21,2 per cento del totale. Nel 2018 il valore era arrivato al 23 per cento (ma visto che il 2019 è andato meglio del 2018, i valori assoluti sono stati maggiori). I film statunitensi, invece, hanno portato il 65,1 per cento degli incassi dei cinema italiani nel 2019 (dopo che nel 2018 la percentuale era stata del 55,5 per cento). Dopo i film italiani e quelli statunitensi, i più visti sono stati, nell'ordine, quelli britannici, francesi e giapponesi.

Nel 2019 ci sono stati più film che giorni

Nell'anno da poco finito in Italia sono stati distribuiti 495 film di quella che si definisce "prima programmazione" e 85 cosiddetti "contenuti complementari", che per ANICA sono "eventi, edizioni speciali e riedizioni". Più di un terzo dei film usciti in Italia nel 2019 erano di produzione o coproduzione italiana. I film distribuiti in formato 3D sono stati 27.

I cinema d'estate

«Rispetto all'incasso suddiviso per mesi», ha scritto ANICA, «il 2019 ha vinto il confronto sul 2018 per 9 mesi consecutivi su 12, da aprile sino a dicembre». I mesi che hanno portato i maggiori incassi sono stati dicembre e gennaio, più o meno come succede ogni anno. Ma i dati più interessanti riguardano altri mesi: in Italia, infatti, si discute spesso sulla convenienza o meno di far uscire in estate

film che potrebbero avere grandi incassi. Qualcuno dice di no, e porta come prova il fatto che gli incassi passati siano bassi; qualcun altro risponde che gli incassi erano bassi perché appunto non venivano programmati film che avrebbero potuto alzarli. A questo proposito, ANICA ha scritto:

I saldi positivi maggiori sono stati registrati nei mesi estivi di luglio (+108,90%) e agosto (+45,91%) e ad aprile (+41,15%). Il mese di agosto, in particolare, ha registrato il più alto incasso per il periodo dal 1995, anno di inizio delle attività di rilevazione da parte di Cinetel.

Insomma, le persone al cinema d'estate ci vanno e anche volentieri, se ci sono cose interessanti da vedere. L'Italia è stata l'ultimo paese al mondo in cui è uscito *C'era una volta... a Hollywood*, l'ultimo film di Quentin Tarantino, che nel resto del mondo era uscito a luglio del 2019 ma qui è arrivato soltanto a settembre.

Dopo Zalone, aspettando Zalone

Il film che nel 2019 ha incassato di più in Italia è stato *Il Re Leone*, per un totale di 37,5 milioni di euro. «Un incasso superiore a quello del primo film del 2018, *Bohemian Rhapsody* (21,2 milioni di euro), e più in generale del più alto dal mese di gennaio 2016 quando uscì in sala *Quo Vado*», cioè il penultimo film di Checco Zalone e quello dai maggiori incassi di sempre in Italia. Il film più recente di Zalone – *Tolo Tolo*, uscito il primo gennaio – di milioni di euro ne ha già incassati più di 40. Un risultato che, da solo, influirà su molti dei numeri del cinema italiano (e dei cinema italiani) per il 2020. Giusto per farsi un'idea, il miglior film italiano per incassi del 2019 era stato *Il primo Natale*, con poco più di 13 milioni di euro.

I cinema

Secondo i dati raccolti da Cinetel (che non tengono conto di tutte-tutte le sale presenti in Italia, ma comunque della stragrande maggioranza) le sale cinematografiche attive durante il 2019 sono state 3.542, per un totale di 1.218 cinema. In più della metà dei casi sono monosale (che, scrive ANICA, «hanno corrisposto l'8,68 per cento degli incassi del mercato»). I cinema con più di sette sale erano invece 131 e, ognuno con le sue sale, hanno costituito il 38,3 degli schermi totali.

Come stanno gli altri

Non sempre sono dati completi e finali, ma ANICA parla anche di com'è andato il 2019 per alcuni altri paesi europei. Il mercato è cresciuto abbastanza in Francia e Spagna (rispettivamente con più di 200 e 100 milioni di spettatori annui) e molto in Germania (dove gli incassi sono aumentati del 15 per cento rispetto al 2018). Nel caso del mercato che unisce Regno Unito e Irlanda, invece, gli incassi sono scesi del 2 per cento rispetto al 2018.

Il centesimo, per farsi un'idea

Tra i dati ANICA si può anche vedere quanto hanno incassato decine di film diversi. Giusto per curiosità, il centesimo film più visto nel 2019 in Italia è stato l'italiano *Modalità aereo*, con un incasso totale di un milione e 375mila euro.

Tag: [#Cultura](#) [#Anica](#) [#Cinema](#) [#Cinema2019](#) [#Cinemaitalia](#)



CONDIVIDI



Altri articoli pubblicati da Il Post

Ann.

Parla quasi ogni lingua

Ingegnosa invenzione giapponese che ti consente di comunicare in qualsiasi lingua

 Muama Enence

[Apri](#)

Home > Prima pagina >

Cinema: crescono presenze e incassi. Dati Cinetel: aumentano le quote delle produzioni italiane

15/01/2020 | 12:42

Nel 2019 al box office italiano si sono incassati 635.449.774 euro per un numero di presenze in sala pari a 97.586.858. Rispetto al 2018 si è registrata una crescita degli incassi del 14,35% e un aumento delle presenze del 13,55%. Sono fra i dati Cinete sull'andamento generale dell'anno, illustrati oggi in una conferenza con Anica e Anec.

Stando alle cifre, nel 2019 è cresciuto il box office della produzione italiana (incluse le coproduzioni): ha registrato un incasso di 134,8 milioni di euro (+5,39% rispetto al 2018) per una quota totale del 21,22% (nel 2018 era del 23,03%). Il numero di presenze della produzione italiana (incluse le coproduzioni) nel 2019 è di 21 milioni nel 2019 (+5,56%) per una quota totale del 21,56%.



Nella foto, da sinistra Luigi Lonigro, presidente Sezione Distributori Anica, Davide Novelli, presidente Cinetel, Francesco Rutelli, presidente Anica, Mario Lorini, presidente Anec, e Francesca Cima, presidente Sezione Produttori Anica

In termini generali il primo incasso assoluto del 2019 è Il re leone con oltre 37,5

Ann.

Misura il tuo Q.I

 Qi Test Ufficiale

[APRI](#)

NEWSLETTER

Primaonline ha due servizi di newsletter:
- **Prima Report**: quotidiana - lunedì-Venerdì alle ore 19 - con le notizie importanti della giornata;
- **Primaonline**: multisettimanale con gli esclusivi Muy Confidential, i dati e i documenti più importanti.

Iscriviti subito!

[ISCRIVITI](#)

ANALISI ASCOLTI TV



14 gennaio Vince l'Inter, cala La pupa ed il secchione. Floris batte Giordano e Berlinguer

[VEDI TUTTI](#)

milioni di euro, seguito da Avengers: Endgame e Joker. Il film italiano che ha incassato di più nel 2019 è Il primo Natale di Ficarra e Picone (sesto posto generale, unico italiano nella top ten) con il 13,3 milioni.

“Il 2019 è un anno decisamente positivo e vorrei si guardasse a questi numeri non solo per una valutazione anno per anno, occasionale. C'è un pieno ritrovato feeling con un grande pubblico nelle sale cinematografiche”, ha detto commentando i dati il presidente Anica Francesco Rutelli.

Sono dati da leggere “con due chiavi, ha spiegato Una è la qualità del prodotto: il pubblico italiano cerca buoni film, italiani e non. Il secondo aspetto riguarda la filiera che l'Anica intende rappresentare interamente, dallo sviluppo creativo allo sfruttamento economico del film , passando dal rapporto con il pubblico, che non abbiamo mai considerato conflittuale. La filiera vive e cresce se vive il cinema in sala che è il capofila creativo e produttivo”.

Parlando “di 100 milioni di biglietti staccati in un anno, parliamo di qualcosa che non ha nessun raffronto con altre forme di entertainment. E' un fenomeno enorme ma comunque connesso ad altre forme di fruizione”. Questa crescita, ha precisato Rutelli, “non può essere legata a pochi mesi all'anno e deve esserci una piena attuazione della legge Franceschini in tutta la sua articolazione, con i suoi strumenti per la produzione, la distribuzione, l'esercizio, le regole per le piattaforme, gli investimenti e le programmazioni nelle televisioni”.

IN EDICOLA



Il nuovo numero di 'Prima' è in edicola con il 'Grande Libro dello Sport e comunicazione'. Disponibili anche in digitale

Abbonati

Ann.





VERY NORMAL PEOPLE



HOME

RADIO

NEWS

MUSICA

ON DEMAND

EXTRA



NEWS ▸

HOME

POLITICA

CRONACA

ESTERI

SPETTACOLI

SPORT

SOCIETÀ

CINEMA, NEL 2019 IN CRESCITA INCASSI E PRESENZE IN SALA

15 gennaio 2020, ore 16:00



Dati Cinetel, il film più visto in assoluto Il re leone, in vetta tra gli italiani Il primo Natale di Ficarra e Picone

Nel 2019 al box office italiano si sono incassati 635.449.774 euro per un numero di presenze in sala pari a 97.586.858. Rispetto al 2018 si è registrata una crescita degli incassi del 14,35% e un aumento delle presenze del 13,55%. Sono fra i dati Cinetel sull'andamento generale dell'anno, illustrati oggi all'Anica. È cresciuto rispetto al 2019 il box office della produzione italiana (incluse le coproduzioni), con un incasso di 134.8 milioni di euro (+5.39% rispetto al 2018) per una quota totale del 21.22% (nel 2018 era del 23,03%). In termini generali, il primo incasso assoluto del 2019 è Il re leone con oltre 37,5 milioni di euro, seguito da Avengers: Endgame e Joker. Il film italiano che ha incassato di più nel 2019 è Il primo Natale di Ficarra e Picone (sesto posto generale, unico italiano nella top ten) con il 13,3 milioni. Tolo Tolo di Checco Zalone non è conteggiato in quanto arrivato nelle sale il 1 gennaio 2020.



TAGS: box office, cinema, film

SHARE THIS STORY:

LE ALTRE NOTIZIE DI CINEMA



Cina, "La vita è bella" per la prima volta nei cinema



Timothee Chalamet sarà Bob Dylan in un nuovo bio-film



Nuovo record di Checco Zalone, Tolo Tolo supera Il Re Leone negli incassi



La Ford Mustang GT di Steve McQueen venduta all'asta per 3,7 milioni



Zalone da record, Tolo Tolo incassa quasi 14 milioni in due giorni

PAOLA CORTELLESI VALERIO MASTANDREA

FIGLI

DAL 23 GENNAIO AL CINEMA

E-DUESSE.IT

CINEMA

MERCOLEDÌ 15 GENNAIO 2020 - AGGIORNATO ALLE ORE 19:12



15 GENNAIO 2020 18:08

CINEMA 2019, IN CRESCITA INCASSI E PRESENZE

share f t in

Ilaria Ravarino



Il re leone (Disney) è stato il maggior incasso del 2019

Presentati a Roma nella sede Anica i dati sul box office dell'anno passato

I ncassi in crescita del 14,35% (totale: 635.449.774 euro) e presenze in sala aumentate del 13,55% (totale: 97.586.858 spettatori). Presentati oggi a Roma nella sede dell'Anica, i dati del box office 2019 parlano di un sistema in netta ripresa rispetto all' "anno orribile" 2018, capace di segnare il quinto risultato migliore in termini di incasso dal 1995 a oggi. «Cento milioni di biglietti staccati all'anno è un dato che non ha raffronti con nessun'altra forma di entertainment», ha dichiarato **Francesco Rutelli**, presidente Anica, aprendo l'incontro. «Indica che il sistema cinema oggi è pronto a rispondere a una grande aspettativa del pubblico sul prodotto». Cresce, evidentemente,



EDITORIALISTI

02 Gennaio 2020

Urge un nuovo star system

Era l'inizio del nuovo millennio e una ventata di novità caratterizzava il cinema italiano. In quegli anni, e in quelli...

Stefano Radice



Di' che ti piace prima di tutti i tuoi amici

l'interesse degli italiani per il cinema nazionale: se pure è incrementata la quota del cinema statunitense (65,16% del totale, con *Il re leone* primo incasso in assoluto dell'anno), aumenta la riuscita dei titoli italiani, sempre più capaci di raggiungere la cosiddetta "fascia media" – ovvero la soglia dei 4 milioni di euro – «anche grazie a una maggiore selezione che ha permesso di ridurre il numero dei film distribuito in sala», ha spiegato il presidente Cinetel **Daide Novelli** (nel 2019 sono stati distribuiti in sala 495 film di prima programmazione, 35 in meno del 2018).

Soddisfazione anche per gli esercenti, che salutano la "compattezza della filiera" e la crescita delle sale di città e delle strutture con unico schermo, come sottolineato al convegno romano dal presidente Anec **Mario Lorini**. Dati incoraggianti che, per la presidente della sezione produttori Anica **Francesca Cima**, «indicano con forza la via della differenziazione dell'offerta, anche a Natale, e quella del rafforzamento di progetti integrati portati avanti insieme da tutta filiera, come Moviement o il grande progetto di integrazione della legge cinema». In quest'ottica appare ottimo il risultato riscosso al box office nel mese di agosto – il più alto incasso dal 1995 – oltre a quello di luglio (+108,90%). Particolarmente brillante la performance di dicembre, +13,76% rispetto al 2018, capace di risollevarne le sorti di un'annata cominciata in negativo e di rilanciare il 2020 con gli strascichi di un gennaio ancora fortissimo. «Abbiamo superato il box office spagnolo, rappresentiamo con la Germania la maggiore crescita europea, più della Francia», ha sintetizzato il presidente sezione distributori Anica **Luigi Lonigro**. «Nei primi 15 giorni del 2020 registriamo già 24 milioni in più al boxoffice rispetto al 2019. Ma dobbiamo lavorare, consapevoli che questa sia la direzione giusta».

ARTICOLO PRECEDENTE

LE USCITE DELLA SETTIMANA

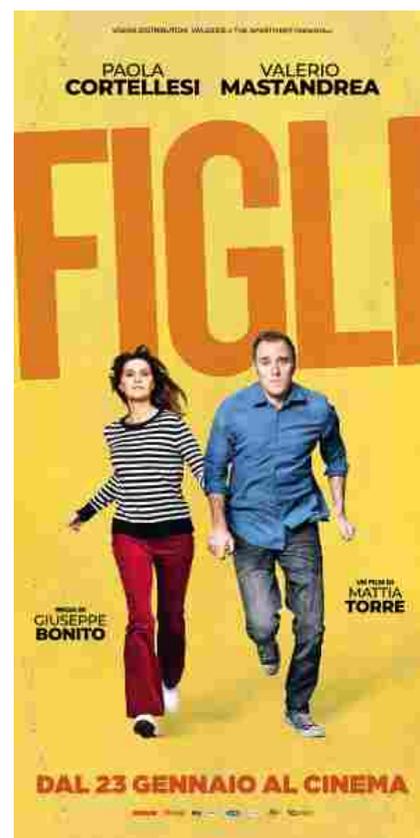
ARTICOLO SUCCESSIVO

ACCADEDE OGGI

16 Gennaio 2003

Uscite cinema: 'L'imbalsamatore' venduto in Usa

'L'imbalsamatore' di Matteo Garrone uscirà negli Stati Uniti. Intramovies, la società che ne detiene i diritti di commercializzazione con l ...



Ricevi la Newsletter!

Cinema

Email*

Quando invii il modulo, controlla la tua inbox per confermare l'iscrizione

Privacy*

 Accetto la [Privacy Policy](#)

DUESSE COMMUNICATION

REDAZIONE

ABBONAMENTI

RIVISTE

EDITORIALISTI

PHOTOGALLERY

I NOSTRI SITI

ADVERTISING GUIDE

DUESSE COMMUNICATION

Italia 2019, cresce il box office: 5° miglior risultato dal 2010 - tutti i dati

Di [Federico Boni](#) | mercoledì 15 gennaio 2020 |

Box Office

Segno + anche in Germania, Francia e Spagna. Cala il Regno Unito.



Si è svolta questa mattina all'Anica, a Roma, la presentazione dei dati relativi al cinema italiano del 2019, con gli incassi visti sotto una più che doverosa lente d'ingrandimento. Presenti **Davide Novelli**, presidente Cinetel, **Francesco Rutelli**, presidente Anica, **Mario Lorini**, presidente Anec, **Luigi Lonigro**, presidente distributori Anica, e **Francesca Cima**, presidente produttori Anica.

Nell'anno 2019 si sono incassati **635.449.774 euro**, per un numero di presenze in sala pari a 97.586.858.

Rispetto al 2018 si è registrata una **crescita degli incassi del 14,35% e un aumento delle presenze del 13,55%**. In rapporto al 2017 la crescita degli incassi e delle presenze è stata invece rispettivamente pari all' 8,70% e al 5,77%. Più in generale, in termini di incasso si tratta del **5° miglior risultato sia dal 2010** (di pochissimo inferiore al 2015; -0,24%) che in assoluto, sempre in termini di incassi, dal 1995, anno di inizio delle attività di rilevazione da parte di Cinetel. In termini di presenze è invece il 5° dal 2010 e il 9° dal 1995.



Box Office Italia 2019, Il Re Leone batte tutti - la Top 10

Anche in Italia, come nel resto del mondo, è la Disney a dominare la classifica dei maggiori incassi del 2019.



Box Office Italia, i maggiori incassi del decennio - Top10

Solo Checco Zalone ha tenuto il passo di James Cameron.

È cresciuto rispetto allo scorso anno il box office della produzione italiana (incluse le co-produzioni) che nel 2019 ha registrato un incasso di **134.8 milioni** di € (127.9mln di € nel 2018; +5,39%) per una quota sul totale del 21,22% (nel 2018 era del 23,03%). Il numero di presenze della produzione italiana (incluse le co-produzioni) è invece aumentato del 5,56% (21mln nel 2019 rispetto ai 19.9mln del 2018) per una quota sul totale del 21,56%. È inoltre aumentata la quota del cinema statunitense con un risultato sul totale del **65,16%** (era del 55,57% nel 2018) per un incasso di circa 414 milioni di € (308.8 milioni nel 2018; +34,08%).

+ Il numero di titoli distribuiti e la tipologia

Nel 2019 sono stati distribuiti in sala **495 nuovi film di prima programmazione** (-34 rispetto al 2018) di cui 193 di produzione o co-produzione italiana (-18 rispetto al 2018) per una quota del 38,9% sul totale (era del 39,8% nel 2018). Praticamente identico il numero di film usciti anche in 3D: 27 nel 2019 (+1 rispetto al 2018) per un incasso, delle sole copie 3D, pari a € 7.707.440 (+8,38% rispetto al 2018; l'1,21% del box office totale del mercato) e 854.796 presenze (+5,62% rispetto al 2018). Oltre ai film di nuova uscita, sono stati distribuiti in sala anche 85 nuovi contenuti complementari (eventi, edizioni speciali, riedizioni; +7 rispetto al 2018) per un incasso di € 12.745.482 (+2,06%; il 2,01% del box office totale del mercato) e 1.383.610 presenze (-7,31%).



Box Office 2019, Disney padrona - le TOP 10 degli incassi USA, internazionali e worldwide

Impressionante boom al box office per la Disney. Record storico di film miliardari in un anno.

+ La quota del cinema italiano e delle altre cinematografie

Come scritto sopra, l'incasso totale del cinema italiano (incluse le co-produzioni) in sala durante l'anno 2019 è stato di € 134.864.812 (21,22% del totale box office; +5,39% rispetto al 2018) per un numero di presenze pari a 21.042.209 (21,56% del numero totale dei biglietti venduti; +5,56% rispetto al 2018). Più nel dettaglio, il cinema italiano ha incassato € **6.902.131 in più rispetto al 2018 per un numero di biglietti superiore di 1.107.518 unità**. Il cinema statunitense ha invece incassato in totale € 414.039.977 (65,16% del box office; +34,08% rispetto al 2018) per un numero di presenze pari a 62.705.264 (64,26% del numero totale di biglietti venduti; +32,24% rispetto al 2018). Più nel dettaglio il cinema statunitense, primo per nazionalità al box office 2019, ha incassato € 105.236.477 in più rispetto al 2018 per un numero di biglietti venduti superiore di 15.287.897 unità. Seguono, dopo quello americano e italiano, il cinema britannico (39 milioni di € incassati al box office; quota mercato: 6,14%; -50,99% rispetto al 2018), la produzione francese (21.6 milioni di € incassati al box office; quota mercato: 3,40%; +25,64% rispetto al 2018) e quella giapponese (4.5 milioni di € incassati al box office; quota mercato: 0,71%; +69,11% rispetto al 2018).

I MAGAZINES DI BLOGO



SCELTI PER VOI



Box Office Italia, 41 milioni di euro per Tolo Tolo - ottimo...



Box Office Usa, 1917 di Sam Mendes batte Star Wars IX



Cinema da record nel 2019: incassati 42,5 miliardi di...

CATEGORIE

Categorie principali	+
Animali fantastici e dove trovarli	+
Attori	+
Berlinese	+
Box Office	+
Cannes	+
Cineblog rubriche	+
Cinema	+
Cinema per anno	+
David di Donatello	+
Divergent	+
Dizionario dei film	+
Etichette	+
Far East Film	+
Festival del Cinema di Venezia 2019	+
Festival e rassegne	+
Film 2014	+
Film Australiani	+
Genere	+
Giochi	+
Il signore degli anelli e Lo Hobbit	+
La saga di Guerre Stellari	+
Locarno	+
Oscar	+

Il risultato positivo del 2019 rispetto al 2018 da parte della produzione nazionale è stato raggiunto grazie anche a due film che hanno superato i 10 milioni di € d'incasso; nel 2018 nessun film di nazionalità italiana aveva anche solo raggiunto questa cifra. Nel 2019 è anche aumentato il numero di titoli con un incasso tra i 5 e i 10 milioni di € (5 anziché 3) per un numero di film con un incasso in generale superiore a 1mln di € sostanzialmente stabile (29 nel 2019; 30 nel 2018) ma con 5 titoli in più con un incasso tra i 500mila € e 1mln. Aumenta, grazie al maggior numero di titoli con risultati superiori ai 4mln di €, l'incasso medio dei titoli italiani (€ 611.858; +22,01%). Considerato il maggiore incasso dei primi titoli italiani in classifica del 2019, aumenta anche la % sul totale sia della "Top5" che della "Top10".

+ L'andamento durante l'anno

Confermato, con % simili ma a posizioni invertite rispetto al 2018, il peso dei due mesi più importanti sul totale box office annuo. Il mese più importante dal punto di vista degli incassi nel 2019 è stato quello di **dicembre** (13,65% del totale; il 12% nel 2018), seguito dal mese di gennaio (12,25%; 14,20% nel 2018). I primi 3 mesi dell'anno (gennaio-marzo) hanno corrisposto il 27,58% degli incassi di tutto il 2019 (il 35,01% nel 2018). I 3 mesi "primaverili" (aprile, maggio e giugno) hanno invece "pesato" per il 21,17% (il 17,99% nel 2018), il trimestre luglio-settembre per il 18,77% (il 15,15% nel 2018) mentre l'ultimo trimestre dell'anno, il migliore complessivamente del 2019, per il 32,48% (31,86% nel 2018).

Rispetto all'incasso suddiviso per mesi, **il 2019 ha vinto il confronto sul 2018 per 9 mesi consecutivi su 12** (da aprile sino a dicembre). I mesi a segno negativo sono stati quelli di gennaio (-1,35%), febbraio (-23,82%) e marzo (-5,06%) mentre i saldi positivi maggiori sono stati registrati nei mesi estivi di **luglio (+108,90%), agosto (+45,91%) e ad aprile (+41,15%)**. Il mese di febbraio (-23,82%), il peggiore del 2019 rispetto all'anno precedente, ha scontato in particolare l'uscita nel periodo a confronto nel 2018 di "Cinquanta sfumature di rosso" (il 21,1% del box office di quel mese; 3° incasso dell'anno) e di "A casa tutti bene" di Gabriele Muccino (primo incasso italiano del 2018). Il mese di luglio (+108,90%), il migliore per il periodo dal 2011, è stato superiore all'anno precedente per tutti i 31 giorni e ha beneficiato dell'uscita di diversi titoli di richiamo per il pubblico (a partire da "Spider-Man: Far from home") a differenza del 2018 (il peggiore dal 2001) quando invece il primo titolo raggiunse un incasso finale inferiore, nel confronto, al quarto titolo di quest'anno. Dopo il mese di luglio si è particolarmente distinto il mese di agosto (+45,91%) che ha registrato il più alto incasso per il periodo dal 1995, anno di inizio delle attività di rilevazione da parte di Cinetel. Nel 2019 ha beneficiato sia dell'uscita de "Il Re Leone" (primo incasso dell'anno) che dei proseguimenti dei film già in sala e delle nuove uscite dell'inizio del mese. Più in generale, i 4 migliori risultati a confronto sono stati registrati a partire da aprile e sino al mese di agosto, con l'unica di eccezione di giugno, sempre positivo (+12,99%) ma 8° migliore in termini di incremento rispetto al 2018.

Altrettanto significativi, su mesi che hanno in questo caso un peso maggiore sul box office annuale, anche gli incrementi di ottobre (+28,21%), novembre (+10,45%) e dicembre (+13,76%) che hanno determinato, a differenza degli ultimi anni, il "sorpasso" dell'ultimo trimestre dell'anno sul primo (32,48% v 27,58%). Particolarmente brillante il risultato del mese di dicembre, il migliore dell'ultimo decennio e il 3° in assoluto del periodo, grazie anche alla performance complessiva del cinema di produzione nazionale (al 4° posto assoluto per il periodo) per il quale sono usciti in sala **"Il primo Natale", "Pinocchio", "L'immortale" e "La dea fortuna"** (rispettivamente il 1°, il 2°, il 5°

Registi	+
Sondaggi	+
Speciali	+
Spiderman	+
Star Trash e Cult de Sac	+
Sundance	+
Torino Film Festival	+
Venezia	+
Video	+

[Vedi tutte](#) | [Archivio](#)

e il 6° incasso italiano dell'anno). Il cinema di produzione nazionale ha scontato quest'anno il confronto con i primi mesi del 2018 invece particolarmente brillanti che avevano beneficiato soprattutto tra gennaio (2019 v 2018: -43,33%) e febbraio (-23,71%) l'uscita in sala dei primi due titoli italiani di quell'anno, "A casa tutti bene" e "Benedetta follia". Seppure con alcuni risultati particolarmente significativi nei mesi di aprile e maggio ("Ma cosa ci dice il cervello" e "Il traditore": 7° e 9° film italiano dell'anno per incassi) la produzione italiana ha ripreso a crescere nel confronto con il 2018 solamente a partire dal mese di giugno per poi mantenere il segno positivo sino alla fine dell'anno.

+ I migliori incassi

Il primo incasso del 2019 è stato registrato dal film "**Il Re Leone**" per un box office di 37.5mln di €. Si tratta di un incasso superiore a quello del primo film del 2018, "Bohemian Rhapsody" (21.2mln) e più in generale del più alto dal mese di gennaio 2016 quando uscì in sala "Quo Vado". Rispetto al totale del box office, il film distribuito dalla Walt Disney Italia ha corrisposto il 5,90% degli incassi e il 5,83% delle presenze. Nel 2018 "Bohemian Rhapsody" aveva invece avuto un "peso" per il 3,83% degli incassi e il 3,49% delle presenze. I migliori risultati al box office da produzioni e co-produzioni nazionali sono stati invece registrati da "Il primo Natale" (13.3mln; 6° posto), "Pinocchio" (11mln; 12° posto) e "10 giorni senza mamma" (7.4mln; 19° posto) per un totale di 13 titoli tra i primi 50 film di cui 3 tra i migliori 25. Nel 2018 invece nessun titolo di produzione nazionale era riuscito a classificarsi tra i primi 10: il migliore risultato era stato registrato da "A casa tutti bene" di Gabriele Muccino (9.1mln; 11° posto) per un totale di 12 titoli tra i primi 50 film di cui però 4 tra i migliori 25. Il valore in % dei primi 10 incassi sul totale presenze/incassi è stato rispettivamente del 30,10% e 29,32% nel 2019 e del 23,70% e 22,59% nel 2018. Tra i generi dei film italiani il preferito rimane **la "commedia", con circa il 48% degli incassi della produzione nazionale**. Rispetto invece più in generale ai titoli in Top10 si sono affermati i c.d. "live-action" prodotti da Walt Disney con quattro titoli ("Il Re Leone", "Aladdin", "Maleficent - signora del male" e "Dumbo"), due film del c.d. "Marvel Cinematic Universe" ("Avengers: Endgame" e "Spider-Man: Far From Home"), uno invece tratto da un personaggio "DC Comics" ("Joker"), il seguito di uno dei più recenti film di animazione di successo degli ultimi anni ("Frozen II"), il nuovo film di Ficarra e Picone ("Il primo Natale") e il nuovo film diretto da Quentin Tarantino ("C'era una volta a Hollywood").

Nel 2019 la prima società di distribuzione è risultata **Walt Disney Italia** con un incasso totale di 170 milioni di € (quota mercato box office: 26,76%), seguita da Warner Bros. Italia (137.5mln; quota 21,65%), 01 Distribution (60.7mln; quota mercato 9,55%), Eagle Pictures (37.6mln; quota 5,92%) e 20th Century Fox Italia (33.6mln; quota 5,30%).

+ I primi dati dagli altri mercati europei: Francia, Germania, Gran Bretagna e Spagna

Secondo i dati forniti dal CNC, in Francia nel 2019 si è registrata una crescita del numero di biglietti venduti del 6% per un numero totale di presenze pari a **213,2 milioni di ingressi in sala** (erano stati 201.2 milioni nel 2018). I film di nazionalità francese hanno raggiunto una quota di mercato totale sull'anno pari al 35% (era del 39,3% nel 2018). Secondo i primi dati forniti da Comscore, il box office tedesco è invece cresciuto del 15,53% per un incasso totale di 970.9 milioni di € e un numero di spettatori pari a **110.5mln (+14,25%)**. Il mercato tedesco ha ripreso a crescere dopo che il 2018 si era distinto per un box office particolarmente negativo: aveva registrato infatti una diminuzione del 15,63%

PUPI AVATI • IL RITRATTO DEL COLLEGA REGISTA

«SIAMO DIVENTATI AMICI DAVANTI A UNA CHIESA»



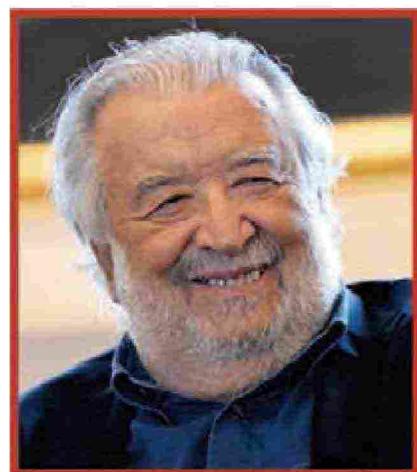
**100 ANNI
DALLA NASCITA
20 GENNAIO 1920**

«Gli sono stato accanto nell'ultimo periodo della sua vita, quando diventò sempre più difficile per lui fare nuovi film. Non dobbiamo dimenticarlo»

di **Eugenio Arcidiacono**



Una delle scene più celebri di *8 e 1/2* (1963), film con cui Fellini vinse il terzo dei suoi cinque Oscar.



Se non fosse stato per Federico Fellini, forse **Pupi Avati** sarebbe rimasto un venditore di pesci surgelati. «La visione di *8 e 1/2* mi sconvolse. Mi dissi che dovevo a tutti i costi fare cinema anche io». Il regista bolognese visiterà la mostra *Fellini 100 - Genio immortale*, che la sua Rimini gli dedica fino al 20 marzo: è solo una delle tante iniziative per ricordare il regista italiano più celebre al mondo a cento anni dalla nascita.

Eppure le sue opere, a parte alcune, non fanno parte del nostro patrimonio popolare. Spiega Avati: «*La dolce vita* fu un grandissimo successo commerciale. E anche *Amarcord* andò molto bene. Però è evidente che se fa-

cessimo un bilancio tra investimenti e incassi probabilmente il conto di Fellini sarebbe in rosso. Ma la scarsa conoscenza della sua opera nel pubblico di oggi credo sia dovuta soprattutto all'assoluta mancanza di memoria del nostro cinema, che non riguarda solo lui. Faccio tanti corsi e conferenze: tra chi vi partecipa in pochissimi hanno visto non solo *8 e 1/2*, ma anche *Ladri di biciclette*. Quando parlo di De Sica, tutti pensano a suo figlio Christian».

A chi non ha mai visto un film di Fellini, il regista consiglia di partire proprio da *8 e 1/2*. «È un'opera che fa capire come il cinema possa andare al di là della realtà, possa non limitarsi a raccontare una storia per scandagliare invece l'essere umano a 360 gradi».

Avati e Fellini sono stati grandi amici, ma solo al crepuscolo della vita del regista riminese: «Per anni gli scrissi delle lettere. Lui diede una fuggievole risposta solo a una. Poi si trasferì a Roma, a pochi passi da dove vivo tuttora. Lo scoprii perché sua moglie, Giulietta Masina, tutte le sere andava a Messa nella stessa parrocchia di mia madre. Cominciai a fargli la posta

sotto casa, finché un giorno trovai il coraggio di presentarmi e da allora la nostra frequentazione diventò molto assidua, anche perché lui viveva un momento molto difficile da un punto di vista professionale: tutti i film successivi ad *Amarcord* furono un disastro commerciale e diventò sempre più complicato per lui farne altri. Con me poteva sfogare tutta la rabbia verso un ambiente che voleva accantonarlo».

I due registi erano accomunati anche dalla fede. «Ma non era un tema su cui ci confrontavamo, tranne in un'occasione: la morte di suo fratello Riccardo. Dopo il funerale mi telefonò e fu una specie di confessione per il senso di colpa che provava nei suoi confronti. All'inizio incoraggiò la sua carriera di attore, ma poi, temendo che due Fellini al cinema fossero troppi, arrivò a chiedergli di cambiare nome. Da allora non si riconciliarono più. Per il resto la sua religiosità era quella tipica della cultura contadina del suo tempo, in cui gli uomini avevano un pudore quasi infantile che li portava ad andare tutte le domeniche a Messa, restando però fuori dalla chiesa». ●

ALESSANDRO DI MARCO/ANSA - INFOPHOTO

ESCLUSIVO ALHAVI ALI MOHAMMAD, SUDANESE, E REZA NABIBAKHSH, IRANIANO,

«BRAVO ZALONE, TU RACCO

«I PREGIUDIZI NASCONO DALL'INCOMPRESIONE. LE SCENE DEL VIAGGIO? I BARCONI VERI SONO MOLTO PIÙ CARICHI», DICONO I DUE IMMIGRATI CHE VIVONO A TORINO

di Lorenzo Montanaro



I NOSTRI "CRITICI"
Alhavi Ali Mohammad (a sinistra, 33 anni) e Reza Nabibakhsh (34) all'ingresso del cinema di Torino, dove hanno assistito alla proiezione di *Tolo Tolo*.

Checco Zalone nei panni di un migrante, in viaggio nel deserto e poi su un barcone dall'Africa all'Italia? «Fa riflettere. E racconta più verità di quanto, a prima vista, si possa credere». A dirlo non è uno spettatore qualsiasi, ma una persona che quel viaggio estremo, dal suo Paese alla Libia e poi via mare fino alle coste di Lampedusa, lo ha vissuto sulla propria pelle.

Con *Tolo Tolo*, nelle sale dal primo gennaio, il campione di incassi Checco

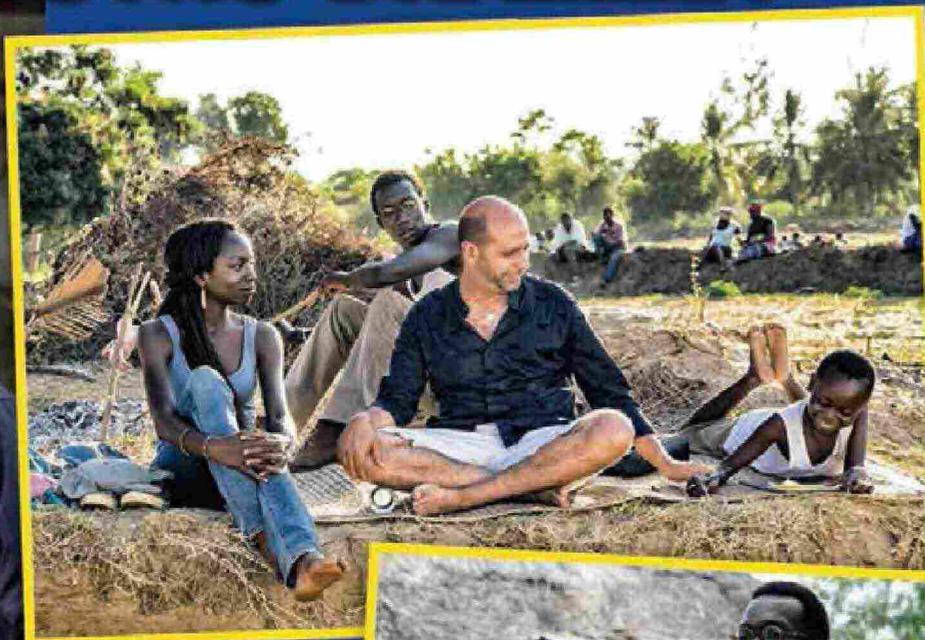
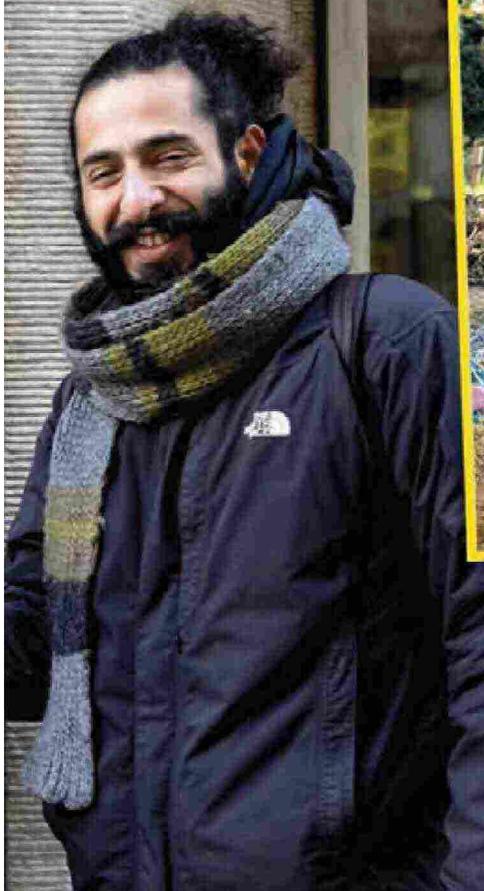
Zalone spariglia le carte e fa qualcosa che in pochi si aspettavano: un film dai tanti piani di lettura, nascosti dietro la maschera della commedia. Abbiamo chiesto a due persone arrivate in Italia da lontano di vedere la pellicola con noi. E poi di commentarla. Abbiamo cercato due sguardi diversi e in qualche modo complementari: **Alhavi Ali Mohammad** (33 anni, sudanese, che ha lasciato la sua terra quando di anni ne aveva appena 17 e che, dopo un lungo itinerario non privo di sofferenze, è arrivato in Italia, dove oggi lavora come

mediatore culturale) e **Reza Nabibakhsh** (34 anni, iraniano, che invece è arrivato in Italia nel 2011 per frequentare l'università e che ora sta per laurearsi in Antropologia).

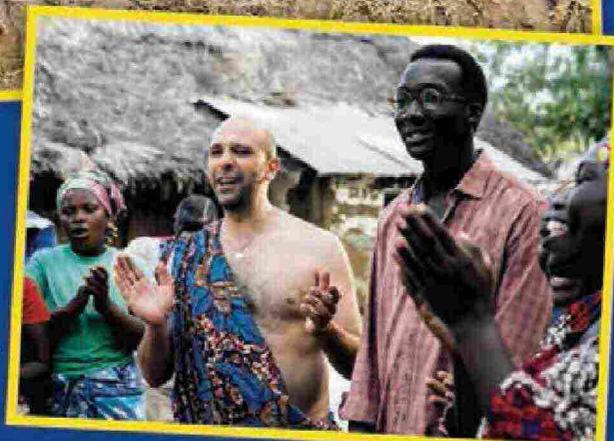
«Al di là delle situazioni volutamente paradossali, il film fa emergere alcuni elementi realistici», riflette Alhavi. «Penso, per esempio, alla vita nella maggior parte dei villaggi africani (la povertà, però anche i forti legami familiari e le feste per riabbracciare chi torna a casa). Penso alle condizioni di lavoro da schiavitù cui in molti Paesi i

HANNO VISTO AL CINEMA CON NOI TOLO TOLO. ECCO IL LORO COMMENTO

NTI IL NOSTRO DRAMMA»



Sopra, Checco Zalone (42 anni) in una scena del film tra Manda Touré (27) che interpreta la bella Idjaba, e Nassor Said Birya (12) che nel film è il piccolo Doudou. A destra, con Souleymane Sylla (28) nei panni dell'amico Oumar.



migranti sono sottoposti. Penso ai con-
vogli nel deserto, che non aspettano
chi cade o resta indietro». E ai barco-
ni nel mare in tempesta. **Con un solo
agghiacciante dettaglio: «quelli veri
sono molto più carichi».** Perfino la
scena surreale, quasi da videogiochi, di
una ragazza in un campo di detenzione
libico che si ribella ai suoi violentato-
ri rubando loro le armi e liberando gli
altri prigionieri, ha, per Alhavi, una sua
spiegazione. «Ovvio che la realtà è ben
diversa e che in questi casi le donne
sono esposte a violenze indicibili. Però,

PAOLO SICCARDI/WALKEROUT

nella loro fragilità, le donne sono an-
che molto forti. In tante parti del mon-
do, spesso proprio nei contesti che le
sottovalutano, sono loro a reggere l'os-
satura della società. E nelle situazioni
estreme, quando noi uomini crolliamo,
le donne resistono».

Ma *Tolo Tolo* non è (o almeno non
soltanto) un film "sui migranti". È so-
prattutto un film sull'Italia e sull'Occi-
dente, tra umanità e disumanità. È una
carrellata di ritratti che non risparmia
nessuno: il politico del "prima gli ita-
liani" però anche il buonista di faccia-

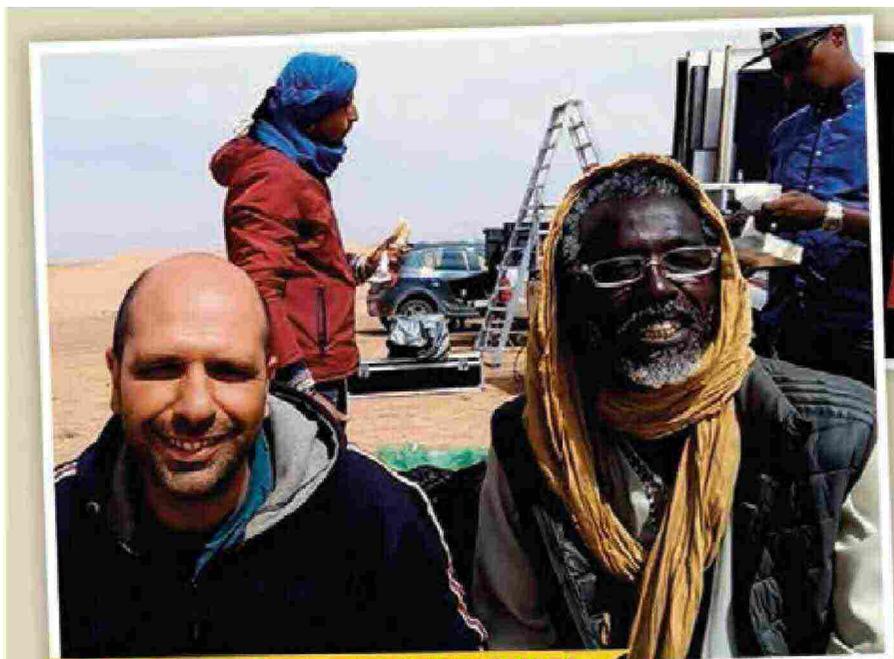
ta, il colonialista nascosto in ognuno
di noi e sempre pronto a saltar fuori,
il giornalista che lucra sulle storie dei
disperati mentre si riempie la bocca di
massime filosofiche.

«Con il suo rovesciamento di ruoli,
la storia ci porta a interrogarci sul con-
cetto di cultura», osserva lo studente
iraniano Reza. «Emblematica la scena
di Checco, nel villaggio africano, da-
vanti al suo piatto di spaghetti mentre
tutti gli altri, in cerchio, si spartiscono
il cibo di un unico piatto. Alla domanda
"non è che si offendono?", l'italiano →

ESCLUSIVO

➔ si sente rispondere: «Noi conosciamo la tua cultura». Ecco, la conoscenza è il presupposto di qualsiasi incontro. **Chi comprende non giudica, mentre i pregiudizi nascono dall'incomprensione.** Che cos'è allora la cultura? È un'arma da usare contro gli altri? È un modo per sentirsi sicuri nel nostro guscio e magari per giustificare qualche errore? Oppure è un patrimonio da condividere, come quando Checco insegna a nuotare al piccolo Doudou, costruendo un legame che poi diventa una risorsa per l'intera comunità?».

Soprattutto è un film sull'Italia, dicevamo. Ma com'è questo Paese visto da chi, arrivato dopo mille traversie, vi si è dovuto inserire? «Sicuramente vi sono fatiche e tanti ostacoli burocratici, però anche lati positivi», risponde Alhavi. «A differenza degli Stati del Nord Europa, dove il discriminare è determinato semplicemente dall'aver o non avere diritto all'accoglienza, qui c'è più umanità e nonostante tutto ci sono possibilità di inserirsi, se si riesce a infondere fiducia nelle persone che si incontrano». E a fronte di accoglienze del tutto inadeguate, il giovane sudanese segnala anche casi virtuosi, per esempio quello che attualmente lo vede impegnato come mediatore. «A Torino, per la ricollocazione dei migranti che occupavano l'ex villaggio olimpico è nato un progetto serio, che ha riunito diversi attori, dal mondo della politica alla diocesi. Funziona perché mette al centro le persone».



SUL SET CON LO SPASSOSO REGISTA

Sopra, Luca Medici, in arte Checco Zalone (42 anni), sul set di *Tolo Tolo* con Mohamed Ba (56), che ha tre piccoli ruoli: un medico, uno scrittore e il primo africano a essere eletto Pontefice. Nel riquadro, a destra, la scena in cui si affaccia dal balcone in piazza San Pietro.

PARLA MOHAMED BA, NEL CAST DEL FILM "RE" D'INCASSI

«HO IMPARATO L'ITALIANO

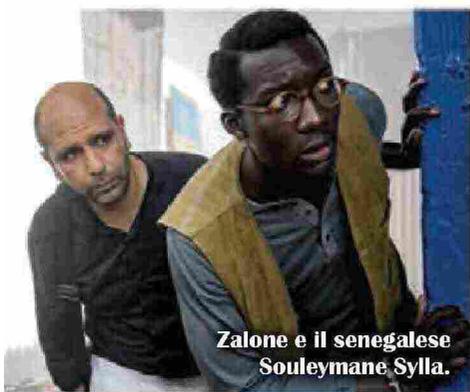
«Subii un'aggressione razzista nel 2009, ma ho perdonato», dice l'artista senegalese che vive a Milano. «Checco ha saputo anticipare i tempi e descrivere la realtà»

di **Katia Fitermann**

Nell'ultimo film di Zalone interpreta tre ruoli: il Papa africano, il medico e anche lo scrittore. L'uomo con le trecce colorate che sul set di *Tolo Tolo* benedice la folla dal balcone della basilica di San Pietro, strappando le risate al pubblico (è infatti lo stesso che diagnostica al protagonista un attacco di "fascistite") è **Mohamed Ba**, 56 anni, scrittore, attore di teatro e cine-

ma e autore di vari spettacoli teatrali. È originario dell'Africa occidentale, nato a Dakar, in Senegal, e vive in Italia ormai da 21 anni.

«Sono arrivato in Italia nel 1999», racconta, «e ho imparato la lingua ascoltando Radio Maria, che era diventata la mia maestra di italiano, ma allora non avrei mai immaginato di interpretare il Papa al cinema. Era la sola stazione radio dove parlavano scandendo bene le parole e proprio per questo l'unica che riuscivo a capire. Giorno dopo giorno e preghiera dopo preghiera, non soltanto mi ha aiutato a imparare la lingua italiana, ma anche la cultura religiosa di questa società. **Non potevo frequentare la scuola o un corso di italiano perché non avevo il permesso di soggiorno**, ero un invisibile in Italia. Sentivo la necessità di comunicare con le persone,



Zalone e il senegalese Souleymane Sylla.

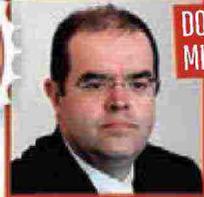


Mohamed Ba, qualche anno fa. Nato in Senegal, arrivò in Italia senza documenti nel 1999. Attore di teatro, è anche autore di *Il tempo dalla mia parte* (San Paolo).



**A PAGINA 88
E SUL NOSTRO SITO
UNA RIFLESSIONE
DEL TEOLOGO
PINO LORIZIO
SUI TEMI
DEL FILM**

L'OPINIONE DI...



**DON DAVIDE
MILANI**

direttore della Rivista
del Cinematografo
e presidente della
Fondazione Ente
dello spettacolo

**PER ZALONE OGNI
PERSONA VALE PIÙ
DI VOTI E LIKE**

Checco, imprenditore pacchiano, incompreso e fallito nelle Murge natie, sogna la riscossa e trova accoglienza in Africa. Ma terrorismo e guerriglie lo costringeranno a decidersi per il ritorno come compagno clandestino dei migranti lungo le loro drammatiche rotte. Questa la trama su cui Medici/Zalone fonda il suo sogno, prima di pensare ai soldi: fare riflettere i milioni di fan sul livello raggiunto (al ribasso) della nostra umanità, prendendo in esame il caso dell'immigrazione, che domanda di sbarcare nei cuori prima che nei nostri porti. La gente in sala ride inizialmente di tutto, poi la risata è soffocata dalla realtà narrata e infine, gettato a mare il politicamente corretto, si sorride non più delle battute ma dei casi della vita, delle ipocrisie umane, delle offensive semplificazioni in cui ci nascondiamo pur di non accogliere il reale. Si ride di quella sterile e violenta propaganda politica a tesi pro o contro i migranti ridotti a fenomeno e non considerati come persone; si ride della morte; della condizione femminile; del populismo e dei politici dalle carriere repentine costruite all'università della vita. Si ride perfino del razzismo (alla rovescia, neri contro il bianco) e del fascismo quale morbo dormiente in tutti. Ma mai la battuta è pernaccchia, giudizio, insulto. Anzi, è occasione per collegare la risata al cervello, che è stimolato a pensare in proprio. Il finale è efficacemente onirico, di quei sogni che permettono di capire l'esistenza. Con *Tolo Tolo* Zalone lascia il cinismo fine a sé stesso e prende posizione, scommette sul suo pubblico che ritiene più intelligente di come è stato giudicato. Il tentativo riesce, l'ironia si rivela la via per convincere che ogni persona vale infinitamente più di un voto o di un like.

ASCOLTANDO RADIO MARIA»

come accade a qualsiasi essere umano, e quando avevo chiesto ai miei amici africani come avrei potuto fare per studiare, la loro risposta era stata lapidaria: non mi sarebbe servito a molto saper parlare italiano perché non avrei avuto nessuno interessato ad ascoltarmi o a dialogare con me».

Ma per Mohamed sarebbe stato più utile, invece, cominciare a vendere qualcosa per guadagnarsi la sopravvivenza: «Sembrava essere questa la sola regola per gli africani: fare il *vu comprà*, ma a me, invece, piaceva e piace ancora il *vu pensà*, così mi sono adoperato per imparare italiano», racconta divertito.

Nel 2009 l'attore aveva vissuto sulla propria pelle i pregiudizi che il film di Zalone mette in evidenza. Era stato vittima a Milano di un'aggressione a sfondo razziale. Uno sconosciuto lo aveva accoltellato mentre

aspettava l'autobus. Ma aveva perdonato l'aggressore: «Ci siamo incontrati guardandoci negli occhi e ci siamo confrontati».

«Penso che Checco Zalone abbia una enorme competenza intellettuale», conclude l'attore, «un'apertura mentale e un'elasticità di giudizio che purtroppo non è tanto frequente nel mondo dell'arte. La prima cosa che gli ho detto è che non avrei mai prestato il mio volto per consolidare i pregiudizi o le convenzioni dei luoghi comuni e quando lui mi ha spiegato l'idea del film, io l'ho sposata in toto, perché credo che sia una prerogativa dell'artista non solo saper anticipare i tempi, ma poter fotografare il contesto in cui viviamo e metterlo davanti alla cinepresa, per farci pensare. Proprio per questo, abbiamo bisogno del potere dell'arte per comunicare la realtà».

ENRICO BRANDI/PA

125121

Zalone: "Tolo Tolo" già visto da 6 milioni

Sono circa 6 milioni gli spettatori che hanno assistito al nuovo film *Tolo Tolo*. In pratica 1 italiano su 10 si è recato al cinema per vedere l'attesa opera prima da regista di Zalone. Oltre ad essere il film con il maggior incasso della stagione cinematografica 2019/2020 (finora 41 milioni di euro), la commedia è a un passo dalla Top 5 dei maggiori successi commerciali di sempre al box office italiano. Al momento la quinta posizione è occupata da un altro film di Zalone *Che bella giornata*, che nel 2011 fece registrare 43.474.047 euro al botteghino con 6.831.460 spettatori.



l'intervista » Roberto Andò

«Serve un bambino in fuga per obbligarci al risveglio»

Il regista parla del nuovo romanzo (criminale ma non solo) che diventerà anche un film con Silvio Orlando

Eleonora Barbieri

Dice Roberto Andò, con la sua voce calma, che *Il bambino nascosto* è «un viaggio di rinascita», ed è vero: Gabriele Santoro, professore di pianoforte da decenni chiuso in sé stesso e nella sua amata musica, che per auto-punizione vive in una brutta casa a Forcella, un giorno, senza sapere come e perché, si ritrova in casa il figlio dei vicini, Ciro. Ciro ha dieci anni ed è figlio di un camorrista: non parla, ma nei suoi occhi si legge la paura, per uno scippo che ha commesso contro la persona sbagliata e, per il quale, mezza Napoli (criminale) gli dà la caccia (padre compreso). *Il bambino nascosto* (La nave di Teseo) è il secondo romanzo di Roberto Andò, nato a Palermo nel 1959, regista di teatro, di lirica e di cinema, dopo *Il trono vuoto* (Premio Campiello Opera prima), che poi è diventato il film *Viva la libertà*, con Toni Servillo e Valerio Mastandrea. In questi giorni Andò è a Milano, in veste di regista d'opera: «Ho appena iniziato le prove di *Il Turco in Italia*, alla Scala».

Che emozione si prova a lavorare alla Scala?

«Bella. Ho curato la regia di tante opere, però la Scala è il teatro dei teatri, senza dubbio. Il debutto sarà il 22 febbraio».

Così presto?

«Non è presto, ci sono quaranta giorni. Di solito c'è solo un mese per provare».

Un periodo denso.

«Beh, la Scala mi aveva chiamato tre anni fa. Il libro è il frutto di un lavoro lungo alle spalle, anche se è uscito ora».

Diventerà un film?

«Comincerò a girare dal 14 aprile, con Silvio Orlando come protagonista: Gabriele Santoro è proprio lui, nella sua implosione tenera».

Che personaggio è Santoro?

«È uno di quei personaggi che hanno un colloquio intenso con sé stessi e, forse, meno con il mondo. Un uomo colto, immerso nella musica e nel silenzio, con una vita inespressa, costruita su basi potenziali. Vive in un dormiveglia e, quando arriva questo bambino, che si trova in casa, ne intuisce la paura e lo accoglie: compie una scelta istintiva, senza ritorno e, in qualche modo, è costretto a svegliarsi, poiché è l'unico a poterlo salvare».

Perché Napoli e non Palermo, la sua città?

«Proprio perché avevo bisogno di un'altra città, per fantasticare meglio. Poi questa è anche una storia criminale, e le regole della camorra e della mafia sono diverse. Una storia così può avvenire in Sicilia ma, per il suo andamento, e per l'idea di spiare il criminale di sbieco, Napoli era più adatta: il crimine a Napoli è anarchico, mentre la mafia ha un'idea di ordine, è gerarchica nell'organizzazione. Nelle maglie, più aperte ma non per questo meno feroci, della camorra, è più facile si insinui qualcosa di inatteso».

La musica è protagonista del libro. È sempre stata importante per lei?

«Sì. La musica integra le parole. E ci permette di non parlare, perché, anche se è un linguaggio che ci accaniamo a descrivere, ha una sua autonomia totale, come diceva Proust».

Come si passa dalla letteratu-

ra al cinema, e viceversa?

«Non so. Scrivo da sempre, mi sveglio presto al mattino per scrivere, perché conduco molte vite... Racconto in un modo in cui non potrei con il cinema e il teatro, linguaggi diversi, che amo altrettanto; ma la letteratura ha una responsabilità unica, quella di raccontare il pensiero, i tratti che non possiamo ricucire, e questo mi serve, e mi piace. Così, dopo anni di ritrosia, mi sono deciso a pubblicare».

Il romanzo precedente è diventato un film. Come è andata?

«Diceva Pasolini che, quando decidi di fare un adattamento, devi trovare un elemento di novità, una necessità. Per esempio, il finale di *Il trono vuoto* è sovvertito: nel film ho trovato una chiave inedita e, anche con *Il bambino nascosto*, mi sono convinto quando ho trovato un elemento di novità».

Ha una lunga carriera di regista. Ha cominciato con il teatro?

«Con il cinema, in realtà: da giovane, a 19 anni, ero assistente di Francesco Rosi, e poi lo sono stato di Fellini. Poi ho esordito in teatro ma, prima ancora, scrivevo. E, in mezzo a tutto questo, a 19 anni a Palermo ho incontrato Leonardo Sciascia, che è stato il mio vero maestro, perché mi ha tolto dal pudore eccessivo di una certa età della vita, e mi ha detto: "Sono sicuro che tu scrivi"; e, così, mi ha indotto a fargli leggere certe cose avevo da parte».

E poi?

«E poi questo spiega in qualche modo la mia poligrafia, che si potrebbe anche chiamare schizofrenia...».

A parte Sciascia, chi considera i suoi maestri?

«Sicuramente nel cinema Rosi, e poi Harold Pinter, che per me era da sempre inarrivabile e con il quale, quando ci siamo incontrati, è nata subito un'amicizia. Difficile trovare un tale condensato di poetica e capacità di raccontare il non detto, la "zona riservata" che è il campo di forza della letteratura. Un incontro straordinario».

Come è successo?

«L'ho incontrato a Palermo, per una sua regia di *Ceneri alle ceneri*, in un festival che dirigevo. Per quasi un mese abbiamo trascorso ogni sera insieme e siamo diventati amici: di qui il film che ho girato su di lui, *Ritratto di Harold Pinter*, presentato a Venezia, e poi i suoi spettacoli che ho portato in scena, fra cui *Vecchi tempi*: lo aveva proibito a Visconti, poi aveva ritirato i diritti, e li ha ridati a me...»

In che cosa è stato maestro Pinter per lei?

«Uno scrittore di particolare rigore: l'interesse per certi temi, anche civili, legato però al senso poetico, senza farli diventare espliciti o predicatori, attraverso un linguaggio preciso che deriva dalla grande lezione di Beckett, di cui è stato continuatore».

Quanto conta la Sicilia nelle sue opere?

«Penso conti molto, sempre, anche quando faccio film girati totalmente altrove. Ma, come molti prima di me, ho presente l'importanza di creare ponti, perché la Sicilia è un'isola».

Senta, come ha fatto, a 19 anni, a lavorare con Rosi?

«Gliel'ho chiesto. Era a Palermo per girare *Cadaveri eccellenti* e gli chiesi di farmi fare l'assistente: esaudì la promessa con *Cristo*

si è fermato a Eboli. Sono stato fortunato, molto, ma certi incontri avvengono se hai voglia che avvengano».

C'è qualche similitudine fra romanzo e cinema?

«Le dico questo, che è una mia riflessione. Nel cinema italiano c'è stato un grande periodo, lega-

to al realismo, con i grandi fondatori del neorealismo, De Sica, Rossellini, Visconti e, da lì, un ramo che arriva fino a oggi. Nello stesso tempo, ogni tanto viene fuori un altro sguardo, che definirei romanzo, il quale non fa a meno della realtà, ma la coglie in modo diverso, e mi sembra di appartene-

re a questo modo di fare cinema, che non ha niente di letterario: romanzo significa cogliere nella realtà l'opzione del possibile, non quello che è successo, bensì quello che potrebbe succedere. È il filone di Bellocchio, di Bertolucci e, in fondo, di Sorrentino».

Come sta il cinema italiano?

«Trovo ci sia una vitalità impor-

tante, depressa dai risultati di una crisi di transizione che riguarda i modi di fruire il cinema. Però le opere ci sono».

E il teatro?

«È un luogo di resistenza: vedere qualcosa che si realizza hic et nunc, che ogni sera cambia... Con il conforto dei numeri: i teatri sono pieni».

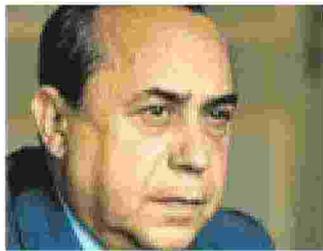


SGUARDO Roberto Andò, palermitano, è regista di teatro, cinema e opera lirica ed è anche autore di due romanzi

In libreria e al Parenti



«Il bambino nascosto» di Roberto Andò (La nave di Teseo, pagg. 222, euro 17) è in libreria da oggi. È il secondo romanzo del regista, dopo «Il trono vuoto». Questa sera alle 18.30 Andò lo presenterà al Teatro Franco Parenti di Milano, con Marco Missiroli e Andrée Ruth Shammah. Letture di Stefano Accorsi.



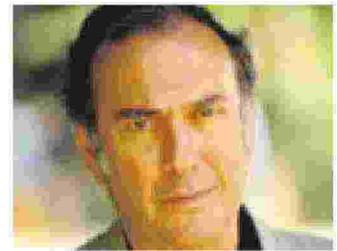
CONTERRANEO

A 19 anni, Sciascia è stato il mio maestro



ESORDI

Ho iniziato da assistente di Francesco Rosi



AMICIZIA

Pinter è stato un esempio di rigore e poetica



I risultati del 2019

Meno film ma più spettatori. Il cinema sorride

■ Nell'anno 2019 al box office italiano si sono incassati 635.449.774 euro per un numero di presenze in sala pari a 97.586.858. Rispetto al 2018 si è registrata una crescita degli incassi del 14,35% e un aumento delle presenze del 13,55%. È cresciuto rispetto allo scorso anno il box office della produzione italiana (incluse le co-produzioni) che nel 2019 ha registrato un incasso di 134.8 milioni di euro (127.9 milioni di euro nel 2018; +5,39%). Il numero di presenze della produzione italiana (incluse le co-produzioni) è invece aumentato del 5,56% (21 milioni nel 2019 rispetto ai 19.9 milioni del



2018) per una quota sul totale del 21,56%. È aumentata anche la quota del cinema Usa con un risultato sul totale del 65,16% (era 55,57% nel 2018) per un incasso di circa 414 milioni di euro (308.8 milioni nel 2018; +34,08%). Nel 2019 sono stati distribuiti 495 nuovi film di prima programmazione (-34 rispetto al 2018) di cui 193 di produzione o co-produzione italiana (-18 rispetto al 2018). Il primo incasso del 2019 è stato registrato dal film *Il Re Leone* per un box office di 37.5 milioni di euro mentre il migliore risultato da produzioni e co-produzioni nazionali è stato registrato da *Il primo Natale*.



IL CINEMA

Napoli ancora un maxi set nei vicoli torna Gassmann un nuovo ciak con Servillo

► Da lunedì le riprese della serie dei «Bastardi» tra Chiaia e Pizzofalcone
E due grandi «Eduardi» prodotti da Saccà e Martone: è record di produzioni

Davide Cerbone

Una nuova primavera, ma in anticipo. Città del sole, della pizza e della celluloid, Napoli torna a splendere sotto i riflettori del cinema e della tv. Cornici, quelle del grande e del piccolo schermo, nelle quali la città si trova completamente a proprio agio, anche grazie ad una stagione che la vede protagonista nello scenario turistico. L'attenzione dei visitatori e quella delle società di produzione, del resto, sono fenomeni paralleli che si intrecciano, si sovrappongono e in un certo senso si alimentano a vicenda.

Con la collaborazione e l'assistenza della Film Commission Regione Campania, nell'anno che si è chiuso da una manciata di giorni hanno piantato le tende sotto il Vesuvio ben 22 produzioni. A Napoli, nel 2019, sono stati girati 17 lungometraggi e 5 serie tv: "L'amica geniale", ispirata alla quadrilogia di Elena Ferrante, "I bastardi di Pizzofalcone", tratta dai romanzi di Maurizio de Giovanni, "Mare fuori", ambientata tra i ragazzi di un penitenziario minorile che si ispira a quello di Nisida (regia di Carmine Elia, con Carolina Crescentini, messa in onda su Rai Due), "Vivi e lascia vivere" di Pappi Corsicato, con Elena Sofia Ricci, che andrà su Rai Uno, e il "Maradona" di Amazon. A queste si aggiunge "Devils", con Patrick Dempsey e Ales-

sandro Borghi, che ha fatto tappa a Cetara, in Costiera Amalfitana. Tra i film girati l'anno scorso, da segnalare "In buona compagnia" di Cristina Comencini, presentato alla Festa del Cinema di Roma, "Lacci" di Daniele Lucchetti, tratto dal romanzo di Domenico Starnone.

Intanto, in questi giorni si girano due fiction, entrambe nate dalla fertilissima penna di de Giovanni: la terza stagione dei "Bastardi", affidata alla regia di Monica Vullo e "Mina settembre", nuova serie le cui riprese inizieranno lunedì prossimo. La serie prodotta da Clemart conferma il cast con Alessandro Gassmann, Carolina Crescentini e Tosca D'Aquino, aggiungendo nuovi personaggi. Scenari centrali ancora Pizzofalcone, Chiaia e il centro storico, senza disdegnare qualche fuga dalla città. Con "Mina settembre", la IIF, che ha già prodotto i film "Non ci resta che il crimine" e "I peggiori", entrambi girati a Napoli, torna in città. Nella serie diretta da Tiziana Aristarco, la protagonista Serena Rossi, affiancata da Giuseppe Zeno e Christiane Filangieri, è un'assistente sociale impegnata ad aiutare i ragazzi dei Quartieri spagnoli.

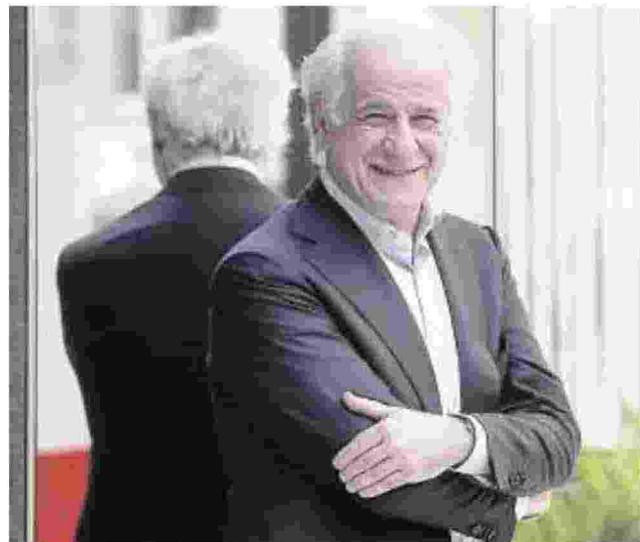
Sul fronte cinema, all'orizzonte ci sono i film sui due grandi "Eduardi" del teatro partenopeo: quello di Sergio Rubini su De Filippo, prodotto dalla Pepito dell'ex dg della Rai Agostino Saccà (nel 2016 Rubini aveva già interpretato "La stoffa dei sogni", liberamente tratto dalla pièce "L'arte della commedia" di Eduardo), e

quello di Mario Martone su Scarpetta, "Qui rido io", prodotto da Indigo, nel quale il regista ritrova il sodalizio con Toni Servillo. Le riprese stanno per iniziare.

Negli ultimi mesi Napoli si è già accesa sul grande schermo con "Sono solo fantasmi", commedia firmata Christian De Sica, e "L'immortale", lo spin-off della serie tv "Gomorra" diretto da Marco D'Amore, che ha incassato oltre 5 milioni. Un successo che amplifica l'attesa per la quinta stagione dell'epopea criminale originata dal romanzo di Roberto Saviano. E Napoli ricomparirà a breve nelle sale e in tv. Da aprile le riprese de "Il bambino nascosto", diretto dal neo direttore dello Stabile partenopeo Roberto Andò e tratto dal suo stesso libro, ambientato a San Pietro a Majella, con Silvio Orlando nei panni di un maestro di pianoforte al conservatorio. Ed è prossima anche l'uscita de "Il ladro di giorni", diretto dal napoletano Guido Lombardi, autore dell'omonimo romanzo. Il 10 febbraio, invece, andrà in onda la prima puntata della nuova "Amica geniale", tratta dal secondo libro. Gli autori sono già al lavoro sulla terza, perché il motore del cinema non si ferma mai. E quello di Napoli neanche. Non a caso, Regione Campania e Film Commission vanno avanti a ritmo serrato nel percorso per l'apertura del Distretto dell'Audiovisivo che nei prossimi mesi dovrebbe vedere la luce negli ampi spazi della ex base Nato di Bagnoli.



PROTAGONISTI
In alto Gassmann con lo scrittore De Giovanni, a sinistra il camion per l'allestimento del set in via Petrarca (A. Garofalo - Newfotosud) e, a destra, Servillo





Recensioni
Richard Jewell,
quell'eroe
che l'America
ha rinnegato

Cabona a pag. 25

Una scena di "Richard Jewell". A destra, una location per matrimoni in Giamaica



Prima visione Il nuovo film di Clint Eastwood racconta il caso, realmente accaduto, di Richard Jewell, il vigilante che salvò diverse vite nell'attentato ad Atlanta del 1996 e che fu accusato di esserne l'autore

Storia dell'eroe rinnegato che sfida i tabù americani

UN'OPERA CHE DESCRIVE LA QUOTIDIANITÀ NEL SUD DEGLI USA E CON POCHI TOCCHI E POCHI MEZZI RIESCE A SCANSARE I CLICHÉ

POLIZIESCO

Vigilia delle Olimpiadi di Atlanta, Georgia, nel 1996. Una bomba fa morti e feriti. Senza l'intervento del vigilante Richard Jewell sarebbe una strage. La città trova il suo eroe. Ma la polizia federale dice: «Ha trovato la bomba perché l'aveva messa lui e l'ha fatto per passare da eroe». Da questa realtà comincia il film *Richard Jewell* di Clint Eastwood.

Paul Walter Hauser (già visto in *Tonya*) è un convincente vigilante, che, trentenne, convive con la madre (Kathy Bates), obesa come lo è il figlio. Non ha moglie, allora è gay? Di certo colleziona armi e ha un precedente penale... Gli ingredienti per farne un mostro ci sono. Un avvocato (Sam Rockwell) dissi-

perebbe le ombre, ma la giornalista Kathy Scruggs (Olivia Wilde) alle ombre dà un corpo. Anche il suo, quando occorre.

TESI

José Giovanni scriveva e dirigeva film memorabili con Jean Gabin, Lino Ventura, Alain Delon, Gérard Depardieu, che erano requisitorie contro la "costruzione" di un colpevole che non lo è. Proprio come quelli di José Giovanni, il film di Eastwood non è "a tesi" e quindi lo spettatore non si sente dettare le conclusioni. Evento raro.

Con pochi tocchi e pochi mezzi, *Richard Jewell* racconta la quotidianità nel Sud, dove l'eredità della guerra civile è solo la bandiera confederata in manifestazioni pubbliche. Ma il presunto cattivo è un bianco onesto fino alla pedanteria, non il fallito, bieco razzista dei legal thriller degli Anni '50 e '60. Come in *Mezzanotte nel giardino del bene e del male*, girato anch'esso in Georgia da Eastwood, *Richard Jewell* scansa dunque i cliché.

Gli abusi di potere non vengono da un governatore redivo, ma da agenti federali ligi a

Clinton. E la rara violazione di un tabù: per il cinema americano di qualità, infatti, ogni presidente democratico è un buon presidente. Eastwood ricorda poi che Kathy Scruggs, realmente esistita, diffamava un innocente. Ora contro il film di Eastwood è in atto lo stesso tipo di boicottaggio che ha colpito *L'ufficiale e la spia* di Roman Polanski e *Un giorno di pioggia a New York* di Woody Allen. Forse qualcuno odia tutti i registi nati negli Anni '30 che sono ancora attivi...

IL RISARCIMENTO

Essenziale, drammatico, ma senza enfasi (l'opposto di *The Joker*), *Richard Jewell* risarcisce un poveruomo, morto giovane e dimenticato nel 2007. Sobria direzione degli attori (no smorfie, no urla, no gesticolazione) e linearità della messa in scena ci ricordano che Don Siegel è il vero maestro di Eastwood.

Maurizio Cabona

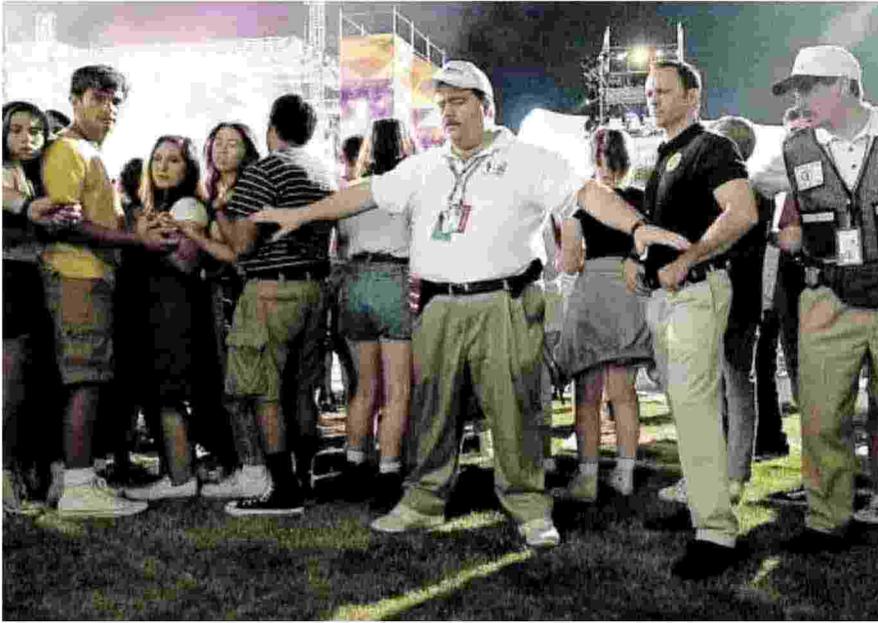
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Richard Jewell

POLIZIESCO, USA, 129'

★ ★ ★ 1/2

di Clint Eastwood. Con Paul Walter Hauser, Kathy Bates, Sam Rockwell



Qui sopra e a fianco, Paul Walter Hauser, 33 anni, in due scene del film "Richard Jewell", diretto da Clint Eastwood



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Mulan diventa un film

Dopo il «cartone» Disney, con un cast di oltre 900 attori. A marzo in Italia

«**U**na guerriera con grazia». Si definisce così Niki Caro, regista neozelandese che ha diretto il remake del cartone Disney *Mulan*, sugli schermi italiani dal 26 marzo, portando «in battaglia» sul set un cast di 900 attori.

Una guerriera tenace e sensibile come Mulan (interpretata da Yifei Liu), ragazza di un piccolo villaggio cinese che per proteggere la sua famiglia si traveste da uomo e risponde alle armi dell'imperatore, prende il posto del padre malato e si arruola nella leggendaria Armata Imperiale cinese per difendere il paese dagli Unni. «Leale, vera e impavida», come riportano le incisioni sulla spada del padre, coraggiosa anche nel mostrare le paure perché, per avere coraggio, bisogna avere paura.

Un personaggio, quello tratto dalla tradizionale ballata cinese di Mulan, che già nel 1998, anno di uscita del cartone Disney, raccontava una storia di forza e successo al femminile lontana dalle più classiche principesse che attendono il principe azzurro: «l'empowerment femminile è nel dna di questa storia, Mulan ha un percorso che mi ha appassionato: la vediamo compiere un cammino di crescita da ragazzina del villaggio a soldato

uomo a guerriero. Rappresenta tutti noi ed è una storia per tutti: c'è un elemento femminile, ma anche una fluidità di genere che rende la storia valida per tutti», ha detto la regista.

E in questa sua impresa al femminile Mulan ce la farà senza l'aiuto del drago Mushu, grande assente nel film: un personaggio «insostituibile» e talmente «perfetto che è impossibile ricrearlo», ha spiegato la regista. In questo remake «ho voluto onorare l'animazione Disney e anche la ballata originale. Il mio compito è stato quello di renderla reale».

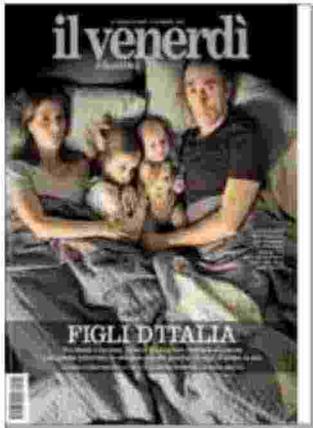
Sfatando il cliché del «film d'azione, film roba da maschi», dirigere *Mulan* per Niki Caro è stata «la cosa più naturale del mondo». E mentre di solito gli action movie devono risultare «cool, qui ho cercato di concentrare le scene sulla storia, sull'anima. Per questo risulta più reale. Mulan è una donna che guida un esercito di uomini, è quello che ho cercato di fare anche io e mi sento assolutamente a mio agio come donna in questo mondo», ha spiegato. «Quando è travestita da uomo, pur essendo leale, coraggiosa e impavida, non è sincera e solo quando mostra la sua vera identità riesce a essere potente davvero. È questo il mio messaggio al mondo», ha concluso la regista.



L'ATTRICE Yifei Liu è Mulan



Domani il Venerdì



Mastandrea e i figli d'Italia

L'intervista sul Venerdì in edicola domani

Mastandrea: "I figli? Bulldozer capaci di abbattere palazzi"

L'attore, con Paola Cortellesi, è protagonista di "Figli", in sala dal 23
Diretto da Giuseppe Bonito, è l'ultimo film di Mattia Torre

«I figli sono mine piazzate dalla vita». Valerio Mastandrea non usa mezzi termini per descrivere la sua esperienza di padre. Intervistato in esclusiva per il Venerdì, in edicola domani, da Angelo Carotenuto l'attore romano si racconta in occasione dell'uscita al cinema il 23 gennaio di *Figli*, il film di Mattia Torre con la regia di Giuseppe Bonito.

Con Paola Cortellesi come protagonista femminile, la commedia racconta una coppia che deve fare i conti con la nascita del secondo bambino, il lavoro precario e i genitori che non ci pensano proprio a calarsi nel ruolo di nonni. «Quando è nato mio figlio», ammette Mastandrea, «mi è parso un bulldozer che buttava giù il palazzo nel quale avevo abitato per 38 anni. I figli sono un vincolo che non scade

mai, sono come la tua squadra di pallone. Non si cambiano». Ultimo film di Mattia Torre, scomparso lo scorso luglio, *Figli* è per Mastandrea, che interpretò un suo celebre monologo sulla paternità, anche l'occasione di ricordare l'amico: «Ha lasciato una ferita profonda, da non curare, in modo che l'energia che ha dato a ognuno di noi possa stare nell'aria».

La storia di copertina del Venerdì si completa con un articolo di Paola Zanuttini che ripercorre il rapporto stretto che c'è sempre stato tra il cinema italiano e la famiglia e con un'intervista di Claudia Arletti al sociologo Marzio Barbagli che analizza perché nel nostro Paese di figli se ne fanno sempre meno.

ANDRÀ SU AMAZON

Svelato il cast della serie tv «Il signore degli anelli»

Annunciato il cast della serie tv Amazon «Il signore degli anelli», tratta dal capolavoro di Tolkien: Ismael Cruz Córdova, Charlie Vickers, Ema Horvath, Markella Kavenagh, Owain Arthur, Nazanin Boniadi (attrice iraniana già vista in «Iron Man»), Tom Budge, Tyro Emuh, Sophia Nomvete, Megan Richards, Dylan Smith e Daniel Weyman. Morfydd Clark dovrebbe interpretare Galadriel. Alla sceneggiatura, oltre a J.D. Payne e Patrick McKay si sono aggiunti Bryan Cogman («Game of Thrones»), Gennifer Hutchison («Breaking Bed»).



FuoriSerie

di Matteo Sacchi

«The New Pope» è un'orgia visiva (bellissima) ma che stanca in fretta

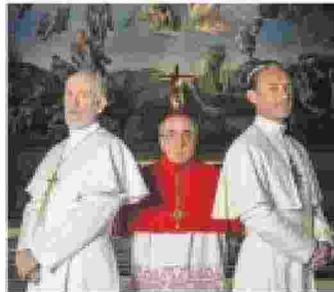
In pratica, parlando di serie televisive, in questo periodo è quasi impossibile non inciampare almeno una volta in The New Pope, la nuova serie Sky di Paolo Sorrentino. Allora via il dente via il dolore affrontiamo il seguito di The Young Pope che fu indubbiamente la serie più spiazzante e visionaria del 2016. Gli episodi 2 e 7 erano stati già mostrati in anteprima a Venezia agli addetti ai lavori. Ora il pubblico è impattato nel primo episodio che ha destato una certa dose di scandalo e le proteste del patriarcato di Venezia: ha duramente criticato la scena con croce fluorescente e bal-

letto davanti alla riproduzione delle Nozze di Cana di Paolo Veronese.

Le polemiche in una serie come The New Pope sono scontate, senza provocazione non avrebbe senso. Più preoccupante, dal punto di vista del telespettatore, potrebbe essere il senso di noia che si rischia di respirare guardandola. E la parola noia era invece semplicemente inaccostabile a qualsiasi puntata di The Young Pope (leggi prima stagione).

Sia chiaro, dal punto di vista delle immagini Sorrentino è sempre Sorrentino. Inquadrature iconiche, sequenze perfette, fotografia curatissi-

ma. Ma la trama stenta, e nonostante qualche battuta felice, spesso affidata a Silvio Orlando (che interpreta Angelo Voiello), il tutto scivola via in una fastosità barocca che pe-



rò non diverte.

A volte il grottesco supera la dose dell'accettabile. E non perché dia scandalo ma perché è ridicolo senza l'ammenda dell'ironia. Qualche esempio? I francescani che fanno da guardia del corpo pauperista al pontefice Francesco II sembrano usciti da una commedia di serie Z degli anni Settanta. Le suore trasformate in ballerine e che dormono in una sorta di educando dell'Ottocento? Il grado zero della fantasia pop in un video di Lady Gaga. Insomma l'impressione è quella di vedere un regista che faccia il verso a Sorrentino senza esserlo.





DEBUTTO IN TV

Tarantino, in arrivo una serie western: ci sarà DiCaprio?

Quentin Tarantino dirigerà "Bounty Law", serie tv western spin-off di "C'era una volta a... Hollywood", già introdotta nel film. Lo ha rivelato lo stesso regista in un'intervista a Deadline: «Già pronti 5 episodi da mezz'ora». Ignoti produttore e protagonista. Si parla con insistenza del ritorno di Leonardo DiCaprio.



ASCOLTI



Sport

16,3%

4 mln 233 mila spettatori
Inter - Cagliari Rai1

Fiction

12%

2 mln 435 mila spettatori
New Amsterdam Canale 5

Intrattenimento

11,02%

2 mln 179 mila spettatori
La pupa e il secchione... Italia 1



MEDIASET: -0,73%

Prosiebensat perde un consigliere: possibile occasione per il Biscione

Uno spostamento di tasselli che potrebbe portare Mediaset nella stanza dei bottoni del gruppo media tedesco Prosiebensat, di cui il Biscione è primo azionista con il 15,1 per cento.

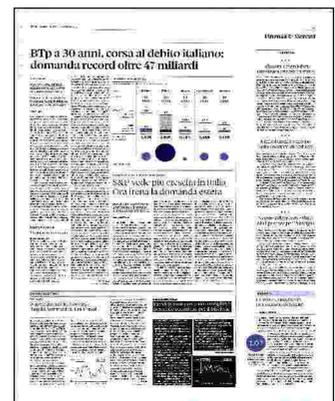
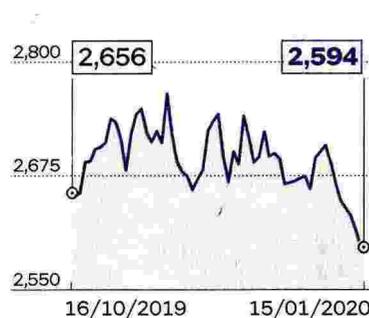
Contattato dall'agenzia Radiocor il gruppo di Cologno non ha commentato, ma nelle more dello scontro al calor bianco con Vivendi - e che in Italia arriverà a una resa dei conti il 21 gennaio con l'udienza al Tribunale di Milano - per Mediaset dalla Germania arrivano notizie tutt'altro che strategicamente indifferenti. Secondo quanto anticipato da Handelsblatt, Angelika Gifford, ex manager di Microsoft e Hewlett-Packard è stata scelta da Facebook come nuova vicepresidente delle attività europee. Nomina che determina l'uscita dal Consiglio di Sorveglianza di Prosiebensat che occupava dal 2015 e in cui era stata rieletta a giugno con mandato

fino al 2022. Un'occasione per Mediaset di esprimere un proprio rappresentante negli organi sociali del broadcaster tedesco?

Di certo ci sarebbe stato un sondaggio da parte del gruppo tedesco guidato da Max Conze visto che Mediaset è primo socio. Il nome, da individuare a breve, dovrà del resto essere ratificato nella prima assemblea degli azionisti.

—**Andrea Biondi**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ASCOLTI TV A DICEMBRE

**Vola Mediaset,
Rai Uno vince
nelle 24 ore e
nel prime time**

Plazzotta a pag. 19

Crescono Italia Uno e Rete 4. Canale 5 balza di 1,6 punti di share in seconda serata

**Ascolti, a dicembre vola Mediaset
Rai Uno vince nelle 24 ore e nel prime time. In calo Rai Due**

DI CLAUDIO PLAZZOTTA

Dicembre: un mese splendido per Mediaset, i cui canali televisivi recuperano tanti punti percentuali di ascolto rispetto al dicembre 2018; negativo per la Rai, e in particolare per la seconda serata di Rai Uno; e bruttarello pure per Sky, che, anche a causa del flop dell'ultima edizione di *X-Factor*, vede calare di un punto percentuale l'audience dei suoi canali in prima e seconda serata.

Rai Uno resta saldamente il canale più visto della televisione italiana sia nelle 24 ore, sia soprattutto in prime time, fa-

scia oraria nella quale, col suo 18,45% di share medio, stacca di quasi quattro punti Canale 5. Perde però colpi in seconda serata, dove cala nettamente al 13%. Malino Rai Due, che dopo la non stratosferica annata di direzione di **Carlo Freccero**, non decolla neppure sotto le cure di **Ludovico Di Meo**: appena 5,2% di share nelle 24 ore (sotto Italia Uno) e 5,6% in prima serata (ancora molto dietro Italia Uno). In leggera flessione pure Rai Tre, dove il direttore **Stefano Coletta** è appena stato promosso alla guida di Rai Uno, e che comunque può contare su un saldo 7,3% di rete nelle 24 ore, con un palinsesto fortissimo soprattutto dalle 12 alle 20,30.

I canali Mediaset invece hanno un dicembre molto positivo in prima serata (Italia Uno cresce di oltre un punto a quota 6,1%, Rete 4 di più di mezzo punto al 4,74%) e ottimo in seconda serata, dove anche Canale 5 ha un balzo di 1,6 punti al 12,8% di share. L'intero ventaglio di canali Mediaset raggiunge il 32,42% di share nelle 24 ore (35,8% quello dei brand Rai), il 33,8% in prima serata (36,1% quello Rai) e vola al 36,2% in seconda serata (+6 punti rispetto al dicembre 2018), sopravanzando nettamente Rai ferma al 30,4% Rai (-3,6 punti).

La7 prosegue il suo momento no, e flette al 3,2% sulle 24 ore

e al 4,1% in prime time, e pure il portfolio di canali Sky cala al 6,9% complessivo nelle 24 ore e al 7,4% in prima serata. Discovery si conferma davanti a Sky nelle 24 ore (7,6% totale) e in seconda serata (8,3% vs 7,8% del ventaglio Sky), e gode del momento magico di Nove. Viacom Italia, infine, con l'integrazione di Super!, sale al 2,4% nelle 24 ore e al 2% in prime time. Molto bene Paramount network all'1,1% in prima serata. Ma d'altronde i canali di cinema funzionano (1,73% di Iris, 1,3% di Rai Movie), al punto che il 20 gennaio Mediaset farà debuttare Cine34, tutto dedicato al cinema italiano.

—© Riproduzione riservata—



Così le performance, emittente per emittente

Sintesi mensile 1A,
emittenti nazionali,
giorno medio mensile,
fasce standard

Dicembre 2019 (dal 01/12/19 al 28/12/19) Target: Individui 4+ (58.564.265)

		02.00	07.00	09.00	12.00	15.00	18.00	20.30	22.30
		25.59	09.00	12.00	15.00	18.00	20.30	22.30	25.59
Rai Uno	AM	1.705.433	1.012.956	1.165.480	2.067.906	1.669.611	3.736.980	4.445.289	1.529.610
	SH	16,19	18,97	17,76	15,11	13,14	20,62	18,45	12,99
Rai Due	AM	550.854	148.321	232.199	999.911	708.771	777.196	1.354.962	615.669
	SH	5,23	2,78	3,54	7,31	5,58	4,29	5,62	5,23
Rai Tre	AM	766.958	465.024	403.250	1.100.252	1.004.688	1.799.312	1.407.168	655.508
	SH	7,28	8,71	6,15	8,04	7,91	9,93	5,84	5,57
Rai Yoyo	AM	112.606	89.454	134.555	168.073	138.609	233.525	164.604	65.892
	SH	1,07	1,67	2,05	1,23	1,09	1,29	0,68	0,56
Totale Rai	AM	3.769.898	2.088.991	2.412.251	5.039.964	4.312.574	7.553.097	8.702.215	3.579.257
	SH	35,80	39,11	36,76	36,82	33,95	41,67	36,11	30,40
Canale 5	AM	1.565.324	879.217	720.943	2.247.807	2.206.856	2.851.305	3.515.520	1.503.922
	SH	14,86	16,46	10,99	16,42	17,37	15,73	14,59	12,77
Italia 1	AM	569.630	103.369	205.938	951.303	496.833	745.770	1.477.233	955.668
	SH	5,41	1,94	3,14	6,95	3,91	4,11	6,13	8,12
Rete 4	AM	428.535	55.800	178.509	541.528	514.773	712.972	1.143.290	616.361
	SH	4,07	1,04	2,72	3,96	4,05	3,93	4,74	5,23
Iris	AM	149.161	44.282	76.894	135.244	166.810	224.480	417.890	231.518
	SH	1,42	0,83	1,17	0,99	1,31	1,24	1,73	1,97
Totale Mediaset	AM	3.414.304	1.475.595	1.691.506	4.634.181	4.146.882	5.521.322	8.140.306	4.258.331
	SH	32,42	27,63	25,78	33,86	32,65	30,46	33,78	36,16
La7	AM	341.586	244.871	276.461	431.015	289.624	404.783	992.444	428.944
	SH	3,24	4,58	4,21	3,15	2,28	2,23	4,12	3,64
La7d	AM	48.953	12.135	30.639	44.233	93.682	50.534	80.740	85.541
	SH	0,46	0,23	0,47	0,32	0,74	0,28	0,34	0,73
Totale La7	AM	390.539	257.006	307.100	475.248	383.306	455.317	1.073.184	514.485
	SH	3,71	4,81	4,68	3,47	3,02	2,51	4,45	4,37
TV8	AM	222.449	55.816	130.011	268.058	332.728	314.262	515.232	282.829
	SH	2,11	1,05	1,98	1,96	2,62	1,73	2,14	2,40
Totale Sky	AM	724.946	281.222	424.299	766.625	989.578	1.096.625	1.800.000	922.013
	SH	6,88	5,27	6,47	5,60	7,79	6,05	7,47	7,83
Totale De Agostini Editore	AM	25.842	16.746	24.518	34.316	35.270	41.423	40.814	22.799
	SH	0,25	0,31	0,37	0,25	0,28	0,23	0,17	0,19
NOVE	AM	173.797	96.194	128.173	203.812	212.375	220.935	418.501	209.113
	SH	1,65	1,80	1,95	1,49	1,67	1,22	1,74	1,78
Totale Discovery	AM	797.642	415.927	572.038	986.952	1.015.394	1.181.350	1.522.036	978.611
	SH	7,57	7,79	8,72	7,21	7,99	6,52	6,32	8,31
Totale Disney	AM	7.733	6.696	7.484	10.198	11.207	19.115	11.592	3.222
	SH	0,07	0,13	0,11	0,07	0,09	0,11	0,05	0,03
Totale Fox	AM	83.778	24.047	38.020	84.767	107.525	130.405	216.209	113.761
	SH	0,80	0,45	0,58	0,62	0,85	0,72	0,90	0,97
Totale Viacom	AM	251.656	112.986	179.566	322.632	356.009	422.755	480.626	276.304
	SH	2,39	2,12	2,74	2,36	2,80	2,33	1,99	2,35
Totale Turner	AM	7.248	6.576	6.931	10.521	9.837	15.903	12.246	3.406
	SH	0,07	0,12	0,11	0,08	0,08	0,09	0,05	0,03
Tv2000	AM	83.778	105.277	101.932	85.533	110.793	178.780	108.449	51.791
	SH	0,80	1,97	1,55	0,62	0,87	0,99	0,45	0,44
Altre Sat Non Pubblicate	AM	136.802	65.484	114.363	176.581	188.743	243.441	277.140	121.393
	SH	1,30	1,23	1,74	1,29	1,49	1,34	1,15	1,03
Altre Digitali Terrestri	AM	657.787	375.757	483.789	809.125	798.655	1.022.939	1.397.305	748.020
	SH	6,25	7,04	7,37	5,91	6,29	5,64	5,80	6,35
Totale Emittenti	AM	10.531.602	5.340.820	6.562.200	13.687.846	12.701.980	18.125.752	24.100.050	11.775.387
	SH	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

am = ascolto medio, %sh = share, %spe = penetrazione

Nota: Tutti i dati comprendono gli aspi

DATI e DATABASE di esclusiva titolarità di Auditel S.r.L. Tutti i diritti Riservati.

IL PUNTO

In Rai tv è sempre in attività lo spoil system all'amatriciana

DI SERGIO LUCIANO

Il Conte 2 non ha forse brillantemente risolto il problema dell'Ilva, quello dell'Alitalia, quello di Autostrade? Non ha forse dato una rapida e brillante soluzione alla crisi libica, non ha forse riformato finalmente, e alla grande, le pensioni e la scuola, non ha forse debellato la Xylella e costruito il ponte di Messina? E dunque la politica ora poteva ben risolvere il problema dei problemi, le nomine Rai.

Un po' come le elezioni di mid-term americane, infatti, nel carrozzone di viale Mazzini che tuttora (e tavola perfino con merito) resta la più grande azienda culturale del paese, appena la maggioranza di governo è cambiata, è partita la fibrillazione. L'amministratore delegato grillino, **Fabrizio Salini**, ha preso appena un po' di tempo, quattro mesi, per cambiare un po' di teste sovraniste, messe lì da lui (o anche da lui) quando il suo quasi omonimo Salvini contava. Adesso Salvini non conta più e, a scanso del ri-

schio che vinca le elezioni in Emilia-Romagna e dal 27 gennaio torni a contare, Salini ha tagliato teste insediate un anno e mezzo fa.

In America sono più seri: lo spoil system statunitense segue, se non altro, re-

Basti pensare che hanno deposto persino la De Santis

gole chiare, le teste si tagliano quando cambia l'amministrazione, ovvero il presidente. In Italia, a parlamento invariato ma maggioranza mutata, i vertici Rai decapitano i capetti messi in sella dai partiti della vecchia maggioranza. Capirai che lavoro stabile e che prospettive solide potranno mai avere i neonominati...

Peraltro, per varare il suo spoil system Salini ha spaccato il consiglio d'amministrazione sulle nomine che aveva proposto e se stesso; e i bookmakers hanno annotato, come si fa negli incontri di boxe, che non è stato infatti

trovato l'accordo e i numeri per il voto (non vincolante: serve solo a sbugiardare il capo azienda!), alle proposte di nomina formulate dal manager su Rai2 e Rai3, oltre che su Rai Fiction. È passata la scelta di **Stefano Coletta** alla direzione di Rai1 al posto di Teresa De Santis, più meritevole di tanti altri in realtà, giusto perché si considerava troppo salviniana una dirigente bipartisan da oltre trent'anni di Rai. Ma insomma, dal giro di giostra Salini esce irrimediabilmente dimezzato.

Qual è la sostanza? Che la Rai non è un'azienda. Le scorrerie dei diktat partitici arrivano fino all'ultimo usciere senza filtri né protezioni. Né quelli di un'Authority, né quelli della Borsa, che un po' proteggono dal mercato delle vacche, altre importanti aziende pubbliche. Va considerato un miracolo, ma veramente, che in condizioni simili la Rai non sia già fallita. Ma non perché i nuovi nominati siano peggio di quelli che sostituiscono. Semplicemente perché non si lavora così.

© Riproduzione riservata



CHESSIDICE IN VIALE DELL'EDITORIA

Antitrust, multa 5 mln a Eni per pubblicità ingannevole. Il gruppo: sorpresi, ricorriamo al Tar. L'Antitrust ha irrogato una sanzione di 5 milioni di euro a Eni per la diffusione di messaggi pubblicitari ingannevoli utilizzati nella campagna promozionale che ha riguardato il carburante Eni Diesel+, sia relativamente all'affermazione del positivo impatto ambientale connesso al suo utilizzo, che alle asserite caratteristiche di tale carburante in termini di risparmio dei consumi e di riduzioni delle emissioni gassose. Eni ha comunicato di aver «appreso con grande sorpresa la decisione dall'Autorità garante della Concorrenza e del mercato di considerare «ingannevoli» i claim ambientali», annunciando un ricorso presso il Tar del Lazio. Eni ritiene infatti di «aver illustrato nel corso del procedimento le ragioni per cui le contestazioni mosse dagli Uffici dell'Autorità devono considerarsi infondate e di aver presentato alcune decisive evidenze che confermano la correttezza metodologica e informativa della propria comunicazione commerciale».

RadioMediaset, al via la campagna per United Music. Da domenica 19 gennaio partirà la prima campagna pubblicitaria di United Music, il progetto digital audio di RadioMediaset. L'iniziativa si svilupperà nell'arco di alcune settimane con lo scopo di amplificare la notorietà del brand. Il bouquet di United Music è costituito da più di 150 digital radio la cui offerta è organizzata in canali tematici suddivisi per genere.

Tik Tok triplica l'audience in tre mesi. Cresce il fenomeno Tik Tok: da settembre a novembre 2019, secondo comScore, ha triplicato la propria audience passando da 2,1 milioni di utenti unici a 6,4 milioni facendo segnare un incremento del +202%. Il tempo speso dagli utenti ha visto invece una crescita del 75%.

Cine34 è di Mediaset. Cine34, il nuovo canale totalmente dedicato al cinema italiano che partirà dal 20 gennaio sull'1cn 34 del digitale terrestre, è di Mediaset e non di De Agostini, come erroneamente riportato ieri da ItaliaOggi.



La partita delle torri tlc

Via libera dalla Ue a Inwit-Vodafone Il 25% andrà all'estero

Il cda Telecom del 29 valuterà le offerte insieme al budget e al piano industriale

di Sara Bennewitz

MILANO Il prossimo consiglio di amministrazione di Telecom Italia convocato per il 29 gennaio si preannuncia caldo. All'ordine del giorno ci sarebbero il budget 2020, l'esame preliminare del nuovo piano industriale che sarà annunciato il 10 marzo, e una serie di questioni strategiche tra cui la rete e le torri di Inwit.

In proposito la società delle torri che sta nascendo con gli apporti delle antenne di Telecom e di Vodafone, avrebbe avuto l'ok dalla Commissione europea per la pubblicazione della notifica dell'accordo, attesa per il prossimo 17 gennaio. A quel punto decorreranno i 25 giorni lavorativi necessari al via libera definitivo, periodo che potrebbe allungarsi di 10 gior-

ni nel caso vengano richiesti eventuali rimedi. Dunque, nella migliore delle ipotesi entro il 21 febbraio e nella peggiore entro metà marzo, dovrebbe partire la nuova Inwit. Nell'attesa Tim e Vodafone vanno avanti nel processo di selezione di un possibile compratore per quel 25% del capitale che, come da accordi, dovranno vendere a un nuovo socio. L'operazione avverrà attraverso un'asta competitiva e venerdì scorso sarebbero già state raccolte le prime manifestazioni di interesse non vincolanti. Il secondo passaggio prevede la due diligence sulle torri Vodafone, di cui dovranno essere forniti tutti i dettagli tecnico-legali. Così tra fine febbraio e metà marzo, sempre che le autorizzazioni Ue procedano senza intoppi, potrebbero arrivare le offerte vincolanti e l'apertura delle buste.

Stando a quanto dicono fonti vicine all'operazione non sono attese particolari criticità neppure sul fronte dei rimedi: se la nuova Inwit che incorporerà le torri di Vodafone dovesse essere costretta a dismettere alcune antenne, ci sarebbe già la fila dei concorrenti in-

teressati a rilevarle, tra cui in primis la spagnola Cellnex dei Benetton. Il gruppo guidato da Tobias Martinez, oltre ad aver rilevato attraverso Galata una bella fetta delle torri di Wind, ha infatti siglato un contratto con Iliad per realizzare la rete di antenne 5G dell'operatore francese.

Sulle offerte non vincolanti ricevute per il 25% vige il massimo riserbo, in ambienti finanziari si apprende che non si sarebbero presentati investitori italiani, neppure F2i. Il fondo guidato da Renato Ravanelli è già azionista delle torri Mediaset un EiTowers e a novembre aveva presentato un'offerta non vincolante per il gruppo che sarebbe nato dalla creazione di una rete unica Tim-Open Fiber, progetto che al momento parrebbe di nuovo sospeso. La gara per rilevare il 25% di Inwit sarà quindi tutta tra fondi e consorzi esteri, tra cui spiccano i nomi di Ardian e Kkr. Ma ci sarebbero anche altri nomi meno noti in cordata o pronti a correre da soli. In attesa che si verifichi tutto ciò ieri le azioni di Inwit sono salite dell'1,99% a 8,9 euro per azione, per una capitalizzazione pari a 5,37 miliardi.



▲ Luigi Gubitosi, ad Telecom



Box Office France : Star Wars toujours en tête, suivi par Underwater

Par [Corentin Palanchini](#) — 15 janv. 2020 à 18:09



"L'Ascension de Skywalker" truste toujours le haut du podium, mais peut-être pour la dernière fois. Il est suivi par le thriller sous-marin "Underwater" et la nouvelle adaptation des "Filles du docteur March".



BOX-OFFICE DU 8 AU 14 JANVIER 2020 : LE TOP 10

RANG (RANG PRÉCÉDENT)	FILM	ENTRÉES	CUMUL
1 (1er)	Star Wars: L'Asce...	330 160	5 548 146
2 (Nouveauté)	Underwater	169 125	169 125
3 (6e)	Les Filles du Doct...	152 480	395 143
4 (3e)	Jumanji: next level	148 794	2 967 455
5 (stable)	Les Vétos	145 744	394 224
6 (2e)	La Reine des nei...	115 474	7 178 905
7 (4e)	Les Incognitos	97 837	845 468

RANG (RANG PRÉCÉDENT)	FILM	ENTRÉES	CUMUL
8 (Nouveauté)	Les Enfants du te...	95 545	95 545
9 (Nouveauté)	SOL	83 565	83 565
10 (7e)	Les Misérables	82 491	1 884 697

À RETENIR

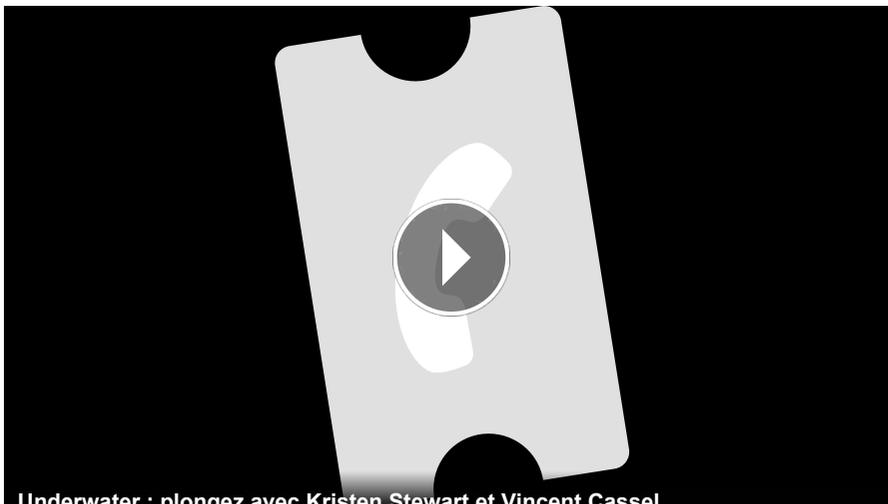
• Star Wars: L'Ascension de Skywalker est dans sa phase finale puisqu'il perd 64% de ses entrées (926 000 spectateurs la semaine dernière pour seulement 330 000 aujourd'hui). Son règne à la tête du Box office touche donc -sauf surprise- à sa fin. Il dépassera sans doute L'Attaque des clones et ses 5,6 millions d'entrées, mais devrait demeurer à la 6e place du classement box-office des films Star Wars.

• Fin de règne aussi pour La Reine des neiges 2, qui dégringole de la 2e à la 6e place du top 10. Les vacances scolaires sont terminées, les enfants ont repris l'école, et Les Incognitos vit peut-être lui aussi ses derniers instants dans le classement.

• Jumanji: next level, ne parvient pas à atteindre les 3 millions d'entrées et reste donc derrière [son prédécesseur](#) (qui avait réuni près de 3,4 millions de spectateurs).

• A noter la bonne place dans le classement du thriller sous-marin Underwater porté par [Kristen Stewart](#) et [Vincent Cassel](#), qui réalise la meilleure première semaine d'un polar porté par le comédie'n français. Les Filles du Docteur March figure aussi en bonne position dans le tableau car il bénéficie d'un bon bouche à oreille, de même que Les Misérables, qui figure désormais dans les 5 meilleures entrées en salles de l'année 2019 et ainsi, se trouve éligible au César du Public, dont le prix sera décerné le 28 février.

Kristen Stewart de Vincent Cassel au micro pour "Underwater" :



Underwater : plongez avec Kristen Stewart et Vincent Cassel

Source : CBO Box-Office

Partager cet article





Got A Tip?

HOME BUSINESS BREAKING NEWS

Apple & M. Night Shyamalan Hit With Copyright Suit Over 'Servant' Ripping Off Sundance Film



By Dominic Patten



January 15, 2020 10:31am



ADVERTISEMENT

The streaming arm of the tech giant has hit the big time with its first major Hollywood lawsuit over the thriller 'Servant' series

Apple

Just over two months since its debut, AppleTV+ finally hit the big time today with its first high profile lawsuit.

Along with director M. Night Shyamalan, the streaming arm of the Tim Cook-run tech behemoth is facing claims that its Tony Basgallop created Servant series lifts a little to liberally from Francesca Gregorini's 2013 film, *The Truth About Emanuel*.

"*Servant* is a wholesale copy of Plaintiff Francesca Gregorini's 2013 feature film *The Truth About Emanuel*," declares a copyright infringement and injunction seeking lawsuit filed today in federal court in California ([read it here](#)).

ADVERTISEMENT

"As demonstrated by the long list of key parallels catalogued in Section III(C) of this Complaint, the misappropriation is not a mere borrowed premise, idea or story," the jury seeking and graphically detailed complaint adds of the film that

Hot TV Topics

Midseason/Winter 2020 Premiere Dates

Check out the airdates for all new and returning series



opened at the [Sundance Film Festival](#) seven years ago. “Mr. Shyamalan has gone so far as to appropriate not just the plot of Emanuel—but also its use of cinematic language, creating a substantially similar feeling, mood, and theme.”

RELATED STORY

Sundance 2020: Ethan Hawke, Dee Rees, Gregg Araki & Isabella Rossellini Among Jury Members

Seeking to shut the already renewed *Servant* down, the lawsuit wants wide spread but unspecified damages as well. Interestingly, amidst the claims that “both works use magical realism to create an otherworldly mood” and more detailed allegations, one difference between *Servant* and *Emanuel* that the paperwork notes is the shift in gender. *Emanuel* was made by women and *Servant* is made by men, and that brings an “an added layer of sexism” to the AppleTV+ series.

“*Servant*’s similarities to *Emanuel* are so pervasive, and so grounded in my client’s highly creative and uniquely personal artistic choices, that the idea they might have resulted from coincidence is preposterous,” noted Gregorini’s lead lawyer David Erikson in a separate statement to Deadline. “Watching the two works leaves no doubt that my client’s copyrighted expression was cavalierly misappropriated—easily meeting the standard for copyright infringement.”

As more new series debuts loom for later this week on the November 1 launched service, [Apple](#) declined to comment on the legal action when contacted by Deadline today. The already renewed psychological horror show premiered on November 28, 2019.

Shyamalan and Basgallop EP *Servant* with Ashwin Rajan, Jason Blumenthal, Todd Black and Steve Tisch. Taylor Latham and Patrick Markey serve as co-executive producers.

ADVERTISEMENT

In this lawsuit, plaintiff Gregorini is represented by the Erikson Law Group.

Subscribe to [Deadline Breaking News Alerts](#) and keep your inbox happy.

READ MORE ABOUT: [APPLE](#) [APPLETV+](#) [M. NIGHT SHYAMALAN](#) [SERVANT](#)
[SUNDANCE FILM FESTIVAL](#)

 **Comments**

Primetime Pilot Panic

All programming news in one place, with listings



2019-20 Primetime Grid

The broadcast networks’ lineups with key matchups



DEADLINE

DAILY BROADCAST TV RATINGS

January 13, 2019

NETWORK	ADULTS 18-49 RATING	VIEWERS (IN MILLIONS)
ABC	1.3	5.26M
NBC	0.9	5.52M
CBS	0.4	3.69M
Fox	0.4	1.99M
CW	0.1	0.56M

[READ THE STORY](#)

Source: Nielsen, 14SD

Trending on Deadline

1 Democratic Debate #7 Review: Final Faceoff Before Iowa Caucuses Becomes Dull Night Of The Living Dead



2 'The Lord Of The Rings': Amazon Studios Sets Series Cast - TCA



3 Billie Eilish Recording James Bond 'No Time To Die' Theme; Hans Zimmer

BOX OFFICE MILESTONE: 'STAR WARS: RISE OF SKYWALKER' CROSSES \$1B GLOBALLY

The J.J. Abrams-directed tentpole achieved the milestone on its 28th day in release. J.J. Abrams' Star Wars: The Rise of Skywalker rode past the billion-dollar mark at the worldwide box office on Tuesday, its 28th day in release. The movie's domestic tally is \$481.3 million, while it has amassed \$519.7 million overseas for a worldwide tally of \$1.001 billion. The big question now is where the Disney and Lucasfilm's tentpole ultimately lands in comparison to the last installment, Star Wars: The Last Jedi, which topped out at \$1.33 billion globally. Analysts believe Skywalker has a shot at \$1.2 billion to \$1.25 billion.

The movie closes out the Skywalker saga that George Lucas first brought to the big screen 42 years ago. Abrams gathered together numerous stars from Star Wars: The Force Awakens and Last Jedi — led by Daisy Ridley as Rey and Adam Driver as Kylo Ren — as well as actors from the original Star Wars pics, including Mark Hamill, Billy Dee Williams and the late Carrie Fisher. The Star Wars franchise will now take a hiatus from the big screen as Lucasfilm regroup.

Rise of Skywalker capped a record-shattering year for Disney, which has now seen seven of its 2019 releases join the billion-dollar club. The others are Avengers: Endgame (the top-grossing film of all time, with \$2.79 billion globally), The Lion King (\$1.65 billion), Frozen 2 (\$1.37 billion), Captain Marvel (\$1.12 billion), Toy Story 4 (1.07 billion), and Aladdin (\$1.05 billion). Sony's Spider-Man: Far From Home (\$1.31 billion) — which was produced by Disney's Marvel Studios — and Warner Bros.' Joker (\$1.06 billion) were the other two 2019 movies achieving the milestone. More to come.

Sign up for our other newsletters. Sign up for our other newsletters.

[BOX OFFICE MILESTONE: 'STAR WARS: RISE OF SKYWALKER' CROSSES \$1B GLOBALLY]



HOME > BIZ > NEWS

JANUARY 15, 2020 10:03AM PT

M. Night Shyamalan Accused of 'Gender Arrogance' in Copyright Lawsuit

By GENE MADDAUS



A female director filed a copyright infringement suit on Wednesday against M. Night Shyamalan and Apple, accusing them of bastardizing her 2013 film and re-envisioning it through a male gaze.

Francesca Gregorini wrote and directed "The Truth About Emanuel," a psychological thriller about a woman who forms a relationship with a doll after the death of her infant. In the suit, she accuses Shyamalan of lifting elements from the film for his Apple TV Plus series "Servant."

The series, created by Tony Basgallop, debuted in November with Shyamalan as executive producer. It also tells the story of a couple who raise a doll as their son after the death of an infant.

According to the suit, Gregorini's story emerged from her difficulty with conceiving a child and from growing up with an absent mother. The suit alleges that the Apple TV Plus series took the same themes and filtered them through a male lens, with men who

★ Most Viewed



How 'Crisis on Infinite Earths' Pulled Off Its Ezra Miller Cameo



AEW to Expand to Two Nights a Week With New Multi-Year



Nexstar to Launch National Primetime Newscast on WGN

ADVERTISEMENT

talk about a woman's "insanity" and debate whether a nanny is "f--able."

ADVERTISEMENT

"If 'Servant' showcases anything, it is the gender arrogance and inequity still infecting Hollywood (and apparently Cupertino)," the suit alleges. "The result of this caricature of the male gaze is the utter bastardization of Ms. Gregorini's work. It's an apt metaphor for the real-life version of what could happen here: It takes only a few old guard Hollywood men, such as Mr. Shyamalan and Mr. Basgallop, and their new Silicon Valley partner Apple TV+, to negate the considerable achievements and life experiences of the women behind 'Emanuel,' and to irredeemably tarnish their work."

Apple declined to comment on the suit.

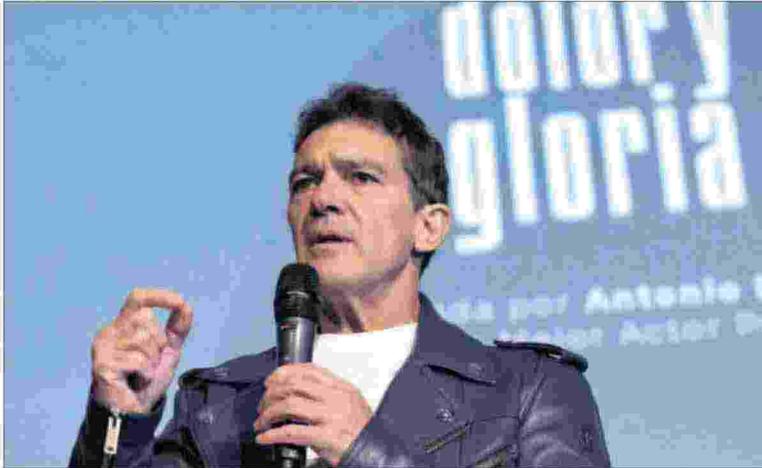
Must Read



FILM
'No Time to Die': A Rare Interview With the Keepers of James Bond



DOCUMENT PAGES TEXT Zoom Search



El actor Antonio Banderas en Málaga esta semana. // FEDERICO TORRA

Vanity Fair' y 'Deadline' rectifican tras describir al actor malagueño como el único nominado al Oscar "de color"

¿Antonio Banderas es un hombre blanco?

ANTONIA LABORDE, Washington
 Mientras la Academia de Hollywood (68% de hombres; 84% de blancos) recibía palos este lunes por la falta de diversidad entre los nominados a los premios Oscar de 2020, algunos medios estadounidenses señalaron que Antonio Banderas era el único actor "de color" que competirá por la estatuilla. Entonces los dardos cambiaron de dirección. En España, sorprendió la etiqueta, y en las redes sociales se tachó a la prensa anglosajona de "racista" y "paleta" por no considerar que el protagonista de *Dolor y Gloria* es un intérprete europeo y blanco.

Deadline —que publicó en Twitter que solo dos actores "de color" habían sido nominados, refiriéndose a Banderas y a la actriz afroamericana Cynthia Erivo—, eliminó el mensaje tras el alud de críticas. *Vanity Fair* —que mencionaba a los dos artistas como miembros de una misma comunidad, aclarando que "los españoles no son técnicamente considerados personas de color"— eliminó la frase unas horas después. En septiembre Rosalía, calificada como latina, hispana y europea, protagonizó una polémica similar en los premios MTV.

En Estados Unidos, las etiquetas étnicas tienen, desde hace décadas un peso político, ya que han sido utilizadas para luchar contra la discriminación y a favor de la visibilidad de distintas comunidades. En los setenta el censo incluyó la clasificación "hispano" para agrupar a todas las personas que procedían de países hispanohablantes: México, Puerto Rico, Cuba... Anteriormente los mexicano-americanos por ejemplo, debían marcar que eran blancos, pero estaban en desacuerdo porque querían reivindicar sus orígenes y aparecieron grupos de activistas que lucha-



La cantante Rosalía.

ron para tener una categoría propia. El término hispano tampoco contentó a quienes no se sentían identificados con la herencia colonial española con la que resonaba el término. Entonces surgió "latino", que además incluía a indígenas y brasileños.

La socióloga Clara Rodríguez, especialista en temas de clasificaciones raciales y étnicas, lo primero que le pregunta a sus alumnos de la Universidad de Fordham (Nueva York) es "¿Qué son?". A veces un dominicano con la piel muy oscura no dice que es negro y otras veces una afroamericana se define como mestiza. "La raza es una construcción social que varía según dónde crece la persona y el país en el que vive. Yo en Puerto Rico soy blanca y en EE UU no", comenta. Sobre si Antonio Banderas es una persona de color su respuesta es simple: "Hay que preguntarle a él". Ricky Martin no es moreno y se identifica como persona de color por su origen puertorriqueño", concluye.

El escritor Ed Morales, autor de *Latinx: la nueva fuerza en política y cultura*, aclara que el lenguaje también es un determi-

nante racial muy importante en EE UU. "Si te detiene un policía y tienes un acento español muy marcado, su percepción sobre tu raza, independiente de cómo te veas, puede cambiar", comenta por teléfono. Añade que antes de la Segunda Guerra Mundial ningún estadounidense hubiese considerado blanco a Antonio Banderas, ni a ningún europeo del sur: "Cuando lucharon con nosotros, la definición de blanco cambió".

Una herramienta clave para entender cómo ha evolucionado la relación de EE UU con la raza o la etnia es el censo. La encuesta arrancó en torno a 1800 con solo tres opciones: blanco libre, otras personas libres o esclavos. La última versión, de 2010 permite distinguir entre hispanos, latinos o de origen español y, después especifica mexicanos, puertorriqueños, cubanos, de un origen distinto... "Hace 30 años la mayoría pensaba que era obvio de qué raza era cada uno y que era algo genético y biológico; ahora mucha más gente piensa que es una construcción social. Y eso es progreso. Ahora se entiende mejor la idea compleja de que la raza depende de la percepción que tiene cada uno de sí mismo", explica Morales, colaborador de *The New York Times* y *The Washington Post*.

A Ramón A. Gutiérrez, profesor de Historia de la Universidad de Chicago, le hace gracia la polémica. "Algunos medios usaron la foto de Banderas como ejemplo de que Hollywood no es racista, pero el resultado fue racismo y exclusión". Como la mayoría de los especialistas en el tema, defiende que la raza es subjetiva y cita al activista afroamericano Malcolm X: "La idea de raza en Estado Unidos es como la marca Cadillac, hay un nuevo modelo cada año, pero la discriminación continúa".



125121

James und Kathryn Murdoch

Medien-Clan streitet über Buschbrände

LONDON Familienkrach bei den Murdochs: James und seine Ehefrau Kathryn greifen Vater Rupert Murdoch an, dessen Sender und Zeitungen in den vergangenen Wochen immer wieder einen Zusammenhang zwischen den Buschbränden in Australien und dem Klimawandel abgestritten hatten. Der 88-jährige Medienunternehmer selbst gilt als Klimawandelskeptiker. Der britische „Guardian“ zitierte einen Sprecher des Paares mit den Worten: „Kathryn und James sind ausgesprochen unzufrieden da-

mit, wie das Thema bei News Corp. und Fox dargestellt wird.“ Immer wieder hatten sich die australischen Sender und Zeitungen der Gruppen über die Klimadebatte echauffert. Fox und News Corp. sind die wichtigsten Unternehmen im Imperium von Rupert Murdoch. Sein Sohn James Murdoch, 47, ist unter anderem Aufsichtsrat von News Corp., des Zeitungskonglomerats der Familie. Der Zwist fällt in eine sensible Zeit: Die Nachfolgefrage wird für den hochbetagten Rupert Murdoch immer dringlicher.



Un vampire moderne et pince-sans-rire

L'adaptation du « Dracula » de Bram Stoker prend quelques licences parfois grotesques avec le mythe fondateur

NETFLIX
 À LA DEMANDE
 MINISÉRIE

Depuis près d'un siècle (le premier film daterait de 1921), les adaptations audiovisuelles de *Dracula*, le roman de l'écrivain britannique Bram Stoker (1847-1912) publié en 1897, sont légion.

La dernière en date est une minisérie créée par Steven Moffat et Mark Gatiss pour la BBC, qui l'a diffusée en tout début d'année, suivie de très près par Netflix, qui en a récupéré les droits pour le reste du monde. Elle ne compte que trois épisodes aux dimen-

sions de téléfilms d'environ 90 minutes chacun : le premier montre Jonathan Harker, notaire, se rendre au château du comte Dracula puis être interrogé sur son aventure transformatrice par une nonne ; le deuxième est entièrement marin, pendant la traversée de Dracula vers l'Angleterre ; le troisième est situé sur la terre ferme d'Albion.

Contrairement aux deux premières, cette dernière partie se déroule à notre époque (la nonne de 1897 revient sous les traits d'une descendante) : la chose n'est ni singulière ni nouvelle. Elle permet un savoureux décalage entre le personnage à cape noire et rouge qui a passé cent vingt-trois ans

dans un cercueil sous-marin et les nouvelles technologies auxquelles il s'habitue très vite.

L'une des vertus de cette moulture de *Dracula* est qu'elle pratique l'humour. Pas celui du *Bal des vampires* (1967), la parodie drôlesime de Roman Polanski, mais un esprit pince-sans-rire qui pourrait davantage l'apparenter à celui de la série *What We Do in the Shadows*, de Jemaine Clement et Taika Waititi – la dimension satirique en moins.

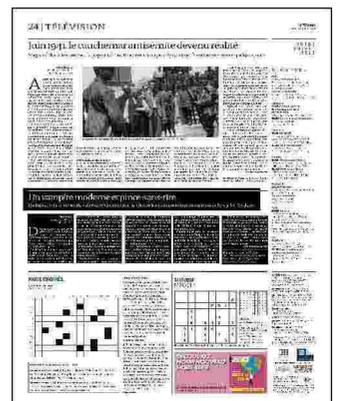
Cependant ce *Dracula* ne gagne pas toujours à s'éloigner du mythe fondateur : on regrettera en particulier l'arrivée de personnages de jeunes morts-vivants et l'on se serait passé de l'interprétation un

peu grossière de la psyché du vampire qui conduit à une fin passablement grotesque. Et l'abus de musique angoissante qui colle aux images de synthèse finit par lasser.

Il fait peu de doute, en revanche, que chacun s'accordera à tresser des lauriers (et non des bottes d'ail) à l'acteur danois Claes Bang, Dracula aux allures de James Bond (avec crocs accessoirisés), et à la piquante Dolly Wells dans un double rôle (avec, puis sans accent) où elle excelle au cours des trois parties. ■

RENAUD MACHART

Dracula, de Steven Moffat et Mark Gatiss. Avec Claes Bang, Dolly Wells, Josh Heffernan (RU, 2020, 3 × 89-91 min).



Netflix accusé de transférer aux Pays-Bas ses profits britanniques

PLATEFORME

La plateforme aurait déplacé en 2018 entre 327 et 430 millions de dollars de profits réalisés hors des Etats-Unis.

Alexandre Couinis
@alexandrecouinis
— Correspondant à Londres

Netflix est dans la ligne de mire au Royaume-Uni. La plateforme de streaming américaine y est ouvertement accusée d'évasion fiscale par un think tank spécialisé sur la fiscalité. Selon TaxWatch UK, l'entreprise californienne aurait transféré rien qu'en 2018 entre 327 et 430 millions de dollars de profits réalisés hors des Etats-Unis, et notamment au Royaume-Uni, en direction de pays à la fiscalité alléguée, à commencer par les Pays-Bas où son siège

européen est installé. La filiale néerlandaise, Netflix International BV, a récolté 5,5 milliards d'euros de revenus en 2018, soit 6,27 milliards de dollars sur les 7,8 milliards de dollars de revenus déclarés par le groupe au titre du « streaming à l'international ». Avec sa maison mère Netflix International Holdings BV, elle a réalisé un profit de 151 millions d'euros en 2018, soit une marge de seulement 2,7 % obtenue grâce au paiement de 4 milliards d'euros aux « autres entreprises du groupe ». La feuille d'impôt de la filiale s'élève à 91,61 millions d'euros en 2018, dont 84,9 millions payés... au fisc brésilien !

Allègements fiscaux

L'accusation est d'autant plus embarrassante pour Netflix que celui-ci a bénéficié de 51.000 livres (57.000 euros) de dégrèvements fiscaux de la part du gouvernement britannique en 2018. Le groupe aurait même réclamé 924.000 livres d'allègements fiscaux sur 2017

et 2018, misant sur la politique qui vise à assurer l'attractivité du Royaume-Uni en matière de production audiovisuelle. Sont notamment éligibles les séries de qualité réalisées dans le pays, comme les épisodes à plus de 1 million de livres l'unité de la saga « The Crown ». Netflix emploierait plus de 200 personnes au Royaume-Uni, où il a investi 500 millions de dollars pour produire plus de 50 programmes télévisés ou films l'an dernier.

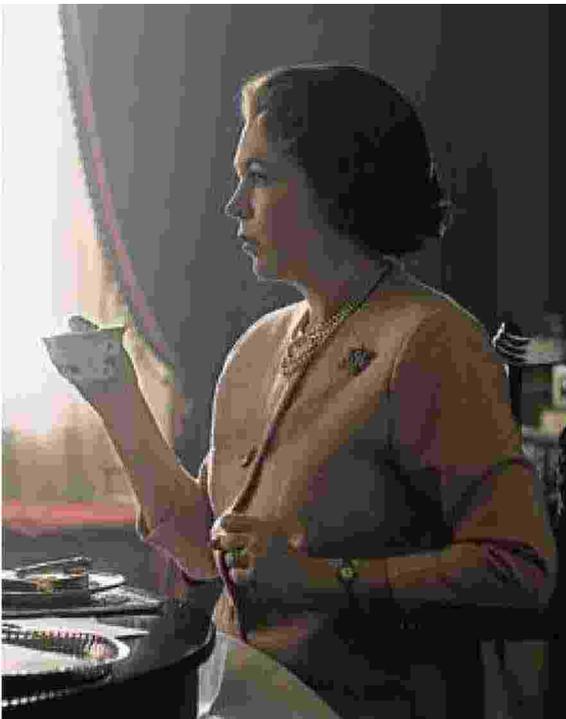
Netflix avait déjà été soupçonné d'évasion fiscale en Italie.

Netflix compte plus de 10 millions d'abonnés payants au Royaume-Uni, qui lui permettent d'empocher plus de 860 millions de livres de revenus par an. Mais son rapport financier britannique ne fait état que de 48 millions d'euros de revenus outre-Manche, pour un bénéfice

avant impôt de 2,3 millions d'euros.

Le sujet pourrait devenir éminemment politique au Royaume-Uni, où le numéro deux du Parti travailliste, John McDonnell, s'en est déjà saisi. Ce rapport montre que le gouvernement de Boris Johnson ne peut se contenter de mettre en place son projet de taxe sur les services numériques, a-t-il jugé dans le « Guardian ». Une taxe qui pourrait rapporter 400 millions de livres par an, mais dont Netflix est exonéré, précise George Turner, le directeur de TaxWatch UK.

Netflix avait déjà été soupçonné d'évasion fiscale en Italie, où le parquet de Milan a ouvert une enquête à son encontre. « Netflix a toujours payé les impôts requis dans les pays où nous opérons », a indiqué un porte-parole de Netflix après les accusations portées contre lui au Royaume-Uni. Le groupe, dont la valorisation boursière atteint 150 milliards de dollars, a dégagé 1,2 milliard de profits au niveau mondial en 2018. ■



Netflix emploierait plus de 200 personnes au Royaume-Uni, où il a fortement investi pour produire plus de 50 programmes télévisés ou films en 2019. Parmi eux, la saison 3 de la série « The Crown ».



Among 1.4 billion people, 200 'Star Wars' fans

Most Chinese viewers unmoved by the latest film and the wider franchise

BY ALAN YUHAS

The assault was swift and sustained: 500 Stormtroopers stood on the Great Wall. X-Wings swooped into Shanghai and Beijing. Lightsabers crackled in theaters across the country.

And millions of moviegoers responded: This again? Who cares?

One after another, "Star Wars" movies have flopped in China, defying efforts to bring one of the most successful franchises in history into a market that has printed money for the heroes, monsters and robots of other films. The latest "Star Wars" movie, "The Rise of Skywalker," has followed the trend by grossing nearly a billion dollars worldwide and barely breaking \$20 million in China.

The episodes that came before it didn't do much better, for reasons that include history, geopolitics and a distinct lack of the nostalgia that drove viewers in the United States. Thousands of Americans lined up in costumes for each premiere: "The Force Awakens" opened to almost a quarter-billion dollars in the United States in 2015; two years later, "The Last Jedi" made nearly as much; and "The Rise of Skywalker" raked in \$177 million in its first few days last month.

In China, those movies opened to \$52 million, \$28 million and \$12 million.

Chen Tao, who manages China's biggest fan website, Star Wars Fans China, estimated that China's fan clubs have fewer than 200 members in all.

As ticket sales for "The Last Jedi" dwindled in China a few years ago, a college student in Beijing, Xu Meng, told The South China Morning Post that the filmmakers should try new stories, new characters — and a new name. "If the new 'Star Wars' sequels were not named after 'Star Wars,' it would be better," she said.

Another student, Lang Yifei, called the series "heavy and gloomy," adding: "I think they need to give up on the old stories."

The diminishing returns from the series in China are in spite of Disney's aggressive marketing efforts. The company deployed miniature Stormtroopers and life-size starfighters, and collab-

orated with Chinese partners on a host of projects, including translated books and a music video by a Chinese-Korean boy band.

The campaign underscores how much money is at stake in the Chinese film market, now the second largest in the world. The latest "Avengers" movie grossed more than half a billion dollars there, and series like "Transformers" and "The Fast and the Furious" consistently make hundreds of millions of dollars.

The difference, film historians and industry experts said, is that movies like "Hobbs & Shaw" or "Jurassic World" can mostly stand apart from the stories they followed, and that Chinese audiences have grown up with series like Marvel's comic-book heroes.

But almost no one in China grew up with the original "Star Wars." When the first films were released in the late 1970s and early '80s, China was coming out of the Cultural Revolution, an era in which Western entertainment was suppressed and people with ties to the West were persecuted.

"That basically wiped out the first six films of the franchise," said Michael Berry, a professor of Chinese literature and film at the University of California, Los Angeles. "It didn't have the opportunity to get its hooks in."

With "somewhat abstruse, complicated jargons and plots," said Ying Xiao, a professor of China studies and film at the University of Florida, "it is quite difficult for a Chinese audience who was not raised along with sequels to comprehend, digest and appreciate the attraction."

And while the first three films inspired untold tons of merchandise the movies remained essentially unknown in China.

Parents did not pass action figures, lunchboxes or VHS tapes on to their children. By the time the prequel trilogy was released around the turn of the century, with Chinese theaters opening up, Skywalker was still a foreign word.

"Most people would say that Disney did too little too late, that 'Star Wars' was dead on arrival," said Stanley Rosen, a professor at the University of Southern California who studies Chinese society and cinema.

But the company made "semiheroic efforts," he said, to make its latest films work in China, where the market is tightly regulated and watched by censors.

A spokesman for Disney did not re-

spond to a request for comment.

Ms. Xiao said that the current trade war hampered both Hollywood and the Chinese film industry, saying nationalistic sentiments made it "more challenging and formidable nowadays for films to break down the walls and to cross the national, cultural boundaries."

China's box office has recently been dominated by homegrown competitors, Ms. Xiao noted. Those include "Ip Man 4," the latest in a martial arts saga, and "The Wandering Earth," an example of "hard" science fiction that Mr. Rosen said is more popular in China than the "science fiction soap opera" of "Star Wars."

And over the last decade, China's film industry has matured across production, directing, marketing and acting, said Marc Ganis, the president of the entertainment company Jiaflix. He noted that "Star Wars" had struggled in other Asian countries with tougher competition at home, like Japan and South Korea.

For the "Star Wars" spinoff "Rogue One," Disney filmmakers cast two stars well-known to Asian audiences — Donnie Yen and Jiang Wen — to small effect.

In a 2018 interview, Mr. Yen attributed the film's struggles in China to its long back story, which he compared with the relative simplicity — and success — of comic-book movies. "Marvel is a lot easier to understand," he said. "Star Wars; there's a whole universe out there."

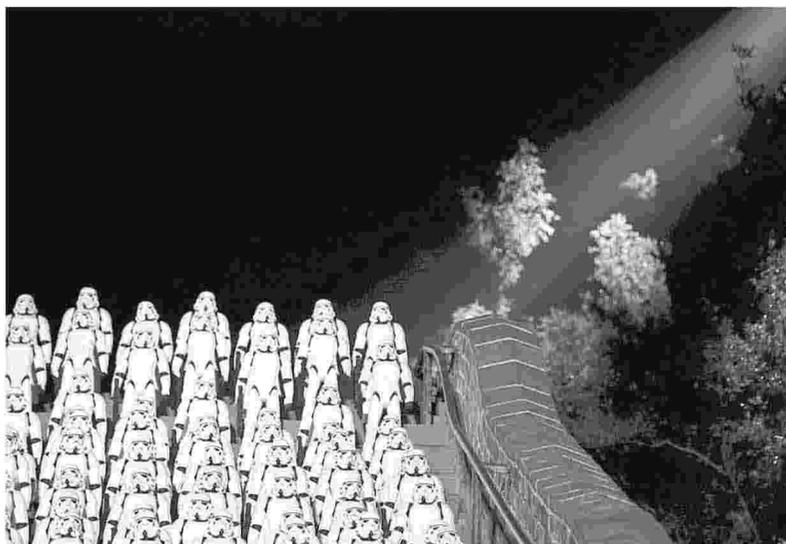
As if to prove his point, "Avengers: Endgame" made more in its 2019 opening weekend in China than all the "Star Wars" premieres combined.

And some selling points of the original trilogy — like the special effects that awed audiences in the '70s and '80s — are more charming than revolutionary in the 21st century, said Aynne Kokas, a professor at the University of Virginia and the author of "Hollywood Made in China."

"Star Wars' in the West is really a kind of generational phenomenon," she said, "the experience of sharing your experience with your kids." She noted that the arc of the series was largely about family and full of callbacks, an evolving mythology and generational transitions.

"What we've seen is a lot of derivative activity, a lot of derivative characters, efforts to recapture the magic of the original trilogy," she said. "That hasn't caught on with audiences" in China.

Daniel Victor and Cao Li contributed reporting.



JASON LEE/REUTERS

Hundreds of Stormtroopers lined the steps of the Great Wall of China in 2015 before the release of "Star Wars: The Force Awakens." They didn't sell many tickets.



New E.U. trade chief sets out to mend sour U.S. relations

BY JACK EWING

Europe's new trade commissioner arrived in Washington on a mission to prevent the Trump administration from ruining the European economy.

But with trans-Atlantic relations already at a low point, Phil Hogan, a blunt, physically imposing Irishman, will probably do well if he can simply prevent things from going any further downhill.

As Mr. Hogan began a four-day visit on Monday, his first as trade commissioner, the list of reasons for the United States and Europe to be angry at each other was long and getting longer.

The United States, upset at France's plans to tax technology companies, is threatening tariffs that would double the price of imported French wine. The European Union accuses the administration of paralyzing the system for resolving trade disputes, ushering in an era of conflict and disorder.

Punishing tariffs on European steel and aluminum remain in place. The administration continues to dangle the threat of duties on European cars, which would be economically devastating for the Continent. Europeans are deeply alarmed by what they regard as the president's recklessness in the Middle East.

Mr. Hogan brings a set of skills different from those of Cecilia Malmstrom, whom he succeeded as the European Union's top trade official in December. Some in Brussels think his rawer style will make him a better match for the current occupant of the White House.

Mr. Hogan recently said, for example, that by leaving the European Union, the British people were trading in a Rolls-Royce for a used sedan. The statement was seen as particularly cheeky coming from an Irishman who will also be responsible for negotiating a trade deal with Britain as part of its withdrawal from the European Union, a herculean task.

"He is more direct," said Luisa Santos, the director for international relations

at BusinessEurope, an industry group. Gender may also play a role, Ms. Santos said. There is a widespread perception in Washington and Brussels that Trump officials were not comfortable with Ms. Malmstrom, an assertive Swede.

"He is probably the right person for this moment," Ms. Santos said.

But it's unclear whether Mr. Hogan, who declined requests for an interview, will have any more success than Ms. Malmstrom at repairing the largest trade partnership in the world, worth \$1 trillion a year.

His agenda includes meetings with Robert Lighthizer, the United States trade representative; Steven Mnuchin, the Treasury secretary; and Wilbur Ross, the secretary of commerce. To

varying degrees, all support the president's hard line on trade relations.

On Tuesday, there was a sign that the United States and Europe were still capable of cooperating. Mr. Hogan, Mr. Lighthizer and Kajiyama Hiroshi, the Japanese minister of economy, trade and industry, said in a joint statement that they would work together to tighten international rules on government subsidies and forced transfer of technology.

The statement was clearly aimed at China, which is often accused of propping up its companies to give them an unfair advantage over foreign competitors, and of forcing foreign companies to share sensitive technology in return for permission to operate in China. The three countries also agreed to work together to reform the World Trade Organization, a key objective of the Europeans.

A 6-foot-5 former farmer from Kilkenny in southern Ireland, Mr. Hogan spent much of his political career in the trenches of Irish domestic politics, helping to build the centrist Fine Gael party into Ireland's strongest bloc. He was Fine Gael's director of organization in the early 2000s, and later head of the party's national election campaign.

"Phil knew every candidate, he knew every constituency," said Ciaran Conlon, a former Fine Gael spokesman who is now director of public policy for Microsoft in Ireland.

Mr. Hogan's feel for retail politics served him well, Mr. Conlon said, when he later became the European commissioner responsible for agriculture, the job he held until December.

Mr. Hogan organized town meetings with farmers around Europe, and attended funerals of prominent farm leaders. His approach helped to combat the European Commission's reputation for aloofness.

As agriculture commissioner, Mr. Hogan was often involved in trade talks, and gained a reputation for being canny and well prepared. Farm products are typically the most politically sensitive component of trade deals. A plan to reach a more comprehensive trans-Atlantic trade deal early on in Mr. Trump's tenure fell apart over disagreements about how to address agriculture.

"He's a very, very good negotiator," said Sorin Moisa, a former member of the European Parliament from Romania and a former European trade official.

Ms. Malmstrom managed to prevent the president from carrying through on a threat to penalize European car imports, which would be devastating for the Continent's economy.

But little remains of the optimism that followed a meeting in July 2018 between Mr. Trump and Jean-Claude Juncker, then the president of the European Commission.

The two men said they would work to reduce tariffs to zero and eliminate reg-

ulations that hindered trans-Atlantic trade.

The European Union and the United States are each other's largest trading partner, and there is general agreement that both sides would benefit from lower trade barriers.

Progress has been modest at best. In July, they agreed to recognize each other's inspections of factories that produce pharmaceuticals. The agreement eliminates the need for duplicate inspections and should cut the cost of drug production.

But in most other ways, the relationship has only turned more sour.

The Europeans accuse the United States of crippling the W.T.O. by blocking the appointments of new members to a crucial panel that hears appeals in trade disputes. The panel effectively ceased to function in December when several members' terms expired.

Without a system to enforce trade rules, Mr. Hogan told members of the European Parliament last year, "Well, then, there isn't any point in having agreements."

"We have asked the U.S. to engage with us, and they have refused to do so," he said.

As the norms that have governed world trade crumble, countries are responding to disputes with tit-for-tat retaliation and displays of power.

After France said it would impose a so-called digital tax on technology companies — a measure clearly aimed at Silicon Valley — the United States threatened 100 percent tariffs on French wine, handbags, cookware and other products.

"When sides take unilateral actions that harm the other side, that are inconsistent with international norms, the other side has a right to be angry," said Clete Willems, a partner at the law firm Akin Gump who was an economic adviser in the White House until last year. "That's where we are with the E.U. now."

There is plenty of ire to go around. The Europeans are angry at the United States for imposing sanctions on companies helping to build the Nord Stream 2 gas pipeline between Russia and Germany.

Both sides are mad about what they say are illegal subsidies to their flagship aircraft manufacturers.

The United States is putting \$7.5 billion in tariffs on European products in retaliation for illegal aid to Airbus, and the Europeans are expected to retaliate in kind for what they say are illegal subsidies to Boeing.

Mr. Hogan will try to convince his American counterparts that Europe and the United States should work together to rein in China, in part by fixing the W.T.O. He also plans meetings on Capitol Hill, where his Irish-ness is likely to play well.

Nobody is expecting a major break-

through, but there is some hope that the trip could signal the start of a gradual improvement in the trade relationship.

"I don't think either side wants this to go back into a deep hole again and spiral into negativity," said Susan Danger, chief executive of the American Chamber of Commerce to the European Union. "Both sides want to kick off in a positive way."

Ana Swanson contributed reporting.



HAYOUNG JEON/EPA VIA SHUTTERSTOCK

Phil Hogan of Ireland became the European Union's trade commissioner last month. He is described as being "more direct" than his predecessor, Cecilia Malmstrom.



Amazon Courts Big-Name Authors

Dean Koontz has one of the largest fan bases of core book buyers among U.S. fiction authors, but sales of his novels have softened in recent years.

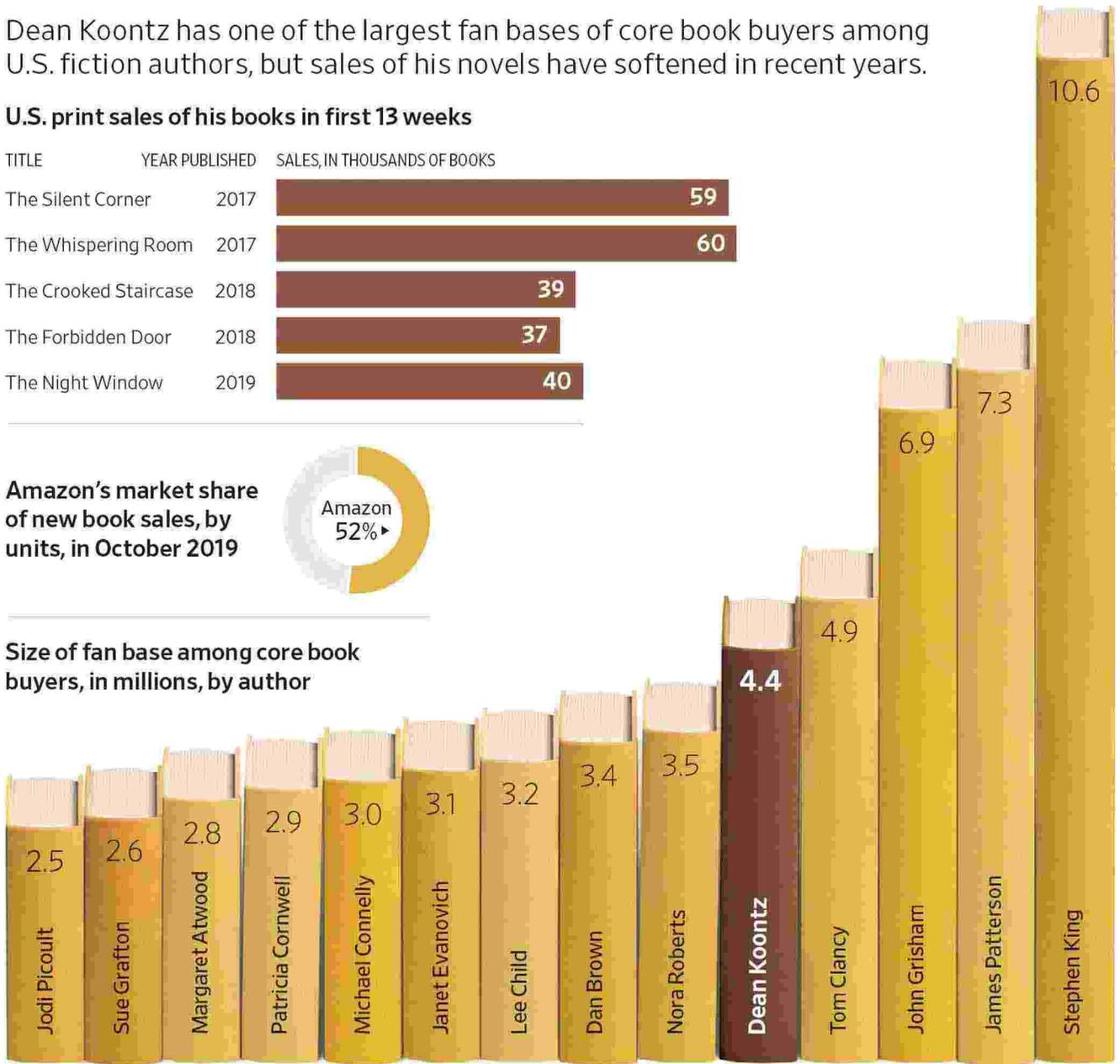
U.S. print sales of his books in first 13 weeks

TITLE	YEAR PUBLISHED	SALES, IN THOUSANDS OF BOOKS
The Silent Corner	2017	59
The Whispering Room	2017	60
The Crooked Staircase	2018	39
The Forbidden Door	2018	37
The Night Window	2019	40

Amazon's market share of new book sales, by units, in October 2019



Size of fan base among core book buyers, in millions, by author



Sources: NPD Group (U.S. print sales); Codex Group LLC (Amazon market share and fan base)

By JEFFREY A. TRACHTENBERG

When Dean Koontz's book contract expired last year, his stature as one of the country's top-selling authors made him a hot target for several major publishing houses. He chose Amazon.com Inc.

It was a surprising move because it means his new books

likely won't appear in retail stores, which generally boycott Amazon-published titles. But Mr. Koontz is banking on Amazon's vast retail machine to get his work to readers, whether in physical or digital formats.

"Maybe I won't be in some stores or make the New York Times best-seller list, but I'm willing to take that risk and I

think we'll sell more books in all formats," Mr. Koontz said.

Amazon dominates the U.S. book-retail market—accounting for over half of all new books sold in October, according to research firm Codex Group—but it is also a force as a book publisher. Signing up blue-chip authors like Mr. Koontz could make the company an even

more formidable threat to the traditional industry, led by publishing houses such as Penguin Random House, which is controlled by Germany's Bertelsmann SE, ViacomCBS Inc.'s Simon & Schuster and
Please turn to page B4

E-Retailer Courts Authors

Continued from page B1

HarperCollins Publishers, which is owned by Wall Street Journal parent **News Corp.**

Mr. Koontz's first novel for Amazon is expected to publish March 31. He already has published a collection of short stories, "Nameless," that generated over a million downloads in the first month after its debut last November. The stories are available only as e-books and audiobooks.

Mr. Koontz, whose over 100 books include hits like "Odd Thomas" and "Watchers," isn't the only high-profile writer Amazon Publishing has snared. In 2018, Patricia Cornwell signed a two-book deal; the first novel, "Quantum," was published last October and enjoyed brisk downloads despite poor reviews. Both Mr. Koontz and Ms. Cornwell are in the top 25 of all currently published U.S. adult fiction writers, as measured by the size of their most dedicated fan bases, according to consumer surveys by Codex.

Amazon Publishing already has 16 imprints in the U.S. churning out titles from thrillers to romance novels.

The fact Amazon is both a book publisher and the dominant book retailer is unlikely, on its own, to raise antitrust issues, said legal and media ex-

perts. Current antitrust laws are meant to increase consumer welfare, so Amazon's low prices act as a shield.

"When prices are low for the customer, that improves consumer welfare even if it puts out of business people who are charging more," said Gregory Arenson, an antitrust lawyer and partner at Kaplan Fox & Kilsheimer LLP.

Mr. Arenson said Amazon might be in violation of antitrust laws, however, if it is using its platform to provide an advantage to books it publishes that it doesn't provide to other book publishers.

"Amazon offers all publishers a variety of marketing programs, including adding titles to subscription programs like Kindle Unlimited, Amazon First Reads and Prime Reading," a spokeswoman for Amazon said.

Amazon can promise writers a big paycheck, agents say, and a powerful e-commerce platform and marketing tools to promote sales of their work.

"Quantum" sold only 6,000 hardcover copies through Nov. 23, according to NPD BookScan, a unit of **NPD Group Inc.** A spokeswoman for Amazon Publishing said the book has "reached approximately 600,000 readers across print, audio and digital sales and downloads."

"They are playing a long game with a lot of authors, and yes, it worries me," said a senior executive at one of the largest publishing companies.

Amazon isn't "aggressively hunting big-name authors," said Jeff Belle, vice president of Amazon Publishing. But it cultivates relationships with writers, he said, and is willing to "write

checks for great content."

The downside for high-profile authors of tying up with Amazon is that Barnes & Noble Inc. and independent booksellers shun Amazon's books. It is possible Barnes & Noble could change its approach under the new management team that took over after hedge fund **Elliott Management Corp.** acquired the retailer last summer.

"I am surprised that there is an overt policy at Barnes & Noble to boycott and generally would not personally be in favor of this," James Daunt, the bookseller's chief executive, said last month.

For Mr. Koontz—who has sold more than 500 million books world-wide—the opportunity to reach new readers through Amazon's extensive promotions was too good to ignore, he said.

"We had seven or eight offers, but Amazon offered the most complete marketing plan, and that was the deciding factor," said Mr. Koontz, 74 years old.

The pact Mr. Koontz signed last spring with Amazon Publishing's Thomas & Mercer imprint ended his long relationship with Bantam Books, an imprint of Penguin Random House, the world's largest consumer book publisher. A spokeswoman for Bantam Books, which has published more than 50 of his works, declined to comment.

The six "Nameless" short stories, which feature a vigilante who suffers from amnesia, sell for \$1.99 each. Subscribers to the Amazon Kindle Unlimited service can access them as part of their membership, as can Amazon Prime users.

Mr. Koontz said another reason he signed with Amazon Publishing is because he enjoyed close ties with audiobook publisher Brilliance Audio even before it was acquired by Amazon in 2007.

Mr. Koontz's success with Brilliance Audio caught the eye of Julia Sommerfeld, editorial director of the Amazon imprint Amazon Original Stories, who suggested working together. The novella that followed, "Ricochet Joe," was published in December 2017 exclusively as an Amazon e-book and audiobook.

"There was no paperback, no hardcover, but hundreds of thousands of people read it with their e-readers, and he was well compensated," said Richard Pine, his literary agent.

The ability to reach new potential readers was also an attraction for Ms. Cornwell, best known for her novels featuring fictional medical examiner Dr. Kay Scarpetta.

Ms. Cornwell signed a two-book contract with Amazon's Thomas & Mercer imprint in 2018. Her most recent Kay Scarpetta novels had been published by HarperCollins Publishers, which declined to comment.

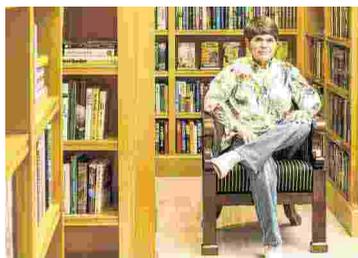
"She's not scared of shaking it up," said Ms. Cornwell's agent, Jeremy Barber, a partner at **United Talent Agency LLC.**

Ms. Cornwell's "Quantum," the first in a new series, disappointed many readers, with 35% of the reviewers on Amazon.com giving it one star.

The author said she is underwhelmed. "I'm building a new audience, and yes, I'm getting kicked around in reviews, but I know what I'm doing," she said.

16

The number of Amazon Publishing imprints in the U.S.



Dean Koontz's first novel for the online seller is expected to publish March 31. 'I think we'll sell more books in all formats,' he said.

STREETWISE | By James Mackintosh

The Fed Probably Didn't Cause The Stock Market Melt-Up



Should Tesla Chief Executive Elon Musk be sending a thank-you letter to the Federal Reserve? Put another way: Is it more than coincidence that Tesla's stock—and the rest of the market—has soared since the Fed starting buying Treasuries again in October?

The answer is that the Fed probably isn't the cause of the stunning rally in Tesla or stocks more broadly, at least in the usual way of thinking about causes. On the other hand, if the Fed hadn't acted, the market would almost certainly be

lower, possibly disastrously so.

The case for thanking the Fed is that in the three months since it started buying bills, the S&P 500 is up 11%, and Tesla has doubled. Not only does the timing fit the Fed action perfectly, but something similar happened in the run-up to the year 2000 as the Fed opened a gusher of money to wash away any "millennium bug" year-end dangers, and the dot-com bubble inflated spectacularly.

Jim Bianco, president of Bianco Research, says the Fed's bill purchases feed through into stocks exactly the way that quantitative

easing, or bond purchases, do: via what central bankers call the "portfolio balance channel." The Fed buys a Treasury security, putting cash into the hands of its previous owner. That person then has to buy something slightly more risky, in turn putting cash into the hands of its owner.

"Everybody takes one step to the right and at the end of the line is small-cap stocks," he explains. Smaller stocks lagged behind the S&P 500 until the end of the summer and took off in October, although they have underperformed again since Christmas.

Please turn to page B12

Bank Move Didn't Spur Melt-Up

Continued from page B1

Yet, this mechanical explanation for QE was suspect at the time and remains suspect today. Both the 2010 and 2012 rounds of rising share prices came with rising bond yields, suggesting investors weren't just being forced out of safe assets, but that demand for the safety of Treasuries was falling. The same thing has happened since October; 10-year yields were already off their lows, but have risen to 1.84% from 1.66% since the Fed intervened.

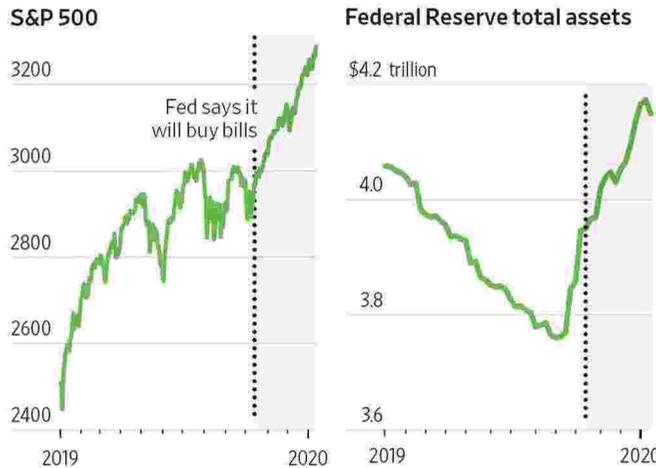
At the very least, there is no neat step up in demand for slightly riskier assets from those who sell to the Fed; if there were, in this model, Treasury yields should be down or flat as holders of bills buy Treasuries instead.

Back in the QE periods, my preferred explanation was what central bankers call the signaling channel: The Fed's buying showed it was putting its money where its mouth was, showing both its willingness to act and its commitment to rates staying low for a long time. Stocks, inflation expectations and bond yields duly rose, as financial theory would expect from a dovish Fed move.

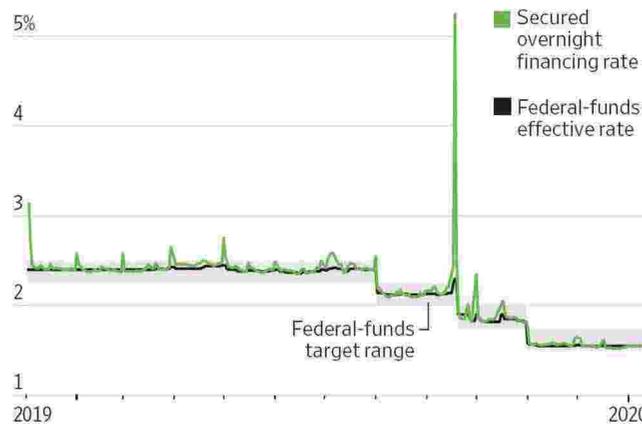
The Fed's latest intervention is different. It isn't supposed to have any signaling effect, because the Fed insists the bill purchases are just about fixing the chaos

Don't Fight Coincidence

Stocks began a big rally when the Federal Reserve started buying Treasuries again.



After the spike in overnight repurchase rates in September, Fed intervention pushed down effective rates from the middle to almost the bottom of the target range.



Sources: FactSet (S&P 500); Federal Reserve Bank of St. Louis (assets, rates)

that briefly took hold of short-term money markets in September, not trying to change monetary policy.

Yet, there is no denying the rise in the markets. It could just be chance: The U.S.-China trade war calmed down and investor concerns about the economy eased in the autumn, both of which helped stocks.

There are two direct effects of the Fed's buying which might have helped. First, the Fed took away worries about a broken money market.

In September, the overnight secured borrowing rate of repurchase agreements briefly jumped to 10% from just 2.1% earlier in the month, and the federal-funds rate breached the top of the

Fed's target range for the first time since it was introduced at the height of the 2008 financial crisis.

To the extent that investors were braced for money markets to keep malfunctioning, stocks should have been hit by fears that traders could be unable to access the short-term loans they need to hold assets instead of cash. The Fed purchases and its own multibillion-dollar repo program soothed those fears, so probably helped stock markets rise.

Second, the Fed has carried out a hidden rate cut amounting to about a third of a normal 0.25 percentage-point cut.

Before the money-market panic, effective interest rates were in the middle of the Fed's range, both for interbank lending in the federal-funds market and for overnight repo. Both were slightly above the interest rate the Fed pays banks on excess reserves.

That has changed, with the Fed cutting the rate it pays to be to just 0.05 points above the bottom of its range, while the interbank rate no longer trades above it and overnight repo has shifted to be at or slightly below it. Money is just that bit cheaper, which should support stocks a little.

Neither of these justifies a solid year's worth of stock-price gains in three months, let alone the doubling of Tesla's shares. Investors might be treating the Fed action as signaling even more dovishness, or—my own theory—shares have mostly gone up for other reasons. Either way, Mr. Musk should probably save his thank-you notes for someone other than Fed Chairman Jerome Powell.

INFLUENCER

'Veep' Creator Takes On Sci-Fi and Dickens

BY CARYN JAMES

WRITER Armando Iannucci's latest projects—a comedy series set in space called “Avenue 5” and a movie of Charles Dickens’ “David Copperfield”—take him back to his roots in two fields unlikely to mix: sketch comedy and literary studies.

Before writing the political satires he is known for, including the television series “Veep,” Mr. Iannucci was writing a dissertation at Oxford University about religious language in “Paradise Lost.” He dropped out when he realized that you can sing the opening lines of “Paradise Lost” to the tune of the “Flintstones” theme song.

“That’s the point where I thought, OK, I’m not taking this seriously,” he says. “You can’t unhear that.”

In “Avenue 5,” (premiering on HBO Jan. 19), Hugh Laurie plays Ryan Clark, captain of a spaceship that is the futuristic version of a luxury cruise liner. When the ship is knocked off course, he has to deal with dissatisfied passengers and dead bodies floating outside the window. Mr. Iannucci directed and co-wrote “The Personal History of David Copperfield,” (opening on May 8), which includes a multicultural cast led by Dev Patel. Mr. Laurie co-stars in that project and plays Mr. Dick, haunted by thoughts of King Charles I.

Mr. Iannucci talked to the Journal about setting his new works in the future and the past. Edited excerpts: **Why did you make a futuristic science-fiction comedy?**

I’m a sci-fi fan, so when I’m thinking of a theme, I will think of “What’s the sci-fi version of that?”

But also the spaceship is just a holding bay for the themes I want to look at—leadership, power, wealth, how society works, what happens when it breaks down. The sci-fi element is minimal once we’re up there. It’s a cliché, but all sci-fi is really about today.

It’s a common assumption that it’s harder to satirize politics today because reality overtakes it. Have you deliberately turned away from politics as a subject?

No. My first instinct is not necessarily political. I think unintentionally I seem to be moving away from the present day, possibly because the present day is going to take a little bit of time to assess how to respond to it.

There is a lot of social satire embedded in “Avenue 5.” What targets did you have in mind?

In later episodes we start looking at things like what is true and what isn’t true. If people believe something, is that just as valid as things that are factually true? The series starts to prod away at themes that are current, because things like social media and the fact we’re all hooked on our devices is now having as big an impact on our lives as, say, the president is.

I want to explore those elements of our everyday life, not just the things that make it into stories on our front pages.

Did the story take any surprising turns as you were writing it?

It was surprising how quickly we got it into a very absurd and dark place. The bridge does look like a bridge of a spaceship and Ryan

does look like a ship’s captain. With each episode layers are peeled away and by the end actual reality is far different from what we assumed when we started.

You’ve been a Dickens fan for a long time, and even made a documentary about him in 2012. How has he inspired your comedy writing?

He wants to make something entertaining that speaks to a wide audience. At the same time he’s not nervous of dealing with difficult subjects, themes of loss and poverty, at all times making sure that we concentrate on the humanity at the center of it.

In “David Copperfield,” was your goal to take characters like Mr. Micawber, who are often seen as caricatures, and show that humanity?

Absolutely. We’ve grown up on this idea of Micawber being a jolly, roly-poly figure, but in fact he’s a man demonized by debt. I wanted Peter Capaldi to bring that out in his performance. Mr. Dick is the first genuine portrayal in English to show mental illness, described as mental illness. With Hugh Laurie, we discussed being quite true about that and not making Mr. Dick just a figure of fun for being eccentric. He’s a fragile human being.

How is Dickens relevant today?

“David Copperfield” is all about the perennial problem of status anxiety. Everyone goes through some point in their life where they think: Am I doing OK? Am I fitting in?

What does multicultural casting give you in the film?

I wanted the film to feel fresh and vibrant, not like it was old-fashioned, dusty history. Therefore it’s important that it reflects society today as well as society of 1840.

A Satirical Journey

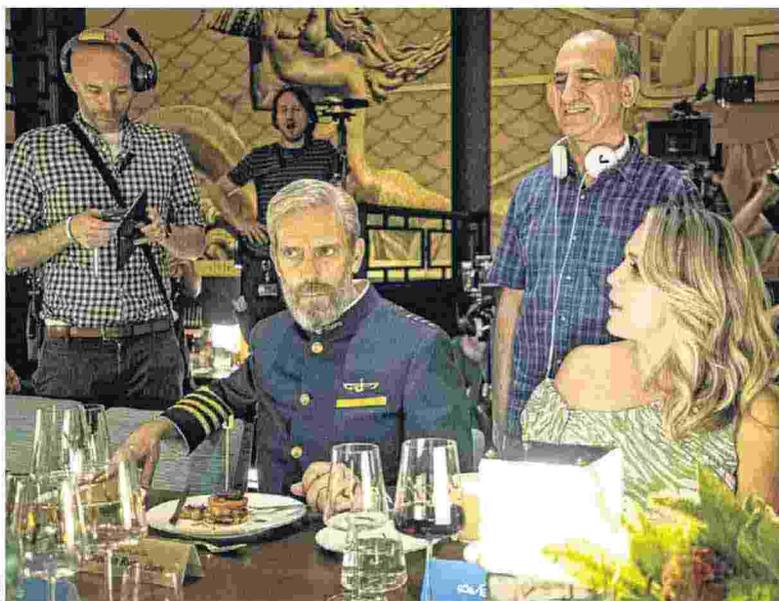
Who he is: TV and film writer Armando Iannucci is best known for political satires like HBO's Emmy-award winning "Veep."

How he got there: "I grew up passionately a fan of radio comedy shows," like "Hitchhiker's Guide to the Galaxy," and began mimicking their writing as a boy in Glasgow.

After performing and writing comedy sketches at Oxford, he got a job as a radio comedy producer, which led to television writing.

His Big Break: In 2005 he created the British satirical series "The Thick of It," set in a government office rife with spin and cynicism.

Its success spurred his similarly themed film, "In the Loop," and HBO's "Veep," which starred Julia Louis-Dreyfus.



HBO

Hugh Laurie, Armando Iannucci and Jessica St. Clair on the set of 'Avenue 5'



BY ELLEN BYRON

What are the biggest consumer trends set to shape 2020? Technology will drive many of the changes, predicts market researcher Euromonitor International.

People will face challenges in safeguarding their privacy online as they rely more on artificial-intelligence devices at home, seek better transportation options and expect highly personalized digital communication, Euromonitor says in its annual trend report. The year will also bring clean-air activism, increased demand for reusable products and greater inclusivity for all consumers, the company predicts.

Euromonitor, a London-based global market research firm, has released its forecasts since 2010. Four years ago, it correctly predicted the rise of the “buying time” trend, which flagged how consumers wanted apps and online tools to save them time. In 2018, Euromonitor also noted the rise of “clean lifers,” consumers who choose to live more healthfully and ethically.

But their forecasts haven’t always come true—yet: In 2018, a prediction that consumers would participate in the product-creation process ended up being “less impactful that year,” Euromonitor says, noting that it could still happen in the years ahead. The trend of companies using DNA-based personalization also didn’t take off in 2018, as Euromonitor predicted, but by 2019 there was an uptick in activity, the company said.

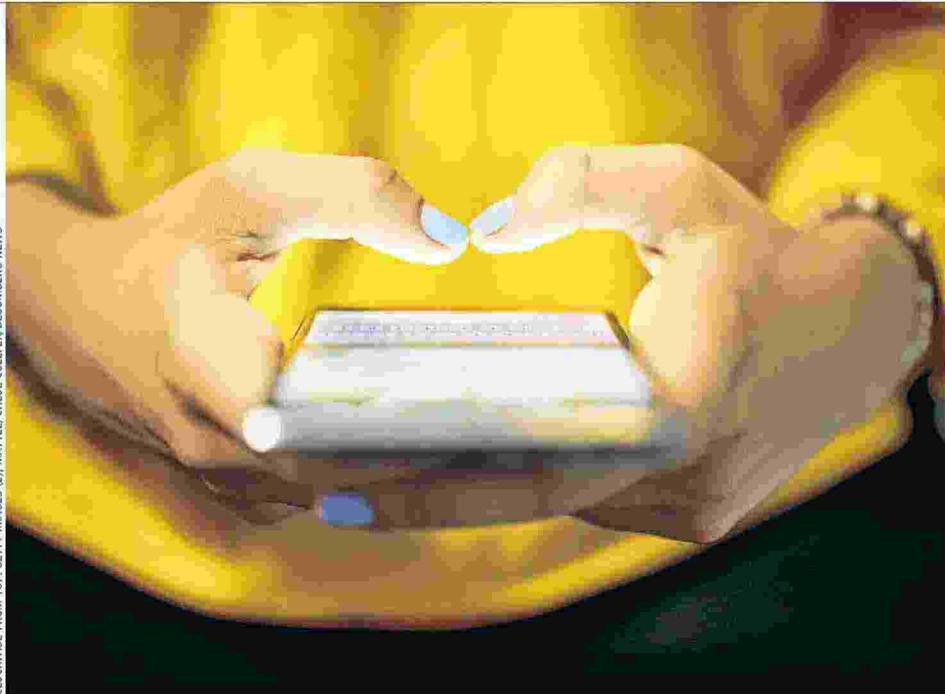
Here are its predictions for the biggest global consumer trends:

More Robots

Consumers are beginning to accept that robots or other types of artificial intelligence can perform jobs traditionally done by humans. They are buying more AI-enabled home appliances and virtual assistants, like Amazon Alexa, and adopting new habits to use them, including voice commands. “Though complete trust of and uni-



Amazon's Echo Plus



Top Consumer Trends for 2020

Robots, mood enhancers, scooters: Ten predictions for the next year

versal access to this technology will take more time, we are embracing the concept of AI-driven robots for our own welfare, convenience and comfort,” Euromonitor says.

Privacy Concerns Mount

More consumers expect brands to customize products and services for them, but hesitate when such personalization requires surrendering personal information. Consumers remain suspicious of data-collection efforts, with more than 40% of consumers believing that targeted ads based on online searches are an invasion of privacy, according to a 2019 Euromonitor survey. Younger consumers are more willing to share their data in exchange for personalized offers but want transpar-

ency in how it will be used. “Consumers will surely become progressively less trusting of companies extracting and using their data without transparency, adequate security and opt-out options,” Euromonitor says.

Homebodies

During times of economic, political or personal uncertainty, consumers often want to retreat to their homes. Now, thanks to high-speed internet access, more at-home services and faster delivery times, many fully can. “Without having to leave the house to go to the office, consumers are reluctant to leave for any reason,” the firm says. “As a result, remote workers are fueling growth in areas such as internet retailing, home-fitness providers and ready-to-eat food and grocery delivery at the expense of brick-and-mortar stores, gyms and restaurants.”

Instant Gratification

Shorter attention spans mean that people expect information to be as accessible as possible in the quickest possible time frame. Euromonitor calls this the “catch me in seconds” trend, flagging brands that offer “drops,” or the practice of selling exclusive merchandise for a short period of time, and the increasing availability of faster video-playback speeds, which allow consumers to watch more online content in less time. Friends, family

and independent consumers are becoming the most trusted sources as consumers try to quickly decipher the most relevant information amid the vast trove they can now access.

Inclusivity

As more consumers want products that satisfy their needs as well as reflect their values, brands are shifting their products and services to be more accessible to everyone and adopting marketing that represents individuals beyond the mainstream. More products and services are highlighting “inclusivity for all,” including people with physical and mental disabilities. “From fashion to toys, games, foodservice and interior design, brands are responding to a societal push for change,” Euromonitor says.



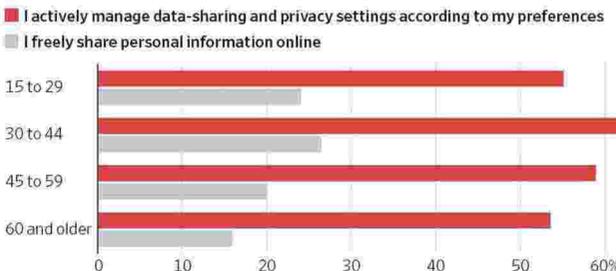
Mattel's Barbie with wheelchair

“From fashion to toys, games, foodservice and interior design, brands are responding to a societal push for change,” Euromonitor says.

Better Travel

As the world’s population becomes increasingly urban, residents are growing frustrated with congested roads and overcrowded public transportation. More people now turn to navigation apps to plan their journeys and offer real-time updates on the best way to travel via train, taxi, electric bike, scooter, helicopter or a customized combi-

Share of Euromonitor survey respondents who ‘strongly agree’ and ‘agree’ with the following statements on trust and privacy concerns, by age



Source: Euromonitor 2019 online survey of 40,000 respondents across 40 markets

nation of them all.

"Consumers want their transportation across cities to be modular and personalized to their individual needs in 2020 as they embrace a crowded world that is no longer seen as car-first," Euromonitor says.

Local Pride

More consumers want local brands and products, seeing them as more authentic and better representing their individuality, Eu-



Heirloom tomatoes

romonitor says. In addition to pride in hometown goods and an appetite for niche brands, environmental concerns are also motivating

consumers to prioritize local businesses. "For North America, the shopping mall and chained retail experience feels homogenized and steadily less appealing," the company says. "People want to connect to their neighborhood again and support local, independent traders."

Clean-Air Activism

Awareness of air pollution is affecting more consumers' purchase decisions and pushing more brands to position themselves as environmentally conscious. Euromonitor expects climate activists to intensify their stance against carbon emissions, further pushing consumers and businesses to do their part in the year ahead. The firm predicts brands will fight for market share based on their efforts to contribute to environmental protection. "Vegan, fair trade and natural are becoming must-have brand credentials," Euromonitor says.

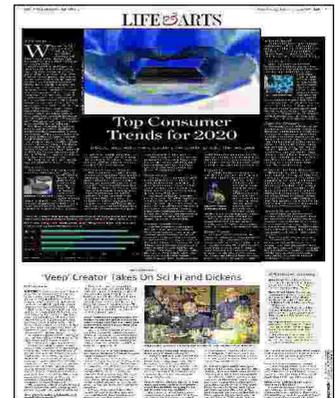
Reuse Is the New Recycle

New business models aim to promote sharing, reusing, refilling and renting to avoid waste. The move is powered by increased environmental awareness, especially among younger generations. Still, companies trying to tap into this trend need to balance between sustainability and convenience, Euromonitor says, adding, "As more companies integrate reusable packaging into their product lines, this option will be less of a competitive advantage and more of a must-have."

Mood Enhancement

Consumers are increasingly seeking products that offer mood-enhancement and brain-function boosts. Legal cannabis is a leader of catering to the broad spectrum of mental well-being, Euromonitor says, estimating that the global legal market will reach \$166 billion by 2025.

The firm predicts more functional botanicals in foods and beverages including turmeric and mushrooms, and hormone stimulants in cosmetics. "Savvy consumers are seeking a more diversified, subtle and targeted approach to the age-old problem of mental wellbeing," it says.



HEARD ON THE STREET

FINANCIAL ANALYSIS & COMMENTARY

The Economy Is Banks' Best Friend

Low rates get lots of attention, but solid economic performance and sentiment are proving more important for the biggest lenders

Banks are doing their best to prove an old political adage: It's the economy, stupid.

Yes, low rates continue to make life more complicated for lenders. But as long as the U.S. economy keeps ticking along, big banks seem equipped to fend off the many ill effects of rates. In the fourth quarter, receding trade-war tensions, tame repo rates and improving corporate sentiment bolstered trading desks and advisory activity. Revenue in those businesses in the quarter surged from the same period of 2018, powering sharp increases in overall revenues at **JPMorgan Chase** and **Citigroup**.

And even when it comes to rates, one lesson from the latest quarter should be that it isn't just where the Federal Reserve is setting rates but how steep the yield curve—the difference between short-term and long-term rates—is that defines banks' performance. The shape of the curve, usually a barometer of feelings about economic prospects, improved dramatically for banks in the quarter.

Banks mostly fund themselves at short-term rates and hold longer-term instruments, both as investments and in trading inventory. Usually, short-term yields are lower, but the yield curve inverted in March of last year in part because expectations for a recession grew.

They resumed their normal shape starting in October as recession fears faded. U.S. 10-year benchmark yields were about 0.4 percentage point above three-month bill yields by the end of 2019.

The benefit of that steepening was visible in banks' trading books, where they hold longer-term corporate and government bonds. Those books grew during a fourth quarter that registered solid client demand for trading services, thanks in part to the Federal Reserve's successful actions to tamp down volatility in markets and to the market's late-year improvement.

Debt held by JPMorgan's trading desks was 26% higher on average in the quarter from the prior year and Citigroup's overall trading inventory was up 18%. And those assets yielded more at Citigroup in the fourth quarter than in the third, powering an overall sequential rise in net interest margin for the bank. Yield on debt held for trading purposes ticked a bit lower at JPMorgan, but less than on other assets. Overall, fixed-income trading revenue, including fees, surged 86% from the prior year at JPMorgan and 49% at Citigroup.

The two banks also blunted the impact of low rates by managing to expand their loan books—though JPMorgan gets an asterisk on this point because it also is in the pro-

cess of reducing its holdings of home loans due to their high capital charges. Consumer loans grew sharply once again in the fourth quarter, notably in credit cards. Corporate loan growth was more tepid, rising 2% globally at JPMorgan. Citigroup's corporate lending picked up 4% in North America, but was down globally. Yet combined revenue at the two banks from advising companies on mergers and fundraising rose 5% as deal-making picked up late in the year.

"Trade certainly stabilized," JPMorgan's Chief Financial Officer Jennifer Piepszak told analysts. "So we saw sentiment improve a little bit, which I think contributed to the overall success of the fourth quarter."

Banks' high valuations imply that they will not only be able to keep growing but also to improve their earning power. JPMorgan and Citigroup improved on their efficiency scores, with noninterest expenses at the two banks combined falling from 59% of revenue to 57%.

Wells Fargo remains a different story for now, facing higher costs in the quarter as a consequence of its long-running fake-account scandal.

The threat of a surge in credit costs still looms, but that only reinforces the point that the economy's health, rather than rates, proves the best guide to banks' performance.

—Telis Demos



ARND WIEGMANN/REUTERS

The White House is deciding whether it will impose 100% tariffs on \$2.4 billion worth of French wine and luxury goods.

Tariffs Cost U.S. Consumers

The president pressures European allies on trade, but it could backfire

As Sino-American trade relations have improved in recent weeks, President Trump has turned up the heat on his European allies. But it is U.S. businesses and consumers that could end up burned.

The White House is in the final stages of deciding if it will slap 100% tariffs on \$2.4 billion worth of French wine and luxury goods. The European Union has said it stands with France and “will respond” if the U.S. follows through. Europe’s trade commissioner Phil Hogan and U.S. Trade Rep. Robert Lighthizer will discuss the topic this week in Washington.

The tariff threats are the White House’s answer to a French tax of 3% on the digital-service revenues of giants such as **Apple**, **Facebook** and **Google**. They also are intended to dissuade other nations from setting up their own digital service taxes—Italy and Austria have new DSTs and Britain is preparing one. These taxes are responses to a lack of progress in the Organization for Economic Cooperation and Development project to stop big corporations, particularly in the technology sector, cutting their tax bills by shifting profits around the world.

The OECD efforts to overhaul

taxes on digital companies were stalled for years due to a lack of U.S. support. A change of heart in Washington in 2018 opened the way for progress and expectations that the more than 130 countries involved could agree to a deal this year. France said it would get rid of its digital tax and give companies credit for any DST paid once the OECD deal was reached. Then, last month, the U.S. asked for fundamental changes to the OECD reform proposal and threatened to apply the French tariffs.

U.S. and French treasury officials are now working with OECD representatives to find a compromise before French Finance Minister Bruno Le Maire and U.S. Treasury Secretary Steven Mnuchin meet in Davos next week. The whole mess could unwind if they find a compromise that clears the way for an OECD agreement.

If they don’t, Americans will probably end up footing the bill. Conventional thinking predicts that exporting companies absorb the cost of new tariffs to keep their prices competitive. But a recent paper by the National Bureau of Economic Research found that President Trump’s tariffs on Chinese-

supplied products were fully passed on to U.S. companies and consumers in all industries except steel, where half was passed on. Other studies have found similar results.

It should be the same for French producers of champagne, handbags and cosmetics, implying that U.S. prices will go up. Strong brands mean there aren’t many substitutes.

Some American consumers are likely to wait until their next trip overseas, where the strong dollars can bag a relative bargain. Visitors to the U.S. may also buy elsewhere. This used to be the experience in China, where taxes helped make luxury goods more expensive than abroad and pushed a big chunk of Chinese spending into Europe or tax-free Hong Kong. Tariffs could similarly take luxury spending away from beleaguered U.S. department stores.

Delays in global tax reform used to save companies money—or at least defer the charges—but the new weapons of digital taxes and trade tariffs have upended the battle. The OECD overhaul now offers investors and companies their best hope of a predictable tax bill.

—Rochelle Toplensky

Cannabis ETFs Start to Cross Atlantic

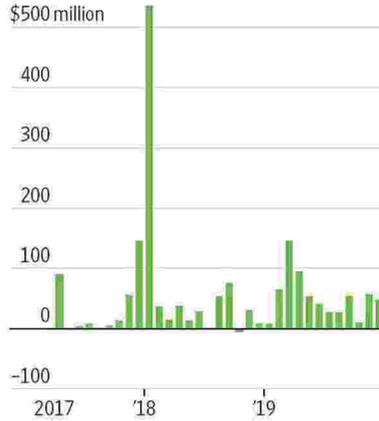
Europe got its first cannabis exchange-traded fund this week. The news is as much a sign of pressures in the North American pot industry as one of pent-up demand among European investors.

The Medical Cannabis and Wellness ETF started trading on the Frankfurt stock exchange on Tuesday. It was launched by **Purpose Investments**, a Canadian asset manager that created a similar product for its domestic market two years ago, and London-based ETF provider HANetf.

The new European fund is linked to a basket of medical-marijuana stocks listed in the U.S. and Canada. Around half “touch the plant,” meaning the companies are directly involved in growing cannabis. The others provide offerings such as fertilizer or property leasing to the pot industry. To make the ETF palatable to conservative investors, names that make money from recreational cannabis are screened out.

A diverse basket of companies is less risky than highly volatile individual pot stocks. European inves-

Inflows into U.S. and Canada-domiciled cannabis ETFs, monthly



Source: Morningstar

tors can already buy into more than a dozen U.S. and Canadian ETFs that target the sector, but a locally listed version removes the complication of U.S. dividend withholding tax—even if most companies that deal with cannabis are still a long way from paying dividends. It also lets them trade in their own

time zone.

Purpose Investments may benefit from an early-mover advantage. The Horizons Marijuana Life Sciences Index and Alternative Harvest ETFs, the first to launch in the Canadian and U.S. markets respectively, had captured 88% of the total assets under management among North American cannabis ETFs by the end of last year, Morningstar data shows.

The push into new markets also reflects the squeeze at home. Cannabis stocks had a torrid 2019 as the black market proved more resilient than expected in important states like California and worries about profitability dented sky-high stock market valuations. Some North American cannabis ETFs ended 2019 down more than one-third. Inflows slowed to a trickle.

Against this backdrop, Purpose likely won't be the last cannabis investor to venture across the Atlantic. Last year's troubles haven't stopped the spread of pot plays—and may even be encouraging it.

—Carol Ryan

OVERHEARD

The influence of Chinese technology across the world is under the spotlight. It may also pop up in unexpected places.

As several governments weigh up whether to use Huawei technology in their 5G communications networks, Chinese tech has become an issue in Austria for a slightly different reason.

According to reporting by newspaper Kurier, a lawyer alleged that former Austrian Vice Chancellor Heinz-Christian Strache spent €2,000 to €3,000 (\$2,227 to \$3,340) a month on the phone-based “Clash of Clans” game, and sent the bill to his own Freedom



Party of Austria. (The report referred to previous stories that had quoted Mr. Strache saying he used his party's account by mistake and returned the money.)

The game was produced by Finnish mobile game producer Supercell, in which China's Tencent Holdings Ltd. purchased a majority stake 3½ years ago.

Mr. Strache resigned from his government post in May 2019 after a video showed him offering public contracts to a woman he believed to be a Moscow oligarch.

“Clash of Clans” wasn't involved.



PC Sales Got a Boost Last Year—but That Looks to Be Short-Lived

It's amazing what a 10-year-old operating system can still do.

Microsoft released Windows 7 in the fall of 2009. It started ending customer support for the platform in 2015, though some limited support remained up until now: Tuesday marked the formal end of the company's extended support for that flavor of Windows, which has seen three new iterations since Win7 first launched.

A surprising number of people waited to upgrade. Fourth-quarter sales of personal computers were the best in years, according to data released Monday by market research firms IDC and **Gartner**. IDC, which excludes tablets and tabletlike devices like Microsoft's Surface, reported global PC sales jumping 4.8% year over year to about 71.8 million units. Gartner, which includes Surface tablets but not Chromebooks, reported sales jumping 2.3% to 70.6 million.

Both reports cited Windows 7's end-of-life as a major factor driving the sales of new systems. Meanwhile, the trend helped the industry notch its first full-year of growth since 2011.

That's good news for PC makers like **Lenovo**, **HP Inc.** and **Dell Technologies**. Per Gartner, the three combined now account for nearly two-thirds of PC systems sold, up from 51% five years ago. It's also good news for component suppliers—particularly **Advanced Micro Devices**, which is believed to have gained market share in the quarter due to **Intel's** production constraints. And Microsoft, which is now focused on the cloud, still makes a tidy profit on licensing its Windows operating system.

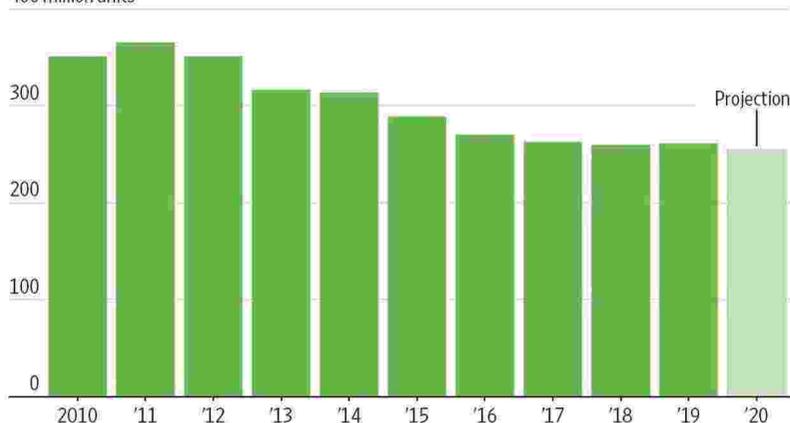
However, this good news has a short shelf life. With the Windows 7 expiration now officially past, upgrades driven by that deadline will naturally ebb. Fear of additional tariffs on PCs also may have driven some sales last year that won't repeat.

Gartner and IDC both continue to project that the industry will revert to a slow decline this year. Since PC shipments peaked in 2011, unit sales have fallen by an average of 3.7% annually, according to IDC's data. This upgrade was fun while it lasted.

—Dan Gallagher

Global PC unit sales

400 million units



Source: Gartner