

NAVIDAD 2024: VUELVE LA ABUNDANCIA

LA PANDEMIA, EL CONFINAMIENTO, LAS RESTRICCIONES DE AFORO, LA PARALIZACIÓN DE LOS RODAJES Y PARA REMATAR, LAS HUELGAS DE ACTORES Y GUIONISTAS EN ESTADOS UNIDOS. EL PASADO POR FIN QUEDA ATRÁS Y LA MEJOR NOTICIA ES QUE REGRESA EL SUMINISTRO CONSTANTE DE PELÍCULAS DE ALTO PERFIL PARA TODOS LOS PÚBLICOS Y TODOS LOS GUSTOS. HABLAMOS CON CINESA, MK2, CINECIUDAD, NEOCINE Y GRUPO ARTESIETE PARA DEBATIR SOBRE UN HORIZONTE QUE COMIENZA A DESPEJARSE DEFINITIVAMENTE CON UNA CAMPAÑA NAVIDEÑA QUE ASPIRA A SUPERAR A UN BUEN VERANO

por Juan Sardà Frouchtmann

M

ufasa, el regreso del universo de *El rey león* a cargo de Disney; una nueva versión de *El señor de los anillos* con animación anime titulada *La guerra de los Rohirrim* a cargo de Warner o un nuevo *Nosferatu* de Universal con Aaron Taylor-Johnson. Y el cine español puede arrasarse con la comedia *¿Quién es quién?* y el tierno drama familiar *Sin instrucciones* mientras el cine "adulto" presenta cartas potentes como *Cónclave* o *Parthenope*. La Navidad de 2024 es también la puerta de entrada a un

nuevo año en el que regresa, ¡por fin!, el suministro constante de películas todas las semanas, para todos los públicos y los gustos. La sequía se ha acabado, ahora se trata de sacar al espectador del sofá.

Tras un primer semestre muy duro para la exhibición, el verano trajo muchos mejores augurios con el enorme éxito de *Del revés 2* (45 millones), *Deadpool* y *Lobezno* (23,8) y *Gru 4* (20). Y en otoño, títulos como *Bitelchús*, *Bitelchús* (8 millones), *Wild Robot* (4 millones

Mufasa de la saga *El rey león* es una de las películas más esperadas



en dos semanas) o *La infiltrada* (2 en dos semanas), han mantenido la llama de una recuperación que fructifica de manera más clara tras el “susto” de la primavera. ¿Ha sido el principal problema pura y simplemente la falta de suministro de películas? **Ramón Biarnes**, Managing Director Southern Europe and Northern Europe at Odeon Cinemas Group (**Cinesa**), prefiere ver la botella medio llena: “Estamos muy contentos con el progreso en los últimos meses. Creemos que forma parte de una tendencia de consumo al alza en el sector y esperamos que se mantenga en el futuro. Sin lugar a dudas, tendremos una impresionante cartelera para esta temporada navideña. Y viendo el número variado de películas que tenemos en las últimas semanas del año, con un otoño muy potente, queda clara una mayor apuesta de la industria y un intento por no limitar los momentos de consumo cinematográfico a determinados meses del año solamente”.

Llega una campaña de Navidad crucial y su éxito puede tener también un potente efecto psicológico de “nueva etapa”. Desde Murcia, **Rocío Freixinos**, gerente de la cadena **NeoCine**, con siete complejos, muestra un optimismo más moderado que el de Biarnes. Señala que

estas fechas festivas representan un 15% de la facturación total anual. Según la gerente, tras un primer semestre flojo en el que se notó mucho la falta de estrenos atractivos de manera regular, también cree que su regreso no significa que se puedan echar las campanas al vuelo: “No creemos que en 2025 se recuperen los niveles de antes de la pandemia, no será tan pronto. Observamos la tendencia de que el público solo va a ver películas muy grandes como *Avatar 2*, *Barbie*, *Oppenheimer*, *Del revés 2* o *Gru 4*”. Con una taquilla polarizada, y en ese tono general de prudencia, Freixinos opina que “es pronto para afirmarlo pero creemos que esta Navidad será buena, hay varios estrenos con mucho potencial”.

REALISMO Y OPTIMISMO

Y es que todo el mundo es optimista con la Navidad pero no está tan claro que pueda quitar del todo el mal sabor de un año ascendente pero difícil. A 17 de octubre, la taquilla española total era de 354 millones, un 10 por ciento menos que los 394 millones de 2023, que aún estuvo un 20 por ciento por debajo de las cifras del “glorioso” 2019. **Víctor Anaya**, programador de **CineCiudad**, implantada sobre todo en Andalucía,

cree que otoño y sobre todo la Navidad será tan buena como para cerrar el año con una taquilla similar a la del año pasado pero se muestra cauto: “Aún y logrando eso, el año habrá ido mal. A estas alturas deberíamos estar ya en las cifras de antes de la pandemia y desde luego haber superado a los espectadores del año pasado. Soy optimista pero frente a esta realidad algo tendremos que hacer. Es el momento de unirnos todos, productores, distribuidores, exhibidores e ICAA, todos a una porque estamos demasiado desunidos. Ahora mismo, aunque vamos mejorando, las cifras son demasiado justas para que el negocio siga vivo”.

Con más de 10 cines repartidos en la geografía española, **MK2** es una de las exhibidoras punteras. Su director general, **Alvaro Postigo**, además es presidente de FECE, la asociación de cines. Apunta: “Hay buenos estrenos en Navidad y creemos que será un buen final de año. La parte negativa es que se ha roto la tendencia de que cada año era mejor que el anterior, no creo que llegemos a la taquilla del año pasado. Nos empeñamos en dar cifras positivas pero también hay que hacer previsiones realistas, esto es lo que hay. No por dar cifras positivas el público va a ir al cine”.



Juan Chiclana (Artesiete cines)

Desde Sevilla buenas vibraciones. **Juan Chiclana**, gerente de **Artesiete cines**, quienes gestionan 6 cines en Andalucía y otros cinco en Mallorca, Zaragoza, Segovia, Toledo y Las Palmas, acaba de abrir en El Puerto de Santa María (Cádiz), su ambiciosa renovación integral de los cines del parque comercial Bahía Mar: “Tendrá 13 salas y 1020 butacas”, detalla, “y serán todos premium porque es lo que marca la tendencia del mercado. Estamos en un momento en el que los cines deben tener ese valor añadido para sacar al

público de casa”. Abrir un cine ya es en sí mismo una señal de confianza en el futuro y Chiclana tiene claro que vuelven los buenos tiempos: “Ha sido un año difícil pero el verano fue bueno y la perspectiva es que la Navidad sea excelente. Lo que vemos cada año es que poco a poco nos vamos recuperando y no tardaremos mucho en volver a las cifras prepandemia”. Chiclana cree que “hay dos motivos fundamentales” de que la recuperación se esté haciendo larga. Por una parte, que en las plataformas hay mucha oferta audiovisual. Por la otra, que parte del público perdió ese hábito de ir al cine aunque también cree que lo va recu-



Víctor Anaya (CineCiudad)



Sonic 3 promete ser un gran éxito en el público familiar



Regresa *El señor de los anillos* con *La guerra de los Rohirrim*

Ramón Biarnés (Cinesa)



perando. Señala: “Vemos una cartelera más polarizada con *blockbusters* y películas pequeñas en la que van desapareciendo los títulos medianos pero la evolución es positiva. La experiencia te marca que no puedes confiarte mucho porque las películas son una incógnita que a veces te sorprende para bien y otras para mal pero está claro que al ver el calendario de estrenos de los próximos meses nos da mucha más seguridad que la que teníamos el año pasado por estas fechas. Tenemos que ir paso a paso”.

AUGURIOS DE 2025

Postigo de MK2 apunta a Hollywood: “En esta segunda parte del año el cine español nos ha deparado buenas noticias como *Casa en llamas*, *La infiltrada* o la nueva de Almodóvar. Pero tengo la impresión de que los grandes estudios están un poco despistados. Mucho talento se ha ido a las plataformas y los gestores de las *majors* no recuperan el tono, están obnubilados con las plataformas. Han colocado en puestos directivos a gente que viene del *online* y está pensando en sus bonus. Falta una visión estratégica a largo plazo”. Y añade: “Creo que se pusieron demasiado nerviosos con las plataformas en la pandemia. Ante esta situación, los países están potenciando su propia producción. En China el cine americano ha dejado de ser el más popular porque las películas chinas lo han superado. Este caos lo han generado ellos y lo tienen que recomponer”.

Ante este panorama más incierto, señala Biarnés: “En este proceso de mejora hemos detectado que nuestros clientes valoran cada vez más la posibilidad de acceder a contenidos en formatos especiales, el aumento de sesiones en versión original y una gran variedad e contenidos alternativos que tenemos en nuestros cines. El cliente de hoy quiere encontrar en nuestras salas algo más que el cine de siempre, un reto que asumimos con gusto.

Resuena el “grito” de Victor Anaya de que el sector debe aunar esfuerzos para luchar por la misma causa. Asegura Postigo: “Falta en el motor de estas instituciones gente que entienda cómo funciona esta industria. Nos tenemos que sentar todos con el ICAA y trabajar conjuntamente. Por ejemplo, con los jóvenes, el descuento del Carnet joven nos lo comemos nosotros y necesitamos una campaña como la del Martes Senior para acabar de recuperarlos”. Los cines españoles han hecho los deberes con renovaciones, una mejor política de promociones, programaciones más dinámicas y cuidando cada detalle. Ahora, quizás, lo que falta es cruzar los dedos para que Hollywood, de quien sigue dependiendo en exceso la exhibición española, haya estado inspirado.

Alvaro Postigo (MK2)



©Stock (2); Disney (1); Warner (1); Paramount (1); Courtesy of FECE (1); Courtesy of Cinesa (1)

