

# POR UNA NAVIDAD Y UN 2024 EXTRAORDINARIO

HABLAMOS CON CUATRO DE LOS PRINCIPALES EXHIBIDORES DE ESPAÑA: YELMO, CINESA, ACEC Y OCINE PARA DEBATIR SOBRE UNA RECUPERACIÓN QUE AVANZA A BUEN RITMO, UN 27% SUPERIOR A 2022 A FINALES DE NOVIEMBRE. FINIQUITADA LA HUELGA DE ACTORES EN HOLLYWOOD, TODO PARECE APUNTAR A UNA BUENA CAMPAÑA NAVIDEÑA Y UN NUEVO AÑO LLENO DE ÉXITOS EN LA TAQUILLA

por Juan Sardà Frouchtmann





Nadie duda que “Barbenheimer” fue el punto de inflexión que la industria necesitaba. El estreno simultáneo de dos grandes películas de Hollywood, muy distintos entre sí, como *Barbie* (33 millones) y *Oppenheimer* (20 millones) abrió un nuevo escenario en el que el cine recuperaba de manera definitiva su estatus como lugar preminente en el sector de ocio y entretenimiento. “Sucedió una cosa muy importante”, señala Luis Omar, gerente de programación en Cines Yelmo, “y es que se convirtió en un fenómeno social. Lo vimos en las campañas de marketing o en su viralización en redes sociales. Fue un hito en la mente de las personas

porque aunque no hayas visto la película, sabes de lo que te están hablando. Y mucha gente redescubrió el placer de la experiencia de ir al cine que no es solo ver una película, también es el quedar con otras personas o consumir productos en el bar”.

Los números pintan bien y volver a las cifras del mágico 2019 ha dejado de ser una quimera para convertirse en una realidad tangible. Según previsiones de Comscore, es posible que este año se alcancen los 80 millones de espectadores, solo un 20% menos que los 100 millones que se consideran la barrera simbólica de la plena recuperación. Hasta finales de noviembre, la taquilla ya era un >

27% superior a la de 2022. El reto inmediato, volver a los números de 2019 cuando hubo 105 millones de espectadores justo antes del mazazo del COVID.

Omar de Yelmo cree que aunque “Barbenheimer” sea el hito más conocido ha habido otras películas importantes que han consolidado una recuperación que todos auguran como inminente aunque nadie se atreve a dar una fecha en la que se volverá a esos extraordinarios resultados de 2019. Son películas como *Spider-Man: No Way Home* (28,3 millones en 2021), *Avatar: El sentido del agua* (49 millones en 2022) y *Super Mario Bros. La película* (27,2 millones este mismo año). “La fiebre de la plataforma ha pasado pero han venido para quedarse”, señala Jordi Agustí CEO de Ocine, pero añade: “Ha habido un redimensionamiento de su lugar y el péndulo está volviendo a su sitio”.

Las películas son, como señala Agustí, “la harina del panadero” y parte del problema después de la pandemia fue que el flujo de grandes estrenos dejó de ser constante. Señala Toni Illa, director comercial del sur de Europa de ODEON (Cinesa): “Después de la pandemia fue



difícil trabajar porque con el contenido que llegaba influimos hasta donde influimos. Durante un tiempo hubo además muchos cambios arriba y abajo. Un elemento sin duda muy positivo es que desde 2023 el contenido ha vuelto de una manera constante en la forma que estábamos habituados”.

La huelga de guionistas primero, terminada en septiembre tras 148 días de paro, y la de actores después, finalizada

el 9 de noviembre tras 118 días, pusieron nubarrones en el horizonte que por fin se han despejado. A falta de imprevisto, el panorama queda, por fin, despejado. Explica Isabel García, CEO de ACEC: “Somos optimistas porque creo que hay que serlo. De cara a la Navidad tenemos grandes esperanzas con algunos títulos y no tiene nada que ver con el año pasado en el que competíamos con un Mundial de Fútbol. En un país latino como el nuestro somos gregarios y eso también beneficia al cine. Lo montaron los griegos y nadie lo ha desmontado”.

La temporada navideña llega cargada de regalo para la distribución. Apunta Illa de Cinesa: “Es un período muy importante para nosotros. Nuestro negocio como sucede con muchos otros tiene picos de estacionalidad y las Navidades históricamente son fundamentales con muchas visitas de familias con niños. Este año se estrenan películas muy esperadas y que además se dirigen a públicos y gustos muy distintos. Habrá comedias como *Ocho apellidos marroquíes*, vuelve Santiago Segura con una película familiar como *La Navidad en sus manos*, o títulos para todos los públicos como *Wonka* o *Aquaman*. Las expectativas son altas”. Añade Omar de Yelmo: “Un elemento muy positivo es que cada semana tenemos un estreno importante y eso como exhibidores es fundamental porque continuamente podemos ofrecer nuevo contenido atractivo a nuestros clientes”.





La Navidad en sus manos

Omar de Yelmo cree que en el panorama pospandemia hay que “trabajar más” pero eso es bueno: “Antes la forma de trabajar los estrenos era más lineal. Era como un tren en movimiento que ya sabes cómo funcionaba. La pandemia cambió los hábitos de consumo y tenemos que ser más creativos con la oferta, los horarios

### PRUDENCIA Y CREATIVIDAD

Dice el viejo refrán aquello de “no hay bien que por mal no venga” y la pandemia también ha tenido algunas consecuencias positivas además de la más obvia como que casi todos los cines aprovecharon el parón forzoso para acometer reformas. La multiplicación de salas lux o premium es una de las consecuencias más evidentes de esos cambios pero como señala Illa de ODEON/Cinesa: “No se trata solo de las salas lux sino de adecuar la experiencia, mejor para el espectador en cada sala, en algunas localizaciones ha habido que reconvertirlos y presentar esa experiencia en un formato diferente. Y la reconversión no se limita a las butacas, estamos hablando de formatos PLF, Imax license, Screen X... Queremos dar una experiencia lo más completa posible a nuestros espectadores, mejores ubicaciones. No me ceñiría al formato lux o lo que es la butaca en sí”.

Una mejor experiencia y una gestión diferente. Explica Agustí de Ocine: “A veces pensamos que somos fuertes y estamos preparados para todo pero no. La mentalidad nos ha cambiado a todos. No hemos vuelto de alguna más prudentes. Se han acelerado cambios que se hubiesen efectuado con mayor lentitud como la digitalización. Nos hemos fijado mucho en los costes viendo cuáles podríamos prescindir. Hemos mejorado el sonido a Atmos y hemos desplegado más salas con formato premium. También vemos que el público se ha educado en la compra de entradas online”.

El panorama posCOVID aún deja secuelas. Señala García de ACEC: “Las distri-

buidoras han reducido sus campañas de publicidad y los cines necesitamos hacer un esfuerzo mayor. El lío que hubo con las ventanas también nos ha condicionado porque ha confundido al público, caló el mensaje de los 45 días que es un período demasiado corto que no nos conviene. La ventana es una garantía porque ordena la salida. Y vemos también tendencias como que el drama funciona peor quizá porque estamos sobrecargados de desgracias”.

Porque los tiempos son nuevos pero algunos problemas son viejos. Señala García: “España estrena más películas que nadie, estamos por encima de Francia o Alemania lo cual no tiene ningún sentido porque canibaliza a las películas y algunas podrían ir mejor si les dejásemos más vida. Hay un argumento un poco *tricky* y es que se quitan porque no funcionan bien pero podrían acabar triunfando si les diésemos más tiempo para respirar. Hay semanas que no entiendo el calendario porque se estrenan varias películas con la misma temática dirigidas al mismo público y se acaba dividiendo”.

El regreso del público de más edad, señalado por el propio presidente del Gobierno como el que más le está costando volver a las salas, parece que ha iniciado un buen camino de retorno apoyado por la campaña de incentivo del ICAA con entradas a dos euros los martes para los sénior. Todos los exhibidores consultados están de acuerdo en que el impacto ha sido muy positivo (ver reportaje sobre el asunto en este mismo número con el detalle).

o la mezcla de películas. Ahora tenemos que ingeniar nuevas formas de exhibir contenido. En este sentido, como señala Illa de Cinesa: “Hemos potenciado lo corporativo. También está cobrando peso el contenido alternativo como óperas, ballets o retransmisiones en directo de eventos deportivos o festivales como el de Eurovision”. Y de cara a las nominaciones a los Oscar, atentos, ¡porque volverá Barbenheimer!

BC

©Courtesy of Cinesa (1). ©Courtesy of Yelmo (1). ©Courtesy of Ocine (1). Warner (1). © courtesy of Bowfinger (1)