

EL MUNDO DEL CINE Y DE SU INDUSTRIA

BOXOFFICE

AÑO III - N. 3 - MARZO 2024

EXHIBIDORES

Los 30 años de éxito de Cinemex

ANÁLISIS

La taquilla por comunidades

ESCENARIOS

La (lenta) carrera de la animación española

HOLLYWOOD

Cómo crear un taquillazo

ENTREVISTAS

Luis Gil, director general de FECE

LEYES

El paraíso francés



Kiko Martínez

EL RETO DE CONECTAR CON EL PÚBLICO

EN SU 25 ANIVERSARIO, LA PRODUCTORA NADIE ES PERFECTO ALCANZA SU PUNTO DE MADUREZ Y MÁXIMA EBULLICIÓN. TRAS EL ÉXITO DE *LA NAVIDAD EN SU MANOS*, DE LA QUE RODARÁN UNA SECUELA, DESEMBARCA ESTE 2024 CON GRANDES ESTRENOS COMO *DISCO*, *IBIZA*, *LOCOMÍA* Y LOS RODAJES DE UNA PELÍCULA DE TERROR, LA COMEDIA INSPIRADORA SOBRE PARKINSON *LOOKING FOR MICHAEL* Y UN DRAMA ROMÁNTICO JUVENIL. EL RETO, NOS CUENTA KIKO MARTÍNEZ, CEO Y FUNDADOR, ES LOGRAR RECUPERAR AL PÚBLICO PARA EL CINE ESPAÑOL MÁS ALLÁ DEL CINE FAMILIAR

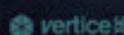
DE BLUMHOUSE, PRODUCTOR DE
FIVE NIGHTS AT FREDDY'S Y M3GAN

IMAGINARY

BIENVENIDO AL MIEDO
MÁS ALLÁ DE TU IMAGINACIÓN



LIONSGATE Y BLUMHOUSE PRESENTAN UNA PRODUCCIÓN DE TOWER OF BABBLE UNA PELÍCULA DE JEFF WADLOW "IMAGINARY"
DE WANDA WISE, TOM PAYNE, TAEGEN BURNS CON VERÓNICA FALCÓN, CASTING DE TERRI TAYLOR, CSA, SARAH DOMEIER LINDO, CSA, SUPERVISOR MUSICAL TRYGGE TOVEN
MÚSICA DE SPARKS & SHADOWS, DISEÑO DE TESTEROS EULYN C. HUPKIE, EDICIÓN DE SEAN ALBERTSON, ACE, DISEÑO DE PRODUCCIÓN MEGHAN C. ROGERS, DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA JAMES McMILLAN
PRODUCTORES EJECUTIVOS RYAN TUREK, DE WANDA WISE, PRODUCIDO POR JASON BLUM, JEFF WADLOW, PÁGINA WEB JEFF WADLOW & GREG ERB & JASON OREMLAND, DISEÑADA POR JEFF WADLOW



NOTORIOUS



#ImaginaryLaPelícula @ f X v vertice360.com

LIONSGATE

15 DE MARZO SOLO EN CINES

¿A QUIÉN SE DIRIGEN LAS PELÍCULAS?



El reto está en eso, en conseguir el mayor número de público encontrando esa conexión. Hemos de recuperar el espacio de nuestro cine no solo en el ámbito del cine familiar que parece que está más consolidado”. Esta reflexión de Kiko Martínez, CEO y fundador de Nadie es Perfecto, debería ser obvia, pero no lo es. De hecho, no son raros los casos en los que se producen películas para la gran pantalla sin tener en cuenta las verdaderas oportunidades comerciales de la obra y su público objetivo. Claro, estamos en un mercado libre, cada uno es libre de hacer lo que prefiera. Sin embargo, es importante destacar que el mercado cinematográfico no es un concepto evanescente, sino un “lugar físico”

compuesto por salas que deben llenarse y un público exigente que debe ser seducido. Por ello, hacer una película con el objetivo de atraer espectadores a las salas de cine debería ser la principal meta de cada productor. Además, cuanto más disfruta el público de la experiencia cinematográfica, más se genera un proceso virtuoso que lo llevará a volver al cine, beneficiando a toda la cadena de valor. No es casualidad que el director general de Fece, Luis Gil, en las páginas de este número de *Box Office*, se haya mostrado a favor de “fomentar la demanda mejorando programas como el de Martes Sénior”. Son estas iniciativas las que hacen que el público sea más receptivo a la oferta cinematográfica y se fidelice.

por Paolo Sinopoli

EL RETO DE CONECTAR CON EL PÚBLICO

En su 25 aniversario, la productora Nadie es perfecto alcanza su punto de madurez y máxima ebullición. Entrevista al CEO y fundador Kiko Martínez



© Lupe de la Vallina/Duesse Communication

5

NEWS

14

ANÁLISIS

LA TAQUILLA POR COMUNIDADES: CANARIAS Y PAÍS VASCO AL ALZA

Durante 2023 el patio de butacas se ha visto reducido en cerca de 150 pantallas y 29 complejos, siendo Andalucía la comunidad más afectada

22

EXHIBIDORES

CINEMEX: DONDE LOS ESPECTADORES SON INVITADOS, NO CLIENTES

Con 330 complejos en México, a punto de cumplir los 30 años, Cinemex llama a sus clientes "invitados", apuestan por las "experiencias diferenciadas", y sitúan al espectador en el centro

28

ENTREVISTAS

AYUDAS A LOS EXHIBIDORES: PERSPECTIVAS Y CUESTIONES CRÍTICAS

Con la pandemia surgieron las ayudas para la exhibición. Desde la patronal de cines reclaman "mejoras técnicas", fomentar la oferta y fijar por ley la ventana. Entrevista a Luis Gil, director general de FECE



28

32

PERSPECTIVAS

Y HOLLYWOOD SE (RE)PREGUNTÓ CÓMO CREAR UN TAQUILLAZO

El 2023 ha dejado claro que las franquicias que antes eran éxitos seguros ya no son suficiente, se necesitan ideas nuevas y originales. Los estudios estadounidenses ven en el año pasado signos de un cambio de rumbo

36

PROMOCIONES

BONO CULTURAL JOVEN: UN EMPUJÓN PARA LOS CINES

Dos de cada tres jóvenes de 18 años disfrutaron en 2023 del Bono Cultural Joven de 400 euros que concede el Gobierno

38

EXPORT

NUEVAS AYUDAS PARA IMPULSAR LA DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL

Gracias a los fondos europeos Next Generation, el ICAA otorga desde hace dos años ayudas a las agencias de venta internacionales para fomentar la distribución de películas españolas en el extranjero.

42

LEYES

EL PARAÍSO FRANCÉS

El Estado francés invierte 1700 millones de euros en cine, 291 en ayudas directas. Analizamos un modelo envidiado por el cine español

46

FOCUS

GEOPOLÍTICA DE LAS TAQUILLAS 2023

El 2023 fue positivo para la taquilla mundial gracias a *Barbenheimer*. Algunos países, incluida China, casi anularon por completo la distancia, mientras que otros todavía luchan por recuperarse.

54

ESCENARIOS

LA (LENTA) CARRERA DE LA ANIMACIÓN ESPAÑOLA

La producción española de películas de animación tiene un enorme potencial como demuestra la saga de *Tadeo Jones* pero aún son pocos los títulos comerciales nacionales en un terreno dominado por Hollywood

BOXOFFICE

EL MUNDO DEL CINE Y DE SU INDUSTRIA

AÑO III - Nº 3

MARZO 2024

Director responsable Vito Sinopoli

Responsable de redacción Paolo Sinopoli (psinopoli@e-duesse.es)

En sala de redacción Valentina Torlaschi

Han colaborado Juan Sardá Frouchtmann, Cristiano Bolla, Pau Brunet, Monica Ciceri, Fernando García Martín, Fernando Muñoz, Laura Pérez Gómez

Maquetación y fotolitos Emmegi Group Milano

Coordinación gráfica a cargo de Alda Pedrazzini

Coordinación técnica Paola Lorusso

(plorusso@e-duesse.es)

Tráfico Elisabetta Pifferi

(elisabetta.pifferi@e-duesse.es)

Impresión JOMAGAR

C/ Moraleja de Enmedio, 16. Pol. Ind. Nº 1. 28938 Móstoles, Madrid

Distribución SGEL

Avda. Valdelaparra, 29. Pol. Ind. - 28108 Alcobendas (Madrid)

Depósito Legal: M-25651-2022

ISSN 2952-1025

Todos los derechos reservados.

Ninguna parte de la revista puede ser reproducida en cualquier forma o reelaborada con el uso de sistemas electrónicos, o reproducida, o difundida, sin el permiso por escrito del editor. Los manuscritos y fotografías, aunque no estén publicados, no serán devueltos. La redacción se ha ocupado de obtener los derechos de autor de las imágenes publicadas. En caso de no haber sido posible, el editor queda a disposición de los titulares para responder a eventuales solicitudes.

DUESSE COMMUNICATION ESPAÑA SL

C/ Fernando el Católico, 17

28015 Madrid

www.e-duesse.es

Este número de Box Office se terminó de imprimir el 7 de Febrero 2024



BOX OFFICE ESPAÑA DESCARGA NUESTRA APLICACIÓN

PUEDES HOJEAR BOX OFFICE EN TU TELÉFONO MÓVIL O TABLET CON IOS O ANDROID. ACCEDER A LA TIENDA DE TU DISPOSITIVO Y DESCARGA LA APP DE FORMA GRATUITA: ESTARÁS INFORMADO DONDE Y CUANDO QUIERAS. HAY MUCHAS FORMAS DE LEER BOX OFFICE. ELIGE LA MEJOR PARA TI



FREE



TELECINCO CINEMA, PRODUCTORA MÁS TAQUILLERA EN ESPAÑA EN 2023



Buenos datos para la productora de Telecinco, que cerró 2023 con el éxito de *Ocho apellidos marroquí*, que al cierre de esta edición ha superado los 11,8 millones de euros. La filial cinematográfica de Mediaset España ha tenido otros taquillazos como la comedia familiar *Vaya vacaciones* (4,8 millones) o *Mari(dos)* con 4 millones. En total, la productora dirigida por Ghislain Barrois, engrosó 21.454.820 millones, un 25% del total de la recaudación del cine español el año pasado.

LAURA FERNÁNDEZ ESPESO, DIRECTORA DEL GRUP MEDIAPRO EN 2025



© Gettyimages

El próximo 1 de enero de 2025 se producirá el relevo en la dirección general de Mediapro con la marcha de Juan Ruiz de Gauna, que será sustituido por Laura Fernández Espeso, actual directora general de The MediaPro Studio, la división encargada del desarrollo, producción y distribución de contenido. El CEO de la compañía es Tatxo Benet, actualmente propiedad en un 80% de Southwind Group, matriz del conglomerado chino Hontai Capital. El nombramiento de Fernández Espeso forma parte de una reestructuración a fondo de la compañía que se implementará a lo largo del año.

STENDHAL FILMS SE LANZA A LA DISTRIBUCIÓN DE CINE EUROPEO

Tras una larga trayectoria en el mundo de la distribución, Silvia Lobo se une a Félix Abel de la Cruz, fundador de F35, expertos en programación de cines y festivales, para lanzar Stendhal Films, una distribuidora que tendrá su foco en el cine de autor europeo e iberoamericano para "traer nuevas miradas".

PROFILM CONFIRMA SU JUNTA DIRECTIVA EN SU ASAMBLEA GENERAL

La asociación de Productoras Españolas de Audiovisual Internacional ha prolongado dos años más la presidencia de Fernando Victoria de Lezea (Meñakoz Films) y su equipo en la Junta Directiva. Como objetivo, reducir la burocracia y mejorar los incentivos fiscales.



© Gettyimages

GERVASIO IGLESIAS, NUEVO SUBDIRECTOR DE CINE DE RTVE

Tras la jubilación de Maite Pisonero, el departamento de Ficción y Cine de TVE, liderado por José Pastor, tiene nueve subdirector en el área de Cine. Se trata del conocido productor sevillano Gervasio Iglesias, que al frente de La Zanfoña Producciones ha hecho posibles películas tan exitosas como *7 vírgenes*, *Grupo 7*, *La isla mínima* o *Modelo 77* de Alberto Rodríguez además de comedias como *El mundo es suyo* o *Mi querida cofradía*. Licenciado en Filosofía y Cinematografía, Iglesias regresa "a casa" ya que estaba en excedencia de RTVE desde 1999.

RAQUEL VILLA NOMBRADA DIRECTORA DE PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN EN YOUPLANET

Tras más de 20 años en Entertainment One, Raquel Villa dirigirá YouPlanet Pictures en su división de producción y distribución. El nombramiento se produce como parte de una estrategia por asentarse como una distribuidora independiente que apueste por el cine de calidad sin olvidar el más comercial.

NACE UNA EMPRESA DE POSPRODUCCIÓN, CUBE POST

David Cárceles, operation manager de Deluxe en Barcelona durante 26 años, será el director de CubePost, una nueva empresa de posproducción catalana que nace con la ambición de triunfar en el mercado nacional e internacional. Bajo sus órdenes un amplio equipo con experiencia en algunas de las producciones catalanas más importantes de los últimos años.

EL RETO DE CONECTAR CON EL PÚBLICO

EN SU 25 ANIVERSARIO, LA PRODUCTORA NADIE ES PERFECTO ALCANZA SU PUNTO DE MADUREZ Y MÁXIMA EBULLICIÓN. TRAS EL ÉXITO DE *LA NAVIDAD EN SU MANOS*, DE LA QUE RODARÁN UNA SECUELA, DESEMBARCA ESTE 2024 CON GRANDES ESTRENOS COMO *DISCO*, *IBIZA*, *LOCOMÍA* Y LOS RODAJES DE UNA PELÍCULA DE TERROR, LA COMEDIA INSPIRADORA SOBRE PARKINSON *LOOKING FOR MICHAEL* Y UN DRAMA ROMÁNTICO JUVENIL PARA LA AUDIENCIA *YOUNG ADULT*. EL RETO, NOS CUENTA KIKO MARTÍNEZ, CEO Y FUNDADOR, LOGRAR RECUPERAR AL PÚBLICO PARA EL CINE ESPAÑOL MÁS ALLÁ DEL CINE FAMILIAR

por Juan Sardà Frouchtmann - fotos Lupe de la Vallina

A pleno pulmón, así avanza la productora Nadie es perfecto a punto de cumplir los 25 años de su fundación. En sus flamantes nuevas oficinas de Gran Vía, puerta con puerta con Chicote, el ajetreo es frenético con vistas a un año plagado de estrenos y rodajes. Como anfitrión, el CEO y fundador, Kiko Martínez, quien celebra que el aniversario llegue en el mejor momento de la compañía. Aun está reciente el éxito de *La Navidad en sus manos*, comedia navideña que ha luchado contra Hollywood en un terreno que suele pertenecerle alcanzando los cuatro millones de euros en taquilla. Pronto, 17 de mayo, veremos *Disco*, *Ibiza*, *Locomía*, dirigida por Kike Maíllo, en la que se narra el ascenso y caída de la primera *boy band* española, surgida en los años locos de Ibiza y reconocible por sus vistosos abanicos. Hay mucho más. Como *Looking for Michael*, que dirigirá Juana Macías, una historia aspiracional sobre una joven a la que le diagnostican un Parkinson precoz y cree en las virtudes de la musicoterapia para sobrellevar su enfermedad. Será una *road movie* en la que aparecerá el mismísimo Michael J. Fox.

NADIE Es PERFECTO

— Entertainment —



Y en el calendario de próximos rodajes, uno de los *booms* literarios de la editorial *young adult* Whattpad, que se dispone a conquistar a los jóvenes con una historia de romance juvenil. Y el terror, que tantos buenos frutos está dando en taquilla, se hará presente con un *remake* del clásico *Angustia* de Bigas Luna con Eduardo Casanova detrás de la cámara. Desde sus inicios en Valencia hasta su expansión definitiva, en la trayectoria de Nadie es perfecto cobra relevancia la colaboración con Alex de la Iglesia y Carolina Bang con su productora Pokeepsie Films, que cristalizó en títulos del propio cineasta como *El bar* (2017) o el mega éxito de *Perfectos desconocidos* (2017), que superó los veinte millones de euros en taquilla. Comedia, drama, terror, thriller... ningún género escapa a una compañía que se marca como objetivo primordial, casi una obsesión, llegar a una audiencia masiva. “En España parece que da pudor decir que buscas el éxito, pero nosotros estamos obsesionados con que la gente vea lo que hacemos”, afirma Martínez.

Comenzó a principios de milenio en el campo de la publicidad, ¿fue siempre el cine su objetivo final?

En mi cabeza siempre estaba acabar en el mundo >

del cine pero antes tenía que hacer un camino de supervivencia. Realmente empecé en el sector editorial en un periódico deportivo. Después di el salto al mundo de la publicidad montando mi propia compañía. Mi primer trabajo con la productora de hecho fue aprovechando las sinergias de la publicidad cuando rodamos *La kedada* (2002) un cortometraje con Patricia Conde, Eulàlia Ramon, Flipy... Ya desde pequeño, cuando crecí en Canals, un pueblo de Valencia, tenía el cine en la cabeza. Recuerdo las películas en blanco y negro de la 2 y los coloquios a posteriori. Cuando veía esos grandes clásicos ese mundo tan fantástico y atractivo me fascinaba.

¿Cómo surge su productora, Nadie es perfecto?

La productora al principio la montamos seis personas: un guionista, una persona de producción... Lo primero que no tienes ni idea cuando empiezas y lo que haces es darte golpes con la cabeza. Éramos un equipo multidisciplinar y todos podíamos sumar. Al final acabé yo quedándome el control de la sociedad y poco a poco ha ido formando su identidad. Tiene dos etapas, una más vinculada a Valencia en su origen aprovechando mi experiencia en la publicidad. Empezamos con la vocación de hacer cosas más disruptivas enmarcándonos en la ficción. Trabajamos mucho entonces con la televisión valenciana.

«LA COLABORACIÓN CON CAROLINA BANG Y ALEX DE LA IGLESIA HA SIDO MUY IMPORTANTE PARA LLEGAR A ESTE MOMENTO DE MADUREZ»



Disco, Ibiza, Locomía llega el próximo 17 de mayo con Jaime Lorente como protagonista, la apasionante y rocambolesca historia de la primera boy band española, famosa por sus abanicos

Curiosamente, inauguramos los Estudios de Ciudad de la Luz con *El síndrome de Svensson* (2006) que era una película de presupuesto modesto en unos estudios enormes pensados para grandes producciones. Ya entonces procuramos tener siempre una pata en Madrid buscando salir de la periferia donde estábamos en ese momento. En la periferia siempre es más difícil, tienes que desarrollar los proyectos en su mayoría desde un talento local. El principal problema era que entonces no teníamos acceso como sí tenemos ahora a los grandes financiadores del cine y al talento nacional porque están en la capital. En aquella época era más complicado.

A finales de los 2000, se traslada a Madrid en plena depresión económica. ¿Cómo fue ese cambio?

Esa segunda etapa efectivamente empieza cuando nos trasladamos a Madrid en un momento de derrumbe económico. Fuimos de las pocas compañías que no hizo concurso de acreedores, ni cerró, lo cual fue un gran logro. Fue la “tormenta perfecta”: los bancos no financiaban, las compañías no pagaban, casi el que más trabajaba más problemas tenía. En ese momento se produce también el cierre de Canal Nou (la televisión autonómica valenciana) y coincidió también con la clausura de Estudios de la Luz. Yo estaba haciendo una serie, *Senyor Retor*, una adaptación del Padre Casares para la televisión y con la crisis se acabó de golpe. Fui a un banco a que me descontara parte del dinero que me tenía que pagar la televisión y me dicen: “¿Pero cómo te fías tú de esta televisión?” y yo digo: “Me lo dices tú cuando eres un banco que te están rescatando”. Fue todo bastante surrealista. Mudé la compañía a Madrid y aunque sigo teniendo una filial en Valencia, ahora tenemos aquí la sede. Empezó una nueva etapa.

La aparición de Alex de la Iglesia y Carolina Bang, con su productora Pokeepsie Films es fundamental, coprodujeron hasta siete películas. ¿Cómo surge esa colaboración?

La colaboración con Alex de la Iglesia y Carolina Bang para llegar al momento actual de Nadie es perfecto que es una etapa madura es muy importante. Después de la mudanza a Madrid, yo ha-



Santiago Segura interpreta al mismísimo Papá Noel en *La Navidad en sus manos*, que ha sido todo un éxito de final de 2023 con cuatro millones de euros recaudados en taquilla

bía terminado de rodar *Dioses y perros* (2014) con David Marqués. Les propuse hacer una película de una historia que me contaron en Colombia sobre dos curas que encargan su propio asesinato por amor. No los conocía de nada y los llamé a través de un amigo en común. Esa historia nunca se rodó pero Alex acababa de montar la productora y tenía el proyecto de *Musarañas* (2014) que era una película pequeñita que estaba previsto que costara 50 mil euros. Por supuesto no costó 50 mil euros, nos vinimos arriba y fue quince veces más. Acabó siendo el inicio de una colaboración. Era una *joint venture* sin papeles que partía de las ganas de querer producir. Carolina era actriz, venía de la escuela de cine pero aún tenía poca experiencia, y yo empezaba casi de cero, Alex por su parte volvía a producir y realmente hicimos un equipo allí en el que también éramos amigos y hacíamos lo que nos apetecía. Se trataba de hacer las películas de Alex pero también de otros directores con la idea de descubrir nuevas miradas y talentos. Allí aparece Zoe Berriatúa (*Los héroes del mal*, *En las estrellas*) o Eduardo Casanova (*Pieles*). Hubo un año en el que coincidimos en el Festival de Berlín con dos películas, *El bar* de Alex de la Iglesia en sección oficial y *Pieles* en Panorama. Fue una época fantástica que recuerdo con mucho cariño. Aprendimos todos mucho y nos hicimos bien los unos a los otros. A Alex y Carolina les ha ido muy bien con Pokeepsie.

Luego llegó *Perfectos desconocidos*, hicimos un pelotazo. Siento que hay una parte de Pokeepsie que es mía y de Nadie es perfecto que es suya. Algún día volveremos a colaborar, espero que sí.

¿Cómo define este momento de “madurez” actual de Nadie es perfecto?

Dentro de poco cumplimos 25 años, es una barbaridad. Esa madurez también aparece cuando te equivocas muchas veces y has aprendido mucho. Veo que en este momento de mi vida profesional, me he equivocado y acertado en muchas ocasiones y aprendes mucho de haberte equivocado como dicen los americanos.

Hemos trabajado para todas las cadenas y plataformas, tenemos una gran tradición como productora independiente y unos conocimientos de haber estudiado diferentes modelos y socios. Es una etapa madura y muy atractiva también por lo que viene por delante que yo creo que son los mejores años de la productora. Un productor siempre tiene que estar en proceso de cambio. Estar constantemente moviendo la silla. Todos los días cambia absolutamente todo. Es muy estimulante porque te permite vivir de una manera muy a tope las cosas pero también hay que valer. A veces me lo pregunto, ¡qué locura esto! Pero bueno, ya es tarde.

¿Estamos en la era de la disrupción continua?

Que cambien las cosas nos estimula a todos. Creo que viene una etapa movida como todas las que hemos vivido en este negocio y que cada cambio es una oportunidad. Eso es lo que tenemos que saber aprovechar. En el futuro >



La comedia *El juego de llaves*, dirigida por Vicente Villanueva, alcanzó el millón de euros en 2022. Según Martínez: "Cuando consigues la magia en la comedia es un género muy popular. Parece que hacer reír es fácil cuando es muy complicado"

inmediato el papel del productor independiente cobra más valor que nunca. Venimos de una burbuja que ha sido fantástica porque nos hemos beneficiado todos y eso ha sido muy bueno porque ha habido mucho trabajo y ha sido una gran ayuda. Pero en ese contexto en el que hay mucho dinero el peso del productor independiente se diluye. Cuando en el mercado hay tanto dinero, el talento se pone de acuerdo con el operador... . A golpe de talonario es más difícil reivindicarse como productor independiente con identidad porque no tienes tanto espacio para hacer tu trabajo. Estamos en una nueva etapa en la que el mercado quizá no tiene tanta liquidez y hay que montar la arquitectura financiera "ventaneando" y la parte positiva es que el papel del productor independiente tiene más sentido. En un momento de más dificultad el productor independiente sigue en lo fundamental que es encontrar buenos proyectos y el talento y ejerciendo su papel como una pata fundamental de la financiación.

¿Cuál cree que debería ser el principal reto del cine español?

El reto está en eso, en conseguir el mayor número de público encontrando esa conexión. Hemos de recuperar el espacio de nuestro cine no solo en el ámbito del cine familiar que parece que está más consolidado. Me he alegrado mucho de que el éxito de *Ocho apellidos marroquíes* y también de *La Navidad en sus manos* porque hemos contribuido nosotros a cerrar el año con una buena

taquilla. Es complicado porque depende de muchos factores pero el reto siempre es conectar con el público.

¿Cree que el sistema de financiación del cine español es adecuado o depende demasiado de las subvenciones y las televisiones?

Como diría mi paisano Berlanga, los problemas del cine español se solucionarían contratando a una secretaria que supiera francés para que tradujera la ley del cine de ese país. Así iríamos bien. Estamos en cien millones de fondos comparado con los 700 de Francia o los 400 de Italia, es poco dinero. Además esos cien millones los venimos arrastrando prácticamente desde hace diez años cuando el mercado, la industria o el propio país han crecido a otra velocidad. No ha acompaña-

do de manera suficiente a las oportunidades que está generando la industria. Eso es una pena porque ese dinero del ICAA se multiplica por cinco y genera valor añadido a muchos niveles. Y luego hay otros problemas como que hay que cuidar más al productor independiente. Tenemos una ley de incentivos fiscales que al productor extranjero se le dan unas condiciones maravillosas y al español, no. Habría que mejorar los incentivos fiscales porque al final hay un pago de intermediarios que realmente es un error del sistema. En la producción de *service* el Estado te reconoce un coste y tienes una devolución del dinero. En la producción española tienes que buscar un inversor a través de un intermediario, es decir, hay como una especie de dificultad de cara a que este proceso sea más limpio. Hay una política de incentivos que está en todos los países del mundo y debería tramitarse de una manera más clara.

¿Qué tiene que tener un guion para seducirle?

Los guiones vistos de forma aislada no son nada. Si cogieras un guion de cualquier megadirector y te taparan su nombre, el reparto, quién lo produce... y lo leyeras a pelo creerías que es un desastre de guion, ¿o no?. Es más complicado que eso, los productores lo que hacemos es un *packaging* de talento. No es un guion, es la iniciativa de un director con el que quieres trabajar que se junta con un guion que es adecuado para él. Se trata de encontrar el mejor guion para el mejor director, la mejor forma de financiarlo y de distribuirlo. Hay ve-

Perfectos desconocidos, dirigida por Alex de la Iglesia arrasó en 2017 con una recaudación superior a los 20 millones de euros



«EL RETO ESTÁ EN ENCONTRAR EL MAYOR NÚMERO DE PÚBLICO, BUSCAR ESA CONEXIÓN MÁS ALLÁ DEL CINE FAMILIAR QUE ESTÁ MÁS CONSOLIDADO»



ces que quieres trabajar con un cineasta pero el guion que tiene no es el mejor o al revés... Hay que valorar la foto final. Dicho esto, me gustan las historias con alma. Por ejemplo *El Cover*, no ha sido la película con más éxito de la productora, pero tiene esa alma. Hemos tocado todo tipo de géneros, la comedia, el musical, el terror.. todos son atractivos. Eso es fantástico porque a proyectos de géneros muy distintos puedes encontrarles esa alma y que sean buenas películas.

¿El taquillazo de *Perfectos desconocidos* (2017), más de 20 millones de euros, supone un *turning point* definitivo en su trayectoria?

Buscar el éxito siempre es el objetivo, otra cosa es que lo consigamos o no. Es extraño que decir esto que es una obviedad pero en España a veces parece disruptivo. *Perfectos desconocidos* es la película más taquillera de Nadie es perfecto. No nos esperábamos ese éxito tan tremendo. Nos propuso este proyecto Mediaset cuando aún no se había estrenado la película original italiana, nosotros fuimos los primeros que adaptamos el formato original. A Alex le sacaba de su cine habitual pero salió muy bien. Yo tengo una obsesión de que las cosas que hacemos se vean porque si no es una pena. También hacemos películas más arriesgadas, pero siempre con la intención de que las vea cuanta más gente mejor. Si tienes un bar y no tienes clientes pues lo tendrás que cerrar. Esto es lo mismo.

Ha hecho algunas series, sobre todo para la televisión valenciana, y también *Tarancón, el quinto mandamiento* (2011) para RTVE. Sin embargo, ha producido muchas más películas. ¿El cine sigue siendo su objetivo preferente?

Tarancón fue la miniserie más vista ese año en TVE en coproducción con la Televisión Valenciana. Tenemos algún proyecto de serie pero es verdad que nuestro foco está en las películas. Solo por valor de producción lo que cuidas una película siempre será más que un capítulo y me da más independencia para hacer algo útil. Hemos tenido varios proyectos que podríamos haber desarrollado en una serie. Mucha gente del cine se ha puesto a hacer series y algunas son fantásticas. La distribución está >

en un momento de cambio y el problema con las series es que se han hecho tantas que muchas veces no tienes la visibilidad que puedes alcanzar con una película y una gran campaña de marketing. El cine también tiene una cosa bonita y es que la gente recuerda más las películas.

Acaban de estrenar con éxito *La Navidad en sus manos* y este mismo 2024 llegará *Looking for Michael*. Además de Perfectos desconocidos también tiene en su haber títulos como *El juego de llaves* o *Fenómenos*. ¿La comedia siempre tendrá un lugar como género predilecto del público?

Hemos visto también esta Navidad el éxito de *Ocho apellidos marroquíes*, ¿qué te voy a decir de la comedia? Bien hecha es infalible. El propio nombre de la productora, Nadie es perfecto parte de una película de Billy Wilder como *Con faldas y a lo loco*. Wilder es un director que manejaba una comedia con mensaje social y sin duda alguna está entre mis géneros favoritos. Cuando consigues la magia en la comedia es un género muy popular aunque luego sea despreciado por la crítica y los premios. Muchas veces parece que hacer reír es fácil cuando es muy complicado. Las comedias te mejoran la vida, tienen un punto aspiracional que es indudable y siempre son un éxito tremendo cuando son buenas.

Ha producido películas de terror como la mencionada *Musarañas* (2014) y *El bar* (2014) o *La influencia* (2019). La taquilla parece responder muy bien a estas películas pero da la impresión de que hay pocos títulos españoles. ¿Es un foco de atención para la productora?

El terror funciona muy bien pero cuesta financiarlo porque las plataformas o las televisiones en abierto les resulta difícil programar el terror en sus parrillas. Se produce la paradoja de que muchas veces no son los proyectos más fáciles de armar aunque se ha demostrado su tirón en la taquilla. He transitado el género bastante con Alex de la Iglesia y sin él. Es curioso porque para la gente joven es una experiencia grupal que tiene un valor importante en esa edad. Y luego también son películas que pueden tener un buen viaje internacional.

Este año vamos a rodar un *remake* de *Angustia* de Bigas Luna, es una premisa fantástica la de esos tipos encerrados en un cine del que no pueden salir. La dirigirá Eduardo Casanova, al que ya produce *Pieles*. La idea es aprovechar el talento de un director tan arriesgado e independiente como él para llevarlo al terreno del *mainstream*. Lo bonito es combinar distintas propuestas.

Pronto veremos *Disco, Ibiza, Locomía*, un biopic sobre el famoso grupo de finales de los 80. ¿Qué podemos esperar?

Después de haber venido del éxito de *La Navidad en sus manos*, con cerca de cuatro millones de euros, la sexta película española más taquillera de este año, me alegra haber encontrado al público una vez más. Ya estamos preparando la segunda parte. *Disco, Ibiza, Locomía* es nuestro próximo estreno, llegará el próximo 17 de mayo dirigida por Kike Maíllo. Es una película bastante loca sobre una época loca en la que se podía ser libre sin que Instagram te estropeará la fiesta. Retrata este grupo de gente que vendían ropa y hacían diseños en Ibiza, acaban convertidos en gogó, montando la primera *boy band* española y la más singular con un éxito increíble. Es una historia muy divertida. Creo que nos ha venido bien incluso la serie documental de Movistar para ponerla en valor.

¿Qué puede contarnos de *Mala influencia*, que ruedan este año?



Cuenta Martínez que su intención es rodar películas "con alma" y destaca *El Cover*, debut tras la cámara del actor Secun de la Rosa, una comedia romántica agrídulce ambientada en Benidorm

«HEMOS TOCADO TODO TIPO DE GÉNEROS, TODOS SON ATRACTIVOS, A TODOS PUEDES ENCONTRARLES ESA ALMA Y QUE SEAN BUENAS PELÍCULAS»



Es una película muy importante para nosotros, está participada por Netflix pero es una propuesta para salas de cine. Está basada en una novela de Whattpad, esa editorial juvenil que conquista a millones de seguidores en todo el mundo y ha sido el germen de películas como *A través de mi ventana* o *Culpa mía* de Amazon. La idea es mantener esa expectación que han tenido esas películas en plataforma pero llevarla a la sala de cine. Recuerda por ejemplo al gran éxito de *A tres metros sobre el cielo*, queremos llegar a ese público *young adult* con una película rupturista con un casting desconocido partiendo de ese *fandom* que es brutal. La directora será Chloé Wallace que ya ha triunfado con la serie romántica *Un cuento perfecto* de Netflix y tiene una amplia trayectoria en publicidad. Aparte de ser un *casting* maravilloso tenemos a gente como Enrique Arce que ha triunfado en *La casa de papel* interpretando a uno de los personajes adultos y los demás son casi todos grandes apuestas. Es una oportunidad para llevar a la sala de cine el éxito de los libros de la editorial.

Gran expectación también con *Looking for Michael*, con el mismísimo Michael J. Fox...

Será una película muy divertida y es muy importante para mí desde un punto de vista personal, la rodamos el próximo septiembre. La dirigirá Juana Macías. Es un viaje inspiracional con el espíritu de *Pequeña Miss Sunshine*. Está basada en la historia real de una prima lejana mía a la que le detectan Parkinson a los 34 años y se va de viaje con un grupo que hace musicoterapia en busca de Michael J. Fox. Es una *road movie* en España que sucede durante una visita del actor a nuestro país para dar unas conferencias. Es una película de valores que podría tener referencias a *Campeones* con un mensaje de superación personal y es todo verdad. La protagonista se empeña en encontrarse con el actor para explicarle que la música puede ser una forma de terapia. Pero detrás de Michael J. Fox está *Regreso al futuro* y entonces al final es una broma del destino porque es una enfermedad en la que sobre todo hay un regreso al presente. Y de cara al futuro próximo tenemos dos proyectos basados en propiedades intelectuales muy importantes que ahora mismo no puedo anunciar.

© Lupe de la Vallina/Duesse Communication (4); courtesy of Nadie es Perfecto (5)

BO

LA TAQUILLA POR COMUNIDADES: CANARIAS Y PAÍS VASCO AL ALZA

DURANTE 2023 EL PATIO DE BUTACAS SE HA VISTO REDUCIDO EN CERCA DE 150 PANTALLAS Y 29 COMPLEJOS CINEMATOGRAFICOS, SIENDO ANDALUCÍA LA COMUNIDAD MÁS AFECTADA

por Pau Brunet

En muchas ocasiones, el análisis de la taquilla se centra en la visión general de las cifras desde una perspectiva unitaria del territorio. En esta visión, se obvian particularidades de las diferentes áreas y regiones, que podrían ofrecer valiosa información sobre el conjunto, entendiendo los pequeños matices. Desde la masiva oferta en grandes capitales como Madrid o Barcelona, hasta zonas despobladas de espacios cinematográficos como Extremadura o La Rioja donde apenas hay 19 y 9 cines comerciales respectivamente.

Este detallado análisis suele ser muy rico para las distribuidoras y las exhibidoras pero también para instituciones públicas, ya que estos datos permiten observar dónde está funcionando mejor una película o un complejo de salas y, consecuentemente, hacia dónde dirigir sus campañas de lanzamientos presentes y futuras o reforzar su relación con el público local. En España, la taquilla por comunidades tiene sus particularidades, especialmente en elementos como la cantidad de salas, espectadores por pantalla y precio medio, entre otros. Este reportaje busca indagar en ese análisis

El Principado de Asturias ha aumentado un 28% el número de espectadores y un 31% los ingresos. Ha perdido en 2023 seis salas respecto a 2022

RESUMEN COMUNIDADES AUTÓNOMAS Y EVOLUCIÓN DE RECAUDACIÓN Y ESPECTADORES 2022-2023

C.C.A.A	RECAUDACIÓN 2023	ESPECTADORES 2023	RECAUDACIÓN 2022	ESPECTADORES 2022	% DE AUMENTO DE ESPECTADORES	AUMENTO % DE INGRESOS	MEDIA POR PANTALLA (ESPECTADORES)
Andalucía	70.175.212 €	11.612.175	54.260.752 €	9.322.609	24.4%	29%	19.615
Aragón	9.382.395 €	1.619.715	7.160.112 €	1.295.670	25.5%	31%	19.996
Asturias	7.589.943 €	1.194.621	5.806.299 €	933.681	28%	31%	17.066
Canarias	19.032.558 €	3.035.781	13.311.978 €	2.210.949	37%	43%	20.374
Cantabria	5.343.342 €	858.895	4.127.994 €	650.167	32%	29%	22.603
Castilla y León	18.050.256 €	3.008.833	14.305.804 €	2.450.417	22.4/%	26%	18.017
Castilla-La Mancha	11.368.570 €	1.874.858	9.061.653 €	1.526.376	23%	25%	13.488
Cataluña	95.444.247 €	13.779.457	75.620.111 €	11.340.859	21%	26%	21.907
Comunidad de Madrid	110.305.402 €	15.254.718	85.503.523 €	12.343.710	23.5%	29%	28.513
Comunidad Valenciana	57.927.020 €	9.134.129	43.931.842 €	7.145.569	28%	32%	21.144
Extremadura	6.039.443 €	1.039.332	4.625.308 €	805.325	29%	30%	16.497
Galicia	20.376.753 €	3.196.254	15.422.406 €	2.545.765	26%	32%	14.729
Islas Baleares	12.185.912 €	1.926.500	8.708.991 €	1.458.026	32%	39%	23.784
La Rioja	2.569.598 €	459.254	2.044.503 €	374.952	22.4%	26%	13.122
Murcia	14.937.183 €	2.585.979	11.165.774 €	1.973.758	31%	33,7%	21.550
Navarra	7.230.886 €	1.230.665	5.329.881 €	936.867	31%	35,6%	18.646
País Vasco	23.698.522 €	3.638.621	16.899.583 €	2.719.724	33%	40%	18.377

Fuente: Comscore

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE CINES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS Y PRECIO MEDIO DE LA ENTRADA

C.C.A.A	Nº CINES 2023	Nº SALAS 2023	Nº SALAS 2022	PRECIO MEDIO DE ENTRADA
Andalucía	106	592	661	6,04 €
Aragón	28	81	77	5,79 €
Asturias	10	70	76	6,35 €
Canarias	21	149	158	6,27 €
Cantabria	12	38	38	6,22 €
Castilla y León	48	167	187	6,00 €
Castilla-La Mancha	32	139	141	6,06 €
Cataluña	123	629	693	6,93 €
Comunidad de Madrid	123	535	551	7,23 €
Comunidad Valenciana	81	432	432	6,34 €
Extremadura	19	63	64	5,81 €
Galicia	62	217	185	6,38 €
Islas Baleares	16	81	82	6,33 €
La Rioja	9	35	33	5,60 €
Murcia	35	120	118	5,78 €
Navarra	16	66	64	5,88 €
País Vasco	62	198	196	6,51 €

Fuente: Comscore

de las diferentes comunidades y así ilustrar algunas dudas y comentarios que a veces se generan en espacios como las redes sociales.

Durante 2023, la taquilla española acumuló un total de 492.5 millones de euros, un 27% más que el período de 2022. Por comunidades, es remarcable que todas presentan sólidos aumentos, algunas incluso con un crecimiento de más del 40% en las recaudaciones como son los casos de Canarias, País Vasco, e Islas Baleares. En números absolutos, Madrid y Ca- ➤

talunya son las comunidades más fuertes, pero con los aumentos porcentuales menos relevantes. A nivel de número de salas y cines se observa una tendencia a la baja en comunidades como Catalunya o Andalucía que han visto cerrar un alto número de salas durante 2023. Con todo, ambas regiones se mantienen como dos de las tres regiones con más salas y pantallas.

La comunidad con mayor recaudación es Madrid que tiene 123 complejos cinematográficos con un total de 535 pantallas, aunque Catalunya y Andalucía la superan con 629 y 592 pantallas respectivamente. Durante 2023, en Madrid se vendieron 15.2 millones de entradas, 2.9 millones más que en 2022, equivalente a un aumento del 23.5%. A nivel económico, estas entradas han supuesto 110.3 millones de euros, lo que significa que Madrid concentra un 22% del mercado español. Además, la Comunidad que acoge la capital ha generado el mayor número de espectadores por pantalla: 28.513. Por su cuenta, Catalunya presenta un aumento del 21% a nivel de espectadores, lo cual equivale a un total de 13.77 millones entradas vendidas y 95.4 millones de euros. La comunidad pierde 40 salas de cine y 64 pantallas. De promedio, las salas de Catalunya han generado 21.907 espectadores, lo que la coloca como la cuarta comunidad con mayor afluencia por pantalla.

Comparando entre ambos años, las comunidades que presentan mayor crecimiento en la venta de entradas son Canarias, que aumenta un 37% respecto a 2022, con una media por sala de 20.374 entradas, seguida de País Vasco con un crecimiento del 33% y 18.377 entradas por pantalla, y las Islas Baleares y Cantabria ambas con un crecimiento del 32%, y un buen promedio de 22.603 y 23.783 entradas por sala siendo la segunda y tercera comunidad con mayor afluencia de espectadores. En conjunto, estos cuatro territorios han aumentado 2.4 millones de entradas respecto al pasado año, pero solo suponen el 12% del mercado tanto en taquilla como en espectadores. Por otro lado, los territorios con el menor descenso total son La Rioja, que durante 2023 solo aumenta 84.000 espectadores respecto a 2023, lo que es equivalente a un 22.1% y termina como la comunidad con menor afluencia de espectadores, so-

TOP 20 • ANDALUCIA 2023

TÍTULO	DATOS DE TAQUILLA	NÚMERO DE ESPECTADORES
1 Barbie	4.985.465 €	836.939
2 Super Mario Bros. La película	4.014.798 €	687.155
3 Avatar: El Sentido del Agua	3.896.639 €	566.962
4 Oppenheimer	2.658.605 €	429.320
5 Sirenita, La	2.232.951 €	372.198
6 Elemental	2.108.824 €	363.579
7 Campeonex	1.948.297 €	341.246
8 Megalodon 2: La fosa	1.943.127 €	314.619
9 Fast & Furious X	1.828.291 €	283.946
10 Guardianes de la Galaxia: Volumen 3	1.472.156 €	254.588
11 Indiana Jones y el Dial del Destino	1.420.334 €	231.974
12 Vacaciones de verano	1.413.830 €	249.929
13 Wonka	1.386.248 €	234.575
14 Gato con botas, El: El último deseo	1.307.861 €	221.939
15 Spider-Man: Cruzando el multiverso	1.254.309 €	211.730
16 Napoleon	1.252.301 €	197.566
17 Monja II, La	1.235.387 €	205.495
18 Five Nights at Freddy's	1.223.503 €	190.610
19 Ocho Apellidos Marroquis	1.142.294 €	177.484
20 Juegos del hambre: La balada de pajaros cantores y serpientes, Los	929.399 €	148.315

Fuente: Comscore

TOP 20 • ARAGON 2023

TÍTULO	DATOS DE TAQUILLA	NÚMERO DE ESPECTADORES
1 Barbie	588.329 €	101.885
2 Super Mario Bros. La película	496.419 €	87.472
3 Oppenheimer	413.767 €	65.382
4 Avatar: El Sentido del Agua	366.232 €	58.754
5 Campeonex	251.477 €	46.651
6 Indiana Jones y el Dial del Destino	237.685 €	40.845
7 Elemental	218.872 €	41.902
8 Guardianes de la Galaxia: Volumen 3	215.844 €	37.742
9 Wonka	208.873 €	35.374
10 Ocho Apellidos Marroquis	199.584 €	32.996
11 Napoleon	196.972 €	31.488
12 Sirenita, La	182.105 €	32.362
13 Fast & Furious X	174.095 €	28.647
14 Megalodon 2: La fosa	170.527 €	28.359
15 Gato con botas, El: El último deseo	166.527 €	30.010
16 Spider-Man: Cruzando el multiverso	151.031 €	26.029
17 Juegos del hambre: La balada de pajaros cantores y serpientes, Los	143.704 €	24.212
18 Five Nights at Freddy's	138.122 €	22.487
19 Vacaciones de verano	137.869 €	25.714
20 Asesinos de la luna, Los	133.692 €	20.023

Fuente: Comscore

TOP 20 • ASTURIAS 2023

TÍTULO	DATOS DE TAQUILLA	NÚMERO DE ESPECTADORES
1 Barbie	546.769 €	86.896
2 Super Mario Bros. La película	446.887 €	73.553
3 Avatar: El Sentido del Agua	361.145 €	48.142
4 Oppenheimer	339.188 €	53.242
5 Elemental	203.177 €	32.762
6 Campeonex	189.570 €	30.597
7 Fast & Furious X	187.514 €	28.085
8 Indiana Jones y el Dial del Destino	180.501 €	27.840
9 Napoleon	168.313 €	26.024
10 Guardianes de la Galaxia: Volumen 3	167.635 €	28.049
11 Megalodon 2: La fosa	162.858 €	24.557
12 Ocho Apellidos Marroquis	153.854 €	22.767
13 Wonka	144.074 €	22.768
14 Gato con botas, El: El último deseo	143.744 €	23.231
15 Five Nights at Freddy's	136.887 €	20.394
16 Sirenita, La	135.484 €	20.959
17 Juegos del hambre: La balada de pajaros cantores y serpientes, Los	118.851 €	18.560
18 Spider-Man: Cruzando el multiverso	118.278 €	18.702
19 Vacaciones de verano	116.888 €	19.572
20 Asesinos de la luna, Los	99.012 €	15.466

Fuente: Comscore



Castilla y la Mancha ha aumentado un 23% el número de espectadores y un 25 la recaudación. En un año solo ha perdido dos salas

lamente 13.122 espectadores por sala. Esto es relevante porque si se compara con una comunidad como Cantabria, con un patio de salas casi idéntico a La Rioja, esta logra casi el doble de afluencia de espectadores. Galicia la sigue de cerca con solo 14.000 espectadores por pantalla, aunque en este caso hay un aumento de 26% respecto a 2022 y la comunidad tiene la capacidad de generar más de 20 millones de euros. ➤



Catalunya ha aumentado un 21% y un 26% el número de espectadores y recaudación. En 2023 ha perdido 64 salas

TOP 20 • CANARIAS 2023

	TÍTULO	DATOS DE TAQUILLA	NÚMERO DE ESPECTADORES
1	Barbie	1.287.384 €	211.070
2	Super Mario Bros. La película	1.249.137 €	210.278
3	Avatar: El Sentido del Agua	1.188.172 €	156.164
4	Fast & Furious X	710.346 €	108.390
5	Sirenita, La	671.730 €	107.137
6	Megalodon 2: La fosa	635.207 €	94.106
7	Oppenheimer	599.026 €	94.295
8	Elemental	526.422 €	87.344
9	Guardianes de la Galaxia: Volumen 3	525.179 €	87.987
10	Spider-Man: Cruzando el multiverso	381.070 €	63.577
11	Wonka	344.634 €	54.977
12	Gato con botas, El: El último deseo	338.124 €	57.893
13	Five Nights at Freddy's	331.688 €	52.726
14	Monja II, La	326.483 €	52.767
15	Indiana Jones y el Dial del Destino	319.295 €	49.464
16	Campeonex	300.672 €	50.401
17	Creed III	293.406 €	46.054
18	Napoleon	268.916 €	39.582
19	Equalizer 3, The	253.088 €	40.888
20	Juegos del hambre: La balada de pajaros cantores y serpientes, Los	247.735 €	38.025

Fuente: Comscore

TOP 20 • CANTABRIA 2023

	TÍTULO	DATOS DE TAQUILLA	NÚMERO DE ESPECTADORES
1	Barbie	329.405 €	54.899
2	Avatar: El Sentido del Agua	301.704 €	39.832
3	Super Mario Bros. La película	294.280 €	48.860
4	Oppenheimer	213.530 €	35.312
5	Campeonex	183.256 €	29.614
6	Ocho Apellidos Marroquis	158.242 €	25.483
7	Elemental	142.133 €	23.424
8	Fast & Furious X	139.898 €	20.292
9	Megalodon 2: La fosa	111.256 €	16.859
10	Indiana Jones y el Dial del Destino	110.235 €	17.774
11	Guardianes de la Galaxia: Volumen 3	104.575 €	16.366
12	Gato con botas, El: El último deseo	104.112 €	16.579
13	Napoleon	103.273 €	17.124
14	Vacaciones de verano	92.668 €	15.333
15	Wonka	90.914 €	15.985
16	Sirenita, La	88.273 €	13.427
17	Momias	77.525 €	13.021
18	Five Nights at Freddy's	76.861 €	11.659
19	Juegos del hambre: La balada de pajaros cantores y serpientes, Los	75.933 €	12.283
20	Spider-Man: Cruzando el multiverso	69.105 €	11.148

Fuente: Comscore

TOP 20 • CASTILLA Y LEÓN 2023

	TÍTULO	DATOS DE TAQUILLA	NÚMERO DE ESPECTADORES
1	Barbie	1.043.154 €	179.956
2	Super Mario Bros. La película	858.845 €	147.396
3	Avatar: El Sentido del Agua	847.124 €	127.856
4	Oppenheimer	691.478 €	116.322
5	Campeonex	582.210 €	101.876
6	Elemental	458.755 €	78.275
7	Fast & Furious X	443.321 €	70.578
8	Ocho Apellidos Marroquis	429.578 €	68.501
9	Napoleon	388.507 €	61.555
10	Indiana Jones y el Dial del Destino	347.801 €	57.823
11	Wonka	336.454 €	54.580
12	Sirenita, La	331.839 €	55.168
13	Gato con botas, El: El último deseo	331.180 €	55.089
14	Vacaciones de verano	327.163 €	57.649
15	Guardianes de la Galaxia: Volumen 3	327.106 €	56.958
16	Megalodon 2: La fosa	308.747 €	51.302
17	Momias	300.187 €	49.508
18	Juegos del hambre: La balada de pajaros cantores y serpientes, Los	264.139 €	42.372
19	Five Nights at Freddy's	248.216 €	37.898
20	Wish: El poder de los deseos	231.529 €	36.982

Fuente: Comscore

CRECIMIENTO GENERALIZADO

Otros aumentos relevantes son los de la Comunidad Valenciana, que durante 2023 aumentó casi 2 millones de espectadores hasta los 9.1 y un total de 58 millones de euros, lo que supone un crecimiento de 32% del mercado. De media, las 432 pantallas de cine valencianas vendieron 21.144 entradas de cine. A nivel de salas, Valencia conserva los 81 complejos cinematográficos que había en 2022. Andalucía también crece de forma relevante, más de 2.2 millones espectadores respecto a hace dos años, lo que supone un sano crecimiento del 24.4%. Como en el caso catalán, Andalucía pierde 61 salas y su media se queda en los 19.615 por pantalla. Con todo, es relevante que Andalucía es el tercer mayor mercado de España y donde el precio medio por entrada es de 6€, un 16.5% menos que en Madrid y un 13.6% menos que en Catalunya.

Del resto de comunidades, toca destacar fuertes crecimientos porcentuales de Murcia y Navarra, que en ambos casos aumentan un 31% en el número de espectadores. La primera roza los 2.6 millones de entradas vendidas, y su media por sala es muy positiva: 21.550. Por su cuenta, Navarra pasa de los 937.000 espectadores de 2022 a 1.23 millones. En este caso, la comunidad presenta una moderada media de 18.650 espectadores por sala. Por su parte, Castilla y León y Castilla y la Mancha presentan un crecimiento por debajo de la media, y en el caso de la segunda, la afluencia de espectadores es la segunda más baja del país, solo 13.488 espectadores en cada una de las 139 pantallas. Como en el caso andaluz, Castilla y la Mancha es un territorio importante por número de salas y cifras absolutas, más de 11 millones de euros, pero su media por sala es muy baja incluso teniendo un precio por entrada moderado comparado con las comunidades de más afluencia. Seguramente un análisis que permitiera ver una evolución general de la economía de la comunidad aportaría bastante información clave para entender esta baja asistencia.

Extremadura y Asturias aumentan por encima de la media, un 29% y un 28% respectivamente. Como en el caso de Navarra, ambas comunidades superan el millón de entradas vendidas durante

TOP 20 • C.LA MANCHA 2023

TÍTULO	DATOS DE TAQUILLA	NÚMERO DE ESPECTADORES
1 Barbie	714.406 €	119.862
2 Super Mario Bros. La película	702.259 €	118.488
3 Avatar: El Sentido del Agua	569.223 €	84.624
4 Oppenheimer	410.556 €	67.804
5 Campeonex	405.628 €	70.024
6 Fast & Furious X	323.099 €	49.753
7 Sirenita, La	306.266 €	49.340
8 Elemental	275.034 €	47.617
9 Ocho Apellidos Marroquis	256.526 €	39.727
10 Napoleon	235.615 €	36.979
11 Vacaciones de verano	232.439 €	40.252
12 Megalodon 2: La fosa	227.202 €	36.639
13 Guardianes de la Galaxia: Volumen 3	226.726 €	39.364
14 Wonka	223.531 €	36.683
15 Five Nights at Freddy's	211.543 €	32.389
16 Indiana Jones y el Dial del Destino	203.859 €	34.208
17 Gato con botas, El: El último deseo	190.847 €	31.769
18 Spider-Man: Cruzando el multiverso	182.671 €	30.481
19 Momias	177.015 €	29.415
20 Juegos del hambre: La balada de pajaros cantores y serpientes, Los	164.932 €	26.054

Fuente: Comscore

TOP 20 • CATALUNYA 2023

TÍTULO	DATOS DE TAQUILLA	NÚMERO DE ESPECTADORES
1 Barbie	6.981.242 €	1.043.376
2 Super Mario Bros. La película	5.035.896 €	747.610
3 Avatar: El Sentido del Agua	4.918.025 €	609.643
4 Oppenheimer	4.282.894 €	599.320
5 Indiana Jones y el Dial del Destino	2.886.958 €	406.287
6 Fast & Furious X	2.476.823 €	342.819
7 Elemental	2.346.387 €	361.191
8 Megalodon 2: La fosa	2.342.742 €	331.108
9 Guardianes de la Galaxia: Volumen 3	2.245.917 €	341.303
10 Sirenita, La	1.891.054 €	278.932
11 Wonka	1.767.681 €	244.136
12 Ocho Apellidos Marroquis	1.694.132 €	231.032
13 Napoleon	1.670.194 €	225.093
14 Campeonex	1.630.458 €	251.981
15 Spider-Man: Cruzando el multiverso	1.466.442 €	216.070
16 Mision: Imposible - Sentencia Mortal. Parte Uno	1.453.174 €	209.748
17 Gato con botas, El: El último deseo	1.353.008 €	204.359
18 Juegos del hambre: La balada de pajaros cantores y serpientes, Los	1.289.081 €	177.113
19 Five Nights at Freddy's	1.262.784 €	169.318
20 Monja II, La	1.171.073 €	166.354

Fuente: Comscore

TOP 20 • C.DE MADRID 2023

TÍTULO	DATOS DE TAQUILLA	NÚMERO DE ESPECTADORES
1 Barbie	6.504.168 €	898.961
2 Avatar: El Sentido del Agua	5.765.326 €	653.745
3 Super Mario Bros. La película	5.581.822 €	803.964
4 Oppenheimer	5.006.882 €	670.085
5 Indiana Jones y el Dial del Destino	2.931.505 €	389.897
6 Guardianes de la Galaxia: Volumen 3	2.721.183 €	400.048
7 Fast & Furious X	2.594.887 €	326.762
8 Sirenita, La	2.475.336 €	336.922
9 Napoleon	2.412.394 €	295.939
10 Elemental	2.372.772 €	345.136
11 Wonka	2.156.368 €	282.869
12 Spider-Man: Cruzando el multiverso	2.025.577 €	282.810
13 Megalodon 2: La fosa	1.971.918 €	254.201
14 Campeonex	1.934.845 €	293.167
15 Juegos del hambre: La balada de pajaros cantores y serpientes, Los	1.801.099 €	233.287
16 Gato con botas, El: El último deseo	1.678.521 €	251.393
17 Mision: Imposible - Sentencia Mortal. Parte Uno	1.614.859 €	209.758
18 Ocho Apellidos Marroquis	1.478.794 €	187.953
19 Five Nights at Freddy's	1.454.251 €	186.028
20 Monja II, La	1.422.727 €	190.818

Fuente: Comscore

el 2022, pero también presentan promedios por sala muy bajos. En Extremadura, pese a tener uno de los precios más bajos por entrada, 5.81€, solo logra 16.500 espectadores por sala. Y en Asturias, la afluencia se queda en los 17.066 por cine, aunque en ese caso, el precio de la entrada está más cercano a la media, y se coloca en los 6.35€.

Finalmente, Aragón presenta un crecimiento del 25.5% hasta los 1.62 millones de entradas y 9.4 millones de euros. La comunidad se queda muy en el medio en cifras absolutas, pero al contrario que otras en similar situación, su media por sala es positiva: 20.000 espectadores por pantalla que la sitúan como la octava comunidad con mayor afluencia y la tercera con el precio por entrada más bajo: 5.79€.

El precio de la entrada es un elemento crucial para el análisis ya que, al contrario de algunos mitos, los precios más bajos no equivalen a un mayor impacto de cantidad de espectadores. Usando como barómetro la afluencia por sala, las comunidades con mejores cifras son Madrid, Islas Baleares, y Cantabria, que presentan precios por entrada de 7.01€, mientras que las tres con menor asistencia, La Rioja, Castilla y la Mancha, y Galicia, presentan un precio medio por entrada de 6.2€. En general, el precio ➤

Canarias ha aumentado un 37% y un 43% su número de espectadores y recaudación



TOP 20 • C.VALENCIANA 2023

	TÍTULO	DATOS DE TAQUILLA	NÚMERO DE ESPECTADORES
1	Barbie	4.104.579 €	669.815
2	Super Mario Bros. La película	3.288.596 €	532.062
3	Avatar: El Sentido del Agua	3.067.713 €	413.571
4	Oppenheimer	2.393.804 €	381.051
5	Elemental	1.708.133 €	282.566
6	Megalodon 2: La fosa	1.684.326 €	252.330
7	Campeonex	1.594.137 €	266.992
8	Fast & Furious X	1.402.476 €	204.272
9	Indiana Jones y el Dial del Destino	1.359.222 €	213.475
10	Guardianes de la Galaxia: Volumen 3	1.318.532 €	216.926
11	Sirenita, La	1.313.731 €	207.554
12	Wonka	1.182.993 €	185.697
13	Napoleon	1.032.663 €	155.109
14	Vacaciones de verano	1.022.706 €	172.971
15	Ocho Apellidos Marroquis	967.516 €	144.670
16	Spider-Man: Cruzando el multiverso	955.649 €	152.824
17	Gato con botas, El: El último deseo	902.728 €	145.279
18	Five Nights at Freddy's	883.234 €	130.225
19	Juegos del hambre: La balada de pajaros cantores y serpientes, Los	855.320 €	130.082
20	Monja II, La	782.233 €	118.884

Fuente: Comscore

TOP 20 • EXTREMADURA 2023

	TÍTULO	DATOS DE TAQUILLA	NÚMERO DE ESPECTADORES
1	Barbie	45.127 €	424.927
2	Avatar: El Sentido del Agua	44.911 €	356.651
3	Super Mario Bros. La película	45.021 €	325.110
4	Campeonex	45.156 €	244.399
5	Oppenheimer	45.127 €	213.442
6	Fast & Furious X	45.065 €	204.938
7	Sirenita, La	45.072 €	185.912
8	Megalodon 2: La fosa	45.142 €	162.738
9	Elemental	45.121 €	160.410
10	Ocho Apellidos Marroquis	45.261 €	151.339
11	Vacaciones de verano	45.113 €	131.839
12	Wonka	45.266 €	130.834
13	Napoleon	45.254 €	124.151
14	Guardianes de la Galaxia: Volumen 3	45.050 €	107.884
15	Monja II, La	45.177 €	101.640
16	Gato con botas, El: El último deseo	44.916 €	100.262
17	Five Nights at Freddy's	45.231 €	98.468
18	Indiana Jones y el Dial del Destino	45.105 €	88.360
19	Momias	44.981 €	87.192
20	Juegos del hambre: La balada de pajaros cantores y serpientes, Los	45.247 €	85.541

Fuente: Comscore

TOP 20 • GALICIA 2023

	TÍTULO	DATOS DE TAQUILLA	NÚMERO DE ESPECTADORES
1	Barbie	45.127 €	1.646.794
2	Super Mario Bros. La película	45.021 €	1.273.429
3	Avatar: El Sentido del Agua	44.911 €	1.018.171
4	Oppenheimer	45.127 €	907.782
5	Elemental	45.121 €	622.613
6	Fast & Furious X	45.065 €	543.550
7	Megalodon 2: La fosa	45.142 €	448.912
8	Wonka	45.266 €	427.923
9	Campeonex	45.156 €	421.997
10	Guardianes de la Galaxia: Volumen 3	45.050 €	417.395
11	Gato con botas, El: El último deseo	44.916 €	387.603
12	Sirenita, La	45.072 €	384.025
13	Indiana Jones y el Dial del Destino	45.105 €	377.485
14	Napoleon	45.254 €	365.032
15	As bestas	44.876 €	343.082
16	Five Nights at Freddy's	45.231 €	324.388
17	Ocho Apellidos Marroquis	45.261 €	324.069
18	Vacaciones de verano	45.113 €	308.548
19	Juegos del hambre: La balada de pajaros cantores y serpientes, Los	45.247 €	305.766
20	Spider-Man: Cruzando el multiverso	45.079 €	304.193

Fuente: Comscore

Galicia ha mejorado un 26% el número de espectadores y un 32% la taquilla. Tiene 32 salas menos que en 2022



medio de la entrada en España durante 2023 se queda en 6.51€ y la media por sala en 20.880 espectadores.

CINE ESPAÑOL, MEJOR EN PROVINCIAS

A nivel de títulos por comunidades, el top 10 general del año se repite con ligeras variaciones como tónica general, pero existen interesantes particularidades relacionadas con el cine español. En Madrid y Catalunya, las zonas más urbanas de España con niveles de renta y educación superior, las películas nacionales no logran colocarse entre las diez más taquilleras del año. Por lo contrario, en el resto de las comunidades *Campeonex*, *Ocho apellidos vascos*, o *Vacaciones de verano* se colocan entre las más vistas del año, aunque es raro ver las tres en el mismo top 10. En este aspecto, destaca mucho el éxito de algunas producciones rodadas en idiomas co-oficiales.

TOP 20 • ISLAS BALEARES 2023

TÍTULO	DATOS DE TAQUILLA	NÚMERO DE ESPECTADORES
1 Barbie	872.682 €	139.824
2 Super Mario Bros. La película	661.792 €	106.318
3 Avatar: El Sentido del Agua	613.923 €	85.274
4 Oppenheimer	497.844 €	74.970
5 Megalodon 2: La fosa	355.082 €	55.389
6 Elemental	325.971 €	55.525
7 Fast & Furious X	323.417 €	47.821
8 Sirenita, La	296.159 €	46.714
9 Guardianes de la Galaxia: Volumen 3	274.290 €	44.447
10 Campeonex	271.750 €	44.999
11 Ocho Apellidos Marroquis	259.111 €	37.744
12 Indiana Jones y el Dial del Destino	255.373 €	41.316
13 Wonka	244.392 €	36.868
14 Gato con botas, El: El último deseo	219.704 €	35.624
15 Napoleon	215.335 €	31.447
16 Five Nights at Freddy's	197.212 €	29.000
17 Monja II, La	186.471 €	28.137
18 Spider-Man: Cruzando el multiverso	179.670 €	29.187
19 Momias	164.471 €	26.973
20 Equalizer 3, The	153.827 €	23.114

Fuente: Comscore

TOP 20 • LA RIOJA 2023

TÍTULO	DATOS DE TAQUILLA	NÚMERO DE ESPECTADORES
1 Barbie	159.804 €	28.789
2 Super Mario Bros. La película	130.601 €	24.194
3 Avatar: El Sentido del Agua	126.945 €	19.660
4 Ocho Apellidos Marroquis	97.546 €	15.042
5 Campeonex	89.697 €	16.809
6 Oppenheimer	85.878 €	15.729
7 Fast & Furious X	64.867 €	10.742
8 Wonka	62.663 €	10.112
9 Napoleon	61.286 €	9.776
10 Megalodon 2: La fosa	52.773 €	9.236
11 Indiana Jones y el Dial del Destino	48.210 €	9.084
12 Elemental	47.399 €	9.193
13 Sirenita, La	44.677 €	8.053
14 Guardianes de la Galaxia: Volumen 3	44.327 €	8.155
15 Gato con botas, El: El último deseo	42.408 €	7.910
16 Vacaciones de verano	38.056 €	7.457
17 Momias	37.561 €	7.109
18 Juegos del hambre: La balada de pajaros cantores y serpientes, Los	36.597 €	5.923
19 Wish: El poder de los deseos	35.167 €	5.453
20 Five Nights at Freddy's	34.716 €	6.096

Fuente: Comscore



Madrid ha mejorado un 23,5% el número de espectadores y un 29% la recaudación



As bestas logra entrar en el top 20 de Galicia, donde transcurre la historia, con 55.000 espectadores durante 2023 que se suman a los 73.000 de 2022, cuando la película entró en el top 10. En conjunto, Galicia generó el 11.5% de la taquilla del filme de Sorogoyen, algo muy relevante valorando que la comunidad supone solamente un 4.1% del mercado. También hay que destacar *20.000 especies de abejas* que se coloca en el top 20 del País Vasco con más de 64.000 entradas. El dato supone más de la mitad de la taquilla general del filme en todo el país, algo que como en el caso de Galicia, sorprende ya que el País Vasco supone un 4.8% del mercado español. Finalmente, hay que destacar como la cinta animada *Momias* se coloca en el top 20 de Extremadura, La Rioja, y Navarra. **BO**

Andalucía ha aumentado un 24,4% los espectadores y un 29% los ingresos. Ha perdido 69 salas



TOP 20 • MURCIA 2023

TÍTULO	DATOS DE TAQUILLA	NÚMERO DE ESPECTADORES
1 Barbie	974.094 €	171.421
2 Super Mario Bros. La película	946.046 €	171.965
3 Avatar: El Sentido del Agua	682.818 €	112.779
4 Oppenheimer	565.194 €	98.685
5 Fast & Furious X	470.250 €	76.862
6 Megalodon 2: La fosa	451.867 €	76.850
7 Campeonex	434.113 €	77.584
8 Sirenita, La	432.475 €	75.712
9 Elemental	400.338 €	71.929
10 Guardianes de la Galaxia: Volumen 3	341.523 €	62.600
11 Five Nights at Freddy's	285.559 €	46.084
12 Gato con botas, El: El último deseo	279.681 €	49.717
13 Indiana Jones y el Dial del Destino	275.981 €	47.668
14 Ocho Apellidos Marroquis	274.970 €	45.204
15 Vacaciones de verano	272.939 €	48.711
16 Wonka	258.899 €	45.510
17 Spider-Man: Cruzando el multiverso	253.831 €	44.502
18 Monja II, La	241.160 €	41.119
19 Napoleon	225.218 €	37.802
20 Insidious: La puerta roja	191.758 €	32.822

Fuente: Comscore

TOP 20 • NAVARRA 2023

TÍTULO	DATOS DE TAQUILLA	NÚMERO DE ESPECTADORES
1 Barbie	385.531 €	68.115
2 Super Mario Bros. La película	316.512 €	54.098
3 Avatar: El Sentido del Agua	310.683 €	48.422
4 Oppenheimer	242.084 €	42.394
5 Campeonex	240.659 €	42.053
6 Ocho Apellidos Marroquis	205.049 €	32.976
7 Irati	169.573 €	28.149
8 Elemental	166.241 €	28.830
9 Fast & Furious X	144.048 €	23.501
10 Napoleon	142.881 €	23.224
11 Megalodon 2: La fosa	141.453 €	24.106
12 Indiana Jones y el Dial del Destino	130.850 €	22.623
13 Wonka	124.737 €	21.189
14 Guardianes de la Galaxia: Volumen 3	117.436 €	20.192
15 Sirenita, La	116.092 €	19.318
16 Gato con botas, El: El último deseo	114.169 €	19.692
17 Juegos del hambre: La balada de pajaros cantores y serpientes, Los	108.222 €	17.637
18 Momias	105.405 €	18.629
19 Vacaciones de verano	99.264 €	17.853
20 Wish: El poder de los deseos	88.864 €	15.491

Fuente: Comscore

TOP 20 • PAIS VASCO 2023

TÍTULO	DATOS DE TAQUILLA	NÚMERO DE ESPECTADORES
1 Barbie	1.364.011 €	209.177
2 Avatar: El Sentido del Agua	1.147.189 €	157.757
3 Super Mario Bros. La película	1.115.101 €	176.354
4 Oppenheimer	864.311 €	128.944
5 Campeonex	651.262 €	103.560
6 Ocho Apellidos Marroquis	610.972 €	85.048
7 Irati	549.200 €	90.589
8 Elemental	506.417 €	79.382
9 Napoleon	502.018 €	71.711
10 Fast & Furious X	500.754 €	69.691
11 Wonka	448.835 €	64.288
12 Indiana Jones y el Dial del Destino	446.726 €	66.864
13 Megalodon 2: La fosa	422.323 €	58.780
14 Guardianes de la Galaxia: Volumen 3	418.825 €	66.162
15 Sirenita, La	380.598 €	58.654
16 20.000 Especies de abejas	361.566 €	64.388
17 Juegos del hambre: La balada de pajaros cantores y serpientes, Los	351.009 €	48.891
18 Gato con botas, El: El último deseo	343.480 €	56.956
19 Momias	311.946 €	51.953
20 Five Nights at Freddy's	306.373 €	41.959

Fuente: Comscore

CINEMEX: DONDE LOS ESPECTADORES SON INVITADOS, NO CLIENTES

CON 330 COMPLEJOS EN MÉXICO, A PUNTO DE CUMPLIR 30 AÑOS, CINEMEX ES UNA DE LAS COMPAÑÍAS DE EXHIBICIÓN MÁS GRANDES DEL MUNDO. LLAMAN A SUS CLIENTES "INVITADOS", APUESTAN POR OFRECER "EXPERIENCIAS DIFERENCIADAS", REINVIERTEN SUS BENEFICIOS Y SITUAN AL ESPECTADOR Y LOS EMPLEADOS EN EL CENTRO. NOS CUENTA LOS DETALLES DE UN MODELO DE ÉXITO FRANCISCO JAVIER EGUREN, PORTAVOZ DE LA COMPAÑÍA

por Juan Sardà Frouchtmann

A punto de cumplir los 30 años, la expansión de Cinemex ha sido vertiginosa. En 1995, cuando empezaron, el negocio de exhibición lo controlaba el Estado. En la foto, el portavoz de la compañía, Francisco Javier Eguren

Con más de 126 millones de habitantes, México es uno de los países más grandes del mundo y el mayor de lengua hispana. Un mercado enorme en el que Cinemex juega un papel crucial desde su aparición hace casi 30 años, en 1995, cuando tres estudiantes decidieron revolucionar un negocio controlado hasta entonces por el Estado. La introducción de los multicines y la gestión privada fue el primer paso para un verdadero imperio de la exhibición, controlado actualmente por Grupo México, la cuarta empresa más grande del país.

En Cinemex apuestan a fondo por la “experiencia” y para ello ofrecen una gran variedad de salas, desde las Platino con asientos reclinables, camarero y *finger food*, o sea, comida que puede degustarse con los dedos, pasando por las 4D, con butacas que dan vueltas sobre sí mismas y crean una experiencia inmersiva en las películas de acción hasta las nuevas pantallas IMAX o CinemeXtremo, que cuenta con proyección digital y audio envolvente Dolby Atmos. Desde 2014, la empresa se ha expandido en Estados Unidos, donde prevén crecer en el futuro próximo, pero como nos explica el portavoz de la compañía, Francisco Javier Eguren, de momento apuestan por el país vecino del Norte y en una siguiente etapa, por crecer en el Sur. Europa, de momento, queda lejos aunque todo puede llegar.

Sorprende su rápido crecimiento en los últimos treinta años desde la nada a una presencia masiva en México. ¿Cómo se produce esta vertiginosa expansión?

Vamos a cumplir 30 años en 2025. En el inicio es un proyecto de tres estudiantes de Harvard que deciden crear una industria en México que estaba prácticamente en la lona como decimos aquí, muerta. El control del cine lo tenía el Gobierno que era propietario de salas por todo el país. Al final, como operadores, ellos controlaban lo que se podía ver. Siempre ha habido una mayoría de producto internacional, principalmente de Hollywood porque estamos pegados a Estados >



EXHIBIDORES

Unidos y nuestro principal consumo son películas de ese país. Estos tres chicos de Harvard deciden presentar un modelo de negocio en México de multicines que entonces no existían en el país. Todo eran salas muy grandes de cuatro o cinco mil butacas con una sola pantalla, algún cine había con dos pero no multicines con más de cinco, seis o siete.

Así es como en 1995 crean el primer Cinemex con seis pantallas y a partir de allí hay un ímpetu de crecimiento, va muy bien el negocio porque era nuevo. Un poco antes entra también en escena nuestro competidor Cinemark con su primer cine en México en el Estado de Aguas Calientes pero lo demás seguían siendo cines de dos pantallas. En nuestro caso, cada año Cinemex empieza a abrir cinco o seis complejos. Llegó un punto en el año 2000 que ya había 25. En ese momento se vende por primera vez la compañía, que seguía siendo de estos tres chicos que la habían montado con dinero de la familia y la compra un fondo de inversión. Ese fondo de inversión la vende en 2002, y lo mismo en 2006 y en 2009, finalmente, la compra el accionista mayoritario de Grupo México.

Allí Cinemex crece mucho de golpe porque unos meses antes también había comprado MM Cinemas, una cadena del norte del país que pertenecía a un grupo que también tenía periódicos y televisión y deciden deshacerse de esa parte del negocio. Se suman los 30 cines de Cinemex a los 100 de MMcines. Y de 2009 hasta la fecha este inversor ha estado invirtiendo todos los años para expandirse. Por eso a fecha de hoy tenemos más de 330 ubica-



45 de los 330 complejos cinematográficos de Cinemex corresponden a la categoría Platino, donde hay camareros y comida que puede "comerse con los dedos"

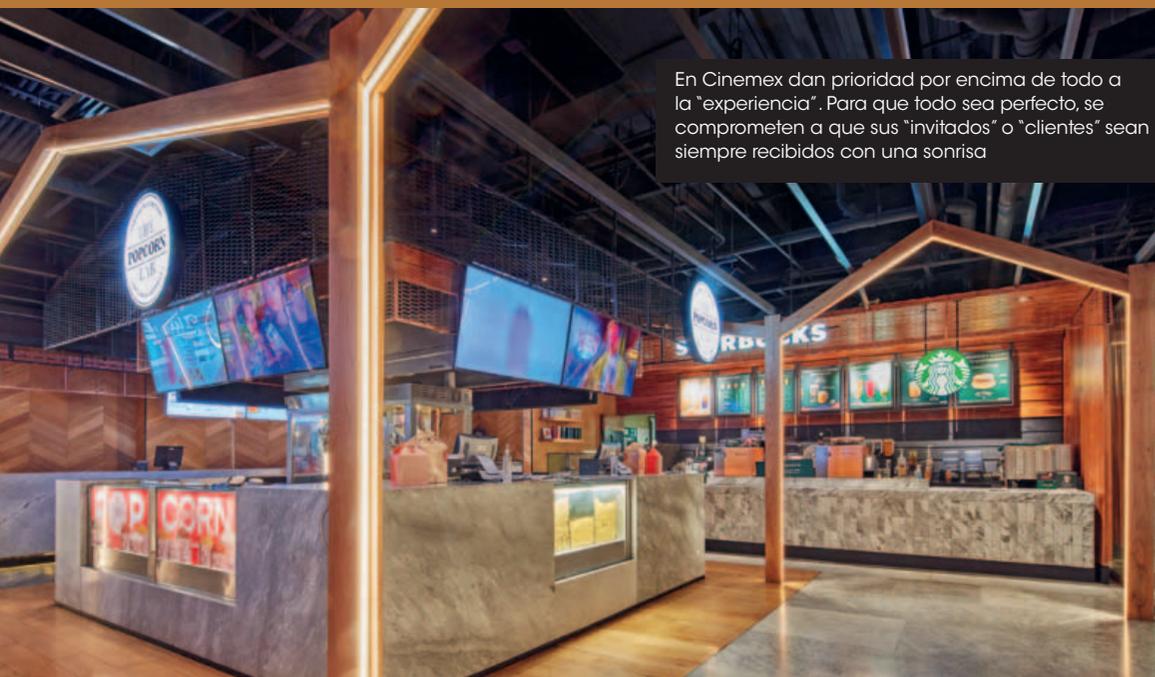
ciones de cine. Hemos crecido a lo largo y ancho del país, hemos salido de México plantándonos en Estados Unidos donde tenemos 30 ubicaciones desde 2014.

¿Cuál cree que es la clave del éxito?

A la vez que crecimos en salas y ubicaciones también empezamos a desarrollar algunos formatos diferenciados. El

consumidor en México busca mucho la diferenciación, no una butaca tradicional. Ofrecemos por ejemplos las salas VIP, que llamamos Platino, con asientos reclinables, servicio en la mesa con un camarero, alimentos *finger food* que no se comen con cubiertos, y disfrutas de las películas mientras estás tomando una copa de vino o una cerveza... La clave es buscar esa experiencia completamente diferenciada. De estas 330 ubicaciones que tenemos actualmente 45 están dedicadas a este formato Platino.

Tenemos otros formatos como 4D, salas en las que las butacas se mueven, te echan aire, un poco de agua... hacen interactivas las películas, sobre todo para las familias y les gusta mucho a los niños. En las películas de acción funciona muy bien. El 3D es muy funcional en México. Este año inauguramos por primera vez nuestras pantallas IMAX. Por eso llamamos "invitado" a nuestros clientes, creemos que no solo quieren ver una buena película, también vivir una experiencia. Tenemos que hacer que le valga la pena levantarse del sofá y gastarse tres o cuatro dólares. Ese es el crecimiento.



En Cinemex dan prioridad por encima de todo a la "experiencia". Para que todo sea perfecto, se comprometen a que sus "invitados" o "clientes" sean siempre recibidos con una sonrisa



Por este motivo, reinvertimos todos nuestros beneficios. La exhibición es una industria que necesita mucho capital porque está siempre renovándose y actualizándose. Ahora estamos con el cambio a los proyectores láser... Hay mucha inversión necesaria para mantener la experiencia alta. La clave es que el invitado disfrute cada vez que ve una película

no solo en una gran pantalla, con gran sonido, la mejor butaca, las mejores palomitas, un buen refresco o una buena cerveza... Estamos buscando realmente desde hace más de quince años ser diferenciadores en el tema de experiencias en el cine.

¿De qué manera marca que llamen "invitado" a lo que en España llamamos cliente?

El concepto de "invitado" parte de la idea de que el invitado va a tu casa, es un familiar o un amigo. Nosotros hacemos eso con nuestros clientes. Nuestros clientes no les vendemos algo, les invitamos a nuestra casa y les brindamos nuestra experiencia. Sin lugar a dudas están pagando por ello pero lo formalizas de tal forma que te sientas en casa cuando vengas a Cinemex. Esa filosofía está vigente desde el día uno, ven a la casa, diviértete con nosotros... pasa tu tiempo con nosotros.

En su decálogo dicen que los "invitados" siempre serán recibidos con una sonrisa. ¿Un buen *costumer service* requiere también una sonrisa?

Cinemex es su gente, es la gente que trabaja con nosotros. Podemos tener la mejor tecnología y butacas, pero si los empleados no están contentos no sirve de nada. Es importante que como invitado te recibamos con una sonrisa. La filosofía cuando contratamos es que se vengan a divertirse. La mayoría de los chicos del *staff* son estudiantes y tratamos de que sea divertido. El cine es entretenimiento y quien te vende los refrescos o el ticket, te

tiene que sonreír, detrás de cada contacto va a haber esa sonrisa.

El cliente es el *driver* principal y si se siente bien recibido va a pagar más por una mejor butaca o va a comprar palomitas más grandes. Ir al cine es un momento de indulgencia en el que te lo estás pasando bien. Cuando vas al cine no te preocupas por la dieta porque te sales durante dos horas de tu vida monótona y los problemas del día a día que todos podemos tener. Nosotros regalamos esas dos horas en las que tú puedes ser el protagonista de la película, puedes ser ese superhéroe o la persona amada en un romance. Puedes ser cualquier personaje. Por eso el invitado y los chicos de *staff* son las piezas fundamentales.

¿Qué características hacen único el mercado mexicano?

En México hay dos grandes compañías de exhibición y entre los dos tenemos más del 92% del mercado. Todo el día estamos compitiendo por ser la mejor. En un mercado como España, Brasil o Estados Unidos, está dividido en muchas empresas y es muy difícil ganar cuota de mercado. Aquí sí quitamos un punto sabemos a quién se lo quitamos y hay una pelea constante... tenemos la estructura más moderna en cines que existe. Es lo que hace único este país.

En México somos un país cinéfilo, el cuarto del mundo que más cine consume detrás de Estados Unidos, India y China, hablando de número de espectadores totales. En el momento en que lo convertimos en *box office*, a dinero, caemos >

Una experiencia cinco estrellas requiere de una buena oferta gastronómica. En Cinemex Market apuestan por cambiar el concepto de "dulcería" por una variada selección de snacks gourmet



EXHIBIDORES

Cinemex ofrece distintos tipos de salas como las Pop, Tradicional, Premium, Platino, Palco y Platino así como las 3D y 4D, donde la butaca se mueve

hasta el décimo lugar porque nuestro precio de entrada es bajo, entre 3 y 4 dólares, y eso nos hace descender en el ranking. Los mexicanos somos fervientes consumidores de cine. Y de ese consumo, el 85% es de cine de Estados Unidos, un 7 u 8% es de producto local y el resto películas de otros países.

Tras la crisis desencadenada por la pandemia, ¿cómo marcha la evolución de asistencia a salas en México?

La pandemia orilló a todo el mundo porque aprendió a utilizar el *streaming*. Yo creo que no es competencia, nos complementamos... Lo que realmente competimos es por el tiempo libre. El 2019 fue un año excepcional en todo el mundo y en México no fue una excepción, rompimos todos los récords habidos y por haber. Es una vara muy alta y no nos comparamos con ese 2019 porque se hizo la tormenta perfecta a favor, todas las películas funcionaron muy bien. Vendimos más de 115 millones de entradas como cadena de cines. En 2018 hicimos alrededor de 100 millones y es nuestro objetivo.

La situación actual es muy similar a lo que pasa en España. En comparación con el 2022 estuvimos en el 2023 un 38% por arriba, ha habido una recuperación muy importante tras unos años complicados.

Estamos lejos del 2019, al 65% o 67% de ese récord pero a un 80% de 2018. Nos faltan esos veinte puntos que estamos luchando, mejorando las experiencias. Estamos en una franja de recuperación lenta, en este 2024 tenemos una expectativa similar a la del año pasado sobre todo por las huelgas de actores y guionistas en Estados Unidos. Pero en 2025 ya prevemos estar en esas cifras anteriores a la pandemia.

Dan mucha importancia a las acciones benéficas, como ese "Cine Vagón" con el que llevan en tren

las películas a rincones apartados de México. ¿Cómo surge este proyecto?

México es un país muy dividido en clases sociales y hay muchas personas que no tienen posibilidad de ir al cine. Es un proyecto muy importante. Todo nace con el Doctor Vagón que es un proyecto de Fundación Grupo México, que también tiene ferrocarriles en el país. Parte del proyecto social es llevar un tren completo, alrededor de 25 vagones con salud: médicos, especialidades, se hacen análisis clínicos, tomografías... en comunidades que están alejadas de la mano de Dios



La asistencia a salas creció en México un 38% con respecto a 2022 y ya es un 80% de la de 2018 y un 65% de 2019, el año del récord

y no tienen acceso a la salud, con cinco o seis mil habitantes. Y en el último vagón colocamos el “Cine Vagón”, donde llevamos refrescos, palomitas y tenemos un proyector. Levantamos una pantalla, ponemos sillas alrededor del vagón y todo de manera gratuita. Algunas personas de esas comunidades jamás han tenido la oportunidad de ir al cine. Llevamos películas familiares, con mensaje... damos dos vueltas al país por año.

Otra de sus iniciativas sonadas es la carrera Cinemex en Ciudad de México. ¿Cómo la desarrollan?

Hay una cultura de *running* muy importante en México. Hacemos una carrera de 10 y 15 kilómetros y cada kilómetro lo tematizamos con películas que se van a estrenar para que tengas una experiencia diferente. Sacamos al cine a la calle para que la calle venga al cine. Justamente lo que hacemos es interactuar mucho en la parte social, ponemos muchos mensajes sociales antes de las proyecciones. El cine y el entretenimiento es diversión y es terapia. Estamos enfocados en tener la mejor experiencia y luego generar estos satélites alrededor.

Ha mencionado que el cine de Estados Unidos es el mayoritario. ¿Qué papel juega el cine mexicano?

Lamentablemente el cine mexicano lo vemos como un género pero no lo es. Puede haber terror, comedia, películas infantiles... al estar tan pegados a Estados Unidos nos gusta más consumir ese producto. Lo hemos vivido desde niños, muchos programas de la televisión son de

En Cinemex parten de la filosofía de que “el cliente es el *driver* principal y si se siente bien recibido va a pagar más por una mejor butaca o va a comprar palomitas más grandes”



allí. Hay películas mexicanas muy exitosas cuando rompen ciertos paradigmas y el público las toma como propias. Tenemos una estrella como Eugenio Derbez que es una mina de oro porque película que hace gana montones de dinero pero no todas las películas las puede hacer Derbez.

El récord fue entre 2000 y 2015 cuando hubo una cuota de 15% de cine mexicano, tuvimos un *boom* de buenas películas de comedia y terror, que es muy popular en México. Vemos cómo directores como Guillermo del Toro o Alejandro González Iñárritu acaban migrando para alcanzar un espectro mayor de público. Lo que sucede con el cine local es que hacemos cine para mexicanos, no para españoles o franceses, es para nosotros mismos. Se producen entre 100 y 120 películas anuales, de las que se exhiben unas 70 u 80, pero no están logrando viajar. El cine francés es el mejor ejemplo porque es el que más viaja después del americano, hacen películas muy *ad hoc* que pueden exportarse.

En México hacemos películas para nichos particulares a nivel local, no para nivel mundial como Hollywood. Nos faltan guionistas que construyan buenas historias y allí tenemos un déficit importante. Ojalá mejore porque no debemos depender tanto de que el cine de Estados Unidos aporte más para el box office y al final el cine mexicano es también nuestra identidad e idiosincrasia. Tenemos que hacer más y ser más constantes.

México y España comparten el idioma y muchos aspectos culturales. ¿Qué tal funciona el cine español al otro lado del Atlántico?

Hay una comunidad española muy grande en México por razones obvias. El principal factor del cine español es que los mexicanos no entendemos la forma de hablar de los españoles dependiendo de la región y además hablan muy rápido. Nos cuesta trabajo y en alguna ocasión se ha doblado al español latinoamericano. Recuerdo por ejemplo una película como *Ocho apellidos vascos*, que funcionó muy bien en México, en algunas salas la tuvimos que subtitular porque la gente no entendía. La barrera principal es el idioma. Nos pasa en toda Latinoamérica, hablamos distinto mexicanos y peruanos, incluso en México del norte o el sur. El cine mexicano utiliza un español neutro. Lo estandarizamos de tal forma que cualquiera lo puede entender. Hay películas muy buenas españolas. Nos falta crear más lazos entre pueblos, se produce mucho a nivel de los dos países en *streaming* pero falta más coproducción en cine.

Ha habido rumores de que quieren expandirse en España e Italia. ¿Qué puede contarnos?

Ahora mismo no. Seguimos consolidándonos en México y nuestro principal objetivo es Estados Unidos, allí sí estamos buscando un crecimiento. Una vez estemos asentados en ese país, comenzaremos a bajar a Latinoamérica y el Cono Sur poco a poco. Hace unos ocho años es cierto que estuvimos mirando cines en España y en Italia y el problema que encontramos es que la diferencia de horarios, de tiempos... lo complica. Nos queremos centrar en América del Norte y del Sur y luego ya veremos.

© Courtesy of Cinemex (B)

AYUDAS A LOS EXHIBIDORES: PERSPECTIVAS Y CUESTIONES CRÍTICAS

CON LA PANDEMIA SURGIERON POR PRIMERA VEZ LAS AYUDAS PARA LA EXHIBICIÓN, QUE PARECEN ASENTADAS TRAS CUATRO AÑOS EN FUNCIONAMIENTO. DESDE LA PATRONAL ESPAÑOLA DE CINES RECLAMAN "MEJORAS TÉCNICAS" EN SU CONCESIÓN, FOMENTAR LA OFERTA CON CAMPAÑAS COMO MARTES SÉNIOR Y FIJAR POR LEY 100 DÍAS DE VENTANA. ENTREVISTA A **LUIS GIL**, DIRECTOR GENERAL DE FECE

por **Laura Pérez Gómez**



S

urgieron con “carácter extraordinario” en pleno confinamiento, en mayo de 2020 como parte del contingente de ayudas al sector cultural para hacer frente “al impacto económico y social del COVID” y las ayudas a la exhibición no han dejado de concederse, aunque en 2022 y 2023 ya bajo otro concepto como el de apoyo “a su labor divulgadora de la actividad cultural” y con el fin de que las salas “se mantengan abiertas y la ciudadanía no pierda el hábito de acceder a una oferta cultural variada”. En su última convocatoria, se concedieron 12,8 millones de euros de los 14 presupuestados,

una cantidad que está lejos de cubrir las pérdidas del sector. La recaudación total ha pasado de los 624 millones de 2019 a los 492,6 millones de 2023, dejándose 131 millones por el camino.

En calidad de director general de FECE, la Federación Española de Cines de España representante de la mayor parte del sector y las principales compañías, Luis Gil se muestra prudente a la espera de lo que haga el nuevo equipo en el Ministerio de Cultura liderado por Ernest Urtsun, critica la obligatoriedad actual de que los cines exhiban un 25% de películas españolas, comunitarias o de países iberoamericanos, requisito esencial para acceder también a las ayudas y apuesta por “fomentar la demanda” mejorando programas como el de Martes Sénior en vez de cargar al empresario con cuotas para impulsar esa “diversidad cultural” que promulga la ley.

Al frente de FECE desde 2021, Luis Gil es licenciado en Telecomunicaciones y llegó a la patronal de exhibición después de ser primero gerente de la Asociación Española de Ingenieros de Telecomunicaciones y después secretario general de ASEPAL, Asociación de Empresas de Equipos de Protección individual. Ante una recuperación que avanza de manera inexorable pero aun sigue sin alcanzarse, Gil se muestra optimista y prefiere hablar en positivo. Considera que lo digital “se ha desinflado” y cree que las plataformas tienen “síndrome de desgaste”.

En la entrega de los premios FECE, el pasado diciembre, dijo que las ayudas a la exhibición del ICAA son bienvenidas pero también insuficientes y deben afinarse. ¿Qué cree que puede mejorarse?

Nosotros apoyamos que el ICAA conceda las ayudas, son muy valoradas por el sector, siempre vamos puliendo aspectos que se puedan mejorar, pero la sensación es positiva. La primera vez que se dieron ayudas desde el ICAA a las salas de cine, entre los años 2020 y 2022, estaban muy vinculadas al apoyo del sector por la crisis de la pandemia, y los criterios de asignación eran distintos a los actuales porque había una situación de emergencia. Fue desde 2022 cuando por primera vez aparecen en los Presupuestos Generales del Estado por-

que antes eran partidas extraordinarias. Ahora vamos a ver si se aprueban presupuestos o no, si se prorrogan los del año pasado, contaremos con una dotación similar, y si se aprueban este año, vamos a ver con qué cantidad. Se podrían mejorar aspectos quizá más técnicos, relativos al proceso de solicitud, a la justificación, pero primero vamos a ver qué planteamiento hacen desde el ICAA para el futuro.

Una de las cuestiones candentes de las subvenciones a los exhibidores es la cuota de pantalla de cine europeo. ¿Cuál es este requisito y qué opinión tiene de él?

Las subvenciones del ICAA de estos dos últimos años han estado relacionadas con un criterio de programación, y para acceder a ellas los cines, en un determinado periodo, tienen que haber proyectado al menos un 25% de sesiones de cine europeo, apoyando con más puntuación el cine español y en lenguas cooficiales. Es una manera de incentivar así a las salas a programar este tipo de películas, que muchas veces depende de la línea editorial de cada cine. Hay que tener en cuenta la gran cantidad de estrenos que se producen a la semana, que está muy bien porque hay una oferta amplia y diversa, pero al final el espacio para su programación es

limitado, así como el tiempo para verlas del que disponemos.

¿Mejor por tanto incentivar que haya más cine europeo con ayudas directas al sector que exigiendo por ley que se programe?

En la legislación del sector de la Ley del Cine hay una obligación para que las salas proyecten el 25 % de cine europeo, pero nosotros creemos que esta obligación hay que invertirla en dos sentidos. Por un lado, apoyar a los cines para que proyecten este tipo de cine dándoles un estímulo, y para eso están las ayudas. Por otro lado, nosotros creemos que el hecho de que haya una obligación no hace que el público entre a ver esas películas, que es el objetivo final. La cuota de pantalla es una política de fomento de la oferta, pero el hecho de que haya una oferta no quiere decir que el público vaya a verla. Es importante incidir en políticas de fomento de la demanda, porque si el público va a ver esas películas, el cine las va a programar sin problemas. Los cines somos el eslabón de la cadena que mayor interés tiene en que todas las películas llenen las salas, sin ningún tipo de preferencia. Por eso creemos que hay que trabajar el público, si hay público que demanda cine español o europeo, las salas lo van a programar. >



Luis Gil, director general de FECE, considera que sería mejor “incentivar”, como hacen las ayudas, la programación de cine europeo y no “una obligación”

Los distribuidores independientes son inamovibles defendiendo esa cuota. ¿No cree que sin ella el dominio del cine de Estados Unidos sería aun más enorme cuando las majors ya controlaron el 82% de la taquilla en 2023?

Insisto en la idea de la comunicación. Es cierto que las capacidades de las distribuidoras que no son las majors son limitadas, porque no tienen capacidad de inversión. Mi sensación con el cine español es que el factor premios influye bastante, pues los festivales son un altavoz bastante potente. Se llevan haciendo las cosas muy bien, lo estamos viendo con las películas nacionales pero no hay que cesar en el esfuerzo colectivo por apoyarlo. Para que el cine sobreviva son necesarios los grandes títulos, que ayudan a que se hable de cine, pero es fundamental que el resto de películas también funcionen y tengan su público.

Iniciativas para la recuperación, como la de Cine Senior, son muy positivas porque los mayores van mucho a ver ese tipo de cine, y recuperar esa audiencia es una manera de darle recorrido a esas películas. Yo creo que habría que incidir en los jóvenes, pues ellos ven

sobre todo un cine más comercial y hay que hacer que entiendan lo que es el lenguaje audiovisual y la experiencia de ir al cine.

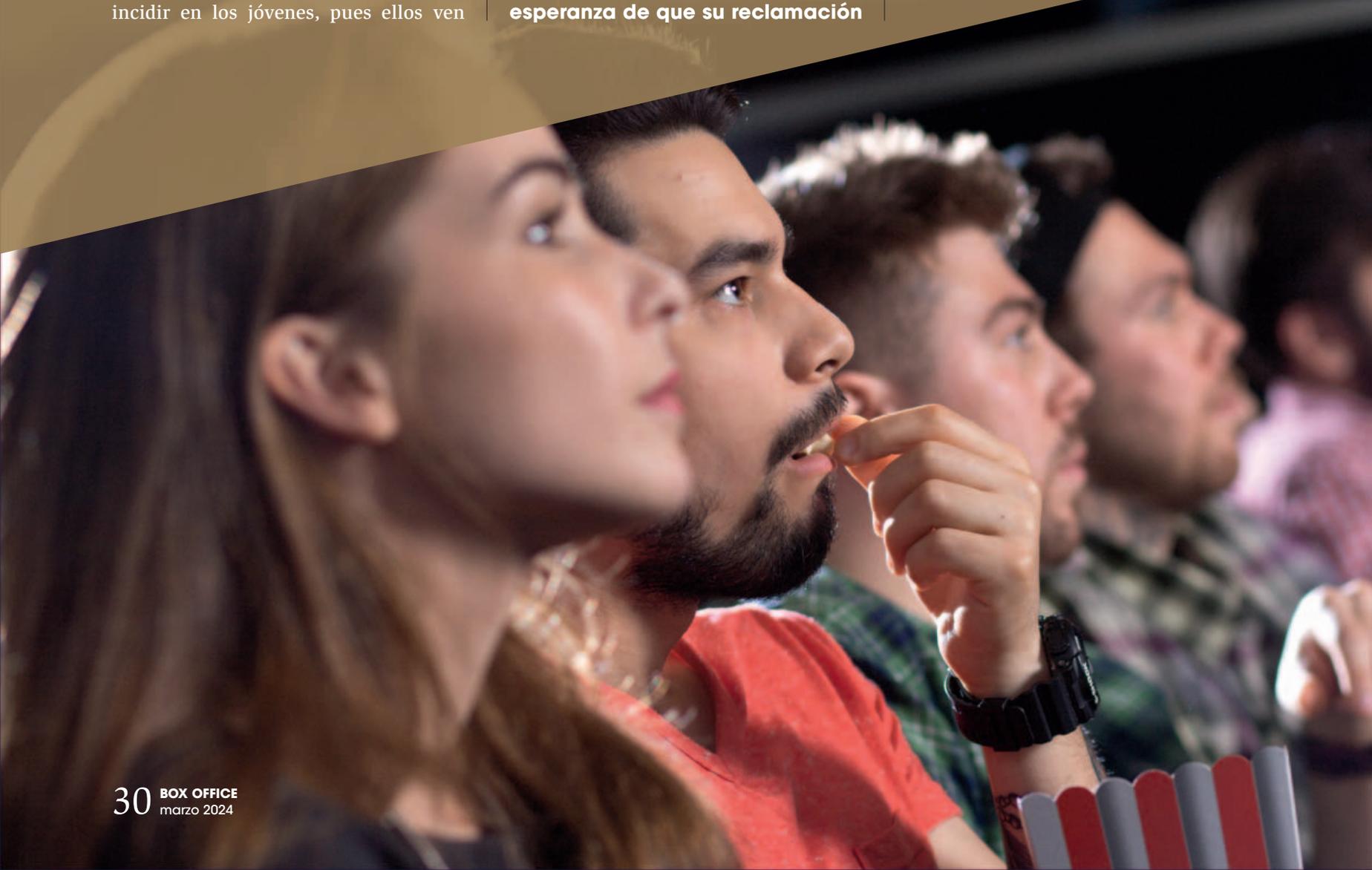
Lamentablemente, estamos en una batalla por tener la atención entre tantos estímulos y tanto contenido que se produce y en la forma en que se consume. Creo que hay una parte educativa que tenemos que trabajar entre todos para que sepamos desconectar del móvil y disfrutar de una película. Para ello, los medios de comunicación deberían ser el gran aliado y transmitir el valor de ir al cine. Se maximiza mucho lo negativo, como por ejemplo cuando se cierra un cine, y eso traslada una imagen social de que los cines están en decadencia y hace que los saques de tu ecuación de opciones. Hay que hablar en positivo porque eso genera conversación, porque eso motiva a la gente. No se trata de encontrar la gran solución, sino que cada uno haga desde su lado lo que pueda hacer.

La nueva Ley del Cine aprobada por el Consejo de Ministros en diciembre de 2022 rebaja esa cuota del 25 al 20 por ciento. ¿Tienen esperanza de que su reclamación

de abolirla sea incluida en la próxima tramitación parlamentaria?

Nosotros nos reunimos con el ministro, Ernest Urtasun, cuando convocó a los distintos sectores de la industria, a producción, distribución y exhibición. Nos trasladó que quiere reactivar la Ley del Cine con el texto que entró en el Congreso al final de la legislatura anterior. Era un compromiso del gobierno con la Unión Europea para recibir los fondos, pero por la convocatoria de elecciones de algún modo se ha prorrogado ese compromiso, que tendría que estar aprobado desde el año pasado, para que se apruebe este año. Imaginamos que en breve empezará la tramitación parlamentaria del texto, y ahí estaremos defendiendo nuestras enmiendas con los partidos políticos, porque la modificación de ese texto va a ser a través de enmiendas.

En este sentido de fomentar la demanda, el ICAA también ayudó a la exhibición el año pasado con





mo recorrido o tienen que estar el mismo tiempo en salas, porque no todas despiertan el mismo interés y llevan a los mismos espectadores. Se pueden establecer de una manera acordada por todos, hay que trabajar con toda la industria con flexibilidad. Nosotros somos un sector muy transparente y se pueden establecer perfectamente criterios o parámetros que ayuden a dirigir la duración de esa ventana.

¿Cree que las plataformas de VOD son las grandes competidoras de los cines?

Esa competencia entre los cines y las plataformas la crean los medios y la gente, el cine en casa existe desde hace muchísimos años. Hace ya décadas de una de las peores crisis, que fue la llegada del vídeo, pero el cine siempre se ha adaptado. Yo creo que la competencia de las plataformas las tienen entre ellas mismas porque aparece ese síndrome de desgaste. Es tal la variedad de plataformas y de catálogos que la gente no

sabe qué ver y eso genera cierta desidia. Ellas mismas están viendo que captar y retener a un suscriptor nuevo les cuesta más, incluso Netflix ha hecho muchísima inversión en producciones propias, pero nos preguntamos, ¿y eso cómo se rentabiliza? Hay una especie de burbuja en el ámbito de las plataformas, que se ve incentivada por la pandemia, cuando parecía que íbamos a ir todos a un mundo digital pero fue recuperar la vida normal y lo digital se desinfló un poco. Entre las plataformas y las salas de cine, el problema es el modelo de estreno. En pandemia fuimos el laboratorio de experimentación de estrenos simultáneos y no funcionó, por eso insistimos tanto en la ventana de exhibición.

¿Cree que veremos la recuperación total este 2024?

Este año es muy importante para ver si conseguimos darle ese mordisco que nos queda a la caída de espectadores. Nuestro objetivo es llegar a una cifra de espectadores similar a la media de los años prepandemia.

el Martes Sénior, con entradas más baratas para los jubilados, que ha mencionado. ¿Están satisfechos con esta campaña?

Aquí es donde creemos que hay más aspectos a mejorar en la convocatoria de ayudas. Este programa se puso en marcha el año pasado, con cierta urgencia por los tiempos, porque el gobierno entraba en funciones y por una serie de factores externos. Creemos que hay mucho margen de mejora en cuanto a la convocatoria. Lo hemos hablado con el ICAA y son conscientes, y si el programa se vuelve a poner en marcha este año, estoy seguro de que se mejorarán esas deficiencias.

La ventana de 100 días para cines es su otra gran reclamación. ¿Cree que lo acabarán consiguiendo?

Hace falta que haya un orden, no solo para la industria, también para el espectador, que muchas veces no sabe ni cuándo ni dónde se estrena una película, ni cuánto tiempo va a estar en cines. Eso ayuda a generar expectativa

por ver una película, y evita fenómenos como el de Netflix, que estrena en cines pero en tres semanas la tienes en la plataforma. Quien más sufre al final son las propias películas. Que tu película tenga un recorrido bastante bueno en las salas de cine la prestigia y la coloca en un lugar. El mero estreno en plataformas o en televisión hace que pase más desapercibida y le quita ese impacto social. En este caso, las salas de cine somos el eslabón más débil, porque ante este tipo de gigantes del audiovisual, la capacidad de negociación o de presión es escasa, o nula, y eso genera cierto desamparo.

Por ello creemos que la legislación tiene que ayudar a que las salas de cine sigan siendo el espacio de acceso democrático para que la gente vea las películas. Creo que estamos en medio de ese juego cruzado de las propias plataformas, y al final los que acabamos perjudicados somos nosotros. Por eso pedimos que se regule, que haya una cifra, una ventana definida. También somos conscientes de que no todas las películas tienen el mis-

© Shutterstock (3). Courtesy of FECE (1)



Y HOLLYWOOD SE (RE)PREGUNTÓ CÓMO CREAR UN TAQUILLAZO

EL 2023 HA DEJADO AÚN MÁS CLARO (SI TODAVÍA NO LO ESTABA) QUE YA NO SE PUEDE VIVIR SOLO DE RENTAS. LAS FRANQUICIAS QUE ANTES ERAN ÉXITOS SEGUROS HOY YA NO SON SUFICIENTE, SE NECESITAN IDEAS NUEVAS, ORIGINALES, DISRUPTIVAS Y BIEN ORQUESTADAS. SÍ, PERO ¿CUÁLES? ESA ES LA PREGUNTA QUE SE HACEN LOS ESTUDIOS ESTADOUNIDENSES, QUIENES HAN TOMADO NOTA DE LOS VARIOS MENSAJES QUE LANZA LA TAQUILLA DEL AÑO PASADO. SÍNTOMAS QUE PARECEN REVELAR UN CAMBIO DE RUMBO (¿DEFINITIVO?) EN LOS GUSTOS DEL PÚBLICO

por Monica Ciceri

S

i alguien se lo estaba preguntando, el sabor bíblico del título es intencional. Porque Hollywood, de alguna manera, es efectivamente un “sub-creador de mundos secundarios” (como el genio J.R.R. Tolkien amaba definir su profesión) que cobran vida en la pantalla grande. Una forja de talentos que necesita constantemente crear obras de arte con la esperanza de dar a luz al próximo gran éxito mundial. Pero, para lograr este objetivo, hay que pasar por la evaluación del espectador, un interlocutor exigente que en el último año ha iniciado un cambio de rumbo (quizás definitivo) que inevitablemente ha llevado a una reflexión inmediata por parte de los estudios. Unos estudios que no pueden permitirse “equivocarse” con títulos con presupuestos de cientos de millones de dólares. Especialmente en un escenario globalizado, donde cada empresa cotiza en bolsa y debe responder sistemática-



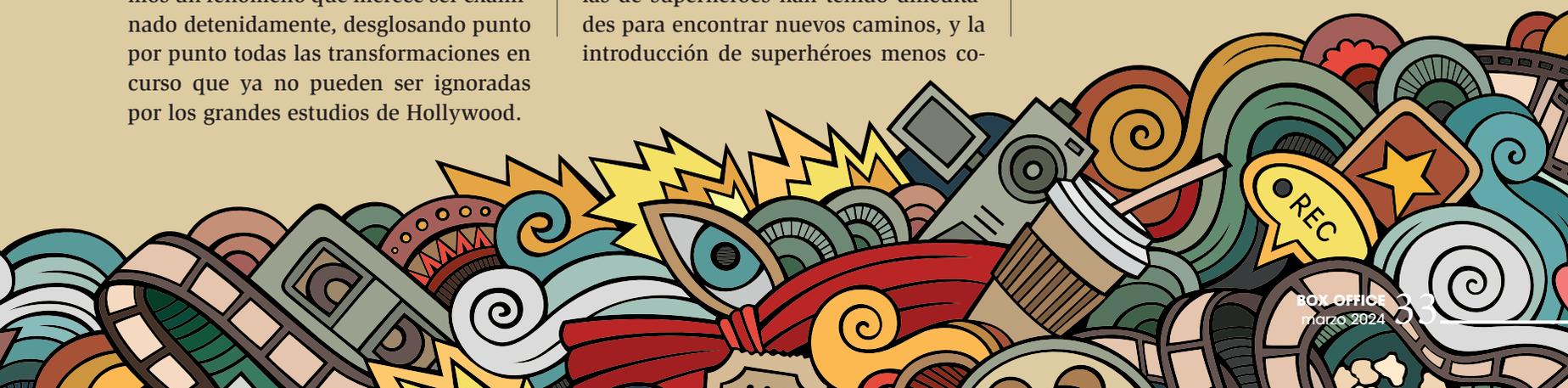


mente a sus accionistas y al mercado en sentido amplio. Además, como se sabe, el cine juega a largo plazo: los cambios deben anticiparse e implementarse mucho tiempo antes, ya que cada película requiere años de trabajo, especialmente cuando se prevén efectos visuales significativos. Pero, ¿no ha registrado el 2023 el mejor resultado post-pandemia en América del Norte (Estados Unidos y Canadá) con 9 mil millones de dólares? Es cierto, pero proporcionalmente son muchos los títulos que ni siquiera han alcanzado el nivel mínimo para llegar al *break-even*. En estas páginas, analizamos un fenómeno que merece ser examinado detenidamente, desglosando punto por punto todas las transformaciones en curso que ya no pueden ser ignoradas por los grandes estudios de Hollywood.

FUERA LOS SUPERHÉROES, DENTRO LAS IP ORIGINALES

Después de más de dos décadas de dominio de los cinecomic, el universo de los superhéroes está en un momento de estancamiento, y no se puede decir que las señales de una tendencia a la baja no fueran visibles desde hace tiempo. Porque si el teorema de Agatha Christie sigue siendo válido, según el cual “una pista es una pista, dos pistas son una coincidencia, pero tres pistas son una prueba”, en estos últimos años hemos superado ampliamente las tres pistas. Desde hace tiempo, de hecho, las películas de superhéroes han tenido dificultades para encontrar nuevos caminos, y la introducción de superhéroes menos co-

nocidos, la interconexión entre el cine y el streaming, y la dificultad de continuar tramas narrativas que ya se han dado por concluidas, no han ayudado en absoluto. Por otro lado, después de decenas y decenas de películas, también es difícil mantener viva la atención de los fans y crear historias siempre nuevas. En este sentido, el 2023 fue el 9/11 del género cinecomic, con tres títulos en programación, *The Flash*, *Aquaman 2* y *The Marvels*, que se ubicaron muy por debajo de las previsiones de los estudios (a diferencia de *Guardianes de la Galaxia Vol. 3* y *Ant-Man y la Avispa: Quantumania*). ➤



Datos que deberían hacer reflexionar, especialmente si se piensa que entre las películas de superhéroes que realmente han sido apreciadas por el público en los últimos años en términos de originalidad se encuentran principalmente los dos reboot *The Joker* y *The Batman*, que intentaron repartir de cero con un nuevo enfoque artístico y de escritura. Pero también hacen reflexionar las declaraciones del Senior Media Analyst de Comscore, Paul Dergarabedian: “Los gustos del público están cambiando y parece que quieren películas más desafiantes, ya no hay apuestas seguras”. Palabras que encuentran confirmación en tres ases aparentemente disfrazados de “simples” figuras: *Barbie*, *Super Mario Bros* y *Oppenheimer*. Una combinación por la que pocos habrían apostado todo y que, sin embargo, ha roto récords, llevando estas películas al podio de las taquillas mundiales de 2023. Tres historias originales, ciertamente basadas en dos famosas IP (una de juguetes y otra de videojuegos) y en un personaje histórico conocido, pero que han aportado esa ráfaga de novedad y fresca que

TAQUILLA TOP 10 EN ESTADOS UNIDOS EN 2023

TITULO	INGRESOS BRUTOS (EN DÓLARES)
1 Barbie	632 millones
2 Super Mario Bros: La película	575 millones
3 Spider-Man: Cruzando el multiverso	381 millones
4 Guardianes de la Galaxia. Vol. 3	359 millones
5 Oppenheimer	326 millones
6 La sirenita	298 millones
7 Avatar. El sentido del agua	283 millones
8 Ant-Man y la Avispa. Quantumania	215 millones
9 Sound of Freedom	184 millones

Fuente: Boxofficemojo

el público busca en la pantalla grande. Incluso, según Comscore, el fenómeno *Barbenheimer* representó el 10% de las ventas totales de entradas en América del Norte y casi el 29% de las 10 películas con mayores ingresos.

Merece una reflexión final *Spider-Man: Cruzando el Multiverso*, difícilmente categorizable en un solo género ya que se encuentra entre cinecomic y animación. Lo cierto es que la originalidad de la his-



toria y las animaciones conquistaron el corazón del público, llevando la película a convertirse en la tercera película más taquillera del 2023 con 381 millones de dólares. Es la confirmación una vez más de que el problema no es inventar nuevos personajes, si no añadir a los ingredientes básicos también una dosis de innovación y toque artístico.

OUTSIDERS PARA TENER EN CUENTA Y LA CABALGATA DE LOS HORRORES

Alrededor del lanzamiento de *Barbenheimer*, dos películas subestimadas por muchos se destacó con fuerza en la taquilla norteamericana: el thriller de acción con Jim Caviezel (el Jesús de *La pasión de Cristo* de Mel Gibson) *Sound of Freedom*. Una película independiente, realizada con un presupuesto estimado de 14,5 millones de dólares y fuertemente respaldada por comunidades cristianas, que logró recaudar en Norteamérica la sorprendente cifra de 184 millones. También hay que mencionar la increíble actuación, a mediados de octubre, del film-concierto *Taylor Swift: The Eras*

Tour, con 180 millones en Norteamérica (presupuesto estimado de 15 millones). Estas dos películas, además de ocupar la décima y undécima posición en la taquilla doméstica de 2023, superaron los resultados en su mercado de varias superproducciones pertenecientes a famosas franquicias como *Indiana Jones y el cuadrante del destino*, *Mission: Impossible - Dead Reckoning Parte 1*, *Hunger Games - Balada de pájaros cantores y serpientes*, *Transformers - El renacer de las bestias*, *Creed III* y *Fast X*. En resumen, un cambio completo de paradigma.

Mientras tanto, el 2023 ha confirmado una tendencia consolidada: la gran atención del espectador hacia el género de horror. Un género a menudo con presupuestos bajos y aún capaz de dar lugar a franquicias extremadamente prolíficas. Basta pensar en *Five Nights at Freddy's*, basada también en una conocida IP de videojuegos, *Scream VI*, cuyo hilo narrativo continúa ininterrumpido desde 1996, la enésima producción de Blumhouse *M3gan*, a las que se suman el spin-off *La monja II*, la secuela de acción con Jason Statham *Shark 2*, *In-*

sidious: la puerta roja, *La casa - El despertar del mal*, *El exorcista - El creyente* y *Saw X*, las cuales también tuvieron un rendimiento destacado en el resto del mundo. Por lo tanto, se puede afirmar con seguridad que, hasta ahora, el horror es uno de los géneros cinematográficos más "sostenibles" en términos de costos y ganancias.

LAS PREOCUPACIONES DE LOS ESTUDIOS

Ciertamente, cada año presenta sus fortalezas y debilidades, más aún en un postpandemia donde han ocurrido muchos cambios que aún no se han asentado y, en algunos casos, aún no se han descifrado. Sin embargo, el último año ha sacudido a los principales estudios de Hollywood, que, aun saliendo con la cabeza en alto con resultados importantes, también han fracasado con varias películas. El público se ha expresado y ahora solo queda procesar el mensaje y actuar en consecuencia. Claro, el cine no es una ciencia exacta y veremos a dónde llevan estas consideraciones en los próximos años. Pero vale la pena concluir con las declaraciones de Adam Fogelson, vicepresidente del Lionsgate Motion Picture Group, estudio que por primera vez en 2023 superó los mil millones de dólares en taquilla mundial gracias al éxito de títulos como *John Wick 4*, *Los juegos del hambre: Balada de pájaros cantores y serpientes* y *Saw X*: "La buena noticia es que el público aún tiene ganas de ir al cine, donde siente que puede encontrar algo fresco y emocionante. Hoy hay géneros ciertamente más desafiantes y complejos de manejar que en el pasado, y eso es un problema. De todos modos, ya sea una tendencia a corto o largo plazo, este proceso seguramente requerirá que todos estén aún más atentos a las decisiones tomadas y a su precio".

© Getty Images (1), Shutterstock (4)

TOP 10 TAQUILLA MUNDIAL EN 2023

TITULO	RECOGIDA NACIONAL (AMÉRICA DEL NORTE)	RECAUDACIÓN INTERNACIONAL	RECAUDACIÓN MUNDIAL
1 Barbie	632 millones	806 millones	1,44 miles de millones
2 Super Mario Bros: La película	575 millones	786 millones	1,36 miles de millones
3 Oppenheimer	326 millones	626 millones	952 millones
4 Guardianes de la Galaxia. Vol. 3	359 millones	487 millones	846 millones
5 Fast X	146 millones	559 millones	705 millones
6 Spider-Man: Across the Spider-Verse	381 millones	309 millones	691 millones
7 La sirenita	298 millones	272 millones	570 millones
8 Misión imposible. Sentencia mortal. Parte 1	172 millones	395 millones	567 millones
9 Elemental	154 millones	342 millones	496 millones
10 Ant-Man y la Avispa. Quantumania	215 millones	262 millones	476 millones

N.B. Cifras expresadas en dólares. Fuente: Comscore/Gower Street



BONO CULTURAL JOVEN: UN EMPUJÓN PARA LOS CINES

DOS DE CADA TRES JÓVENES DE 18 AÑOS DISFRUTARON EN 2023 DEL **BONO CULTURAL JOVEN**, POR EL QUE EL GOBIERNO LES CONCEDE 400 EUROS PARA GASTAR EN CULTURA. 210 MILLONES QUE TAMBIÉN HAN IMPULSADO LA ASISTENCIA A LAS SALAS

por Juan Sardà Frouchtmann

Se trata de la partida más cuantiosa del Ministerio de Cultura, 210 millones para conceder 400 euros para gasto en cultura a jóvenes de 18 años. El año pasado, 326.579 personas lo solicitaron, 50 mil más que en la pasada edición, que también fue la primera. Eso supone un 65,5% de la población estimada de esa edad, medio millón de personas. Tras las quejas de los inicios de que las trabas burocráticas hacían que fuera un trámite excesivamente complicado, parece que esta iniciativa del Gobierno va viento en popa. En cuanto a la asistencia a las salas, ha sido un complemento de ingresos para los cines que equivale en la franja de edad más joven al impulso del Martes Sénior con entradas subvencionadas para los jubilados.

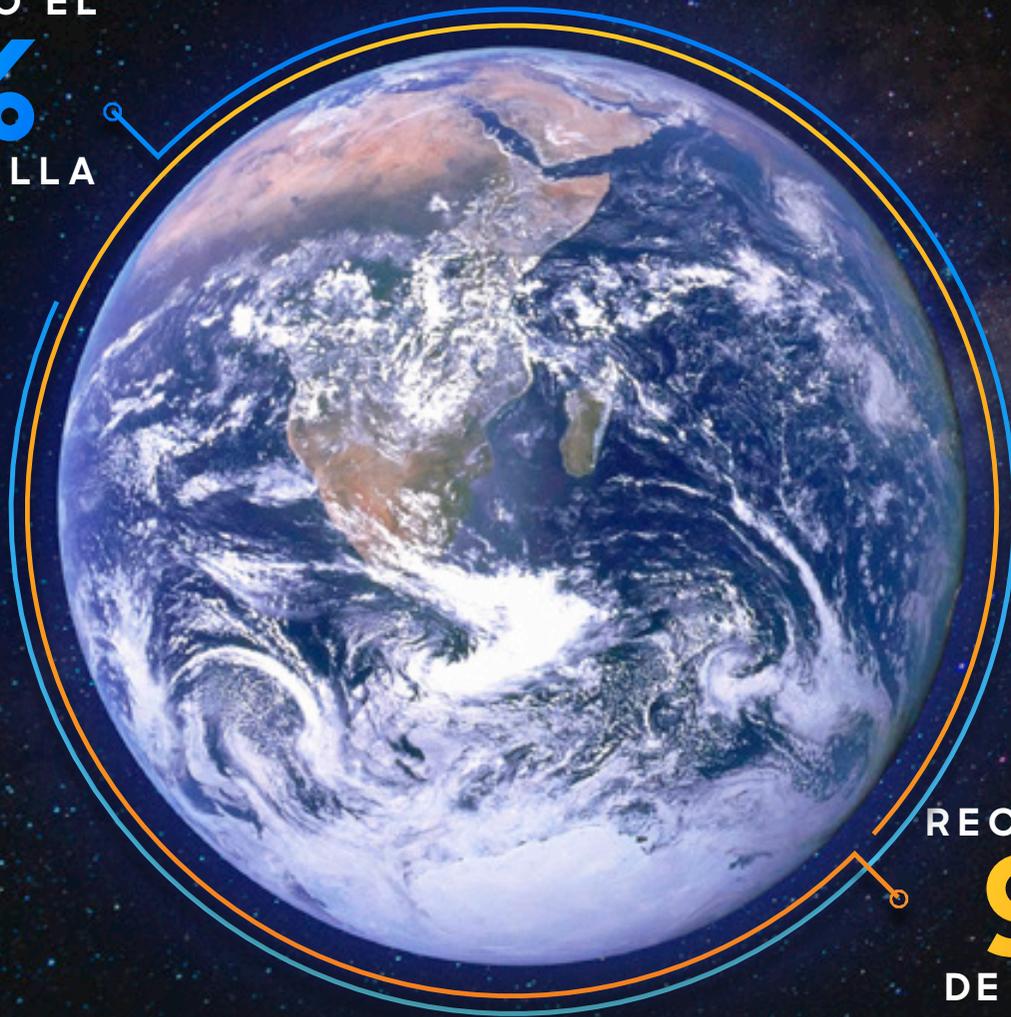
Los beneficiarios del Bono Cultural Joven tienen un año para gastar los 400 euros divididos entre un máximo de 100 para productos físicos, libros, prensa o discos; 100 para digital como prensa digital, podcasts o videojuegos online y 200 para cines, teatro, ópera y museos. Según FECE, que no tiene datos específicos, la asistencia a salas es el "principal gasto" dentro

de esta partida. El sistema funciona de manera que los jóvenes reciben una tarjeta prepago virtual nominal. El año pasado se contabilizaron 2.934 empresas adheridas lo que se traduce en más de 3 mil puntos de venta físicos y online disponibles. Por comunidades autónomas, es especialmente exitoso en La Rioja (65,75% de los jóvenes lo han solicitado), Madrid (64,34%), País Vasco (64%) y Castilla y León (62,7). No funciona tan bien en comunidades importantes como Catalunya (48,8%) o Murcia (50,6%).

Todas las grandes cadenas de cines como Cinesa, Yelmo así como la mayoría de cines de España permiten a estos miles de jóvenes canjear el Bono Cultural en sus salas. Cinesa, por ejemplo, permite adquirir su Unlimited Card con el Bono Cultural. El Bono también permite suscribirse a plataformas de *streaming* pero por un período máximo de cuatro meses. Además del Bono Cultural, los jóvenes de entre 14 y 30 años también pueden disfrutar de los descuentos que ofrece el Carnet Joven Europeo, que en España gestionan las Comunidades Autónomas. La mayoría de salas en España ofrece precios reducidos a sus portadores.

El reconocido líder mundial en medición de taquilla.

RECOGIENDO EL
95%
DE LA TAQUILLA
GLOBAL



RECOGIENDO EL
99%
DE LA TAQUILLA
DE NORTEAMÉRICA

- 5** CONTINENTES
- 11** OFICINAS EN TODO EL MUNDO
- 75** PAÍSES EN EL MUNDO Y CRECIENDO
- 625** PARTNERS ALREDEDOR DEL MUNDO
- 33,000+** CINES
- 175,000+** PANTALLAS
- 2,000+** TRANSACCIONES POR MINUTO
- 24** HORAS AL DÍA,
- 7** DÍAS A LA SEMANA,
- 365** DÍAS AL AÑO

NUEVAS AYUDAS PARA IMPULSAR LA DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL

GRACIAS A LOS FONDOS EUROPEOS NEXT GENERATION DEL PLAN DE RECUPERACIÓN POST-PANDEMIA, EL ICAA OTORGA DESDE HACE DOS AÑOS AYUDAS A LAS AGENCIAS DE VENTA INTERNACIONALES PARA FOMENTAR LA DISTRIBUCIÓN DE PELÍCULAS ESPAÑOLAS EN EL EXTRANJERO. LA FALTA DE BUENOS DATOS SOBRE EL CINE ESPAÑOL EN EL MUNDO ES UNA IMPORTANTE LAGUNA

por Fernando García Martín





La internacionalización del cine español sigue siendo uno de los grandes retos pendientes de la industria. Desde 2008, con la desaparición de FAPAE, la asociación de productores que publicaba anualmente un informe detallado sobre los resultados de taquilla y el número de películas nacionales estrenadas en el extranjero, los únicos datos disponibles para consulta pública son los que publica anualmente el ICAA con un listado de la recaudación de todas las películas españolas exhibidas en el extranjero en el último año, sin precisar en qué territorios se han obtenido esas recaudaciones de las que solo se refleja el monto total y el número de países en que ha sido exhibida.

En 2023 el cine español recaudó en el extranjero la no muy impresionante pero tampoco desdeñable cifra de 65.907.954 millones de euros repartidos entre 225 películas, destacando la película de animación *Momias*, que ella sola supone el 68% del total con 44,9 millones. Vemos que solo siete películas, tres de ellas de animación, a sumar *Inspector Sun* y *la maldición de la viuda negra* y la coproducción con Francia *Héroes de Central Park*, superan el millón de euros, dos de

terror, *13 exorcismos* (3,1 millones) y *La niña de la comunión* (1,9 millones) y el corto de Almodóvar, *Extraña forma de vida* (1 millón). Buenos resultados acumulados (se estrenaron en 2022) de éxitos de cine más autoral como *As Bestas* (3,3 millones) y la ganadora del Oso de Oro en Berlín, *Alcarràs* (1,8 millones) pero el cine de prestigio español obtiene por lo general flojas recaudaciones en el mundo. Estos datos de 2023 son ligeramente inferiores a los obtenidos antes de la pandemia cuando el cine español engrosó fuera de sus fronteras 65 millones en 2016, 96,7 en 2017, 79,4 en 2018 y 69,4 en 2019. Respecto a 2022, ha mejorado de los 50,8 de entonces a los 65,9 de ahora.

Con tal de mejorar la expansión internacional de nuestra cinematografía, un paso importante ha sido la creación de ayudas a la “Distribución Internacional”, que se vienen otorgando desde hace tan solo dos años con una convocatoria anual. El ICAA convocó por primera vez estas ayudas para la “Distribución internacional” en 2022 como parte del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), dirigidas exclusivamente a agencias independientes. Estas ayudas subvencionan los gastos relacionados con la promoción y publicidad de

la película en el extranjero, los derechos de explotación, o el alquiler de stand en eventos o mercados cinematográficos para facilitar su venta y su distribución. Estas subvenciones se financian con los fondos Next Generation que ha concedido la Unión Europea a España para mitigar los efectos de la crisis de la pandemia. Gracias a ese impulso económico, en marzo de 2021, el Gobierno presentó un plan de fomento del sector (España, Hub Audiovisual de Europa), cuya intención es hacer de España un país líder en la producción audiovisual con el objetivo de aumentarla en un 30% al final de 2025. Según informó la exvicepresidenta del Gobierno y exministra de Economía Nadia Calviño durante la última edición del Festival de San Sebastián, España ya había gastado entonces 1200 millones de esos 1600 en total que se han destinado a la industria audiovisual de un total de 75 mil millones de euros.

En Francia (que analizamos con más detalle en estas páginas), la organización Unifrance, específicamente creada en 1949 para la promoción del cine y el audiovisual galo en otros territorios, en colaboración con CNC (Centre National du Cinema et de l’image animée), otorga una ayuda a las distribuidoras extranjeras cuando se hacen con los de- ➤

TAQUILLA INTERNACIONAL DEL CINE ESPAÑOL EN 2023

TÍTULO	TERRITORIOS EN 2023	RECAUDACIÓN 2023	TERRITORIOS TOTALES ESTRENADOS	RECAUDACIÓN INTERNACIONAL (ACUMULADA)
1 Momias	72	44.890.829 €	73	42.461.203 €
2 13 Exorcismos	29	3.162.708 €	30	3.174.291 €
3 Heroes del Central Park	16	2.254.929 €	16	3.323.628 €
4 Inspector Sun y la maldición de la viuda negra	11	2.234.537 €	13	2.687.663 €
5 Niña de la comunión, La	18	1.924.302 €	19	1.958.249 €
6 Extraña Forma de Vida	24	1.071.701 €	25	1.080.280 €
7 Alcarràs	23	717.623 €	33	1.783.916 €
8 As bestas	18	657.699 €	23	3.288.614 €
9 Pan de limón con semillas de amapola	2	647.654 €	3	782.570 €
10 En los márgenes	8	646.464 €	9	645.921 €
11 Corazón de Padre	3	623.301 €	14	846.865 €
12 Winterabenteuer mit Pettersson und Findus	2	528.769 €	2	528.769 €
13 Cielo no puede esperar, El	14	404.934 €	15	404.934 €
14 Inside the Yellow Cocoon Shell	1	377.646 €	2	400.067 €
15 Cerrar los Ojos	2	319.358 €	4	323.949 €
16 Buen Patrón, El	9	303.402 €	31	4.730.965 €
17 D'Artacan y los tres mosqueperros	8	285.842 €	23	1.946.963 €
18 Hombre del saco, El	1	281.996 €	2	281.996 €
19 Assassin Club	13	280.650 €	13	308.444 €
20 Pacifiction - Tourment sur les îles	16	255.984 €	17	622.454 €
21 Objetos	3	233.529 €	6	467.423 €
22 Blondi	4	232.049 €	4	232.049 €
23 20.000 especies de abejas	10	201.716 €	12	272.326 €
24 Girasoles silvestres	1	176.041 €	2	181.825 €
25 Tadeo Jones 3. La tabla esmeralda	7	162.616 €	50	21.054.325 €

Fuente: Icaa, Comscore

rechos de producciones de ese país. En España, actualmente esto no es posible porque la ley no permite la financiación a empresas no españolas, por lo cual las subvenciones a la distribución internacional solo pueden estar dirigidas a las agencias de venta. La omnipresencia de Francia en los festivales y mercados de cine internacionales es un claro ejemplo de que su modelo de apoyo a la internacionalización funciona y que la salud de su industria es fuerte en cuanto a éxito comercial y prestigio.

CRECIMIENTO GENERALIZADO

Las producciones que optan a presentarse a estas convocatorias pueden ser tanto largometrajes como cortometrajes de nacionalidad española o que tengan disposición a obtenerla. De este modo, las coproducciones pueden inscribirse, pero únicamente si cuentan con al menos un 20% de participación nacional. Las películas serán tomadas en consideración siempre que hayan suscrito al menos un contrato con un distribuidor extranjero para distribuir una película española en, al menos, un territorio fuera de España y que contemple el estreno de la película

en salas de exhibición y/o en plataformas VOD. Además, otro de los requisitos fundamentales es tener el certificado cultural expedido por el ICAA o estar en trámites de obtenerlo.

Para la distribución de películas del 2023, la convocatoria se abrió el 17 de diciembre y se cerró el 23 de enero de 2024. La cantidad total que se ha dispuesto en esta ocasión ha sido de 1.000.000 de euros, mientras que lo máximo a lo que cada película puede aspirar individualmente son nuevamente 100.000 € que no podrán superar el 50% del total de los gastos subvencionables (aquellos inherentes a la promoción internacional llevada a cabo por la agencia de ventas). Un comité valora que las solicitudes inscritas cumplan con los requerimientos necesarios a través de un sistema de puntos y analiza la estrategia de ventas internacionales, el historial de la propia agencia o el especial valor cultural de las películas, entre otras cuestiones. Para obtener la ayuda, la puntuación mínima es de 50 puntos sobre 100.

En la convocatoria de 2022, que disponía de un presupuesto de 3.000.000 de euros, cuatro agencias de ventas se repartieron

las ayudas entre 19 películas: Latido Films, Bosco Films, Film Factory y Castelao Pictures. La única obra que fue rechazada por el comité fue *La mancha negra* de Elamedia Estudios, que no alcanzó el mínimo, quedándose con una puntuación de 46,49. Latido Films fue la agencia que más presencia tuvo, con nueve títulos, incluyendo el celebrado thriller rural de Rodrigo Sorogoyen, *As Bestas* (12.594,87 euros); la ópera prima de Alauda Ruiz de Azúa sobre la maternidad, *Cinco Lobitos* (1.918,53 €); la comedia de Santiago Segura, *A todo tren: Destino Asturias* (4.316,31 €); o el musical de Carlos Saura, *El rey de todo el mundo* (8.700,39 €). Film Factory contó con cinco películas beneficiarias de la ayuda, entre ellas, *La hija* (16.460,59 €) de Manuel Martín Cuenca, *Mantícora* (11.225,50 €) de Carlos Vermut, *Modelo 77* (13.594,42 €) de Alberto Rodríguez, *Girasoles Silvestres* (7.576,90 €) de Jaime Rosales y la cinta terror *La niña de la comunión* (11.512,39 €) de Víctor García.

Por otro lado, el filme que mayor porcentaje de ayuda recibió fue *Claret*, la cinta de Bosco Films dirigida por Pablo Moreno, que obtuvo 35.325 €, aunque solamente alcanzó un 59,55 sobre 100 en puntuación. Por tanto, las cantidades monetarias no son directamente proporcionales a la valoración numérica recibida, sino que entran en juego distintos factores que el comité valora, como su importancia cultural o sus posibilidades de rentabilidad en el extranjero. La misma empresa consiguió la segunda mayor cantidad, 28.050 €, para *Vivo*, un documental de Jorge Pareja. Bosco Films está especializada en un cine pequeño y personal con un potente mensaje social y en propuestas que a veces se escapan de lo convencional, por lo que para encontrar un hueco en el mercado internacional, necesitan un impulso mayor.

Finalmente, Castelao Pictures del grupo Filmax, logró las tres plazas restantes con el thriller *Objetos* (6.556 euros y la máxima puntuación con un 85,05), el drama fantástico vasco *Irati* (10.929 €) y la comedia de Cesc Gay *Historias para no contar* (12.782,30 €)

© Shutterstock (2); iStock (1); Alcadia Motion Pictures/Caballo Films/Cronos Entertainment AE (1)





DISCO IBIZA
VOLANT

UNA PELÍCULA DE
KIKE MAILLO

JAIME LORENTE ALBERTO AMMAN Y BLANCA SUÁREZ
ALEJANDRO SPEITZER IVAN PELLICER ALBERT BARÓ POL GRANCH JAVIER MORGADÉ

PRÓXIMAMENTE EN CINES

EL PARAÍSO FRANCÉS

EL ESTADO FRANCÉS INVIERTE 1700 MILLONES DE EUROS EN CINE, 291 EN AYUDAS DIRECTAS. ANALIZAMOS UN MODELO ENVIDIADO POR EL CINE ESPAÑOL QUE OTORGA AYUDAS AUTOMÁTICAS

por **Fernando Muñoz**

Pocos axiomas tan repetidos y compartidos en el cine español como el que dice que la Ley de Cine de Francia se debería importar palabra por palabra. Lo repitió, en estas mismas páginas, el actual presidente de la Academia de Cine, Fernando Méndez-Leite y Kiko Martínez recuerda en este mismo número la famosa frase de Berlanga de que “lo que hay que hacer es contratar a una secretaria que sepa francés y traduzca su ley”. Es evidente que el modelo funciona al norte de los Pirineos, ya que la cuota de pantalla de su cine nacional bordea el 40% (aquí la pelea es conseguir el 20%) y sus producciones se envían a las pantallas de toda Europa y del mundo. Además, han sido capaces de crear un *star system* que tiene mucho tirón en su propio país y, al mismo tiempo, lograr que los grandes taquillazos americanos financien su industria patria. Pero, ¿cómo lo hacen?

Antes de nada, unos datos para poner en contexto un modelo de éxito. En el año 2022, el 2% de las entradas vendidas en todo el mundo fueron para ver una película francesa, a lo que se añade que su cinematografía es la que más títulos coloca en los festivales de todo el mundo (una de cada cinco seleccionadas por los diez grandes certámenes son *made in France*) según datos de UniFrance. Un informe más cercano

en el tiempo: solo en diciembre de 2023, el cine francés recaudó en el extranjero 15,5 millones de euros y 2,20 millones de personas vieron una de sus producciones en pantalla grande. En todo el año pasado, las películas de ese país recaudaron en el extranjero 167,4 millones de euros. Su mercado más importante es Europa occidental, donde vendieron 12,2 millones de entradas de un total de 27 millones. Por ponerlo en contexto: el cine español recaudó en 2023 internacionalmente 65,9 millones de euros.

DOS ORGANISMOS CLAVE, EL CNC Y UNIFRANCE

La ley que tanto se aplaude desde España tiene un nombre particular: “Código del Cine y la imagen animada”, y bajo ese paraguas legal actúa un organismo fundamental para la regulación de la industria francesa, el CNC (Centre National du Cinéma et de l’Image Animée), que nació en virtud de la propia Ley promulgada en 1946 y que cuenta con una docena de directivos y un equipo permanente de medio millar de trabajadores. Manejó un presupuesto de 711 millones de euros en 2023 mientras que su equivalente español, el ICAA, tuvo 186 millones, según los Presupuestos Generales del Estado de 2023. Por poner en contexto el caso español, solo el monto de



ayudas directas en 2022 en Francia fue de 291 millones de euros. Además, con los créditos para la producción del Instituto para la financiación del cine y las industrias culturales (IFCIC) así como la Société pour le Financement du Cinéma el de l'Audiovisuel (SOFICA) y las deducciones de hasta el 40% para inversores, en Francia el cine tiene un apoyo público de cerca de 1700 millones de euros.

Otra de las fuentes de financiación -quizá la que más se mira con envidia por aquí- es la que permite la retroalimentación del sector. Es lo que en el Código se traduce como que su comercialización debe financiar su creación. Es algo implícito desde sus orígenes. Ya en 1948 se implantó la tasa que grava todas las entradas de cine (actualmente, un 11,5%) cuya recaudación va directamente a la caja para financiar la producción nacional. Esa caja también se alimenta de lo que aporta la televisión (se implantó en 1986 y actualmente está en el 5,15% de lo que facturan por publicidad y demás ingresos), el soporte físico (desde 1993) y más recientemente los servicios de *streaming*, incluyendo YouTube. De esta manera, en 2022, el 70 por ciento del presupuesto del CNC provenía de la tasa a las entradas y del impuesto que pagan las cadenas de televisión en función de sus ingresos publicitarios.

Hay que detenerse un instante en esta última tasa, cuya reciente implantación (y ampliación) costó más de un quebradero de cabeza a Macron. En primer lugar, están los impuestos directos: todos los servicios de video a demanda (VOD) deben contribuir al desarrollo de la producción de obras ci-

nematográficas y audiovisuales europeas u originales en lengua francesa al menos en un 25% cuando ofrezcan al menos un largometraje por año en un período inferior a doce meses después de su estreno en salas de cine en Francia o en un 20% en los demás casos. Solo quedan exentos los servicios VOD si facturan al año menos de 5.000.000 y su audiencia no supera el 0,5%. En cuanto a las tasas indirectas son del 5,15% de la facturación neta del año anterior (que se incrementa al 15% cuando las operaciones se refieran a obras pornográficas o que inciten a la violencia). La normativa explícita que el impuesto es exigible en las mismas condiciones que las aplicables al impuesto al valor añadido y que lo recaudado se destina al fondo del CNC.

LEYES ESTRICTAS DE PROTECCIÓN

Además, estas plataformas deben fomentar el consumo de su cine nacional y europeo. El artículo 28 del Código estipula que los servicios audiovisuales deben incluir un 60% de obras europeas, muy por encima del mínimo exigido por la UE (30%). Adicionalmente, se exige un 40% de obras en lengua original francesa. Además, el artículo 29 garantiza que los servicios no lineales deben garantizar la visibilidad de las obras europeas y francesas.

Con ese presupuesto, según presumen desde el Ministerio de Cultura de Francia, el CNC bajo la presidencia de Dominique Boutonnat desde 2019 "ha definido e implementado una estrategia potente frente a todos los desafíos que se plantean al sector del cine. Durante la crisis sanitaria, el CNC demostró una reactividad notable y una capacidad de innovación que inspiró a otros países europeos: despliegue de las ayudas masivas del Estado para todos los eslabones del sector, creación de un fon-

do de indemnización inédito para apoyar la reanudación de los rodajes, excepciones para permitir a algunas películas adelantar su salida en VOD... Paralelamente, el CNC tuvo un papel determinante para construir una nueva etapa del modelo de financiación del cine y del audiovisual francés: fiscalidad reequilibrada entre plataformas extranjeras y actores lineales históricos, obligaciones de inversión de las plataformas en la producción francesa, en particular independiente, al menos un 20% de su volumen de negocios Francia".

Más allá de lo que dice el Ministerio de Cultura, la clave está en cómo se hace el reparto. Esto es, en cómo llega todo ese dinero recaudado a las producciones para que la rueda no pare. Allí funcionan las ayudas automáticas (de 80,2 millones de euros en 2023). Estas se generan gracias a la distribución de largometrajes en diferentes soportes - salas en Francia o en el extranjero, vídeo y televisión - y dependen, por tanto, del nivel de asistencia a las salas, del importe de ventas por televisión o en soporte físico o éxito exportador. Las sumas se consignan en las cuentas de los productores con vistas a financiar la producción de nuevas obras.

Esta ayuda automática no puede movilizarse para invertirse en obras que presenten costes artísticos desproporcionados con respecto al presupuesto global de la película (principio de control de los costes de producción). A este apoyo se añaden bonificaciones (asignaciones adicionales) si se moviliza a favor de una película rodada en francés con un elevado nivel de gasto en Francia; si es para la producción de películas de animación; si en las producciones los puestos principales respetan la paridad de género o si es para la producción de cortometrajes. Las asignaciones adicionales ➤



se estiman en 15,2 millones de euros en 2023. Según un informe del Senado francés, solo en el año 2021 hubo 361 productoras cinematográficas que se beneficiaron de 87,88 millones de euros en ayudas automáticas. Eso sí, el 40,6% de las ayudas fue movilizado por 10 empresas: Gaumont, Pathé Films, TF1 Films Production, Sofinergie Capac, France 2 Cinéma, Les Films du Premier, EuropaCorp, Trésor Films, Nord-Ouest Films y M6 Films.

Además de las ayudas automáticas, están las selectivas (un presupuesto de 44,1 millones de euros en 2023). Son concedidas por comisiones formadas por profesionales del sector. Otra de las claves del reparto de dinero está en el sistema de anticipo sobre recibos. El sistema actual lo puso en marcha André Malraux cuando estuvo al frente de Cultura allá por 1959, aunque se reformó en 2021. Es una especie de “círculo vicioso” por el que las películas de éxito financian a las pequeñas a través de una ayuda inicial para la producción.

Se trata de unos anticipos que permiten poner en marcha el entramado para “levantar” la financiación. Se conocen como ASR y en 2023 tenían previstos 24,8 millones de euros. Destinado a apoyar el cine de autor y fomentar la renovación de talentos y obras, solo en la última década ha permitido financiar alrededor de 55 largometrajes al

año entre cerca de 600 proyectos presentados. El 45% de las óperas primas producidas en Francia se han beneficiado de estas ayudas en los últimos diez años.

Para la distribución también hay ayudas automáticas y selectivas. Solo en 2023 el CNC en destinó 50,9 millones de euros a la distribución (la parte automática fue de 35,5 millones de euros y la selectiva de 15,4 millones) y 34,7 millones a la promoción.

EL PAPEL DE UNIFRANCE

Y ahí, en la promoción internacional, es donde entra UniFrance, la segunda pata de este modelo exitoso que tantos quieren copiar “palabra por palabra”. UniFrance es una asociación que representa en la actualidad a más de 1000 profesionales del cine y del audiovisual franceses (productores, artistas, representantes, agentes de ventas, etc.), que “trabajan en equipo para hacer brillar el cine y los programas audiovisuales franceses entre el público, los profesionales y los medios de comunicación extranjeros”. Tiene cincuenta colaboradores dispersos en los principales mercados globales así como oficinas en Estados Unidos, China y Japón. Cuenta con un presupuesto anual de 9 millones de euros que llegan desde el Ministerio de Cultura y el de Asuntos Exteriores, además de lo que aportan los socios.

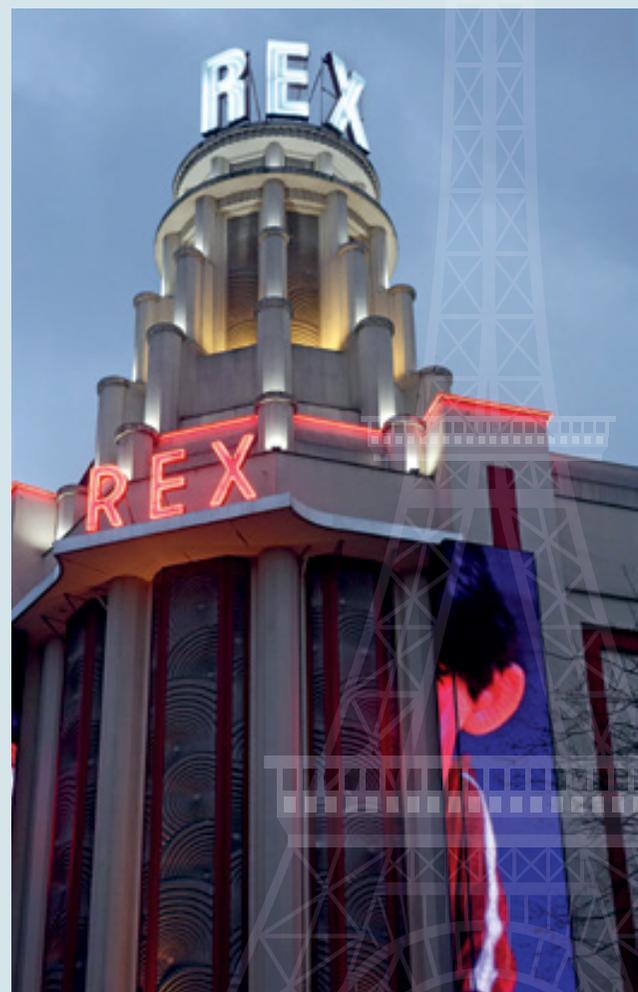
Ya en 2017, UniFrance presumía entre sus

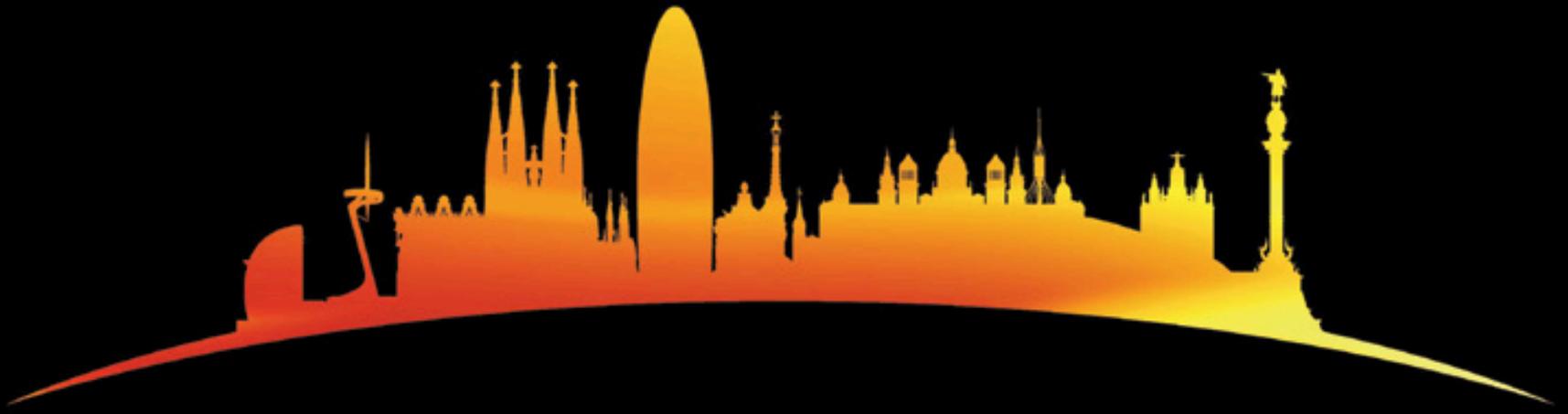
datos de que a diario las televisiones extranjeras emiten 40 películas francesas y que la taquilla que logran en el extranjero sus películas se acerca a los 400 millones. No es extraño que cada semana se estrenen en nuestras salas comedias francesas (en el primer tramo del año) y que conforme se acerca la temporada de premios los *auteurs* galos copen la cartelera con las películas que antes arrasaron en los festivales. La promoción en el extranjero, con agentes de ventas dedicados a llevar su cine a todo globo, particularmente al continente europeo y a América Latina, hacen que el cine francés tenga en todo el mundo una sobre-representación que lo sitúa como la gran potencia europea.

Todo este modelo no solo ha generado que el cine francés triunfe en el mundo, también ha fomentado un gusto por acudir a las salas entre los 67 millones de franceses: En 2023 se vendieron 181 millones de entradas en las taquillas galas, frente a los 76 millones de compras que hicieron los 47 millones de españoles. Disfrutar de las salas es la consecuencia de un modelo sano y funcional.



© Shutterstock (3)





CineEurope

Official Convention of the International Union of Cinemas

17-20 JUNE 2024

CENTRE CONVENCIONS INTERNACIONAL BARCELONA (CCIB)
CONVENTION & TRADE SHOW • CINEEUROPE.NET

OFFICIAL CORPORATE SPONSOR



GEOPOLÍTICA DE LAS TAQUILLAS 2023

DESPUÉS DE UN 2022 POCO EMOCIONANTE, EL 2023 FUE POSITIVO PARA LA TAQUILLA MUNDIAL: LAS ESTIMACIONES INICIALES FUERON REVISADAS AL ALZA DESPUÉS DEL FENÓMENO DE VERANO *BARBENHEIMER*, QUE PERMITIÓ ACORTAR LA BRECHA CON LOS PROMEDIOS PRE-COVID. ALGUNOS PAÍSES, INCLUIDA CHINA, CASI ANULARON POR COMPLETO LA DISTANCIA, MIENTRAS QUE OTROS TODAVÍA LUCHAN POR RECUPERARSE. ASÍ FUE CÓMO SE DESARROLLARON LAS TAQUILLAS EN LAS PRINCIPALES NACIONES EL AÑO PASADO, CON UNA MIRADA AL FUTURO Y LAS PREVISIONES PARA EL 2024

por Cristiano Bolla

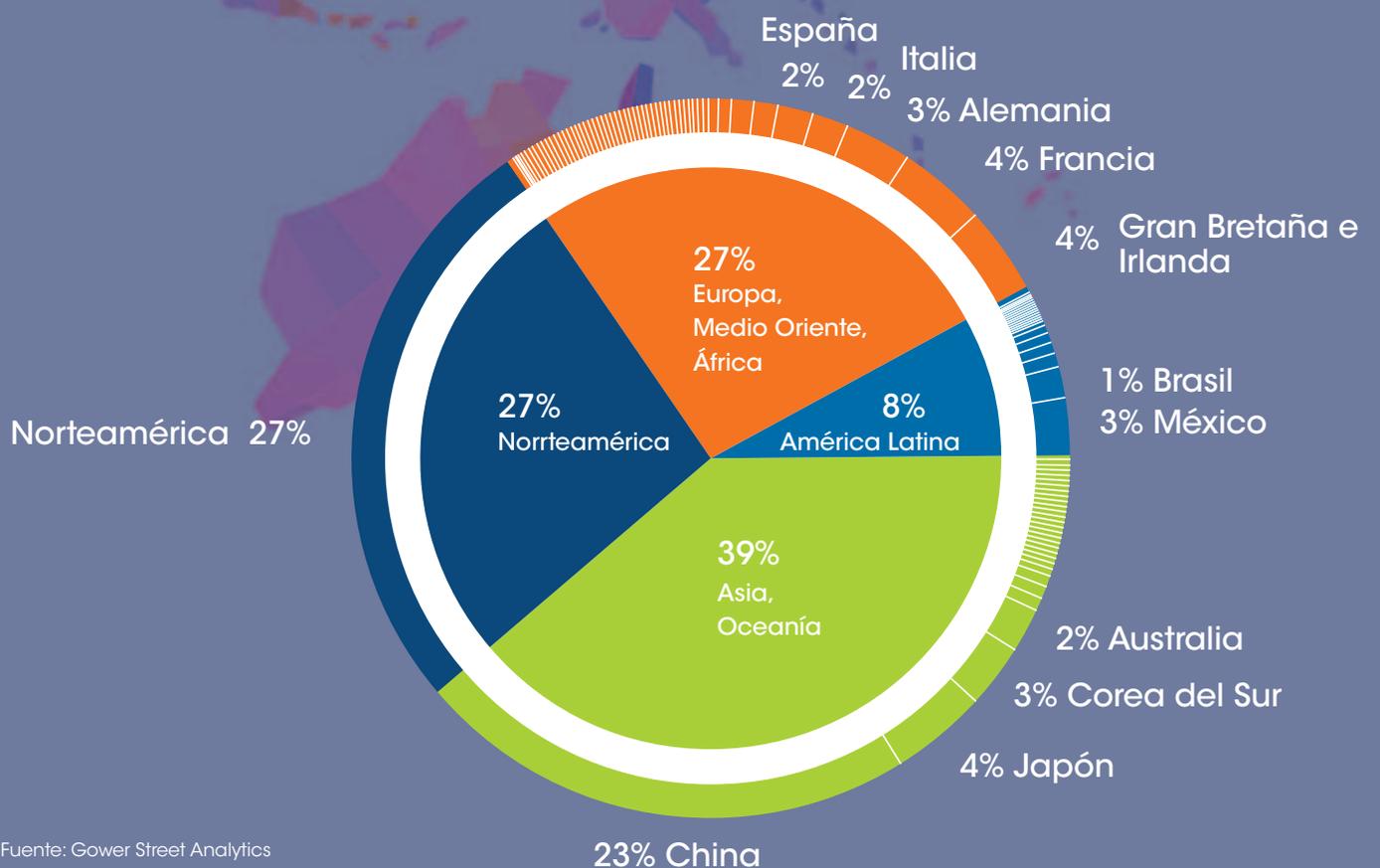
A principios de 2023, como siempre, nos preguntábamos cómo sería el año para el mundo del cine. Los resultados del recién finalizado 2022 habían suscitado dudas más que legítimas sobre la capacidad real del sector cinematográfico para volver a las medias pre-pandémicas, a pesar de un crecimiento del +27% respecto al funesto 2021. Nos preguntábamos, en resumen, si la reducción de la taquilla mundial era solo una condición pasajera o irreversible. Los datos presentados a principios de enero por Gower Street Analytics sobre la evolución del 2023 probablemente no proporcionan una confirmación definitiva (y tampoco lo harán los datos para el 2024, debido a los disturbios sindicales cuyos efectos se harán evidentes en los próximos meses), pero arrancan de todos modos una sonrisa cautelosa. Las salas de cine de todo el mundo recaudaron una cifra de \$33.9 mil millones de dólares, en comparación con los \$25.9 mil millones con los que se cerró el

2022. Un salto adelante del +30.5% de un año a otro, pero sobre todo hay que destacar que las proyecciones de crecimiento a principios de 2023 señalaban un posible techo de \$29 mil millones de dólares. Se superaron las expectativas entonces, sin embargo, la brecha con la media pre-pandémica que abarca los años 2017-2019 aún registra un signo negativo: -15% es la cifra para el 2023, veinte puntos porcentuales menos que la brecha registrada a finales de 2022 (-35%). Contribuye al resultado la clara recuperación del mercado chino, que creció incluso un +83% en un solo año y pasó del 17% al 23% del peso total en la taquilla mundial (con \$7.71 mil millones); considerando toda la región de Asia y el Pacífico, el porcentaje aumenta al 39% (+2%). A pesar de una ligera disminución del -2%, el cetro aún está en manos de América del Norte (Estados Unidos y Canadá), cuya taquilla combinada este año recaudó \$9.07 mil millones (+21%), equivalente al 27% ➤

N.1

TAQUILLA GLOBAL DE 2023

Porcentajes de ingresos por continentes y países en el total



Fuente: Gower Street Analytics

del peso total. La región de EMEA (Europa, Medio Oriente y África) creció un +25% respecto al 2022 con una recaudación de \$9.0 mil millones de dólares (el 27% del total como el año anterior, con España representando el 2%); cierra la “clasificación” América Latina con un 8% de la recaudación global (-1% respecto al año pasado, pero también con un déficit del -8% en comparación con la media pre-pandémica).

El responsable de estos resultados fue especialmente el fenómeno *Barbenheimer*, que entre julio y septiembre contribuyó a aumentar las previsiones para el cuarto trimestre de 2023. *Barbie* y *Oppenheimer* revitalizaron una taquilla ya llena de esperanzas gracias a los resultados de la primavera de *Super Mario Bros: La Película*, *Guardianes de la Galaxia Vol. 3*, *Spider-Man: Cruzando el multiverso*, *La Sirenita* y *Misión Imposible: Sentencia mortal Parte 1*, todas estrenadas entre abril y junio. Por otro lado, los resultados del otoño fueron más flojos, también condicionados por las huelgas de los sindicatos de guionistas y actores entre abril y octubre que tendrá repercusiones también en el 2024. *Dune Parte II*, uno de los éxitos seguros del año, debía estrenarse en noviembre de 2023 y

se pospuso a marzo de 2024, mientras que otros grandes títulos (incluyendo muchos cómics de Marvel) se atrasaron aún más. Por lo tanto, las estimaciones de Gower Street para el 2024 son a la baja: se prevé una recaudación total de aproximadamente \$31.5 mil millones de dólares (-7%), con más dificultades en la

primera mitad del año. “Las consecuencias del incendio no han terminado”, dijo un productor ejecutivo de alto nivel de Hollywood a Deadline. “Hay deslizamientos de tierra e infraestructuras dañadas. Las llamas se han apagado, ahora tenemos que reconstruir la ciudad”.

N.2

LOS MEJORES MERCADOS DE 2023

1. Norte América (Estados Unidos y Canadá)	\$9.07 mil millones
2. China	\$7.71 mil millones
3. Japón	\$1.48 mil millones
4. Reino Unido e Irlanda	\$1.36 mil millones
5. Francia	\$1.35 mil millones
6. Alemania	\$1.01 mil millones
7. Corea del Sur	\$0.97 mil millones
8. México	\$0.94 mil millones
9. Australia	\$0.67 mil millones
10. Italia	€0.55 mil millones
11. España	\$0.54 mil millones
12. Brasil	\$0.47 mil millones
13. Países Bajos	\$0.36 mil millones
14. Rusia	\$0.33 mil millones
15. Arabia Saudita	\$0.25 mil millones

Fuente: Gower Street Analytics (stime del 4 gennaio 2023)

N.3

PELÍCULAS CON MAYOR RECAUDACIÓN EN 2023 EN EL MUNDO

1. <i>Barbie</i>	\$1,445,630,407
2. <i>Super Mario Bros: La película</i>	\$1,361,939,570
3. <i>Oppenheimer</i>	\$952,039,870
4. <i>Guardianes de la Galaxia Vol. 3</i>	\$845,555,777
5. <i>Fast X</i>	\$704,875,015
6. <i>Spider-Man: Cruzando el multiverso</i>	\$690,516,673
7. <i>La sirenita</i>	\$569,626,289
8. <i>Misión imposible. Sentencia mortal Parte 1</i>	\$567,535,383
9. <i>Elemental</i>	\$496,382,801
10. <i>Ant-Man y la Avispa: Quantumania</i>	\$476,071,180
11. <i>Wonka</i>	\$467,801,380
12. <i>John Wick 4</i>	\$440,146,694
13. <i>Transformers: El despertar de las bestias</i>	\$438,966,392
14. <i>Meg 2: The Trench</i>	\$397,700,317
15. <i>Indiana Jones y el Dial del destino</i>	\$383,963,057
16. <i>Aquaman y el reino perdido</i>	\$336,511,903
17. <i>Los juegos del hambre: Balada de pájaros cantores y serpientes</i>	\$328,258,665
18. <i>Five Nights at Freddy's</i>	\$289,361,620
19. <i>Creed III</i>	\$276,148,615
20. <i>The Flash</i>	\$271,333,313

Fuente: Box Office Mojo

NORTEAMÉRICA

(370 millones de personas)

Taquilla 2023:

\$9.07 mil millones de dólares, +21% en comparación con 2022, -21% en comparación con pre-Covid (promedio 2017-2019)

Mayores ingresos:

Barbie (\$636 millones de dólares)

Con una recaudación total de \$9.07 mil millones, la taquilla de Norteamérica se confirmó como la primera del mundo por segundo año consecutivo, superando una vez más a China (que se está recuperando rápidamente). El crecimiento interanual se desaceleró: +21% en comparación con 2022, mientras que el año anterior fue del +65%, pero la en 2021 el mercado aún estaba profundamente afectado por las medidas de contención de la pandemia. La brecha con el promedio pre-pandémico se redujo aún más, pasando del -35% en 2022 al -21% en 2023. La taquilla doméstica fue impulsada por el fenómeno *Barbenheimer*, que por sí solo recaudó más de \$960 millones. En comparación con el año pasado, hay igualdad absoluta entre nuevas películas (incluyendo el *live action* *La Sirenita*) y secuelas de grandes franquicias en el Top 10, donde destaca la presencia de la independiente *Sound of Freedom*, que recaudó alrededor de \$184 millones. Las previsiones para 2024 son cautelosas y pronostican una disminución a \$8 mil millones en ingresos, principalmente debido a las huelgas de los sindicatos WGA y SAG-AFTRA, que obligaron a reprogramar gran parte de los estrenos y empobrecieron el calendario, especialmente en la primera mitad del año.

CHINA

(1.4 mil millones de personas)

El 2023 en China registró los mejores datos de crecimiento interanual en comparación con la media de los principales países del mundo: a finales de diciembre, la taquilla alcanzó los \$7.71 millones, un enorme +83% respecto a 2022. Parte de la razón se debe a que 2022 fue un año desastroso para el mercado chino, que incluso cayó un -36% en comparación con 2021 y se clasificó como el peor de los últimos 11 años para el gigante asiático. El regreso de las películas estadounidenses, intermitente en el año anterior, garantizó en cambio una excelente recuperación en la taquilla local, acortando la brecha con los promedios pre-Covid al -6%. La apertura a la oferta de Hollywood llevó a *Fast X* al primer lugar en taquilla internacional con \$139 millones, seguido de títulos como *Meg 2: The Trench* con \$118 millones y dos animaciones japonesas (*Suzume* con \$114 millones y *The First Slam Dunk* con \$93 millones). Sin embargo, gran parte de la taquilla nacional fue para producciones locales, con la comedia *Full River Red de Zhang Yimou*, que se convirtió rápidamente en el sexto mayor ingreso de todos los tiempos en China, y la ciencia ficción *The Wandering Earth 2*, ambas superando los \$600 millones. Para 2024, se espera un ligero aumento del +5% en comparación con 2023, pero es difícil hacer predicciones porque aún no se conoce el calendario de estrenos de las películas de Hollywood.

Taquilla 2023:

7.71 mil millones de dólares, +83% en comparación con 2022, -6% en comparación con pre-Covid (promedio 2017-2019)

Mayores ingresos:

Full River Red (673.5 millones de dólares)

Película nacional con mayores ingresos: *Full River Red* (673.5 millones de dólares)

(71 millones de personas)

REINO UNIDO E IRLANDA

A finales de 2022, Comscore pronosticaba una recuperación casi total en el mercado del Reino Unido e Irlanda para 2024. Las predicciones no se alejaron demasiado de la realidad: en 2023, la taquilla registró ingresos de £1.06 mil millones, aproximadamente £300 millones (-23.5%) menos que el promedio de los cinco años anteriores a la pandemia, todos los cuales alcanzaron la cuota de £1.3 mil millones. El crecimiento interanual no fue particularmente alto (+8% en comparación con los £980.5 millones de 2022), pero los analistas señalan que el mercado irlandés fue el principal impulsor, con un aumento del 13% en la taquilla en comparación con el año anterior. El fenómeno *Barbenheimer* dominó el Top 10 de la taquilla, en el que solo se incluyó una producción estrictamente *british*, *Wonka*, que se estrenó en diciembre y logró superar los £50 millones en pocos días. Las otras películas nacionales, *Roald Dahl's Matilda The Musical* (lanzada en 2022 pero capaz de recaudar otros £7.5 millones este año) y *¿Qué tendrá que ver el amor?* (£4.8 millones), siguen a gran distancia. Esto fue suficiente para colocar al Reino Unido e Irlanda en el cuarto lugar entre los países del mundo, con un peso en el mercado global del 4%, igual que Francia.

Taquilla 2023:

1.06 mil millones de libras esterlinas (1.35 mil millones de dólares), +8% en comparación con 2022, -23.5% en comparación con pre-Covid (2019)

Mayores ingresos:

Barbie (95.5 millones de libras esterlinas)

Película nacional con mayores ingresos:

Wonka (53 millones de libras esterlinas, aún en cartelera)

FRANCIA

(67.5 millones de personas)

Taquilla 2023:

181.2 millones de entradas (equivalentes a 1.3 mil millones de euros), +19% en comparación con 2022, -12.8% en comparación con el promedio pre-Covid (2015-2019)

Mayores ingresos:

Avatar. En sentido del agua (63 millones de dólares)

Película nacional con mayores ingresos: *Astérix y Obélix y el Reino Medio* (35 millones de dólares)

Detrás de la taquilla combinada del Reino Unido e Irlanda, en Europa también este año se ubicó Francia. El Centre National du Cinéma et de l'Image Animée informa que se vendieron 181.2 millones de entradas, equivalentes a aproximadamente €1.3 mil millones. Estos números representan un +19% en comparación con 2022, pero sobre todo un -12.8% en comparación con el promedio pre-Covid, lo que convierte a Francia en uno de los países de la UE que se está recuperando más rápidamente. *Avatar. El sentido del agua* se mantuvo en el primer lugar del Top 10, recaudando más de la mitad de los \$157 millones totales desde su lanzamiento en diciembre de 2022, seguida por la película animada *Super Mario Bros: La película* y el fenómeno *Barbie*, que se quedó corto por casi \$15 millones en taquilla. Sin embargo, la taquilla de las películas francesas (el 40% del total) juega un papel importante: en el Top 10 regresan de hecho las producciones locales, que estuvieron completamente ausentes en las estadísticas de 2022. Mérito de *Astérix y Obélix: El Reino Medio* con alrededor de \$35 millones y más entradas vendidas que *Oppenheimer*, la comedia *Suegros de alquiler. Agencia de engaños 2.0* (\$33 millones) y *Los Tres Mosqueteros: D'Artagnan* (con más de 3.3 millones de entradas vendidas).

(59 millones de personas)

ITALIA

En 2023, las salas de cine italianas recaudaron €495.6 millones con un total de 70.6 millones de entradas vendidas. En comparación con 2022, esto representa un crecimiento del +61.6% en ingresos y del +58.6% en asistencia. Son aumentos considerables pero la comparación con el promedio del período 2017-2019 sigue siendo negativa: -16.3% en ingresos y -23.2% en asistencia. En cambio, los datos relacionados con la taquilla de las producciones y coproducciones locales han experimentado un aumento: en 2023 registraron un +24.3% en ingresos y un +25.9% en asistencia, equivalentes a €120.6 millones y 18.2 millones de asistentes. Estas cifras son superiores no solo a 2022, sino también al promedio de 2017-2019 (20.6% y 21%) y cercanas a las del decenio 2010-2019 (26.2% y 27.1%). Gran parte de estos resultados se atribuyen a *Siempre nos quedará mañana* de la directora Paola Cortellesi, que logró superar a *Barbie* y se impuso con €32.5 millones. Ninguna otra película italiana entró en el Top 10, donde también destacan, además de las mencionadas, *Oppenheimer* (€27.9 millones) y *Super Mario Bros: La película* (€20.4 millones).

Taquilla 2023:

495.6 millones, +61.6% en comparación con 2022, -16.3% en comparación con el promedio pre-Covid (2017-2019)

Mayores ingresos:

Siempre nos quedará mañana (32.5 millones)

Nacional con mayores ingresos: *Siempre nos quedará mañana* (€2.5 millones)

ALEMANIA

(83.2 millones de personas)

Taquilla 2023:

€859 millones, +23.7% en comparación con 2022, -8.2% en comparación con el promedio pre-Covid (2017-2019)

Mayores ingresos:

Avatar. El sentido del agua (€66.7 millones)

Película nacional con mayores ingresos:

Rehragout-rendezvous

(€13 millones)

En 2023, los cines en Alemania generaron ingresos de aproximadamente €859 millones (las estimaciones de Gower Street se revisaron ligeramente a la baja) con 87.2 millones de entradas vendidas a un precio incrementado del +4.4% en comparación con el año anterior. Esto representa un crecimiento del +23.7% respecto a 2022, un año que marcó el comienzo de la recuperación de las salas con un impresionante +95% en comparación con el pandémico 2021. La brecha con el promedio de 2017-2019 ahora se mantiene en -8%, indicando que la industria se ha recuperado casi por completo de esos años críticos. Las películas que mejor funcionaron en taquilla fueron *Avatar. El sentido del agua* con aproximadamente €67 millones de euros (de los casi €140 millones totales) y *Barbie* con €55.3 millones. Ninguna película alemana entró en el Top 10 y la primera, *Rehragout-Rendezvous* con alrededor de €12,8 millones en ingresos, se encuentra solo en el decimocuarto lugar de la clasificación de la taquilla, seguida por *Manta, Manta: Legacy* con poco más de €10 millones. Hubo una disminución del -2.5% en la producción local, que, al igual que en otros países, sufrió la falta de variedad y lanzamientos nacionales potentes en comparación con el pasado reciente.



RUSIA

(143 millones de personas)

Taquilla 2023:

€301 millones según Gower Street,
€404 millones según la Cinema
Foundation of Russia

Mayores ingresos:

Chebi: My Fluffy Friend (58 millones
de dólares)

Película nacional con mayores ingresos:

Chebi: My Fluffy Friend (58 millones
de dólares)

Por segundo año consecutivo, es difícil evaluar la situación del mercado en Rusia debido a la guerra en curso con Ucrania y las sanciones y boicots contra el gigante euroasiático. Las estimaciones de Gower Street informan ingresos de alrededor de \$330 millones (aproximadamente €301 millones), mientras que, según las cifras reportadas por la Tass, que cita una conferencia de la viceministra de políticas sociales Tatyana Golikova, quien preside la Cinema Foundation of Russia, la taquilla registró 40 mil millones de rublos, equivalentes a aproximadamente \$450 millones (€404 millones). Para las autoridades rusas, esta cifra iguala los promedios pre-pandémicos, con aproximadamente el 70% de la cuota recaudada por películas nacionales. Pocas películas de Hollywood se distribuyeron en Rusia en 2023: Box Office Mojo informa que en el Top 10 (dominado por la comedia infantil *Chebi: My Fluffy Friend* con \$58 millones) solo hay espacio para *John Wick: Chapter 4* (\$14.3 millones) y *Operation Fortune* (\$5.5 millones) debido a contratos de preventa firmados con compañías no sancionadas antes del inicio del conflicto. Según Golikova, se espera un aumento adicional de las producciones locales en 2024.

(125 millones de personas)



JAPÓN

Japón sigue siendo el tercer mercado cinematográfico más rentable del mundo, a pesar de que en 2023 se recaudaron \$1.48 mil millones en comparación con los \$1.6 mil millones del año pasado. La brecha con el período pre-Covid sigue siendo baja, alrededor del -6%, y, nuevamente, es el cine de animación, especialmente el local, el que impulsa la taquilla. El éxito de *One Piece Red* fue seguido por el fenómeno *The First Slam Dunk*, que entre finales de 2022 y 2023 recaudó \$112 millones. También en el Top 10 se encuentran *Detective Conan: Black Iron Submarine* (\$96 millones según Box Office Mojo), *El chico y la garza* (\$36 millones) y *Doraemon the Movie: Nobita's Sky Utopia* (\$31 millones). Sin embargo, nadie superó en el año calendario a *Super Mario Bros: La película*, con sus \$102 millones en taquilla. Entre las películas extranjeras, solo *Fast X* ingresa al Top 10 con \$26 millones estimados en ingresos.

Taquilla 2023:

\$1.48 mil millones, -13% en
comparación con 2022, -6% en
comparación con el promedio pre-Covid
(2017-2019)

Mayores ingresos:

Super Mario Bros: La película
(\$102 millones)

Película nacional con mayores ingresos:
Detective Conan: Black Iron Submarine
(\$96 millones)



COREA DEL SUR

(51.7 millones de personas)

Taquilla 2023:

\$964 millones, +9% en comparación con 2022, -44% en comparación con el pre-Covid (2019)

Mayores ingresos: 12.12:

The Day (\$88 millones)

Película nacional con

mayores ingresos: 12.12:

The Day (\$88 millones)

Entre los principales países que representan a los grandes jugadores del mercado cinematográfico mundial, Corea del Sur fue el que registró los datos más preocupantes en 2023. En los últimos doce meses, el crecimiento fue mínimo: se recaudaron \$964 millones en comparación con los \$937.5 millones de 2022, un crecimiento del 9%, el más bajo entre los estados del Top 10 mundial y un -44% en comparación con el 2019 pre-pandémico (\$1.46 mil millones). Sin embargo, cabe destacar un hecho de actualidad que dificulta la evaluación de los datos de 2023: en agosto, las autoridades informaron haber encontrado pruebas de la manipulación de los datos de la taquilla nacional de los últimos 5 años. Un escándalo que afectó a 24 compañías de distribución y varias grandes películas del pasado reciente. En el primer lugar de las taquillas se encuentra el thriller político *12.12: The Day* (con \$88 millones), seguido de la secuela local *The Roundup: No Way Out* (aproximadamente \$80 millones) y luego la animación Pixar *Elemental* con \$55 millones. Curiosamente, en Corea del Sur, *Barbie* resultó ser un fracaso con solo \$4.38 millones en taquilla.

HONG KONG

(7.4 millones de personas)

En 2023, los cines de Hong Kong recaudaron HK\$1.43 mil millones, equivalentes a \$184 millones. Esto representa una mejora del +25% en comparación con 2022, aún fuertemente marcado por cierres prolongados debido a la pandemia, pero en el territorio autónomo en el sureste de China consideran los datos “profundamente insatisfactorios”. La brecha con 2019 aún es muy amplia (-25%) y la condición general del mercado se considera débil. Según los datos informados por Hong Kong Box Office Limited, el drama *A Guilty Conscience* ocupó el primer lugar en la taquilla con \$14.7 millones, siendo la única producción local en el Top 10. Le siguen *Oppenheimer* con \$9.4 millones, *Super Mario Bros: La película* con \$7.1 millones y *Guardianes de la Galaxia Vol. 3* con \$5.8 millones. *Fast X*, la primera película extranjera en la taquilla china en 2023, se ubicó solo en el noveno lugar de la clasificación con aproximadamente \$4 millones.

Taquilla 2023:

\$184 millones, +25% en comparación con 2022, -25% en comparación con 2019

Mayores ingresos:

A Guilty Conscience (\$14.7 millones)

Película nacional con mayores ingresos:

A Guilty Conscience (\$14.7 millones)

LA (LENTA) CARRERA DE LA ANIMACIÓN ESPAÑOLA

LA PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DE PELÍCULAS DE ANIMACIÓN TIENE UN ENORME POTENCIAL Y ASÍ LO DEMUESTRAN GRANDES ÉXITOS COMO LA SAGA DE *TADEO JONES* O *MOMIAS*. PERO AÚN SON POCOS LOS TÍTULOS COMERCIALES NACIONALES QUE LOGRAN PRODUCIRSE Y QUEDA MUCHO CAMINO POR RECORRER PARA CRECER EN UN GÉNERO QUE, AL REQUERIR GRANDES PRESUPUESTOS, SIGUE SIENDO COTO DE HOLLYWOOD

por Juan Sardà Frouchtmann

Las películas de animación dirigidas al público más joven y aptas para toda la familia reinan de manera indiscutible en la cartelera. Según datos de Comscore, supusieron un 18% de la recaudación total en taquilla en el período que va de 2015 a 2019 y un 19% en los últimos tres años. Este mismo, 2023 hemos visto los éxitos de títulos como *Elemental* (13 millones), *Spider-Man: Cruzando el multiverso* (8,1 millones), *Super Mario Bros: la película* (27,3 millones) y ya a final de año, *Wish: El poder de los deseos* (6,2 millones). Tal y como queda claro, el panorama está dominado de una manera casi absoluta por las producciones de Estados Unidos. Y el “casi” viene por *Momias*, estrenada en febrero del año pasado, que alcanzó 5,9 millones de euros. Se trata de una suerte de *spin off* de la saga de Tadeo Jones, la cual salvando el prestigio de algunos títulos de tipo autoral y notables excepciones supone casi el único motivo de alegría de un sector que tras vivir un arranque de siglo prometededor atraviesa una importante crisis y es una de las grandes lagunas de la producción española.

En un país como el nuestro que no cuenta con unos niveles de producción tan elevados como Estados Unidos, Francia o Reino Unido, el cine de animación presenta un gran reto, ya que los procesos de creación son largos y requieren de un presupuesto



Planet 51 costó 70 millones de euros y aunque recaudó 100 millones en todo el mundo no dio beneficios



D'Artacan y los tres mosqueperros rescató unos personajes de los 80 y obtuvo 1,2 millones



Momias, continuación del mundo creado por Tadeo Jones, fue un éxito en 2023 con 5,9 millones de euros y recaudó internacionalmente 44,9 millones más

considerablemente más alto que el de una película de imagen real. Veamos, por ejemplo, el caso de las películas de animación españolas más exitosas del siglo XXI, *Las aventuras de Tadeo Jones* (18,2 millones recaudados en 2012) y sus secuelas, *El secreto del Rey Midas* (17,6 millones en 2017) y *La tabla esmeralda* (11,5 millones en 2022).

La primera tuvo un presupuesto de seis millones, la segunda de 9 y la tercera de 11, cifras muy abultadas para un cine español en el que según las estadísticas del ICAA de 2022 el presupuesto medio de una película es de 3,5 millones de euros. Producidas por Lightbox Animation Studios,

productora del propio director y creador de la saga, Enrique Gato, con la colaboración fundamental de Telefonica Estudios, a partir de la segunda película del estudio, *Atrapa la bandera* (11 millones en 2015), la única fuera de la saga de Tadeo Jones, estas películas se convierten en coproducciones con Estados Unidos ya que Paramount se encarga de la distribución internacional y participa en la financiación. Como veremos en sucesivos ejemplos, los altos costes provocan que en el cine de animación no americano las coproducciones sean la norma. Las películas de Tadeo Jones, en las que un modesto obrero de la construcción de

Chicago se transforma en un patoso pero encantador arqueólogo al estilo de Indiana Jones, además de triunfar en España también han obtenido cuantiosas taquillas mundiales, de los 23,4 millones de la primera a los 11,4 de la segunda y los 21 de la tercera. Y aun mejor le fue a *Momias* el año pasado, del mismo productor y guionista, que fue la película más exitosa española a nivel internacional con una impresionante taquilla de 44,9 millones de euros.

El cine de animación “no americano” se enfrenta a un público, adulto e infantil, acostumbrado a altísimos estándares técnicos, lo cual supone todo un desafío económico y de talento. Salvando las películas de Lightbox Animation o relacionadas con Jones, en los últimos diez años solo cinco películas de animación nacionales han superado el millón de euros: *Justin y la espada del valor* (2,4 millones en 2013), la coproducción con Argentina *Futbolín* (2,9 millones en 2013), *Mortadelo y Filemón contra Jimmy el cachondo* (5 millones en 2014), la coproducción con Estados Unidos *Ozzy* (2 millones en 2016) y *D'Artacan y los tres mosqueperros* (1,1 millones en 2021).

Los grandes estudios de Hollywood como Disney y su filial Pixar o Dreamworks copan casi todos los éxitos contando con unos presupuestos astronómicos que ninguna industria del mundo puede alcanzar. Sin ir más lejos. *Wish*, la última película estrenada por Disney costó 200 millones de dólares o *Super Mario Bros: La película*, una coproducción de Estados Unidos y Japón, más de 100.

ESPERANZAS FRUSTRADAS

A la hora de rentabilizar inversiones tan elevadas, Hollywood no solo cuenta con los réditos en taquilla ya que los beneficios se multiplican a través de videojuegos, juguetes o menús infantiles especiales para las grandes cadenas de comida rápida. *Tadeo Jones*, al igual que lo hacen las grandes producciones de Pixar o Disney, ha sa- ➤



Imagen de *Tadeo Jones* 3. *La tabla esmeralda*, recaudó 11,5 millones en 2022 mostrando el tirón de la saga

bido aprovecharse de sus grandes resultados en taquilla con el lanzamiento de todo tipo de *merchandising*. A pesar de tratarse de un caso de gran éxito, la realidad es que tras un inicio de siglo más que prometedor en el que se hablaba por doquier de un “renacer” y un momento de esplendor de la animación española, las cosas se han ido torciendo y las compañías que se dedicaban al género han desaparecido mostrando las dificultades industriales de este tipo de películas.

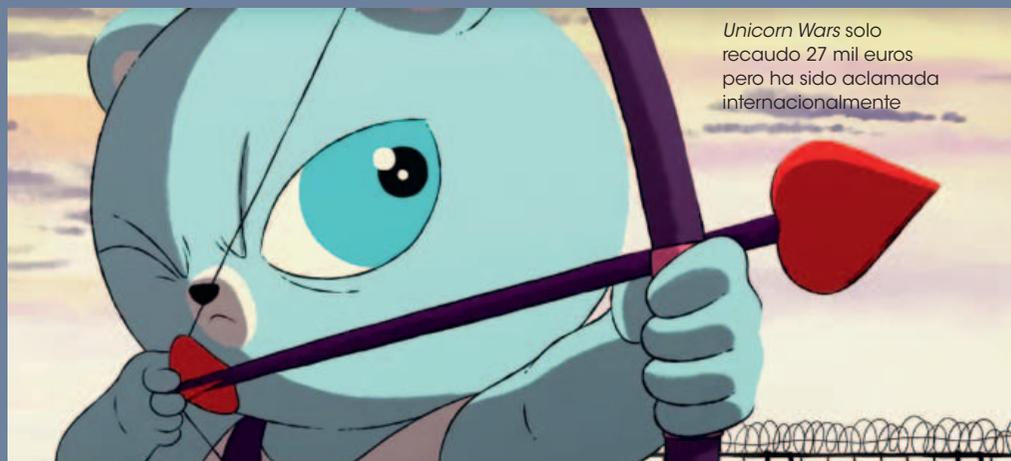
De las tres productoras de cine de animación españolas llamadas a revolucionar la industria cinematográfica hace 20 años, ninguna de ellas existe. Ese momento de esplendor se radica sobre todo en Galicia, donde florecen dos estudios de gran potencial. Por una parte, Filmax Animation, en asociación con Bren Entertainment, durante la primera década del milenio toma velocidad de crucero y estrena una película cada dos años siguiendo un ritmo plenamente industrial. De forma seguida, estrena películas como *El ladrón de sueños* (100 mil euros en 1999); *El Cid, la leyenda* (2,6 millones en 2003) o *Gisaku* (100 mil euros en 2005), con resultados desiguales como puede comprobarse. La compañía se marca un éxito de taquilla con *Pérez, el ratoncito de los sueños* (3,7 millones en 2006), en coproducción con Argentina, pero el fracaso de la ambiciosa *Donkey Xote* (1,3 millones en 2007) y *Copito de nieve* (1,6 millones en 2011) abocan a la compañía al cierre. También radicada en Galicia, la ambiciosa productora Dygra irrumpió con fuerza en 2001 con el estreno de *El bosque animado*, la primera película en animación 3D de Europa con una taquilla de 1,9 millones.



Ozzy, coproducción entre España y Estados Unidos, recaudó 2 millones en 2016

PELÍCULAS DE ANIMACIÓN ESPAÑOLAS ESTRENADAS EN SALAS EN LOS ÚLTIMOS DIEZ AÑOS (2013-2023)

ESTRENO	TÍTULO	DISTRIBUIDORA	TAQUILLA	ESPECTADORES	TERRITORIOS PRIMARIOS DE ORIGEN
2013					
20/12/13	Futbolín	Universal	2.884.900 €	481.796	Argentina
20/09/13	Justin y la Espada del Valor	Sony	2.404.729 €	404.770	España
15/02/13	Blackie & Kanuto	Barton	132.234 €	20.364	España
18/01/13	Corazón del Roble	Barton	83.499 €	13.144	España
14/06/13	Gigantes, la leyenda de Tombatossals	Premium	27.174 €	4.527	España
15/11/13	El Pequeño Mago	Barton	23.189 €	3.948	España
05/12/13	El Extraordinario viaje de Lucius Dumb	Barton	11.258 €	6.971	España
2014					
28/11/14	Mortadelo y Filemon contra Jimmy el Cachondo	Warner Bros	5.010.527 €	768.393	España
07/11/14	Dixie y la rebelión Zombi	Barton	189.337 €	37.035	España
30/04/14	La Tropa de Trapo en la selva del Arcoiris	European Dreams	21.462 €	4.282	España
16/05/14	Hiroku: Defensores de Gaia	Factory Barton	666 €	118	España
2015					
28/08/15	Atrapa la Bandera	Paramount	11.109.764 €	1.949.197	España
08/05/15	Meñique y el espejo mágico	Manakel	36.149 €	8.936	Cuba
13/11/15	Yoko y sus amigos	Barton	18.740 €	3.054	España
30/04/15	Pos Eso	Barton	15.689 €	3.116	España
23/12/15	El Secreto de Amila	Barton	14.593 €	2.663	España
04/12/15	Menudos heroes	Rita & Luca	5.761 €	1.238	
2016					
14/10/16	Ozzy	Walt Disney	2.025.072 €	393.267	España
23/12/16	Pixi Post y los genios de navidad	Barton	17.677 €	3.684	España
2017					
25/08/17	Tadeo Jones 2: El secreto del Rey Midas	Paramount	17.934.080 €	3.229.702	España
03/11/17	Deep	Tri Pictures	1.095.494 €	185.399	España
02/06/17	Nur y el templo del dragón	Barton	38.623 €	8.507	España
24/02/17	Psiconautas: Los niños olvidados	La Luna de Tantan	15.993 €	2.907	España
03/02/17	Teresa y Tim	Barton	13.788 €	2.383	España



Unicorn Wars solo recaudó 27 mil euros pero ha sido aclamada internacionalmente

Sus dos siguientes películas, *El sueño de una noche de San Juan* (790 mil euros en 2005) y *El espíritu del bosque* (1 millón en 2008) no obtuvieron los resultados esperados y la productora cerró. Su último título estrenado, *Holy Night*, apenas obtuvo 1.900 euros en su estreno en 2014.

Finalmente, la madrileña Ilion Animation, fundada por los creadores del exitoso videojuego *Commandos*, vivió un vertiginoso proceso de ascensión y caída. En 2009 estrenaron *Planet 51*, aún hoy la película más cara de la historia con producción española con un presupuesto de 70 millones de euros. La película no fue un fracaso pero los gastos de marketing, el videojuego o un exceso de optimismo en la producción de *merchandising* dispararon su presupuesto. Recaudó unos meritorios 100 millones en todo el mundo, 11 en España y 42 en Estados Unidos, pero sus elevados

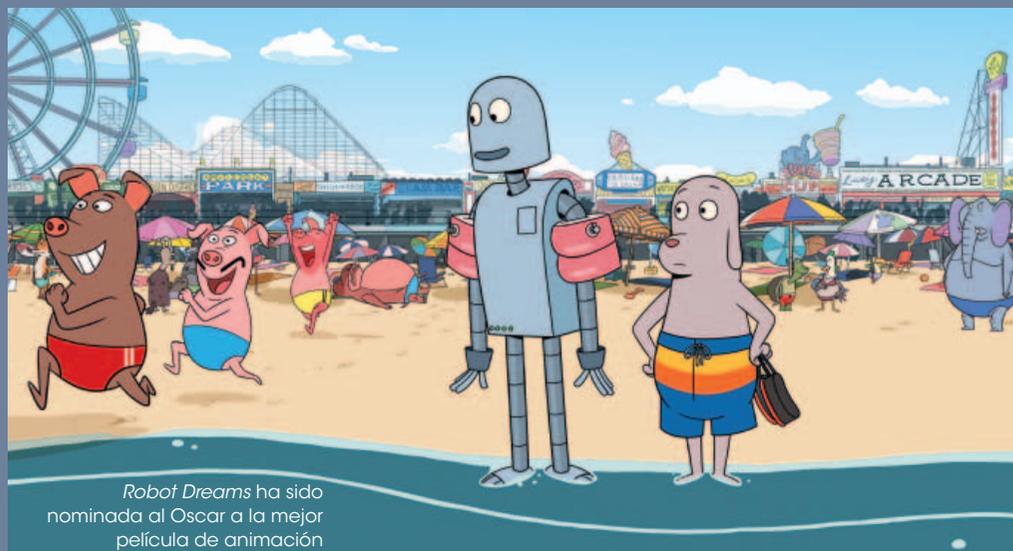
costes hicieron imposibles los beneficios. En 2020, Ilion Animation fue adquirida por la productora de Los Angeles Skydance Media convirtiéndose en su sede en Madrid. Tras varias películas cien por cien estadounidenses como *Luck* y *Spellbound*, la compañía tiene pendiente de estreno este 2024 uno de los títulos más prometedores de la animación española del inmediato futuro, *Dragonkeeper*, una coproducción con China en la que también participa Movistar Plus y Atresmedia que cuenta con un presupuesto de 25 millones de euros. Se estrena el próximo abril después de inaugurar el Festival de Málaga.

ANIMACIÓN PARA ADULTOS Y PRESTIGIO INTERNACIONAL

La industria nacional sí ha podido mostrar un cierto músculo con la producción de pequeñas películas independientes dirigidas a un público adulto que no suelen obtener grandes resultados en taquilla pero han contribuido al prestigio de nues-

2018					
26/10/18	Un día mas con vida	Golem	134.673 €	22.868	Polonia
23/06/18	Pocoyo: Tu Primera Pelicula	Independent	31.819 €	7.665	España
2019					
18/04/19	Bikes	Filmax	222.265 €	37.078	España
05/07/19	Elicano y Magallanes. La primera vuelta al mundo	Filmax	165.036 €	31.982	España
26/04/19	Buñuel en el laberinto de las tortugas	Wanda	49.828 €	8.989	España
04/01/19	Memorias de un hombre en pijama	Begin Again Films	11.608 €	2.058	España
28/06/19	Azahar	Barton	1.576 €	311	España
2020					
01/01/20	La Gallina Turuleca	Filmax	778.924 €	132.294	España
04/12/20	Josep	Filmin	76.657 €	12.377	Francia
07/02/20	Lur y Amets	Atera Films	28.170 €	5.287	España
2021					
18/08/21	D'Artacan y los tres mosqueperros	A Contracorriente	1.185.414 €	217.971	España
10/12/21	Valentina	Super 8	32.803 €	7.574	España
22/10/21	Salvar el arbol (Zutikl)	Filmax	6.875 €	1.743	España
03/12/21	Mironins. La película	Independent	2.638 €	560	España
17/12/21	Gora Automatikoa	39 Escalones	1.556 €	266	España
2022					
26/08/22	Tadeo Jones 3. La tabla esmeralda	Paramount	11.833.697 €	2.038.746	España
28/12/22	Inspector Sun y la maldición de la viuda negra	Tri Pictures	372.925 €	65.384	USA
30/09/22	Black is Beltza II: Ainhoa	Barton	42.632 €	8.233	España
21/10/22	Unicorn Wars	Barton	27.064 €	4.819	España
08/04/22	La Orquesta terrestre	Atera Films	13.408 €	2.597	España
18/11/22	Los Demonios de barro	Syldavia	897 €	399	Portugal
2023					
24/02/23	Momias	Warner Bros	5.913.396 €	959.788	España
06/10/23	Dispararon al pianista	Bteam Pictures	153.029 €	24.694	España
06/12/23	Robot Dreams	Bteam Pictures	108.526 €	16.548	España
06/12/23	Momonsters la película	Notorious Pict.	52.926 €	8.201	España
21/04/23	Hanna y los monstruos	Alfa Pictures	50.853 €	8.618	España
17/11/23	El Sueño de la sultana	Filmin	6.158 €	1.080	España
08/09/23	Panda contra Aliens	39 Escalones	4.583 €	774	Canadá
27/03/23	El Hada de las estaciones	Rita & Luca	1.086 €	220	Francia

Fuente: dati Comscore



Robot Dreams ha sido nominada al Oscar a la mejor película de animación

tra cinematografía obteniendo galardones y críticas entusiastas tanto en España como fuera de ella. El último ejemplo más evidente es *Robot Dreams*, estrenada en diciembre, que obtuvo el premio a la Mejor película de animación en los Premios de Cine Europeo EFA y ha sido nominada al Oscar en la misma categoría. La película de Pablo Berger, sin embargo, no ha funcionado en taquilla con solo 261 mil euros engrosados.

El buen momento de creatividad de la animación española para adultos comienza quizá con *Chico y Rita* (2010), del ilustrador y diseñador Javier Mariscal con Fernando Trueba, nominada al Oscar y con una taquilla de un millón de euros. Poco después llega *Arrugas* (2011), adaptación del cómic de Paco Roca, que consiguió dos Goyas (Mejor Película de Animación y Mejor Guion Adaptado) así como premios en

En 2017 la segunda parte de *Tadeo Jones* engrosó 17,9 millones de euros



el Festival de Annecy y nominaciones a los Premios del Cine Europeo. Obtuvo unos meritorios 150 mil euros en taquilla.

En 2017, Alberto Vázquez adaptó su novela gráfica *Psiconautas, los niños olvidados* (16 mil euros) ganadora del Goya y nominada a los Premios del Cine Europeo. Vázquez repitió en los Premios de la Academia Española con *Unicorn Wars* (29 mil euros), estrenada el año pasado y seleccionada en la short-list de los Oscar de este año.

Adaptando una novela de Ryszard Kapuscinski, *Un día mas con vida* (139 mil euros en 2018) de Raúl de la Fuente y Demian Nenow se estrenó en Cannes y ganó el Premio del Público en San Sebastián, el Goya y el Premio del Cine Europeo. En 2019, *Buñuel en el laberinto de las tortugas* (550 mil euros), basada en una novela gráfica de Fermín Solís, ganadora también el Premio del Cine Europeo y el Goya, además de una mención del jurado en el prestigioso Festival de Annecy.

En el futuro inmediato las películas de animación españolas seguirán llegando con cuentagotas con algunos títulos prometedores. En el recientemente anunciado segundo procedimiento de ayudas generales del ICAA se encuentran dos películas animadas beneficiarias: la cuarta entrega de *Tadeo Jones* y *La pirata Mo y el rubí perdido*. De momento, en 2024 podemos esperar el debut en la dirección de Roc Espinet con *Chica y lobo*, que adapta su novela gráfica homónima; *Chavales* de Jaime Penalva; el film de aventuras infantil *Buffalo Kids*, de J.J. García Galocha (director de *Momias*) y Pedro Solís García, ganador del Goya en 2013 por su cortometraje *Cuerdas*; o la mencionada *Dragonkeeper*. **BO**

© HandMade Films/Ilion Animation/Ladfilms (Antena 3 Films (1); Apelo Films/Cosmos-Maya (1); 4 Cats Pictures/Alreameda Cine/Movistar Plus+/TV3/Warner Bros. España (1); Telecinco Cinema/Ikiru Films/Lightbox Animation Studios (1); Abano Productions/Aurour de Minuit/Schmuby Productions/Uniko (1); Arcadia Motion Pictures/BD Animation/Captain Arana (1); Arcadia Motion Pictures/Lokz Films/Noodles Production (1); Telecinco Cinema/LightBox Entertainment (1))



Steven Spielberg con el Thalberg Award en el *backstage* de la gala de los Oscar en 1987

© Getty Images

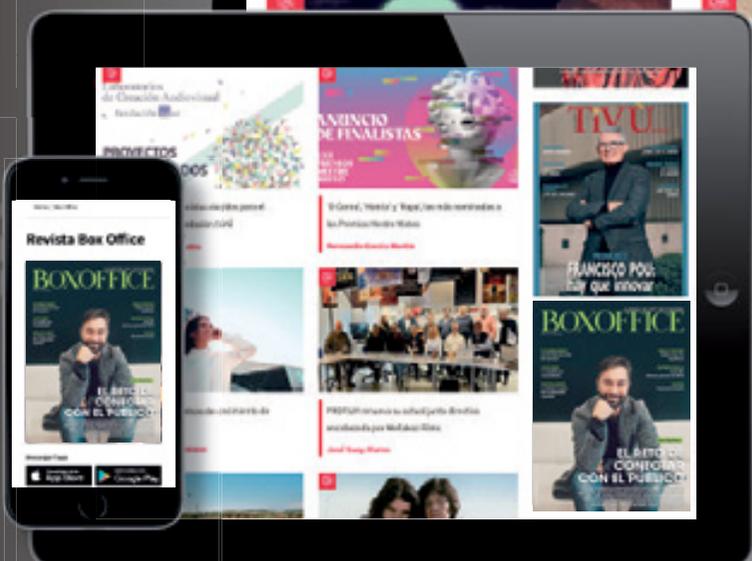


Enfoque

LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL A UN CLIC DE DISTANCIA

NOVEDAD

Bienvenidos a nuestro nuevo sitio web donde encontrarás todas las noticias de la industria audiovisual actualizadas en tiempo real. No te lo pierdas



Y además, la mejor selección de las revistas BOX OFFICE y TIVÙ

www.enfoqueav.es

Accede a nuestras diferentes secciones para estar al día de todas las novedades:

- CINE
- STREAMING
- TELEVISIÓN
- INDUSTRIA

GODZILLA y KONG

EL NUEVO IMPERIO



LUCHARÁN JUNTOS O CAERÁN SOLOS

27 MARZO
SOLO EN CINES