

IL MONDO DEL CINEMA E IL SUO BUSINESS

BOXOFFICE

www.e-duesse.it

ANNO XXV - N. 7 - 15 MAGGIO 2021

SALE

I migliori cinema sparsi nel mondo

ESPOSIZIONI

Alla scoperta dell'Academy Museum

Phil Clapp

C'È VOGLIA DI RICOMINCIARE

IL CHIEF EXECUTIVE DI UK CINEMA ASSOCIATION
E PRESIDENTE DI UNIC METTE A TEMA
LA RIPARTENZA NEL REGNO UNITO,
LO STATO DI SALUTE DELL'ESERCIZIO,
IL RITORNO DEL PUBBLICO IN SALA
E LE NUOVE BATTAGLIE DEL SETTORE

Ciné n.10 Giornate di Cinema

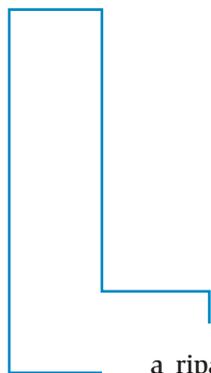
20—23
luglio 2021

Palazzo dei Congressi
Riccione

Viva il cinema al cinema!

cinegiornate.it

FILM, SONDAGGI E RIPRESA DEL SETTORE



La ripartenza è ormai alle porte, con condizioni strettamente legate all'evoluzione della curva epidemiologica e al piano vaccinale. Nel frattempo, stanno slittando alcuni tra i film di maggiore appeal. Hanno sorpreso (o forse no?) l'uscita streaming di *Godzilla vs. Kong* in Italia – specialmente dopo il grande risultato al box office americano – e lo spostamento del listino Paramount, che comprende titoli attesi come *Top Gun: Maverick* e *Mission: Impossible 7*. Il più delle volte, purtroppo, le distribuzioni italiane non hanno voce in capitolo, perché la maggior parte delle decisioni vengono prese dalle case madri. Ma una volta riaperte le sale, serviranno film che richiamino il grande pubblico. E la speranza non potrà essere riposta solo nei titoli italiani, che pur non dovranno mancare. Specialmente se, come confermerebbero alcuni rumor sempre

più insistenti, alcuni film italiani molto attesi finiranno per saltare la sala e uscire in piattaforma. Senza una solida offerta, infatti, rischiamo di fare la fine dell'anno scorso. Finiremo per assistere a una ripartenza iniziale molto debole, attendendo inermi una vera e propria ripartenza in estate inoltrata.

Eppure c'è "voglia di ricominciare", come recita il titolo della Cover Story di questo numero. Lo conferma il sondaggio commissionato dalla Film Distributors' Association (l'associazione dei distributori cinematografici del Regno Unito), citato dallo stesso Phil Clapp, che conferma il grande desiderio degli inglesi di tornare al cinema. Il 59% degli intervistati non vedrebbe l'ora di tornare in sala, considerando il cinema come l'attività di entertainment più ambita al di fuori delle mura domestiche. Il 40% ha manifestato l'intenzione di tornare nelle prime due settimane di riapertura, mentre un altro 36% entro i primi due mesi. Inoltre, indagando tra chi è andato al cinema durante la riapertura del 2020, il 93% ha registrato un'esperienza positiva, così come il 99% è rimasto soddisfatto delle misure di sicurezza adottate. Un sondaggio che, nonostante sia stato realizzato nel Regno Unito, dovrebbe dare un sospiro di sollievo a chi pensa che oltre un anno di emergenza sanitaria abbia interrotto la voglia di vedere film sul grande schermo.

di Paolo Sinopoli



10

COVER STORY
C'È VOGLIA DI RICOMINCIARE
Phil Clapp, Chief Executive di UK Cinema Association e President of UNIC, racconta la ripartenza in Gran Bretagna e nel resto dell'Europa tra speranze e criticità

6
NEWS

18
SALE
CINEMA WONDERS
Una selezione di sale cinematografiche sparse nel mondo che spiccano per originalità, design e comfort

26
ESPOSIZIONI
BENVENUTI ALL'ACADEMY MUSEUM
Un lungo reportage sull'imponente museo del cinema di Los Angeles. Un progetto da 400 milioni di dollari che ha coinvolto anche l'architetto Renzo Piano

34
STUDI
LEGGE CINEMA SOTTO ESAME
Il MiC ha pubblicato la relazione d'impatto sulla Legge Franceschini per l'anno 2019



40
MERCATI
SHOPPING ONLINE A BERLINO
I film acquisiti dalle distribuzioni indipendenti all'ultima edizione virtuale dell'European Film Market

44
STREAMING
OBIETTIVO DISCOVERABILITY
Il tema di chi offre cosa e come diventa sempre più importante per non perdere abbonati e vantaggi competitivi

48
FESTIVAL
NEL SEGNO DI FILMING ITALY LOS ANGELES
Successo per l'evento internazionale realizzato da Tiziana Rocca e Valeria Rumori, che si è svolto per il 90% in streaming



IL MONDO DEL CINEMA E IL SUO BUSINESS
BOXOFFICE

Anno XXV N.7
15 MAGGIO 2021

Direttore responsabile
Vito Sinopoli
Responsabile di redazione Paolo Sinopoli
Redazione Valentina Tortaschi
Hanno collaborato Vincent Lambiase, Andrea Piersanti, Ilaria Ravarino, Elena Scifi e Anna Tortora
Grafica e fotolito Emmegi Group Milano
Coordinamento tecnico Paola Lorusso
plorusso@e-duesse.it
Traffico Elisabetta Pifferi
elisabetta.pifferi@e-duesse.it

Informativa resa ai sensi degli articoli 13 - 14
Regolamento UE 2016 / 679 GDPR
(General Data Protection Regulation)

Duesse Communication Srl, Titolare del trattamento dei dati personali, liberamente conferiti per fornire i servizi indicati. Per i diritti cui agli articoli 13 - 14 Regolamento UE 2016 / 679 e per l'elenco di tutti gli addetti al trattamento, rivolgersi al Responsabile del trattamento che è il Titolare di Duesse Communication Srl - Viale Giulio Richard, 1 - Torre A - 20143 Milano. I dati potranno essere trattati da addetti incaricati preposti agli abbonamenti, al marketing, all'amministrazione e potranno essere comunicati a società esterne, per le spedizioni della rivista e per l'invio di materiale promozionale.

Pubblicazione quindicinale 16 numeri all'anno
- Poste Italiane s.p.a. - Spedizione in Abbonamento Postale - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n°46) art. 1, comma 1, DCB Milano Reg. Trib. Milano n. 238 del 7/5/94 - Iscrizione Registro Nazionale della Stampa n. 9380 del 11/4/2001 - ROC n. 6794

Fotolito Target Color, Via Cassano d'Adda 13, 20139 Milano
Stampa Galli Thierry Stampa srl, Milano
Prezzo di una copia 1,55 euro (prezzo fiscale)
Arretrati 7,55 euro + spese postali
Abbonamento 25 euro via ordinaria

Copyright Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte della rivista può essere riprodotta in qualsiasi forma o rielaborata con l'uso di sistemi elettronici, o riprodotta, o diffusa, senza l'autorizzazione scritta dell'editore. Manoscritti e foto, anche se non pubblicati, non vengono restituiti. La redazione si è curata di ottenere il copyright delle immagini pubblicate, nel caso in cui ciò non sia stato possibile, l'editore è a disposizione degli aventi diritto per regolare eventuali spettanze.

DUESSE COMMUNICATION S.r.l.
Viale Giulio Richard, 1 - Torre A - 20143 Milano
Tel. 02.277961 - Fax 02.27796300

Questo numero di *Box Office* è stato chiuso in redazione il 9 aprile 2021

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA DI SETTORE

SCOPRI COME ABBONARSI A BOX OFFICE



Scopri tutte le offerte di abbonamento su:
<http://abbonamenti.e-duesse.it/>
servizioabbonamenti@e-duesse.it
Tel. 02/277961



STAMPATO SU CARTA PRODOTTA CON CELLULOSE SENZA CLORO GAS PROVENIENTI DA FORESTE CONTROLLATE E CERTIFICATE, NEL RISPETTO DELLE NORMATIVE ECOLOGICHE VIGENTI



BOX OFFICE
SI PUÒ SFOGLIARE SU SMARTPHONE E TABLET IOS E ANDROID

ANDATE NEGLI STORE DEI VOSTRI DEVICE E SCARICATE L'APP GRATUITA: SARETE, COSÌ, SEMPRE PUNTUALMENTE INFORMATI, DOVE E QUANDO VORRETE. CI SONO DIVERSI MODI DI LEGGERE BOX OFFICE. SCEGLIETE IL VOSTRO





RELOAD

4-5 MAGGIO 2021



**PREMIAZIONE
BIGLIETTI D'ORO**



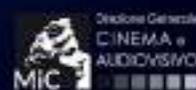
CONVENTION



**INCONTRO
PROFESSIONALE**



**GIORNATE
PROFESSIONALI
DI CINEMA**



ABOLITA LA CENSURA CINEMATOGRAFICA

«Abbiamo abolito la censura cinematografica e definitivamente superato quel sistema di controlli e interventi che consentiva ancora allo Stato di intervenire



Foto di Bokskapet da Pixabay

sulla libertà degli artisti», ha dichiarato così il ministro Franceschini nel firmare il decreto che istituisce la Commissione per la classificazione delle opere cinematografiche presso la Direzione Generale Cinema del Ministero della Cultura con il compito di verificare la corretta classificazione delle opere cinematografiche da parte degli operatori. Non è più previsto il divieto assoluto di uscita in sala, né di uscita condizionata a tagli o modifiche. La Commissione è presieduta dal Presidente

emerito del Consiglio di Stato, Alessandro Pajno, ed è composta da 49 membri scelti tra esperti di comprovata professionalità e competenza nel settore cinematografico e negli aspetti pedagogico-educativi connessi alla tutela dei minori o nella comunicazione sociale, nonché designati dalle associazioni dei genitori e dalle associazioni per la protezione degli animali.

MIC, OLTRE 1 MILIARDO PER LA CULTURA

È stato varato dal Consiglio dei Ministri il nuovo Decreto Legge Sostegni per le misure a supporto contro la crisi economica da Coronavirus. Per il settore Cultura, il decreto aggiunge oltre 1 miliardo di euro alle risorse finora stanziato. In particolare, con oltre 200 milioni di euro, verrà devoluta una indennità straordinaria di 2.400 euro per tutti i lavoratori dello spettacolo, con una platea di beneficiari allargata. Inoltre, 400 milioni di euro andranno ad alimentare i fondi di emergenza esistenti, secondo questa ripartizione: 80 milioni al sostegno dei musei statali, 200 milioni al fondo di parte corrente per il sostegno del cinema e dello spettacolo, e 120 milioni al fondo per il sostegno delle imprese e delle istituzioni culturali.



(© Gettyimages - Foto Franceschini)

NASCE UMBRIA FILM COMMISSION

Il 30 marzo è nata Umbria Film Commission. Il presidente sarà il regista Paolo Genovese, mentre la Fondazione vede tra i soci la Regione, i Comuni di Perugia e Terni e l'Anci Umbria. Per il progetto, la giunta regionale ha deliberato subito uno stanziamento importante di 1,5 milioni di euro per l'anno in corso, mentre altri 600mila euro saranno rivolti alla formazione professionale di figure tecniche della filiera.



(© Gettyimages - Foto Paolo Genovese)

LA GIUSTA DISTANZA

Una rubrica di Andrea Piersanti



La siepe del cinema

Mai così tanti soldi pubblici sul cinema italiano. Fra tax credit (che è stato rifinanziato), l'aumento dei sostegni alle sale e alla produzione e il progetto per la nuova Cinecittà, Franceschini ha fatto veramente di tutto e di più per sostenere il comparto. Bene. E ora? Che ci faremo con tutti questi soldi? Diceva Leopardi: la siepe è un impedimento, una forza che pone dei limiti ma è provvidenziale perché desta, per contrasto, l'idea stessa dell'infinito e diventa in questo modo la pietra di paragone per sognare il domani. La pandemia è la nostra siepe. Molti plaudono all'aumento dei finanziamenti pubblici perché hanno lo sguardo fisso sulla siepe e non vedono l'infinito. Il supporto inedito dello Stato finirà per favorire la mediocrità e inibire la crescita mentre non è servito, purtroppo, per scongiurare la drammatica chiusura dell'Azzurro Scipioni di Silvano Agosti, un pezzo di cuore del nostro cinema. Dovremmo invece ripartire dalle quattro «C» del cinema. «C» come Concorrenza, Comunità, Coraggio e come Cinecittà. Già, Cinecittà. Un patrimonio ineliminabile della storia (e del futuro) del cinema italiano che rischia però, se non governato, di diventare un nuovo carrozzone, inutile a se stesso e alla nostra cinematografia. Cosa chiediamo quindi all'esausto Franceschini (dopo tutta la fatica che ha fatto per trovare gli extra soldi per il cinema)? Semplice. Stati generali del cinema per ragionare finalmente sulle strategie, sul domani ancora da immaginare. Il titolo dell'incontro? La siepe, la siepe del cinema italiano.

BEST MOVIE

LA RIVISTA DI CINEMA PIÙ DIFFUSA IN ITALIA

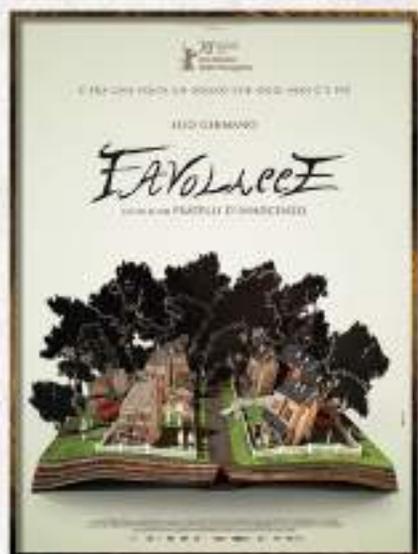


WWW.BESTMOVIE.IT

IN EDICOLA E
IN DIGITAL EDITION



DUESSE
COMMUNICATION



FAVOLACCE *UN FILM DEI FRATELLI D'INNOCENZO*

MIGLIOR FILM

MIGLIOR REGIA *FABIO E DAMIANO D'INNOCENZO*

MIGLIORE SCENEGGIATURA ORIGINALE *FABIO E DAMIANO D'INNOCENZO*

MIGLIORE SCENOGRAFIA *EMITA FRIGATO, PAOLA PERARO, PAOLO BONFINI, ERIKA AVERSA*

MIGLIORE ATTRICE NON PROTAGONISTA *BARBARA CHICHIARELLI*

MIGLIOR ATTORE NON PROTAGONISTA *GABRIEL MONTESI, LINDO MUSELLA*

MIGLIOR AUTORE DELLA FOTOGRAFIA *PAOLO CARNERA*

MIGLIOR ACCONCIATORE *DANIELE FIORI*

MIGLIOR MONTATORE *ESMERALDA CALABRIA*

MIGLIOR SUONO *PRESA DIRETTA: MARC THILL / MICROFONISTA: EDGAR IACOLENNA / MONTAGGIO: FABIO PAGOTTO /
CREAZIONE SUONI: SIMONE CHIOSSI / MIX: MAXENCE CIEKAWY*

MIGLIOR PRODUTTORE *PRODOTTO DA AGOSTINO SACCÀ E GIUSEPPE SACCÀ PER PEPITO PRODUZIONI CON RAI CINEMA,
CON ANKA FILMS PRODUCTION, CON VISION DISTRIBUTION, CON OMI*

DAVID GIOVANI



FIGLI *REGIA DI GIUSEPPE BONITO*

MIGLIORE SCENEGGIATURA ORIGINALE *MATTIA TORRE*

MIGLIORE ATTRICE PROTAGONISTA *PAOLA CORTELLESI*

MIGLIOR ATTORE PROTAGONISTA *VALERIO MASTANDREA*

MIGLIOR MONTATORE *GIOGIÒ FRANCHINI*



18 REGALI *DI FRANCESCO AMATO*

MIGLIORE ATTRICE PROTAGONISTA *VITTORIA PUCCINI*

MIGLIORE ATTRICE NON PROTAGONISTA *BENEDETTA PORCARDI*

DAVID GIOVANI

COSA SARÀ DI FRANCESCO BRUNI

MIGLIORE SCENEGGIATURA ORIGINALE FRANCESCO BRUNI IN COLLABORAZIONE CON KIM ROSSI STUART

MIGLIOR ATTORE PROTAGONISTA KIM ROSSI STUART



LEI MI PARLA ANCORA DI PUPI AVATI

MIGLIORE SCENEGGIATURA NON ORIGINALE PUPI AVATI, TOMMASO AVATI

MIGLIOR ATTORE PROTAGONISTA RENATO POZZETTO



PADRENOSTRO DI CLAUDIO NOCE

MIGLIOR AUTORE DELLA FOTOGRAFIA MICHELE D'ATTANASIO



MI CHIAMO FRANCESCO TOTTI DI ALEX INFASCELLI

MIGLIOR DOCUMENTARIO



C'È VOGLIA DI RICOMINCIARE

TRA I PRIMI MERCATI EUROPEI DI RILEVO A RIAPRIRE LE SALE, IL REGNO UNITO È PRONTO A RIMETTERSI IN GIOCO. SI SENTE RESPONSABILE DI QUESTO NUOVO INIZIO PHIL CLAPP, CHIEF EXECUTIVE DI UK CINEMA ASSOCIATION E PRESIDENTE DI UNIC, CHE RACCONTA LA RIPARTENZA NEL PAESE E NEL VECCHIO CONTINENTE, TRA SPERANZE E CRITICITÀ. A TEMA ANCHE LO STATO DI SALUTE DELL'ESERCIZIO, LE NUOVE BATTAGLIE DEL SETTORE E IL RITORNO DEL PUBBLICO IN SALA

di Paolo Sinopoli

Da grandi poteri derivano grandi responsabilità. Ne è cosciente Phil Clapp, Chief Executive di UK Cinema Association e presidente di UNIC, specialmente ora che il Regno Unito si prepara a sobbarcarsi la responsabilità di essere tra i primi mercati europei di rilievo a riaprire i cinema. Il grande giorno è fissato al 17 maggio, anche se Clapp preferisce mettere le mani avanti precisando che il Governo dovrà dare il via libero definitivo a ridosso di questa data. Cautele a parte, però, Phil Clapp non teme di esternare la sua grande fiducia nell'impegno di esercizio e distribuzione, così come nel crescente desiderio del pubblico di tornare in sala. E se lo dice lui, c'è da fidarsi. Non a caso sono anni, ormai, che l'industria cinematografica inglese ed europea ripone speranze nella figura di Phil Clapp, dal 2007 alla guida della UK Cinema Association e al suo secondo mandato alla guida di UNIC (ma c'è chi mormora che un terzo mandato non sia

poi così improbabile). Un lavoro riconosciuto innanzitutto dai suoi colleghi, che negli anni lo hanno visto scendere in campo, sempre in difesa della settima arte, affrontando in prima linea i grandi cambiamenti dell'industria. Certo, oggi le difficoltà sono tante e il comparto inglese è fortemente gravato dalle drammatiche conseguenze di oltre un anno di emergenza sanitaria. Ma Clapp non demorde ed è sicuro che, nonostante le pressioni degli studios hollywoodiani verso nuovi business model, l'esclusiva theatrical resterà la pietra fondante del settore audiovisivo.

Il Regno Unito sarà uno dei primi mercati europei di maggior rilievo a riaprire i cinema. Avverte la pressione di questo importante passo per tutta l'industria internazionale?

Se nell'ultimo anno è stato il Regno Unito a osservare le mosse degli altri, questa volta avremo altri territori con gli occhi puntati sulla riapertura delle nostre sale, in programma per il >





**«POTREMMO
UNA PICCOLA
PORZIONE
MA LA
SUPERERÀ
MOMENTO**

PERDERE

**DI SALE,
MAGGIORANZA
QUESTO
DIFFICILE»**

17 maggio. Ad essere onesti, però, non avverto ulteriore pressione. Siamo già molto occupati nella costruzione di una ripartenza che possa essere il più efficace possibile per il nostro settore e, naturalmente, per il nostro pubblico.

Ritiene che il 17 maggio sia una data realistica per una riapertura delle sale, considerata la situazione pandemica e la campagna vaccinale?

In realtà non possiamo ancora dire con certezza matematica se i cinema potranno riaprire il 17 maggio, perché dovremo attendere la conferma definitiva del Governo, che immaginiamo si pronuncerà circa una settimana prima di quella data. Al momento, però, tutti i segnali sono positivi, con forti progressi sul piano vaccinale e con fasi di allentamento delle restrizioni che rispettano la “road map” stabilita a marzo dal Governo.

Inizialmente prevede una riapertura graduale delle sale inglesi, oppure una riapertura di massa?

Penso che il settore sia concorde nel voler lanciare al pubblico un messaggio chiaro: si riparte una volta per tutte. Quindi mi aspetto che il maggior numero di cinema aprirà le proprie strutture a partire dal 17 maggio.

Cineworld ha annunciato che i suoi cinema riapriranno sin da subito. I grandi circuiti sono compatti su questo punto o c'è divisione internamente?

Ovviamente ogni società prenderà le proprie decisioni, ma siamo certi che tutti i circuiti cercheranno di aprire più sedi possibili appena si potrà.

E per quanto riguarda i cinema indipendenti?

Anche in questo caso avverto una grande voglia di ricominciare. Ma sono consapevole che alcune strutture potrebbero optare per una politica attendista, o perché ritengono che il loro pubblico non sia ancora pronto a tornare, o, più probabilmente, perché non riescono a sostenersi economicamente rispettando le misure restrittive di distanziamento che saranno inizialmente in vigore alla riapertura.

Come giudica lo stato di salute delle sale inglesi, tra grandi circuiti e cinema più piccoli?

Chiaramente tutti i cinema del Regno Unito sono stati duramente colpiti dal Covid-19, con una conseguente perdita di incassi, pubblicità e concessioni per un totale di 2 miliardi di sterline. Ma con il sostegno finanziario del Governo del Regno Unito, oltre a quello di Scozia, Galles e Irlanda del Nord, sono fiducioso che la stragrande maggioranza delle sale sopravviverà. Spesso si dimentica che la pandemia è iniziata quando il nostro settore era in grande salute e con presenze nel 2018 e nel 2019 ai massimi livelli storici degli ultimi 50 anni.

In percentuale quante saranno, secondo lei, le sale inglesi che non riusciranno più a riaprire i battenti?

Penso che potremmo perdere una piccola porzione di cinema, ma la grande maggioranza supererà questo momento difficile. Allo stesso tempo, è evidente che la riapertura è strettamente legata all'uscita di film importanti.

Le distribuzioni sono pronte a fare la loro parte? Hanno posizionato film forti sin da subito?

Al momento, nel Regno Unito sono già in programma molti film importanti da fine giugno a fine anno, anche se nessuna data di uscita è scolpita nella pietra visto il periodo privo di certezze assolute. A maggio e a inizio giugno, probabilmente, l'offerta cinematografica non sarà forte e compatta come avremmo voluto, ma in seguito sarà sempre più incisiva. Sono certo che, man mano che il pubblico dimostrerà il suo attaccamento alla sala, i distributori saranno più inclini a portare film importanti sul grande schermo.

Come ha lavorato UK Cinema Association nei mesi passati per la costruzione di questa ripartenza?

Per gran parte della pandemia, il nostro ruolo chiave è stato quello di garantire un sostegno finanziario adeguato per i cinema e far sì che i nostri membri fossero a conoscenza dei finanziamenti a disposizione. Ora che le sale si preparano a riaprire, siamo al lavoro per concordare con il Governo nuove misure che siano ragionevoli e attuabili per tutti. ➤

In Italia le associazioni cinematografiche stanno lavorando per creare una grande campagna promozionale che invogli gli spettatori a tornare al cinema. Anche voi avete in programma iniziative analoghe in questi mesi?

Nell'estate 2020, quando i cinema hanno riaperto nel Regno Unito, abbiamo lanciato una forte campagna promozionale dal titolo "Back to Cinema" con l'aiuto dei nostri colleghi distributori. Mentre ci prepariamo a questo nuovo inizio, stiamo valutando il modo migliore per incoraggiare le persone a tornare in sala.

Vi sembra che il pubblico inglese abbia voglia di tornare in sala? Avete realizzato qualche sondaggio a questo proposito?

Siamo estremamente fiduciosi sulla voglia del pubblico di tornare a fruire film sul grande schermo. L'ultimo sondaggio condotto da Film Distributors' Association ha confermato che il desi-

derio di tornare al cinema ha raggiunto il suo apice dall'inizio della pandemia e che il pubblico vede la sala come l'esperienza di entertainment più sicura al di fuori delle proprie mura domestiche.

Quali sono state le misure di sostegno del Governo inglese messe in campo per la ripartenza del mercato cinematografico?

Tutti i cinema hanno beneficiato di un sostegno generale alle imprese come il furlough (una sorta di cassa integrazione, ndr), che ha garantito ai dipendenti una continuità del flusso di entrate anche quando i cinema erano chiusi, o sotto forma di vacanza a carico delle tasse aziendali. Inoltre, molte strutture più piccole hanno usufruito di finanziamenti diretti del Governo.

Quali sono i punti critici dell'industria cinematografica che andrebbero ancora affrontati dal Governo?

Attualmente la nostra richiesta principale è far sì che le misure di sicurezza

richieste in sala in occasione della ripartenza siano ragionevoli e consentano alle strutture di operare con redditività. Ad esempio, se da una parte comprendiamo la necessità di un prolungamento del distanziamento e della sanificazione, ci opponiamo con fermezza all'obbligo di mostrare il patentino vaccinale o l'esito negativo di un tampone prima di entrare in sala.

Gli studios hollywoodiani stanno sperimentando nuovi modelli di distribuzione, spingendo soprattutto le loro piattaforme. Ritiene che siano strategie temporanee o definitive?

Era inevitabile che gli studios sperimentassero nuove strade per raggiungere il pubblico in una situazione di emergenza sanitaria che ha portato alla chiusura di tutti i cinema. E anche se la decisione di portare in piattaforma un ristretto numero di film è stata frustrante, credo che l'esercizio abbia compreso che si è trattata innanzitutto di una



Un cinema chiuso a Londra (foto scattata il 29 gennaio 2021)



Alcune strutture dei principali circuiti inglesi come (in senso orario da sinistra) Odeon, Vue e Cineworld

scelta commerciale. Immagino che alcuni di questi esperimenti proseguiranno ugualmente anche una volta arginata la pandemia, ma sono certo che il business model dell'esperienza cinematografica resterà la pietra fondante su cui si regge il nostro settore.

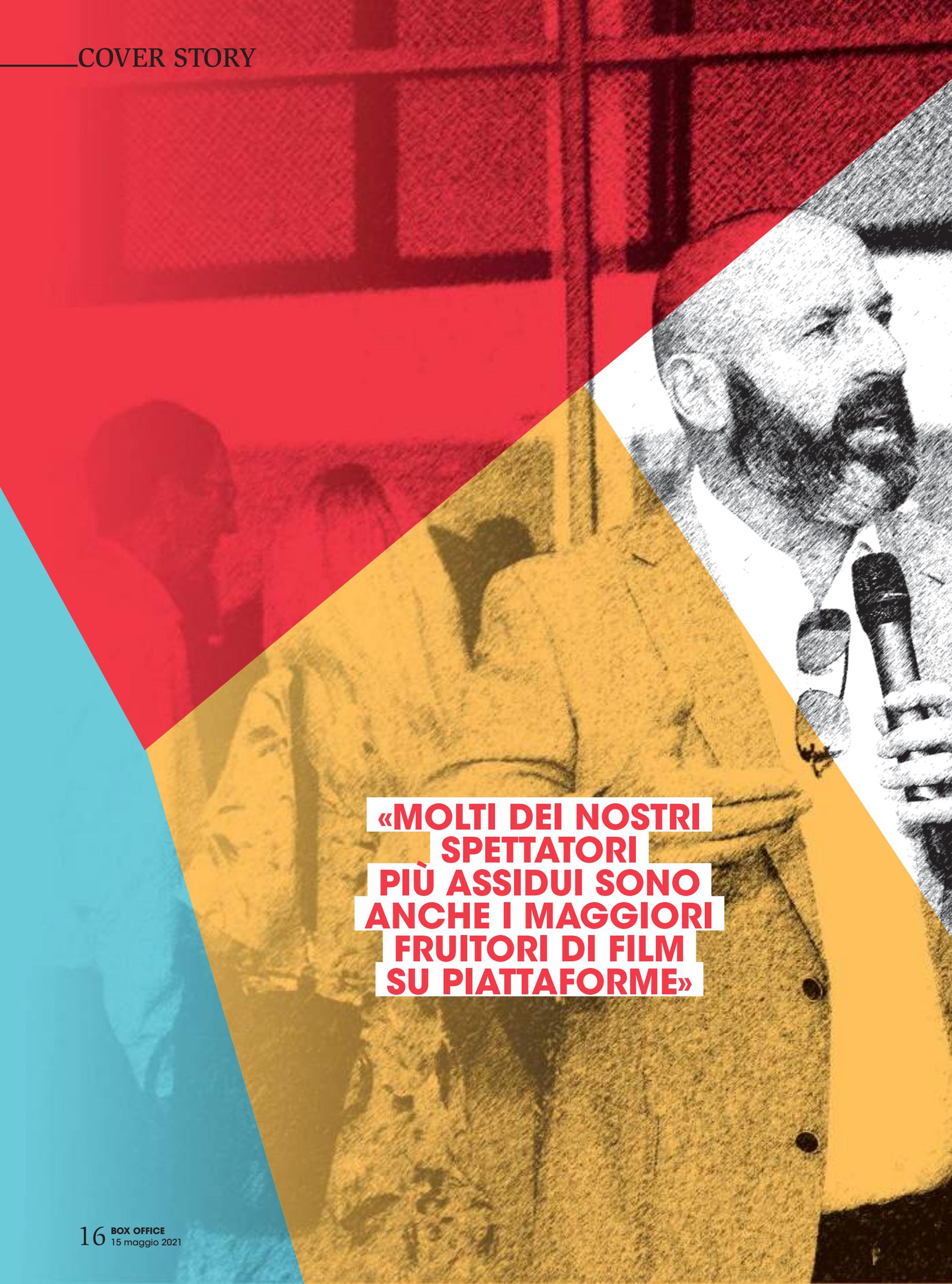
Ritiene che certi cambiamenti in atto fossero inevitabili anche prima della pandemia?

Penso sia sbagliata la concezione secondo cui prima della pandemia ci fosse una fissità a livello di esclusiva theatrical. In realtà questo scenario è sempre stato mobile e dinamico, con decisioni commerciali prese sulla base di una serie di considerazioni che dipendevano da titolo a titolo. La pandemia ha forse accelerato alcuni trend a cui stavamo già assistendo in precedenza, ma non ha cambiato radicalmente l'economia. Mi spiego meglio: per la maggior parte dei film, un periodo di esclusiva theatrical è tuttora la strada maestra per far crescere i ricavi al box office e per creare valore nelle fasi di sfruttamento successive all'uscita in sala.

Qual è stato il contributo di UNIC (International Union of Cinemas) a livello europeo in questi mesi?

Penso sia giusto evidenziare che gran parte dell'attività di lobbying durante la pandemia è avvenuta necessariamente su scala nazionale. Di conseguenza, forse questa volta UNIC non ha assunto quel ruolo che normalmente avrebbe avuto su altre questioni. Detto que- >





**«MOLTI DEI NOSTRI
SPETTATORI
PIÙ ASSIDUI SONO
ANCHE I MAGGIORI
FRUITORI DI FILM
SU PIATTAFORME»**



Una scritta provocatoria campeggia sul Prince Charles Cinema di Londra durante il lockdown (foto scattata il 15 gennaio 2021)

sto, credo che l'associazione abbia svolto un ruolo fondamentale nella condivisione delle informazioni tra i territori e nell'influenzare le decisioni dei colleghi della distribuzione.

Quest'anno scade il suo secondo mandato da presidente UNIC: spera di essere rieletto e continuare così a guidare l'associazione?

Se i membri di UNIC mi volessero nuovamente al timone, sarei lieto di proseguire il mio lavoro. Se invece ritenessero che sia tempo di cambiare, mi piacerebbe continuare al servizio dell'associazione anche in un altro ruolo per sostenere il settore cinematografico europeo.

Qual è la sua opinione sul processo di riapertura dei cinema in Europa? I Paesi sono allineati, c'è speranza di ripartire una volta per tutte?

Una caratteristica comune dell'emergenza sanitaria è che il progresso della pandemia è diverso di Paese in Paese. E ora, è più vero che mai. Quindi, penso che siamo ancora lontani da un allinea-

mento sulla riapertura in tutta Europa. Sono, tuttavia, fiducioso che con l'incremento del piano vaccinale, vedremo il Vecchio Continente emergere da questa situazione di stallo ben prima della fine dell'anno.

Il fenomeno delle piattaforme è ormai una strada da cui non si può tornare indietro. In futuro come immagina la convivenza tra sala e streaming?

Troppe volte su questo tema si crea un falso antagonismo tra cinema e streaming, come se ciò che è buono per il grande schermo fosse male per le piattaforme e viceversa. La verità è che mentre potremmo avere differenze occasionali sui modelli di business, cinema e streaming coesisteranno sempre alla perfezione e positivamente. Molti dei nostri spettatori più assidui sono anche i maggiori fruitori di film su piattaforme e decidono dove guardare un titolo di volta in volta. Il nostro obiettivo è convincerli che il posto migliore per vedere qualunque tipo di film sia unicamente il grande schermo. 

© Gettyimages (5), courtesy of UNIC (3)

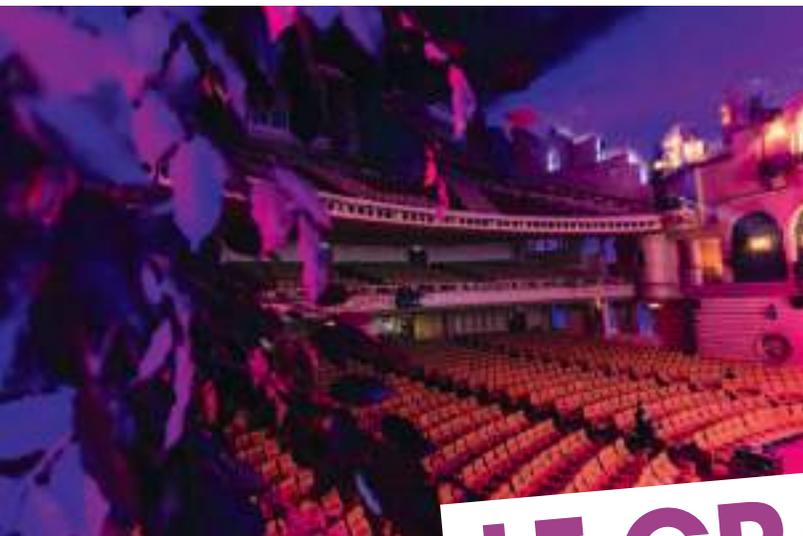
SALE

CINEMA WONDERS

SONO STRUTTURE FANTASIOSE CHE SPICCANO PER ORIGINALITÀ, DESIGN, COMFORT E ARCHITETTURA. SI DISTINGUONO DALLA CONCORRENZA PER CARATTERISTICHE UNICHE E TECNOLOGIE ALL'AVANGUARDIA. ECCO UNA SELEZIONE DI ALCUNE SALE CINEMATOGRAFICHE STRAORDINARIE SPARSE NEL MONDO

a cura di **Ilaria Ravarino**





LE GRAND REX

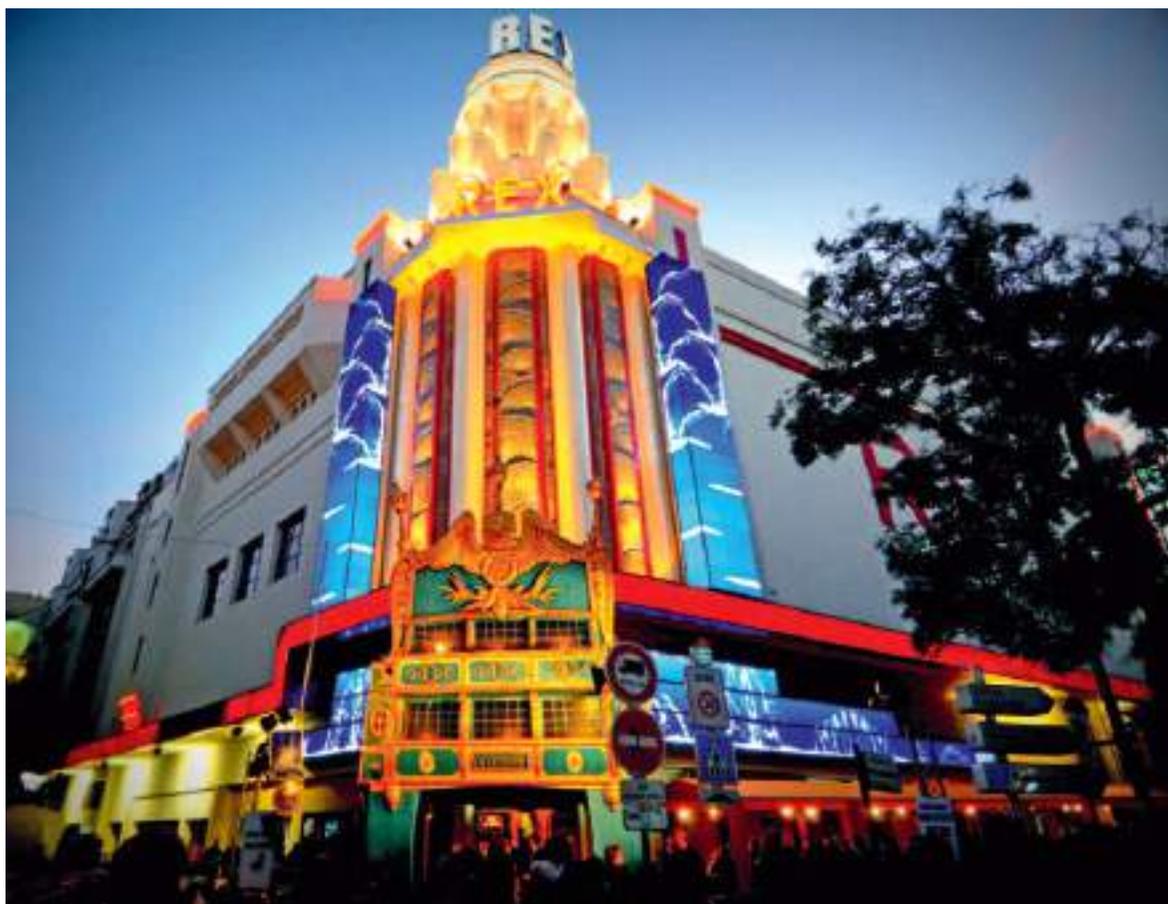
1 Boulevard Poissonnière, 75002 Paris, Francia

Punto di riferimento dell'architettura art déco, con una ampia facciata esterna caratterizzata da una suggestiva torre e da una pittoresca insegna al neon, Le Grand Rex è dal 5 ottobre 1981 monumento nazionale francese. Oggi è il cinema più grande d'Europa, con 2.702 posti nella sala principale, dal caratteristico soffitto stellato, e uno schermo da 300 mq (25 x 11 metri), il più grande di Parigi. Oltre alla sala principale, dispone di altre 6 sale, tra i 500 e i 78 posti.

Costruito nel 1931 su iniziativa di Jacques Haïk, il produttore cinematografico che introdusse Charlie Chaplin in Francia, Le Grand Rex fu progettato dall'architetto francese Auguste Bluyse e dall'americano John Eberson secondo il desiderio del committente: disporre di un cinema in cui gli spettatori avessero l'illusione di guardare i film all'aperto. Negli anni Cinquanta Le Grand Rex ospitò una delle prime scale mobili di Francia, inaugurata da Gary Cooper.

Ogni anno vengono organizzati nello spazio del Grand Rex circa 150 eventi tra concerti e spettacoli privati (l'ultima a esibirsi, prima della chiusura per Covid, è stata la cantante Madonna), mentre due sono gli appuntamenti ricorrenti: ad aprile il "Jules Verne Adventure Film Festival", un evento che attira nel cinema più di 48.000 partecipanti, a dicembre il "Féerie des eaux", gioco acquatico con 1.200 getti d'acqua, tradizionalmente abbinato alla proiezione di un film per famiglie.

PUNTO DI FORZA:
IL CINEMA
PIÙ GRANDE D'EUROPA,
SEDE DI COLOSSALI EVENTI





MUSIC BOX THEATRE

PUNTO DI FORZA:
ATMOSFERA SUGGESTIVA
NEL TEMPIO DEI FILM MUTI
E DEL CINEMA D'AUTORE



3733 N. Southport Ave, Chicago, Illinois, Stati Uniti

Da vent'anni è il punto di riferimento per il cinema d'autore a Chicago, e dal 2012 è l'unico cinema in città a mostrare film muti accompagnati dal suono di un organo. La struttura – oggi composta da due sale, la principale da 750 posti e l'altra, inaugurata nel 1991, da 75 – aprì il 22 agosto 1929, due mesi prima della Grande Depressione. Oggi conserva architettura e design originali, in un mix di stile italiano e spagnolo, con un soffitto blu scuro decorato con stelle e ubi e pareti dipinte in stile neoclassico: secondo l'architetto Louis I. Simon l'ambiente avrebbe dovuto dare agli spettatori l'impressione di trovarsi nel cortile di un palazzo toscano. Completano lo stile, definito "atmosferico" e molto suggestivo, ornamenti in gesso sulle pareti laterali e l'ingresso in finto marmo. Al Music Box Theatre viene presentata una media annuale di 300 film, la maggior parte dei quali del circuito indipendente, spesso europei. L'organo elettronico viene suonato nel fine settimana negli intervalli tra una proiezione e l'altra, e mensilmente in occasione della presentazione di un film muto. Il cinema ha anche un vanto "soprannaturale", sostenendo di essere infestato dalla presenza del suo primo custode, Whitey, protettore del corridoio numero 4 – quello dove svicolavano i bambini per non pagare il biglietto – e persecutore dei cattivi organisti, che punisce facendo cadere eloquentemente il drappeggio sullo strumento.



URANIA NATIONAL FILM THEATRE

1088 Budapest, Rákóczi Út 21, Ungheria

Costruito dall'architetto di origine tedesca Henrik Schmahl su progetto dell'imprenditore edile Kálmán Rimanóczy, l'Urania nacque nel novembre 1899 come sala da musica e cabaret, eccellente esempio di stile architettonico gotico-veneziano e moresco. Ma il cinema sarebbe presto diventato il suo destino: nella primavera del 1901 il primo lungometraggio ungherese, *Danza*, fu girato proprio sul tetto dell'edificio, per la regia della fotografa Béla Zitkovszky, proiezionista dell'Urania che da un anno aveva cominciato a inserire i film come parte del suo programma. Riccamente decorati in stile "notti arabe", gli interni del cinema, tutto candelabri d'oro e velluti, furono ristrutturati per la prima volta nel 1917 per adattare la sala del cabaret (425 i po-

PUNTO DI FORZA:
UNA SALA PERFETTAMENTE
RESTAURATA IN CUI RIVIVERE
I FASTI DELL'IMPERO

sti in totale) alle proiezioni dei film. Nel 1945 si tenne la prima proiezione a Budapest dopo la seconda guerra mondiale e nel 2002 sono state costruite due nuove sale da 60 posti – una dedicata al regista Zoltán Fábri, una all'attore Gyula Csontos. Nel 2006 il restauro dell'Urania National Film Theatre è stato insignito del premio dell'Unione europea Europa Nostra, per l'eccezionale lavoro eseguito sulla storica struttura: oggi il cinema è operativo da ottobre fino all'inizio dell'estate, dotato di impianto Dolby Digital e proiettori HD. Controparte cinematografica del Teatro Nazionale e del Teatro dell'Opera, la mission del suo programma è presentare i tesori dell'arte cinematografica contemporanea e classica, con un'attenzione particolare ai film sull'opera e al balletto.



SCI-FI DINE-IN THEATRE RESTAURANT

351 S Studio Dr, Lake Buena Vista, Florida, Stati Uniti

Un drive-in anni Cinquanta in cui mangiare hamburger e vedere film a bordo di una macchina. Con una particolarità: il cinema è al chiuso. E le automobili cromate sono, in realtà, dei tavoli. È questo il concept del cinema-ristorante aperto nell'aprile del 1991 nel parco Disney's Hollywood Studios (uno dei quattro principali parchi a tema del Walt Disney World a Bay Lake), riproduzione fedele di un drive-in del 1950. Tra i film in programma esclusivamente pellicole uscite negli Stati Uniti tra gli anni Cinquanta e Sessanta come *L'incredibile astronauta incontra il mostro spaziale*, *Plan 9 from Outer Space*, o *Blob - Fluido mortale*, alternate a documentari, cartoni animati e finte pubblicità d'epoca tra una proiezione e l'altra. Ogni macchina - del modello spider - può contenere fino a quattro persone, dotata di altoparlanti per la ricezione acustica. I posti in totale sono 260, comprensivi di quattro tavoli da picnic in fondo alla sala, nel caso di overbooking. L'ambiente è dotato di aria condizionata e misura 780 metri quadrati, con il soffitto decorato come un cielo stellato e l'illuminazione soffusa. Il menù - servito da camerieri sui pattini, o travestiti da ufficiali di polizia - prevede una selezione della cucina americana

classica, dagli hamburger alle costole in salsa barbecue, con i popcorn serviti come antipasto e i nomi dei piatti ispirati ai B-Movie.

PUNTO DI FORZA:
L'ESPERIENZA DI UN DRIVE-IN ANNI CINQUANTA, CON FILM E CIBO D'EPOCA



© Disney

PATHÉ TUSCHINSKI

Reguliersbreestraat 26-34,
1017 CN Amsterdam, Paesi Bassi

Situato nel cuore del vecchio quartiere ebraico di Amsterdam, e progettato da Hijman Louis de Jong in diversi stili – art déco, Jugendstil e scuola di Amsterdam – il Tuschinski è stato aperto nel 1921 dall'uomo d'affari ebreo di origine polacca Abraham Tuschinski (morto nel campo di concentramento di Auschwitz nel 1942), ospitando anteprime dei più grandi film olandesi e internazionali in un'originale commistione di patrimonio storico-architettonico e tecnologia all'avanguardia. La facciata, in stile art déco, è di colore verde e dorata, fiancheggiata da due torri alte 26 metri, mentre il foyer è decorato da un tappeto di 300 mq, riproduzione di quello originale realizzato a mano da sessanta donne marocchine. Sei gli schermi a disposizione degli spettatori, 1.150 il totale dei posti a sedere (la sala più grande conta 736 posti, quella più piccola 105), con il Bar Abraham dove bere una selezio-



PUNTO DI FORZA:
UN GIOIELLO ARCHITETTONICO
CHE A OTTOBRE FESTEGGERÀ
100 ANNI DI STORIA



ne di cocktail ispirati ai film mangiando snack tipicamente olandesi, come l'Old Amsterdam Cheese, le Bitterballen e le Pickles, oltre ai classici popcorn. L'interno della Sala 1 mantiene il design originale art déco e Jugendstil: oggi dispone di 736 posti – 100 anni fa erano circa 1.600 – e due balconate. Tra il 1998 e il 2002 il teatro fu ristrutturato e ampliato, con la costruzione di una nuova ala collegata con il vecchio edificio da un corridoio: i lavori hanno aggiunto 3 nuove sale al teatro originale. Considerato uno dei cinema più belli del mondo, celebrerà il suo centesimo anniversario nell'ottobre 2021.



ORINDA THEATRE

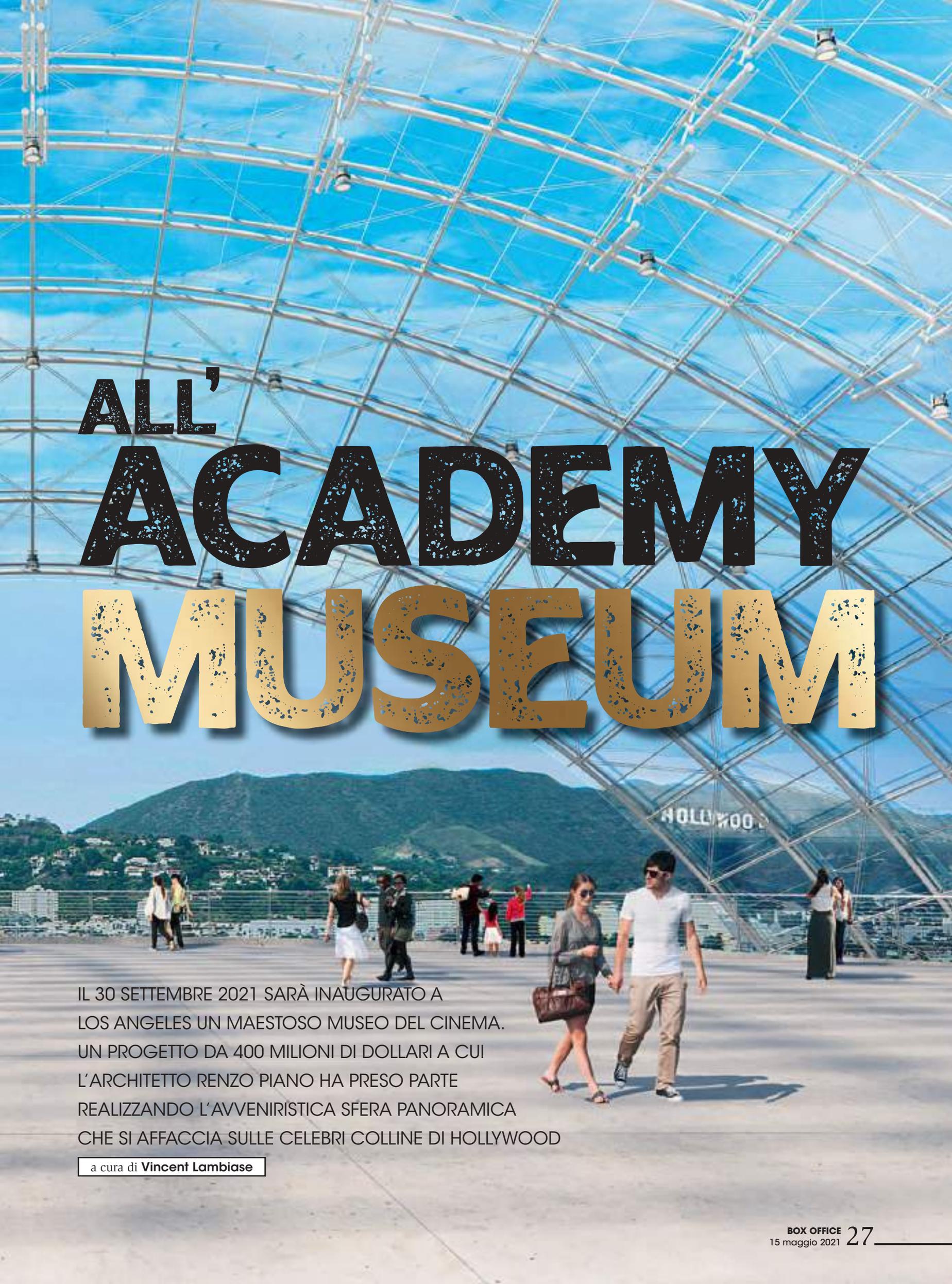
4 Orinda Theatre Square #3308,
Orinda, California, Stati Uniti

Costruito da Donald Rheem, figlio del presidente della Standard Oil Company, il cinema aprì nel dicembre del 1941, 22 giorni dopo Pearl Harbor. A proiettarlo fu l'architetto Alexander Aimwell Cantin, già all'opera su molti cinema nell'area. I murales che decorano la sala principale rappresentano i quattro elementi secondo la visione mitologico-tecnologica di Anthony Heinsbergen, e grazie a loro nel 1982 il cinema è entrato nel registro nazionale dei luoghi storici, promosso dallo stato della California come esempio di stile moderno classicamente rifinito. Nel 1984, tuttavia, il cinema rischiò la demolizione, salvato da una petizione della comunità locale, e riaprì nel 1989 con due nuove sale. Ad ogni spettacolo nella sala principale, da 750 posti con sedute particolarmente larghe e spazio extra per le gambe, si alza un elegante sipario. Le due sale più recenti, rispettivamente di 178 e 47 posti, sono decorate a loro volta: la seconda con murales salvati dalla demolizione del Garden Theatre di San Jose, la terza con dipinti fluorescenti a tema egiziano. Ogni secondo martedì del mese viene offerto l'ingresso gratis per la proiezione di un grande classico della cinematografia americana.

PUNTO DI FORZA:
I GRAFFITI FLUORESCENTI
IN UNA SALA IN CUI
IL CLASSICO SI UNISCE
AL MODERNO

BEN VE NU TI





ALL' ACADEMY MUSEUM

IL 30 SETTEMBRE 2021 SARÀ INAUGURATO A
LOS ANGELES UN MAESTOSO MUSEO DEL CINEMA.
UN PROGETTO DA 400 MILIONI DI DOLLARI A CUI
L'ARCHITETTO RENZO PIANO HA PRESO PARTE
REALIZZANDO L'AVVENIRISTICA SFERA PANORAMICA
CHE SI AFFACCIA SULLE CELEBRI COLLINE DI HOLLYWOOD

a cura di **Vincent Lambiase**

DOVE:
 6067 WILSHIRE
 BOULEVARD,
 LOS ANGELES,
 CA 90036,
 STATI UNITI



Due rendering che offrono una visuale dell'Academy Museum una volta completato. Sopra, uno sguardo all'ampio spazio gratuito interno al museo. Sotto, l'ingresso sottostante alla struttura sferica ideata da Renzo Piano



In sviluppo da 9 anni, dislocato su una superficie complessiva di 28mila metri quadrati e costato oltre 400 milioni di dollari, l'Academy Museum of Motion Pictures aprirà ufficialmente i battenti il 30 settembre 2021 a Los Angeles. Così anche Hollywood avrà finalmente una casa in cui accogliere visitatori da tutto il mondo per scoprire e contemplare quel materiale di culto che in oltre un secolo di storia ha reso grande la settima arte. Un progetto colossale, in origine concepito da due dei 36 membri fondatori dell'Academy of Motion Picture Arts and Sciences: Douglas Fairbanks e Mary Pickford. Già nel 1927, infatti, i due celebri attori e coniugi immaginavano un museo per le generazioni future (come location avevano inizialmente individuato la tenuta di 18 acri Pickfair, a Beverly Hills) che conservasse i "segni" lasciati nel tempo dalla settima arte. Per Fairbanks e Pickford era innanzitutto una questione culturale ed educativa (oltre che una passione), come confermato dal loro impegno per istituire il primo corso di storia del cinema alla University of Southern California, nella speranza che la settima arte potesse essere elevata allo status delle belle arti. Oggi, quasi cento anni dopo, questo sogno sta diventando realtà. Nel 2012 sono iniziati i lavori di costruzione del Museo, collocato all'interno dello storico May Company Building del ➤

VI RACCONTO L'ACADEMY MUSEUM

BILL KRAMER, DIRETTORE E PRESIDENTE
DELL'ACADEMY MUSEUM OF MOTION
PICTURES, SVELA NUOVI RETROSCENA SULLE
MOSTRE, SULLO SPAZIO DEDICATO AL CINEMA
ITALIANO E SUL LAVORO DI RENZO PIANO

Quale ruolo ha avuto Renzo Piano in questo progetto?

L'architetto vincitore del Premio Pritzker ha progettato il museo, rinnovando completamente gli interni del Saban Building e realizzando un'imponente struttura sferica che ospiterà il David Geffen Theatre da 1.000 posti e una spettacolare terrazza panoramica.

È prevista una sezione dedicata al cinema italiano?

L'Academy Museum sarà un museo di cinema internazionale. Per questo, in collaborazione con Istituto Luce Cinecittà, il nostro team curerà una serie annuale di proiezioni e di attività legate al cinema italiano. Inoltre, molti artisti cinematografici italiani compariranno nella nostra mostra principale, tra cui Giovanni Pastrone, Vittorio De Sica e Federico Fellini.

Con quali tecnologie sono stati attrezzati i due cinema interni al museo?

Il nuovo David Geffen Theatre da 1.000 posti ospiterà proiezioni quotidiane e importanti eventi cinematografici tra cui anteprime, incontri e presentazioni speciali. Oltre a poter proiettare in 35 mm e in 70 mm, il cinema è dotato di proiettori laser digitali. Il più intimo Ted Mann Theatre da 288 posti offrirà proiezioni che vanno dalle matinée del sabato mattina per bambini di tutte le età, a una serie proiezioni in digitale, 16 mm, 35

mm e 70 mm. I cinema, inoltre, saranno attrezzati con sistemi sonori multidimensionali grazie a Dolby Atmos®.

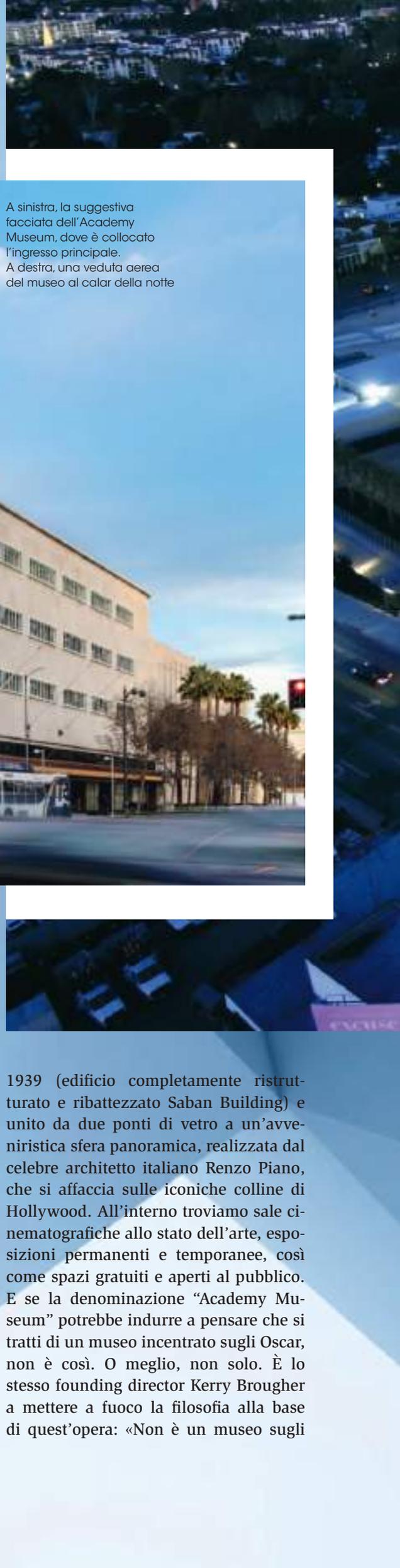
Qual è la filosofia alla base dell'Academy Museum?

È un sogno dell'Accademia da oltre 90 anni. Il museo attinge alle risorse intellettuali e materiali uniche dell'Academy of Motion Picture Arts and Sciences per fornire al pubblico una visione senza precedenti della storia e della magia del cinema, vissuta sia davanti che dietro lo schermo. I visitatori, quindi, oltre a esplorare questo incredibile mondo, potranno farsi un'idea di come il cinema abbia cambiato la nostra cultura e le nostre vite.

Quali saranno le aree principali del museo?

Il cuore pulsante sarà la mostra "Stories of Cinema", sviluppata su tre piani del Saban Building, incentrata su tutti gli aspetti delle arti e sulla storia della settima arte. Si tratta di una mostra in continuo sviluppo, in grado di riflettere la natura dinamica dei film offrendo sempre ai visitatori qualcosa di nuovo. È soprattutto un percorso tematico, più che cronologico, e si pone in continuo dialogo tra passato e presente. Meritano poi una menzione l'enorme spazio dedicato a mostre temporanee (si partirà con Hayao Miyazaki), l'emozionante gallery "Oscars Experience" e un'esposizione di monumentali scenografie. 

Sopra, il direttore e presidente dell'Academy Museum of Motion Pictures Bill Kramer



A sinistra, la suggestiva facciata dell'Academy Museum, dove è collocato l'ingresso principale. A destra, una veduta aerea del museo al calar della notte



CURIOSITÀ

LA GEORGE LUCAS FAMILY FOUNDATION HA ABBRACCIATO LA MISSIONE EDUCATIVA DEL MUSEO OFFRENDO UNA SOVVENZIONE CHE GARANTISCA PER SEMPRE L'INGRESSO GRATUITO AI VISITATORI DI ETÀ PARI O INFERIORE AI 17 ANNI

Una mappa dell'edificio con le varie sezioni in evidenza



1939 (edificio completamente ristrutturato e ribattezzato Saban Building) e unito da due ponti di vetro a un'avveniristica sfera panoramica, realizzata dal celebre architetto italiano Renzo Piano, che si affaccia sulle iconiche colline di Hollywood. All'interno troviamo sale cinematografiche allo stato dell'arte, esposizioni permanenti e temporanee, così come spazi gratuiti e aperti al pubblico. E se la denominazione "Academy Museum" potrebbe indurre a pensare che si tratti di un museo incentrato sugli Oscar, non è così. O meglio, non solo. È lo stesso founding director Kerry Brougher a mettere a fuoco la filosofia alla base di quest'opera: «Non è un museo sugli



Oscar, ma sulla cinematografia mondiale. Poi certo, ci sarà anche una sezione dedicata agli Academy Awards, ma sarà separata dalla storia del cinema. È tempo di tramandare l'eredità della settima arte alle generazioni future, perché stiamo perdendo una memoria storica importantissima. Poi chissà, magari questo museo sarà d'ispirazione per i filmmaker di domani».

E come tutte le grandi opere, anche questa è stata frutto di un imponente movimento di privati, fondazioni, società ed enti governativi che hanno preso così a cuore questo progetto da donare gratuitamente tempo, soldi e risorse per rendere grande il museo. Una

comunione di intenti che a fine 2020 ha visto superare l'obiettivo iniziale della campagna di raccolta fondi avviata nel 2012 – coordinata da personalità affermate nel mondo del cinema come Bob Iger, Annette Bening e Tom Hanks – pari a 388 milioni di dollari. Ma sono state altrettanto essenziali le generose donazioni di oggetti e di filmati provenienti da collezioni internazionali che troveranno per sempre la loro dimora nell'Academy Museum.

UN'ESPERIENZA IMMERSIVA

Ma com'è strutturato il percorso dell'Academy Museum? La visita ha inizio al piano terra presso la Spielberg

Family Gallery, all'interno della Grand Lobby del Saban Building. Si tratta di una sezione introduttiva, completamente gratuita, che offre una rapida immersione nella storia del cinema, dai fratelli Lumière ai giorni nostri. Ma per raggiungere il cuore del museo bisogna raggiungere lo spazio espositivo "Stories of Cinema", tra il secondo e il terzo piano dell'edificio presso Wanda e Rolex Galleries. Un lungo percorso dove è possibile esplorare l'evoluzione della settima arte attraverso aree realizzate in collaborazione con premi Oscar come Spike Lee, Pedro Almodóvar, la compositrice Hil-dur Guonadottir e il sound designer Ben Burt. In questo modo i visitatori ➤



La Spielberg Family Gallery (a piano terra) è interamente gratuita e introduce il percorso "Stories of Cinema" che si estende al secondo e terzo piano

sono aiutati ad approfondire lavori, passioni e influenze di questi grandi artisti. Un'intera galleria è dedicata esclusivamente a *Il mago di Oz* per esplorare le molteplici fasi di lavorazione del film come sceneggiatura, casting, make-up design, costume design, production design, sound design, effetti speciali, recitazione, regia, produzione e molto altro. Non mancano poi importanti approfondimenti nel campo di effetti visivi, animazione (digitale e non) e stop-motion, sempre accompagnati da immagini in movimento, suoni, poster, oggetti di scena, bozzetti, fotografie, pupazzi e molto altro. Al terzo piano, oltre a un'esposizione degli Academy Awards, è presente "Oscar Experience": un ambiente immersivo che ricrea lo storico palcoscenico del Dolby Theatre di Hollywood, dove le più grandi figure del cinema ricevono i premi Oscar. Allo stesso piano è collocata "The Path to Cinema: Highlights from the Richard Balzer Collection", una mostra che indaga sulle fondamenta del cinema con un assortimento di oggetti precursori delle moderne tecnologie di proiezione, come lanterne magiche, zootropi, camere oscure e il primo proiettore cinématographe Lumière.

Al terzo piano, presso Rolex Gallery, è presente una multi-room experience con artworks, costumi, oggetti di scena e modelli di personaggi iconici



Salendo di un piano troviamo la "Marilyn and Jeffrey Katzenberg Gallery", che ospita imponenti esposizioni temporanee. A esordire in questa sezione sarà una retrospettiva sul celebre animatore giapponese Hayao Miyazaki, fondatore dello Studio Ghibli (che ha collaborato attivamente all'allestimento di questa sezione), eccellenza giapponese nel campo dell'animazione. All'interno sarà possibile visionare materiale di produzione ori-

ginale come bozzetti, character designs, storyboard, layout, sfondi, clip e ambienti immersivi. L'Academy Museum ha già annunciato che nel 2022 sarà il turno di una nuova mostra temporanea intitolata "Regeneration: Black Cinema 1898-1971", sugli artisti e la cultura visiva del cinema nero in America e le sue molteplici espressioni, dai suoi primi passi al movimento per i diritti civili e appena oltre.



L'ultimo sopravvissuto dello stampo originale del predatore marino de *Lo squalo* di Steven Spielberg (1975). Si tratta del pezzo da collezione più grande conservato nell'Academy Museum



Al secondo piano, presso Wanda Gallery, tra le varie esposizioni troviamo focus su Spike Lee, sulla storia degli Academy Awards, sui documentari e su *Il mago di Oz*



Uno sguardo al David Geffen Theater (1.000 posti), collocato all'interno della struttura sferica progettata da Renzo Piano



Infine, in un museo come questo non poteva mancare una vera e propria esperienza cinematografica. Per questo, all'interno sono presenti due sale con tecnologie allo stato dell'arte che con-

sentono di proiettare film in ogni formato mai realizzato: il David Geffen Theater (1.000 posti) e il Ted Mann Theater (288 posti). Al loro interno, nel corso dell'anno si svolgeranno proiezioni, retrospettive e panel secondo un programma ben definito di carattere formativo.

UN EDIFICIO "DA OSCAR"

Sono due gli elementi distintivi, ad alto valore simbolico, che contraddistinguono l'edificio dell'Academy Museum. Il primo è l'enorme cilindro dorato sulla facciata, sovrastante l'ingresso principale, che richiama alla mente la celebre statuette degli Oscar. Il secondo è la struttura a sfera, sostenuta da imponenti colonne e con-

nessa al museo tramite due ponti di vetro, progettata dall'architetto italiano Renzo Piano. Una struttura che, oltre a racchiudere all'interno il David Geffen Theater, presenta sulla sua sommità un'ampia terrazza panoramica con vista sulle iconiche colline di Hollywood e ricoperta da un tetto di vetro trasparente che consente una visione a 360 gradi. Una costruzione già destinata a diventare il simbolo dell'Academy Museum, una sorta di ponte ispiratore tra passato, presente e futuro. Per Renzo Piano, infatti, questa sfera avrebbe un significato metaforico ben specifico: «Si solleva da terra verso quel perpetuo viaggio immaginario attraverso lo spazio e il tempo che è il cinema».



LEGGE CINEMA SOTTO ESAME



IL MINISTERO DELLA CULTURA HA PUBBLICATO LA RELAZIONE D'IMPATTO SULLA LEGGE FRANCESCHINI PER L'ANNO 2019. UN REPORT DI OLTRE 350 PAGINE NEL QUALE SI CERCA DI VALUTARE LE RICADUTE ECONOMICHE, OCCUPAZIONALI E SOCIALI DELLA L.220/2016

di **Valentina Torlaschi**



la stessa Legge Cinema a stabilirlo. Ogni anno, la Direzione Generale Cinema ha l'obbligo di redigere una valutazione di impatto della L.220/2016 allo scopo di stabilire in che misura le norme previste dalla suddetta Legge siano state attuate e quali risultati – in termini di ricadute economiche, occupazionali e sociali – abbia ottenuto. Così, il 10 marzo 2021 è stata pubblicata online la valutazione di impatto per l'anno 2019: un report di ben 351 pagine che ha lo scopo di delineare lo stato dell'arte del processo di attuazione della Legge Franceschini. Riportiamo sotto alcuni degli aspetti di maggiore interesse.

FOTOGRAFIA DELLE RISORSE STANZIATE, APPROVATE ED EROGATE

Per l'anno 2019 sono stati stanziati 524,1 milioni di euro, in netta crescita rispetto ai 355 milioni del 2018 e ai 147 del 2017. Delle risorse stanziati, ne sono state approvate il 75,7% (nel 2018 erano il 62,6%), ovvero 396,8 milioni; di questi ultimi sono stati erogati 347,2 milioni, ovvero l'87,5% (questo dato comprende sia il valore propriamente erogato a valere sui contributi assegnati, sia il valore equivalente all'approvato del tax credit). La relazione ha inoltre spinto lo sguardo un po' oltre il 2019, dando un'occhiata al primo semestre del 2020, nei mesi in cui la pandemia da Covid-19 aveva fortemente colpito il settore richiedendo una risposta forte e immediata dal Mibact. Ebbene, al 30 giugno 2020, risultavano già stanziati 481 milioni; approvati 305 milioni; erogati 216,9 milioni. Ossia erano state già approvate il 63,4% delle risorse stanziati a valere sul Fondo 2020; di questi 481 milioni, il 71,1% era stato già erogato. Un contributo essenziale per far fronte al periodo emergenziale.

GRADO DI UTILIZZO PER SETTORE DI INTERVENTO

Se si escludono i contributi automatici, nel 2019 sono state approvate 4.779

domande di contributo, per un totale di 399,7 milioni di euro. Di questi, il settore di intervento più cospicuo è stato il credito d'imposta, per il quale sono state approvate 3.814 domande, per un totale di 312,4 milioni. Seguono: i contributi selettivi con 252 domande per un totale di 27,5 milioni; il Piano straordinario per il potenziamento del circuito delle sale cinematografiche e polifunzionali con 41 domande per 26,6 milioni; il Piano straordinario per la digitalizzazione del patrimonio audiovisivo con 44 domande per 18,3 milioni; i Contributi alla promozione della cultura cinematografica e audiovisiva con 560 domande per 11,7 milioni; i Progetti speciali (Bando "Non Violenza" e Coproduzioni minoritarie) con 24 domande per 2,2 milioni; i Contributi alla diffusione della cultura cinematografica con 41 domande per 773.500 euro. Guardando nel dettaglio i diversi procedimenti finanziati, l'importo medio più consistente è registrato dal Piano straordinario per il potenziamento del circuito delle sale cinematografiche con un contributo medio di 650.190 euro.

TEMPISTICHE ED EFFICIENZA

Lo studio ha anche preso in esame le tempistiche nella gestione e messa in atto della Legge e, in riferimento all'anno 2019, è emersa "una generale standardizzazione delle tempistiche e dei procedimenti rispetto all'annualità precedente; un minor ricorso a proroghe e una generale riduzione dei tempi di apertura delle modulistiche anche grazie alla preventiva pubblicazione dei bandi rispetto alle date di apertura delle modulistiche; un leggero aumento dei tempi di istruttoria, seppur in alcuni procedimenti i processi valutativi siano stati dimezzati". Guardando i numeri, le tempistiche risultano però decisamente lunghe: per i contributi selettivi, nel 2019, il processo istruttorio ha richiesto mediamente 239 giornate (quasi 8 mesi), mentre per i contributi automatici, a 4 mesi dalla chiusura della modulistica, la fase istruttoria è addirittura ancora in corso. Un po' meglio per i contributi alle sale d'essai, dove le giornate medie di istruttoria sono state "solo" 187. >



RIPARTIZIONE E UTILIZZO DEL FONDO PER IL CINEMA E L'AUDIOVISIVO

FIG. 1

TIPOLOGIA DI INTERVENTO E RELATIVO FINANZIAMENTO AL 30/06/2020										
ART.	PROCEDIMENTO	2017			2018			2019		
		STANZIATO	APPROVATO	EROGATO	STANZIATO	APPROVATO	EROGATO	STANZIATO	APPROVATO	EROGATO
15	PRODUZIONE CINEMA E TV	0.00 €	0.00 €	0.00 €	76.702.500 €	37.152.019 €	37.152.019 €	221.000.000 €	205.245.641 €	205.245.641 €
16	DISTRIBUZIONE	0.00 €	0.00 €	0.00 €	6.416.667 €	1.490.773 €	1.490.773 €	9.000.000 €	9.295.714 €	9.295.714 €
17	SALE - INVESTIMENTI	0.00 €	0.00 €	0.00 €	18.958.333 €	1.684.864 €	1.684.864 €	20.000.000 €	13.523.766 €	13.523.766 €
	INDUSTRIE TECNICHE	0.00 €	0.00 €	0.00 €	0.00 €	0.00 €	0.00 €	0.00 €	0.00 €	0.00 €
18	SALE - PROGRAMMAZIONE	0.00 €	0.00 €	0.00 €	15.166.667 €	276.187 €	276.187 €	28.000.000 €	23.498.205 €	23.498.205 €
19	PRODUZIONE ESECUTIVE STRANIERE	0.00 €	0.00 €	0.00 €	29.656.667 €	18.764.051 €	18.764.051 €	48.300.000 €	40.601.190 €	40.601.190 €
20	INVESTITORI ESTERNI	0.00 €	0.00 €	0.00 €	5.833.333 €	0.00 €	0.00 €	8.000.000 €	1.857.313 €	1.857.313 €
15	VIDEOGIOCO	0.00 €	0.00 €	0.00 €	0.00 €	0.00 €	0.00 €	0.00 €	0.00 €	0.00 €
	TOTALE TAX CREDIT	0.00 €	0.00 €	0.00 €	152.734.167 €	59.367.894 €	59.367.894 €	334.300.000 €	294.021.829 €	294.021.829 €
23-25	AUTOMATICI	0.00 €	0.00 €	50.000.000 €	50.000.000 €	44.152.292 €	0.00 €	39.170.000 €	0.00 €	0.00 €
	TOTALE AUTOMATICI	0.00 €	0.00 €	50.000.000 €	50.000.000 €	44.152.292 €	0.00 €	39.170.000 €	0.00 €	0.00 €
26	SCRITTURA	960.000 €	690.000 €	590.000 €	960.000 €	740.000 €	400.000 €	960.000 €	0.00 €	0.00 €
	SVILUPPO	2.560.000 €	1.825.000 €	741.317 €	2.560.000 €	2.434.465 €	286.394.00 €	2.560.000 €	789.000 €	0.00 €
	PRODUZIONE	23.680.000 €	23.082.127 €	13.414.866 €	24.500.000 €	23.758.000 €	7.322.000 €	24.500.000 €	15.029.000 €	0.00 €
	DISTRIBUZIONE NAZIONALE	2.880.000 €	255.000 €	-	2.880.000 €	375.000 €	0.00 €	4.500.000 €	3.593.500 €	0.00 €
	DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE	960.000 €	232.400 €	30.864 €	4.200.000 €	2.970.105 €	2.073.062 €	1.000.000 €	0.00 €	0.00 €
	ESERCIZIO	960.000 €	0.00 €	0.00 €	600.000 €	0.00 €	0.00 €	0.00 €	0.00 €	0.00 €
	TOTALE SELETTIVI	32.000.000 €	26.084.527 €	14.777.047 €	35.700.000 €	30.277.570 €	10.081.456 €	33.520.000 €	19.411.500 €	0.00 €
27	SVILUPPO DELLA CULTURA CINEMATOGRAFICA E AUDIOVISIVA	1.100.000 €	1.100.000 €	992.659 €	1.700.000 €	1.385.000 €	1.320.372 €	1.700.000 €	1.569.000 €	921.800 €
	FESTIVAL, RASSEGNE E PREMI	4.450.000 €	4.272.000 €	4.008.590 €	4.900.000 €	4.475.000 €	4.104.921 €	4.900.000 €	4.763.000 €	3.369.940 €
	CINETECHE	1.000.000 €	940.000 €	857.723 €	1.000.000 €	951.000 €	942.000 €	1.000.000 €	425.000 €	196.00 €
	DIFFUSIONE CULTURA CINEMATOGRAFICA	1.200.000 €	776.900 €	680.341 €	1.200.000 €	773.500 €	700.162 €	800.000 €	756.500 €	0.00 €
	PROGRAMMAZIONE D'ESSAI	0.00 €	0.00 €	4.991.201 €	5.000.000 €	5.000.000 €	4.947.106 €	5.000.000 €	5.000.000 €	973.784 €
	PROGETTI SPECIALI	5.254.759 €	9.963.430 €	9.085.313 €	4.985.384 €	9.595.591 €	3.598.591 €	5.029.450 €	9.904.443 €	3.210.943 €
	CINEMA PER LA SCUOLA	12.000.000 €	12.000.000 €	12.000.000 €	13.110.000 €	11.530.207 €	10.221.218 €	13.170.000 €	15.383.654 €	1.400.000 €
	ENTI ART 27, C3	45.456.000 €	45.456.000 €	43.250.000 €	44.770.000 €	44.770.000 €	44.770.000 €	44.570.000 €	44.570.000 €	43.170.000 €
	TOTALE PROMOZIONE	70.460.759 €	74.508.330 €	75.875.919 €	76.665.384 €	78.480.298 €	70.604.370 €	77.169.450 €	83.371.597 €	53.242.467 €
28	PIANO STRAORDINARIO SALE	30.000.000 €	26.657.819 €	5.113.163 €	30.000.000 €	0.00 €	0.00 €	30.000.000 €	0.00 €	0.00 €
29	PIANO STRAORDINARIO DIGITALIZZAZIONE	10.000.000 €	8.377.000 €	4.913.500 €	10.000.000 €	10.000.000 €	4.085.000 €	10.000.000 €	0.00 €	0.00 €
30	FONDO DI GARANZIA	5.000.000 €	5.000.000 €	0.00 €	0.00 €	0.00 €	0.00 €	0.00 €	0.00 €	0.00 €
	TOTALE INCENTIVI STRAORDINARI	45.000.000 €	40.034.819 €	10.026.663 €	40.000.000 €	10.000.000 €	4.085.000 €	40.000.000 €	0.00 €	0.00 €
	TOTALE GENERALE	147.460.759 €	140.627.676 €	150.679.630 €	355.099.551 €	222.278.054 €	144.138.720 €	524.159.450 €	396.804.926 €	347.264.296 €

Fonte: Direzione Generale Cinema e Audiovisivo - MBACT

IMPATTO OCCUPAZIONE E TESSUTO D'IMPRESA

Sul fronte dell'analisi occupazione e del tessuto d'impresa, la relazione si ferma al 2018, attingendo ai dati dell'ultima rilevazione disponibile di Infocamera. Da questa è possibile osservare, complessivamente, un incremento positivo in termini di composizione del tessuto imprenditoriale e produttivo del comparto cinematografico e audiovisivo italiano. Considerando lo spettro più ampio delle società operanti nel settore (che il report suddivide in imprese Core, Driven e Promozione), si registra la pre-

senza di un totale di 43.477 imprese (+13,25% rispetto al 2017) e 285.483 addetti (+8,27% rispetto al 2017), di cui 238.232 dipendenti (+7,5% rispetto all'anno precedente). Entrando nel dettaglio dei diversi nodi della filiera, il 64% sono imprese di produzione, il 17% di promozione, il 16% di distribuzione e il 3% di esercizio. Concentrandosi sul "segmento core" (ovvero l'insieme delle imprese le cui attività rientrano pienamente nel settore cinematografico e audiovisivo), lo studio ha evidenziato che il numero di imprese di settore si attesta, nel 2018, a

7.411 unità (+14% rispetto al 2017) per 33.911 addetti (+1,63% rispetto all'anno precedente). Queste imprese hanno registrato un valore aggiunto lordo pari a 2,7 miliardi di euro (+10,25% rispetto al 2017), mentre il valore della produzione, ovvero il fatturato, risulta pari a 2,4 miliardi di euro. Con riferimento ai nodi della filiera, nel 2018, le imprese operanti nel settore della produzione hanno inciso per il 53,87% del valore aggiunto settoriale, quelle attive nella distribuzione per il 35,07%, mentre quelle impiegate nel nodo dell'esercizio per l'11,06%.

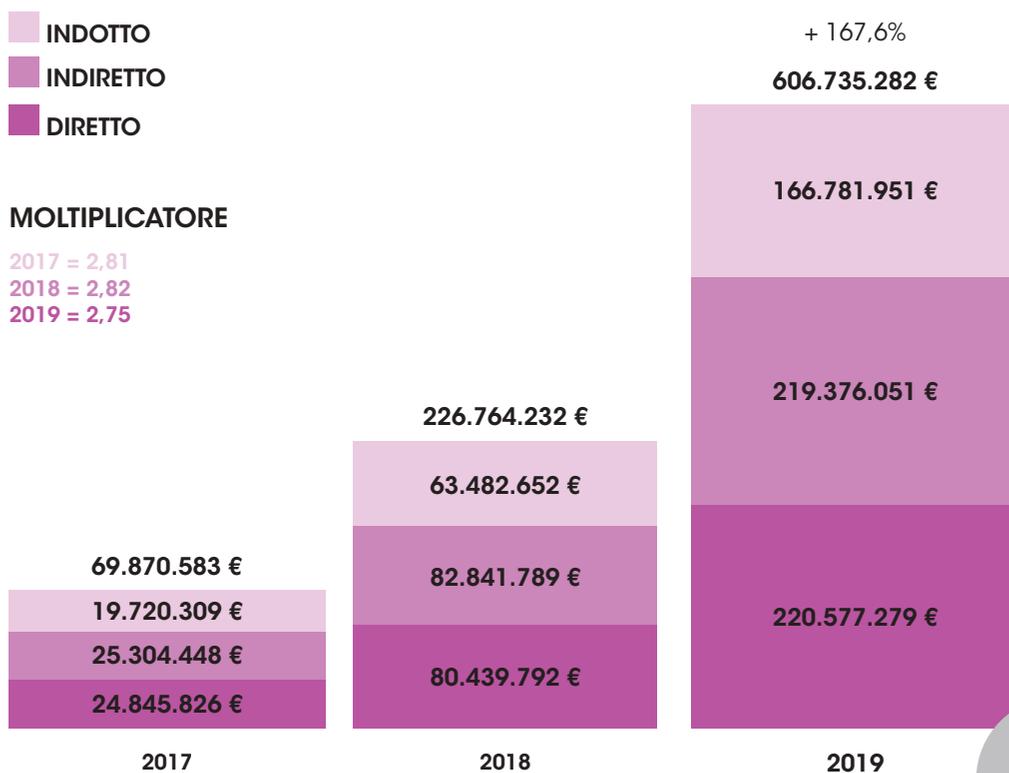
30/06/2020		
STANZIATO	APPROVATO	EROGATO
180.503.708 €	174.168.329 €	174.168.329 €
11.000.000 €	6.043.566 €	0 €
18.000.000 €	13.965.661 €	0 €
5.000.000 €	0 €	0 €
37.000.000 €	36.905.421 €	0 €
50.000.000 €	21.757.421 €	0 €
12.000.000 €	182.000 €	0 €
3.000.000 €	0 €	0 €
316.503.708 €	253.022.398 €	174.168.329 €
0.00 €	0.00 €	0.00 €
0.00 €	0.00 €	0.00 €
1.000.000 €	0.00 €	0.00 €
2.700.000 €	0.00 €	0.00 €
24.600.000 €	0.00 €	0.00 €
4.500.000 €	0.00 €	0.00 €
1.500.000 €	0.00 €	0.00 €
0.00 €	0.00 €	0.00 €
34.300.000 €	0.00 €	0.00 €
1.700.000 €	0.00 €	0.00 €
4.900.000 €	0.00 €	0.00 €
1.500.000 €	0.00 €	0.00 €
800.000 €	0.00 €	0.00 €
5.000.000 €	0.00 €	0.00 €
10.000.000 €	0.00 €	0.00 €
14.131.043 €	0.00 €	0.00 €
52.200.000 €	52.000.000 €	42.800.000 €
90.231.042 €	52.000.000 €	42.800.000 €
40.000.000 €	0.00 €	0.00 €
0.00 €	0.00 €	0.00 €
0.00 €	0.00 €	0.00 €
40.000.000 €	0.00 €	0.00 €
481.034.751 €	305.022.398 €	216.968.329 €

IMPATTO ECONOMICO: MULTIPLICATORE

A partire dal volume dei contributi approvati al 31/12/2019 dalla Legge Franceschini, la relazione ha stimato gli impatti diretti, indiretti e indotti delle risorse immesse nel sistema economico nazionale in termini di produzione e valore aggiunto attivato, definendo i rispettivi moltiplicatori socio-economici grazie all'utilizzo delle matrici Input-Output. Nel 2019, in termini di produzione, le risorse assegnate dal Mibact hanno avuto un effetto moltiplicatore di 2,75 in termini di produzione sul re- ➤

IMPATTO ECONOMICO IN TERMINI DI VALORE PRODUZIONE

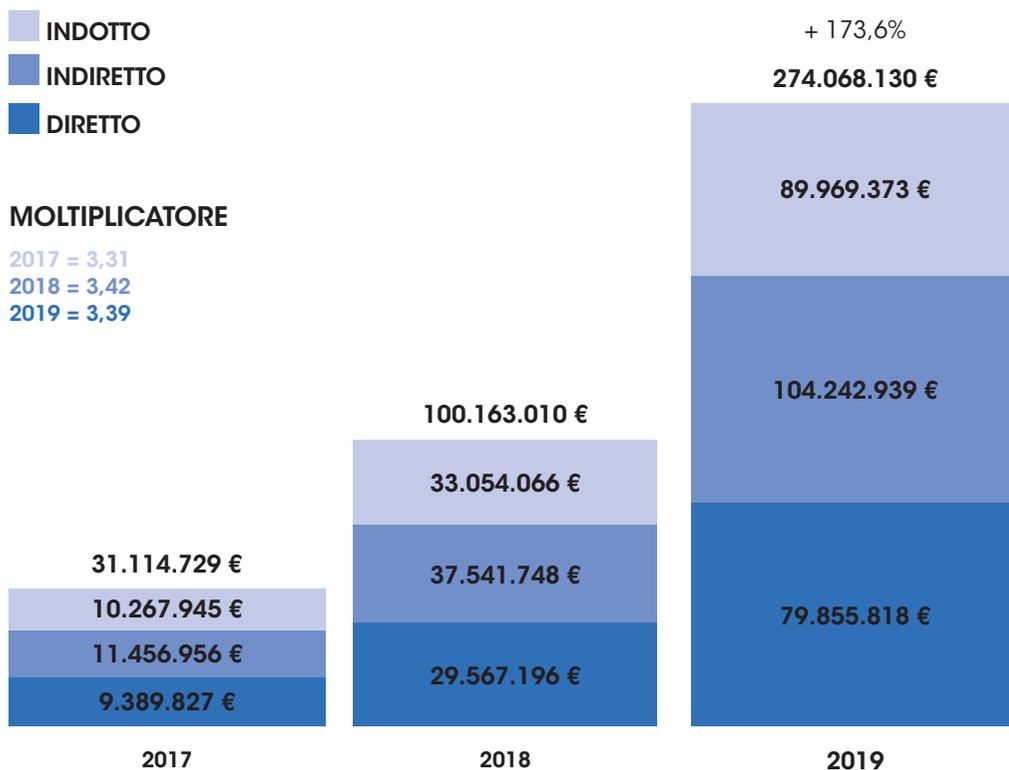
FIG. 2



Fonte: DGCol. Contributi approvati nel 2017, 2018 e 2019

IMPATTO ECONOMICO IN TERMINI DI VALORE AGGIUNTO

FIG. 3



Fonte: DGCol. Contributi approvati nel 2017, 2018 e 2019

IMPATTO FISCALE: RITORNO SUGLI INVESTIMENTI LE ENTRATE FISCALI DELLO STATO GENERATE DAI CONTRIBUTI APPROVATI AL 31/12/2019

FIG. 4

	2019		
	CONTRIBUTI	TAX CREDIT	TOTALE
IMPORTO CONTRIBUTI E CREDITO D'IMPOSTA	89.315.68 €	131.261.595 €	220.577.280 €
VALORE AGGIUNTO GENERATO ¹	111.536.690 €	162.531.440 €	274.068.130 €
GETTITO GENERATO			
IMPOSTE DIRETTE	15.573.787 €	22.004.807 €	37.578.594 €
IMPOSTE INDIRETTE (IVA) ²	7.960.157 €	11.599.553 €	19.559.710 €
IMPOSTE NETTE SULLA PRODUZIONE ³	5.150.374 €	6.910.651 €	12.061.025 €
TOTALE GETTITO	28.684.318 €	40.515.011 €	69.199.329 €
GETTITO/CONTRIBUTI (%)	0,321	0,309	0,314

¹ Diretto, indiretto e indotto. Comprende: redditi da lavoro dipendente (compresi oneri sociali), risultato netto di gestione, ammortamenti, "altre" imposte indirette nette sulla produzione. Le imposte dirette gravano solo sulle retribuzioni lorde e sul risultato di gestione.

² IRPEF netta, Addizionali regionali e comunali, IRES, IRAP, imposta sostitutiva su regimi fiscali agevolati.

³ IVA sui consumi aggiuntivi generati dai contributi (anche di provenienza estera).

Fonte: DGCOL e Agenzia delle Entrate

sto dell'economia, sostanzialmente in linea con gli anni precedenti: nel 2018 era di 2,82 e nel 2017 di 2,81. Stabile anche il moltiplicatore in termine di valore aggiunto che per il 2019 è risultato di 3,39 (nel 2018 era di 3,42 e nel 2017 di 3,31).

IMPATTO FISCALE: RITORNO SUGLI INVESTIMENTI

Dalle elaborazioni effettuate dal report, si stima che, a fronte di un investimento complessivo del Mibact, nel 2019, pari a 220.577.280 euro, tenuto conto dell'abbattimento delle risorse destinate al tax credit, sia stato generato un gettito fiscale totale per l'Erario pari a 69.199.329 euro. Di questi, circa 36 milioni di euro sono imposte dirette, 20 milioni sono imposte indirette (IVA), mentre 12 milioni di euro sono imposte nette sulla produzione. Nello specifico, l'investimento statale vanta nel 2019 di un moltiplicatore pari a 0,314, ovvero per ogni 100 euro di contributo e/o credito d'imposta speso dai soggetti beneficiari nell'anno di riferimento viene prodotto un gettito aggiuntivo pari a 31,4 euro. Confrontando il dato ottenuto con il biennio precedente, si registra un in-

cremento del gettito fiscale del +150,9% rispetto al 2018 e del +674,8% rispetto al 2017.

PUNTARE SULLA SCUOLA E SUGLI SPETTATORI DI DOMANI

Il sostegno all'educazione all'immagine nelle scuole e alla formazione del pubblico è un impegno dichiarato dalla Legge Franceschini. Un impegno che si attua attraverso il Piano nazionale cinema per la scuola che per il 2019 ha ottenuto stanziamenti per 13,1 milioni di euro, e risorse approvate per 15,3 milioni (di queste ne sono state erogate solo 1,4 milioni). Da segnalare che la risposta dei soggetti ammissibili al finanziamento è stata più alta rispetto al precedente biennio 2017-2018, pur potendo rispondere a sole 3 linee: le domande pervenute sono state infatti 1.035, con un incremento del 18,06% rispetto al 2017-2018, a riprova dell'interesse maggiore alla misura da parte degli istituti scolastici e della crescente credibilità del progetto.

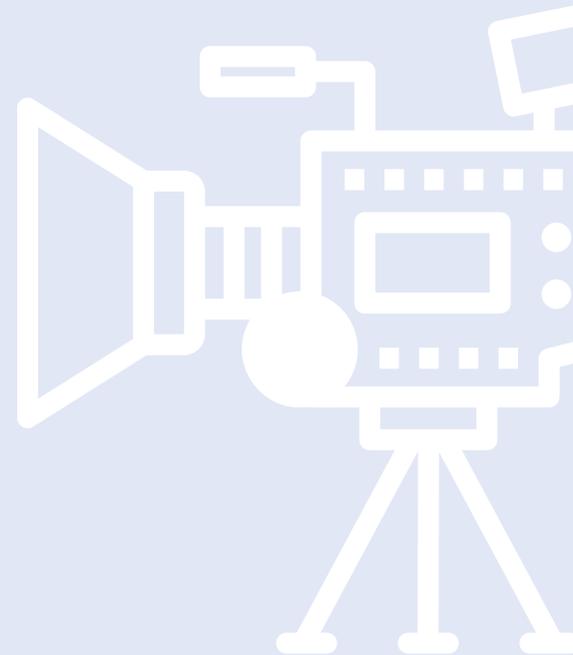
PARITÀ DI GENERE

Come per la relazione del biennio 2017-2018, anche il report sul 2019 ha

dedicato ampio spazio per verificare se e quanto i progetti beneficiari dei contributi abbiano cercato di rispettare la parità di genere. Sebbene ci siano dei miglioramenti, la situazione è sempre critica sul fronte delle pari opportunità. Rimane infatti uno scarto ampio fra la quota di uomini e di donne alla regia che accedono agli aiuti: nel 2019 solo il 19% delle opere che hanno beneficiato degli aiuti alla produzione (con eccezione per la scrittura di sceneggiature) è risultata a direzione femminile, o prevalentemente femminile. Tale dato è confermativo rispetto a quanto rilevato nel 2017-2018 (le opere beneficiarie di aiuti alla produzione a direzione femminile erano il 20%). Prima della Legge 220/2016, la percentuale era di solo il 12%. Analizzando le linee di finanziamento, emerge che, in linea generale, la presenza di donne alla regia è maggiore fra le opere web e Tv e nei corti e documentari, e cresce anche in relazione alle opere di giovani autori. Come si legge nel report, «pur nel permanere di una condizione di disequilibrio, questi dati evidenziano un positivo segnale di bilanciamento sull'asse del genere nell'ambito delle produzioni non cinematografiche o delle produzioni a budget più basso e presso gli autori più giovani. Questa seconda evidenza, in particolare, prefigura un cambiamento generazionale, di cui si potranno apprezzare i risultati sul medio periodo».

LA DIPENDENZA DAI CONTRIBUTI STATALI

Un aspetto significativo che il report ha fatto emergere è quanto i contributi erogati dalla Legge Franceschini siano considerati fondamentali per la realizzazione di opere audiovisive. Detto





LE IMPRESE DI SETTORE

NUMERO DI IMPRESE CORE (OSSIA QUELLE LA CUI ATTIVITÀ RIENTRA PIENAMENTE NEL SETTORE CINEMATOGRAFICO E AUDIOVISIVO) NEL 2018

FIG. 5



Fonte: Registro delle imprese e Istat

altrimenti, senza contributi, ben pochi produttori realizzerebbero i loro film; o anche, la produzione audiovisiva in Italia rimane fortemente ancorata allo Stato. Ben il 79% dei soggetti beneficiari di misure a sostegno del nodo produttivo della filiera cinematografica e audiovisiva ha infatti dichiarato che non avrebbe realizzato le attività e/o i progetti oggetto di contributo in assenza delle agevolazioni previste dalla Legge n.220/2016.

IMPATTO SUL PUBBLICO

Un aspetto che forse andrebbe indagato più in profondità (anche addentrando nelle performance dei singoli film che hanno ottenuto finanziamenti) e che invece la valutazione di impatto esplora solo a livello generale senza citare nessun titolo, è quello dell'impatto sul pubblico. Quanto hanno guadagnato le opere finanziate? Che tipi di riconoscimenti (non solo economici) hanno ottenuto? Quali sono state le esperienze più virtuose? Quello che emerge dalla relazione è una valutazione generale dove si legge che, «in base ai dati SIAE, il numero di titoli beneficiari che nell'anno di competenza è stato immesso sul mercato attraverso i canali theatrical è stato pari a 172

opere su 565. Le opere che hanno avuto una maggiore circolazione sono i film che hanno goduto del credito d'imposta, con particolare riguardo al credito di imposta per la produzione di film (70 opere fra quelle che hanno ottenuto il Credito di imposta sulla produzione e altrettante fra quelle che hanno ottenuto il Credito di imposta sulla produzione-passaggio nuove aliquote)». Sul fronte dello sfruttamento televisivo, il 24,35% delle opere a cui nel 2019 è stato riconosciuto uno o più aiuti ha avuto almeno un passaggio sul piccolo schermo rispetto al 9,5% registrato nella precedente valutazione di impatto.

FOCUS SULL'ESERCIZIO

Il 2019 è stato un anno importante per le sale sul fronte dell'attuazione della Legge Cinema perché ha visto concludersi il procedimento relativo a 4 misure a favore delle imprese di esercizio: il credito di imposta sugli investimenti; il credito di imposta sulla programmazione; i contributi a favore delle sale d'essai e il piano straordinario sale. Per queste linee di intervento sono state approvate un totale di 3.441 domande per un finanziamento complessivo di 81,6 milioni di euro (26,6 milioni per il piano straordi-

nario; 25,8 per il credito di imposta sulla programmazione; 24 per il credito di imposta sugli investimenti; e 5 per le sale d'essai). Per il settore dell'esercizio, rispetto al biennio 2017-2018 si rileva una crescita delle misure attuate (nel 2017-2018 erano state attuate solo le misure del credito di imposta sugli investimenti e sulla programmazione) del 365%.

La misura più utilizzata da parte del settore è stato il credito di imposta a sostegno della programmazione con 3.349 istanze pervenute nel 2019. Seguono, per grado di utilizzo, il contributo per le sale d'essai (492 istanze) e il credito di imposta sugli investimenti (103 istanze complessive, fra ristrutturazione degli spazi e adeguamento tecnologico).

Con riferimento al numero degli schermi, si rileva un più ampio accesso ai benefici previsti dalla Legge da parte delle sale con meno di due schermi: 1.842 istanze approvate, pari al 51,80% del totale approvato. Seguono i multisala 3-7 schermi (954, pari al 26,83% dell'approvato) e i multiplex (760, pari al 21,37%). Tale dato, oltre a riflettere la geografia dell'esercizio nazionale, conferma l'efficacia degli incentivi per le piccole e medie imprese di esercizio previsti dalla Legge. 

SHOPPING ONLINE a Berlino

DIRETTAMENTE DALL'ULTIMA EDIZIONE VIRTUALE
DELLO EUROPEAN FILM MARKET, ECCO I FILM
CHE ANDRANNO AD ARRICCHIRE I LISTINI DELLE
DISTRIBUZIONI INDIPENDENTI ITALIANE

di **Valentina Torlaschi**





P

rimo mercato a svolgersi nel corso dell'anno, lo European Film Market ha da sempre un valore strategico in quanto rappresenta il barometro degli affari delle società cinematografiche e dà indicazioni sulle tendenze del settore per i mesi a seguire. In programma in una inevitabile edizione online a causa della situazione sanitaria ancora incerta, l'edizione EFM 2021 si è tenuta dall'1 al 5 marzo. In questi giorni si sono contati fino a 12.000 partecipanti provenienti da 131 Paesi, ma soprattutto un totale di 821 film (nel 2020 erano 732) e 1.452 proiezioni, di cui 578 anteprime (nel 2020 erano 525). Una ricca vetrina virtuale dalla quale i distributori italiani hanno finalizzato diverse acquisizioni. Di seguito i nuovi film che andranno ad arricchire i loro listini per le prossime stagioni nella speranza di dare carburante alla ripresa del mercato.

Adler Entertainment ha concluso l'acquisto di due titoli. Il primo è *Gold*: survival thriller con protagonista Zac Efron, ambientato nel deserto australiano, dove due uomini trovano la più grande pepita d'oro mai vista e sono costretti a un'estenuante resistenza fisica e psicologica pur di difendere il proprio tesoro. Il secondo titolo è *A Magical Journey*: un family diretto dal regista franco-belga Olias Barco che ruota intorno alle avventure di Polina, una ragazzina di 11 anni che intraprende un viaggio magico per scoprire la verità sul suo passato e sulla sua famiglia.

Ricco il bottino di **Eagle Pictures** che ha comprato ben 8 film. Prodotto da Lionsgate, *The Unbearable Weight of Massive Talent* è un action con sfumature comedy con Nicolas Cage nei panni di se stesso alle prese come infiltrato della CIA nella casa di un pericoloso boss di un cartello della droga. Sempre targato Lionsgate è *Borderlands*, adattamento per il grande schermo dell'omonimo videogioco di successo; diretto da Eli Roth, il film vede Cate Blanchett nei panni di Lilith, una ladra con poteri straordinari, a cui è affidato il compito di ritrovare sul pianeta Pandora una ragazzina che custodisce un segreto. *In the Lost Lands* è invece l'atteso adattamento cinematografico del racconto fantasy di George R.R. Martin (l'autore dei romanzi da cui è tratta la serie *Il trono di spade*), con Milla Jovovich protagonista e Paul W.S. Anderson alla regia. Spostandoci nella Parigi del 1942, *Farewell Mr Haffmann* (*Adieu Monsieur Haffmann*) vede il grande attore francese Daniel Auteuil nei panni di un gioielliere ebreo di grande talento la cui esistenza sarà stravolta dall'occupazione nazista. Il film è prodotto da Pathé, così come *Eiffel* di Martin Bourboulon con Romain Duris, biopic sull'ingegnere Gustave Eiffel che ha ideato la celebre Torre simbolo di Parigi. Completano il bouquet di acquisizioni Eagle, la commedia romantica diretta e interpretata da Alice Lowe con Sam Riley *Timestalkers*, poi *On the Line* con Mel Gibson nei panni di un celebre e arrogante conduttore radiofonico ricattato in diretta da un folle che ha preso in ostaggio sua moglie e figlia, e il drammatico *Blackwater Lane* di Geoffrey Sax con Alice Eve e Jena Malone su due donne unite da un drammatico destino.

Continuando sulla scia del successo di critica e di pubblico de *La Belle Époque* e di altri titoli d'Oltralpe distribuiti in Italia, **I Wonder Pictures** punta ancora sul cinema francese per le sue acquisizioni. Al mercato di Berlino, la società di Bologna ha infatti comprato i diritti del film di Nicolas Bedos, *Agente Speciale 117 al servizio della Repubblica - Allarme rosso in Africa nera*: una sontuosa produzione da 19 milioni di budget con protagonista il Premio Oscar Jean Dujardin che torna per la terza volta nei panni della celebre spia francese creata da Jean Bruce. Alla regia, Nicolas Bedos

(*La Belle Époque*). Contestualmente, I Wonder Pictures ha acquisito anche i diritti dei due precedenti episodi – ancora inediti in Italia – della saga, ossia *Agente Speciale 117 al servizio della Repubblica - Missione Cairo* (del 2006) e *Missione Rio* (del 2009). In questi due film il protagonista è sempre interpretato da Jean Dujardin, mentre la regia è di Michel Hazanavicius (*The Artist*).

Sette i titoli comprati da **Koch Media**. Premiato con l'Orso d'argento per la Miglior Performance di Maren Eggert, *I'm Your Man* è una commedia a cavallo tra il romantico e il fantascientifico firmata dalla regista dell'acclamata serie Netflix *Unorthodox* Maria Schrader. Il secondo film è *Greta*, con una inquietante Isabelle Huppert al fianco di Chloë Grace Moretz, per un thriller angosciante del regista premio Oscar Neil Jordan. Dall'autore di *Le mele di Adamo* Anders Thomas Jensen, arriva *Riders of Justice*, una black comedy ricca di sfumature thriller con un silenzioso e spietato Mads Mikkelsen. Ad arricchire l'etichetta horror *Midnight Factory*, ecco *Son*, in cui un coraggioso Emile Hirsch cerca di far di tutto pur di aiutare una madre nel disperato tentativo di salvare suo figlio, affetto da un male oscuro. Ancora in post produzione e pronti per il Festival di Cannes sono *Undercover*, il nuovo thriller politico tratto da fatti realmente accaduti di Thierry de Peretti con Vincent Lindon e Valeria Bruni Tedeschi, e il documentario *The Saviour for Sale*, acquistato da MK2, che ripercorre l'incredibile storia del Salvator Mundi, il famosissimo dipinto attribuito a Leonardo da Vinci venduto da Christie's per la cifra record di 450 milioni di dollari nel 2017. Ultimo titolo – non certo per importanza – è *Demonic* il nuovo horror soprannaturale del regista di *District 9*, Neill Blomkamp, girato durante la pandemia

Ben 8 i titoli che andranno ad arricchire il listino di **Lucky Red**. Si parte con il film vincitore dell'Orso d'Oro: *Bad Luck, Banging or Loony Porn*, del rumeno Radu Jude che, con uno sguardo ironico e pungente, racconta la storia di un'insegnante amata e stimata messa in discussione dopo che un suo video hot viene messo in rete. Molto atteso è *Official Competition* che rivede insieme Penélope Cruz e Antonio Banderas per una commedia tagliente su un im- ➤



Dall'alto, in senso orario:
 il celebre scrittore George R.R. Martin il cui romanzo fantasy *In the Lost Lands* diventerà un film in arrivo in Italia con Eagle; Ryan Gosling sarà il protagonista di *The Actor* di Duke Johnson (*Notorious*); il film vincitore dell'Orso d'oro *Bad Luck, Banging or Loony Porn* (*Lucky Red*); Il premio Oscar Jean Dujardin in uno degli episodi della saga *Agente Speciale 117 al servizio della Repubblica* (*I Wonder*); la commedia spagnola *Il matrimonio di Rosa* (*Officine Ubu*); Isabelle Huppert in *Greya* (*Koch*); il documentario premiato con l'Orso d'argento *Mr. Bachmann and His Class* di Maria Speth; Zac Efron è nel cast di *Gold* (*Adler*)



Gettyimages (3); Siliu; Chetiv/Mico Film 2021 (1); Courtesy of I Wonder Pictures (1); © Madonnen Film (1); Crea SGR/Halley Production (2); Courtesy of Koch Media (1)



prenditore miliardario che decide di realizzare il più grande film della Storia ingaggiando una famosa regista e due attori di grande talento ma di ego smisurato. Dai produttori di *Parasite*, il pluripremiato regista Park Chan-Wook (*Old Boy*) torna al cinema con un nuovo romance mystery dal titolo *Decision to Leave*; al centro, l'indagine di un detective su una morte misteriosa sulle montagne coreane. Arriva dalla Francia, *Rumba Therapy* di e con Franck Dubosc su un padre pron-

to a fare di tutto pur di riconquistare sua figlia... perfino imparare a ballare. Fiaba ecologista con un cast d'eccezione è invece *Blueback* di Robert Connolly, con Mia Wasikowska, Radha Mitchell ed Eric Bana, storia della lotta di una bambina per difendere un pesce in via d'estinzione. Robbie Williams è il protagonista assoluto di *Better Man*: ritratto audace ed emozionante di un cantante, una superstar e un uomo normale firmato da Michael Gracey. Ispirato a fatti realmente accaduti, e interpretato dai premi Oscar Michael Caine e Glenda Jackson, *The Great Escaper* di Oliver Parker racconta la "grande fuga" di un'ottantenne dalla casa di riposo in cui vive con la moglie per unirsi ad altri veterani di guerra e commemorare il 70° anniversario dallo sbarco in Normandia. Sui sentieri del thriller si muove invece *The Marsh King's Daughter* di Neil Burger con Daisy Ridley nei panni di una donna felice con un segreto: sua madre venne rapita da adolescente e segregata in una baita tra le montagne e foreste più remote del Canada.

Parla spagnolo l'acquisizione di **Officine Ubu**. Si tratta della commedia *Il matrimonio di Rosa*, diretta da Icíar Bollaín e candidata a 8 Premi Goya, sulla storia di una donna di 45 anni che, inaspettatamente, annuncia le proprie nozze mantenendo l'assoluto riserbo sul futuro sposo. Un film ironico, dall'animo femminista, sull'importanza di amare sé stessi, ma anche sulle relazioni familiari e sulla maternità.

Importante anche la spesa di **Notorious Pictures** che ha concluso l'acqui-

sto di 8 titoli. Innanzitutto, *The Actor* di Duke Johnson con Ryan Gosling, adattamento del best-seller *Memory* di Donald E. Westlake ambientato negli anni '50, dove l'attore Paul Cole si sveglia in ospedale in seguito a un'aggressione, derubato della sua memoria e bloccato in una piccola cittadina misteriosa. Poi, *Places, Please* di Michael Cristofer con Meryl Streep nei panni di un'attrice di Broadway con alle spalle una lunga e fruttuosa carriera che, durante le prove per la sua prossima pièce teatrale, dovrà fare i conti con alcune persone che cospirano contro di lei. È invece ambientato nella spietata Wall Street, *Panopticon* di Andrés Baiz con Shailene Woodley che interpreta una giovane e ambiziosa trader costretta a scegliere tra il profitto e l'etica professionale. *Beautiful Minds* di e con Bernard Campan e Alexandre Jollien è un racconto commovente sul valore inestimabile dell'amicizia, la ricerca della felicità e la volontà di vincere con protagonisti due uomini solo apparentemente molto diversi. Di tutt'altre atmosfere è *Blacklight* di Mark Williams con Liam Neeson nelle vesti di un veterano dell'FBI in età da pensione incaricato di tirare fuori agenti sotto copertura da situazioni pericolose. Spazio anche al musical con *Molly and the Moon* di Craig Thomas & Carter Bays, dai creatori di *How I Met Your Mother*, con Kristen Bell e Jonathan Groff, storia di due genitori che fanno di tutto per aiutare la loro piccola figlia malata. *Retirement Home* di Thomas Gilou con Gérard Depardieu segue l'improbabile storia di amicizia tra Milann, un giovane detenuto costretto a lavorare in una casa di riposo piuttosto che andare in prigione, e un gruppo di pensionati. Commovente ma anche solare è *The Book of Wonders* di Lisa Azuelos con Alexandra Lamy e Olga Kurylenko, storia di una madre che, sconvolta quando suo figlio entra in coma dopo un incidente, trova la lista dei desideri che il bambino aveva scritto sul suo diario e decide di realizzarli.

Infine, **Wanted Cinema** ha finalizzato l'acquisizione di *Mr. Bachmann and His Class*, documentario di Maria Speth, premiato con l'Orso d'argento alla Berlinale 2021: un affresco di grande verità ed emozioni su un insegnante prossimo alla pensione in una città industriale della provincia tedesca. **BO**



Adler Entertainment

- *Gold* di Anthony Hayes
- *A Magical Journey* di Olias Barco

Eagle Pictures

- *The Unbearable Weight of Massive Talent* di Tom Gormican
- *Borderlands* di Eli Roth
- *In the Lost Lands* di Paul W.S. Anderson
- *Farewell Mr Haffmann (Adieu Monsieur Haffmann)* di Fred Cavayé
- *Eiffel* di Martin Bourboulon
- *Timestalkers* di Alice Lowe
- *On the Line* di Romuald Boulanger
- *Blackwater Lane* di Geoffrey Sax

I Wonder

- *Agente Speciale 117 al servizio della Repubblica - Allarme rosso in Africa nera* di Nicolas Bedos
- *Agente Speciale 117 al servizio della Repubblica - Missione Cairo* di Michel Hazanavicius
- *Agente Speciale 117 al servizio della Repubblica - Missione Rio* di Michel Hazanavicius

Koch Media

- *I'm Your Man* di Maria Schrader
- *Greta* di Neil Jordan
- *Riders of Justice* di Anders Thomas Jensen
- *Son* di Ivan Kavanagh
- *Undercover* di Thierry de Peretti
- *The Saviour for Sale* di Antoine Vitkine
- *Demonic* di Neill Blomkamp

Lucky Red

- *Bad luck, banging or loony porn* di Radu Jude
- *Official Competition* di Gastón Duprat e Mariano Cohn
- *Decision To Leave* di Park Chan-Wook
- *Rumba Therapy* di Franck Dubosc
- *Blueback* di Robert Connolly
- *Better Man* di Michael Gracey
- *The Great Escaper* di Oliver Parker
- *The Marsh King's Daughter* di Neil Burger

Notorious Pictures

- *The Actor* di Duke Johnson
- *Places, Please* di Michael Cristofer
- *Panopticon* di Andrés Baiz
- *Beautiful Minds* di Bernard Campan e Alexandre Jollien
- *Blacklight* di Mark Williams
- *Molly and the Moon* di Craig Thomas & Carter Bays
- *Retirement Home* di Thomas Gilou
- *The Book of Wonders* di Lisa Azuelos

Officine Ubu

- *Il matrimonio di Rosa* di Icíar Bollaín

Wanted Cinema

- *Mr. Bachmann and His Class* di Maria Speth

OBIETTIVO DISCOVERABILITY

TANTE OFFERTE E SOPRATTUTTO TANTI CONTENUTI, TALVOLTA TROPPI. FARSI NOTARE È SEMPRE PIÙ UNA QUESTIONE DI VITALE IMPORTANZA. TRA DIRITTI CHE SCADONO E TITOLI CHE PASSANO DA UNA PIATTAFORMA ALL'ALTRA, IL TEMA DI CHI OFFRE COSA E COME DIVENTA SEMPRE PIÙ STRATEGICO PER NON PERDERE ABBONATI E VANTAGGI COMPETITIVI

a cura di **Anna Tortora**

Ci sono 61,5 milioni di tv connesse in Europa, il 45% dei quali viene utilizzato per guardare contenuti online regolarmente (dati Spotx di aprile 2020). Il mercato dello streaming video è ormai un mercato vero in cui è cruciale catturare l'attenzione strillando più forte degli altri. I titani dell'audiovisivo finora hanno disegnato i propri campi di battaglia attraverso accordi di distribuzione, titoli esclusivi, puntato sulla qualità e sulla quantità dei contenuti offerti, sui prezzi mediamente bassi (sotto i 10 euro per abbonamenti base), e sulla facilità di ingresso e uscita dalla piattaforma, senza penali o altri vincoli. Una strategia che inizialmente funziona, visto che sono proprio i nuovi film e i grandi classici, le serie tv italiane e internazionali e gli eventi sportivi dal vivo la molla per l'acquisto (rispettivamente per il 72% del target famiglie, il 59% del target donne e il 48% del target uomini dagli ultimi dati Sensemaker). Ma la musica cambia quando si tratta di fidelizzare l'utente. Il nomadismo audiovisivo ha sostituito il caro vecchio zapping generalista: "Restate con noi" era la battuta del bravo conduttore prima di ogni interruzione pubblicitaria. Ieri l'utente cambiava canale quando si annoiava. E oggi cambia anche piattaforma se quella a cui è ab-

bonato gli rende difficile orientarsi nel mare magnum dei contenuti offerti. Il concetto di *discoverability*, quindi la capacità di scoprire i contenuti all'interno dei cataloghi e tra cataloghi, si fa strada tra le caratteristiche che possono spingere un utente ad abbonarsi e, soprattutto, restare abbonato.

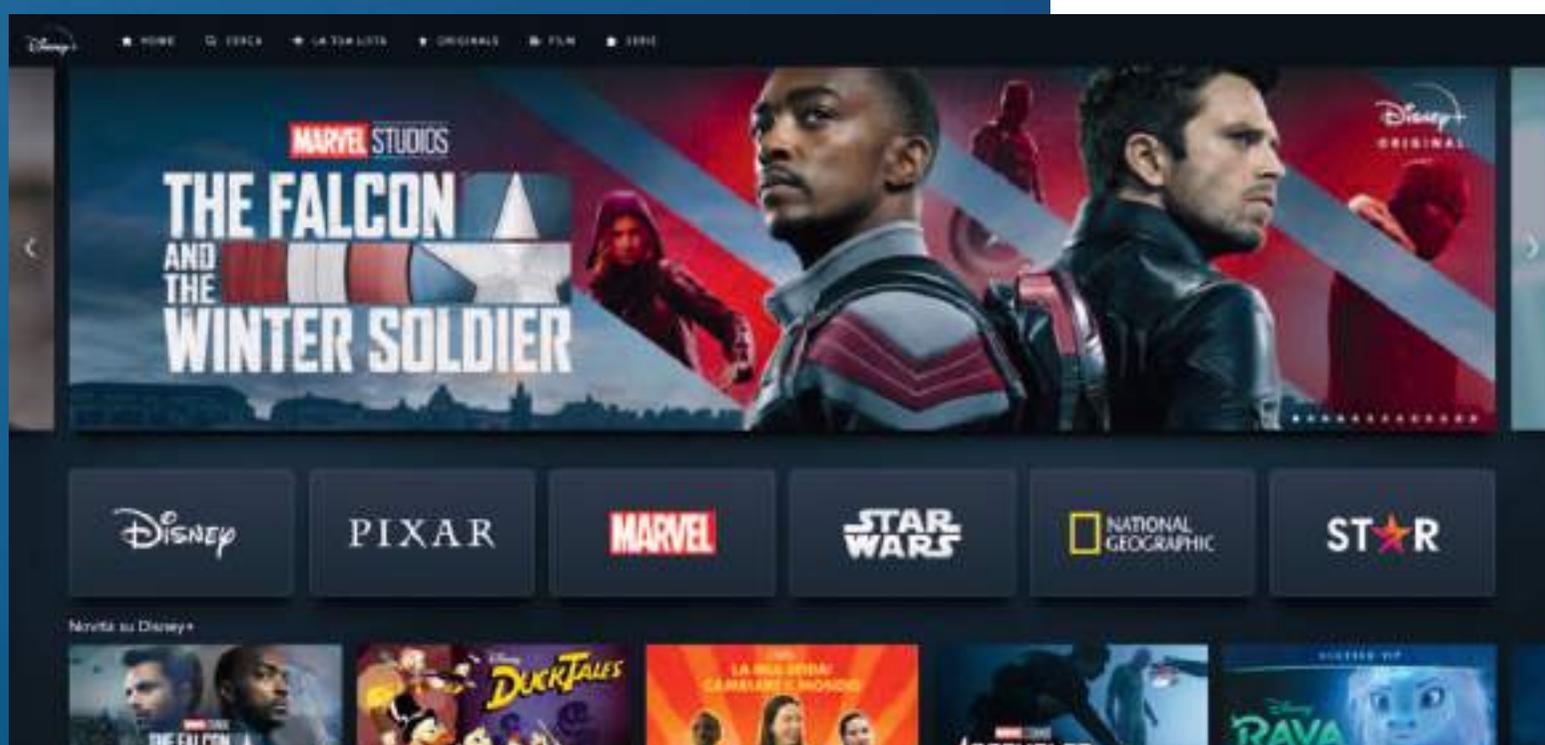
DIFFICILE EMERGERE

Le piattaforme sono sempre più trasversali, spalmate su servizi di operatori terzi, offrono contenuti selezionati in bundle con abbonamenti di altro genere, in sinergie commerciali che non sempre facilitano la vita allo spettatore. Solo in Italia, tra subscription e advertising vod, contiamo Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, Dazn, RaiPlay, MediasetPlay, Discovery+, Infinity, TimVision, Now, SkyGo (Sky tv e Chili tv non rientrano nello streaming, ma sono pur sempre servizi vod che spesso sussistono e competono con essi). E a febbraio è arrivato Hayu, la piattaforma di Nbc Universal dedicata ai reality di tutto il mondo, anche questa su abbonamento. Caso a parte per la tipologia di offerta è YouTube, «ma anch'esso», spiega Axel Fiacco, co-fondatore di CoffeeMug Media, società di produzione specializzata nei contenuti crossmediali, «si sta attrezzando sempre di più come un broadcaster

a tutti gli effetti, tanto che è stata recentemente istituita la posizione di Global Head of Original Contents». Per tutto il 2020 il parterre sembrerebbe essersi suddiviso su una logica di specializzazione, in realtà già superata dagli attuali modelli di consumo (diffusissimo l'uso contemporaneo di più display) in base al contenuto, almeno nei numeri: Chili e - molto distante - Prime Video per il cinema, Netflix e ancora Prime Video per le serie. Sempre Netflix, e soprattutto Disney+ con il lancio del segmento Star, si sono dimostrati i più sensibili alle logiche di parental control, con un'ambiente specifico per i minori. Le altre piattaforme giocano la partita sulla flessibilità dei pacchetti, e su target di tipo familiare e quindi contenuti per tutti i componenti e tutte le età, spettacoli, musica, reality ed eventi sportivi. Tuttavia, l'idea secondo cui "content is king" si scontrerà sempre più con una pluralità di declinazioni del contenuto stesso che rischia di diventare un handicap invece che un asset.

L'ABITO FA IL MONACO

Una ricerca di Alpha Networks del novembre scorso ("*The UI and the customer: editorialisation, personalisation and engagement*") identifica almeno altri due punti critici nella sfida all'ultimo utente, in cui il contenuto rientra >





solo marginalmente: l'homepage e l'interfaccia, ovvero la *user experience*. È indicativo che il 43% del campione intervistato sulla motivazione a rimanere con il suo provider svod metta sullo stesso piano l'interfaccia utente intuitiva con i contenuti proposti, e addirittura il 74% dichiara che è l'homepage della piattaforma – cioè la “vetrina” – a decidere il suo grado di engagement come abbonato. Non solo estetica accattivante, ma la capacità di guidare l'utente verso ciò che lo interessa, cosa che viene spesso demandata a una carrellata di proposte “ad personam” gestita da algoritmi non troppo efficaci, che risultano anche penalizzanti per i corposi (e costosi) cataloghi dei singoli player, difficilmente accessibili per altre vie. È invece proprio sulla personalizzazione *efficace* che si gioca la partita: delle opzioni di ricerca, delle strutture dei pacchetti, delle modalità di fruizio-

ne, insomma, di ogni aspetto che possa essere cucito su misura di utente. Pubblicità compresa: se un servizio su abbonamento non prevede interruzioni,



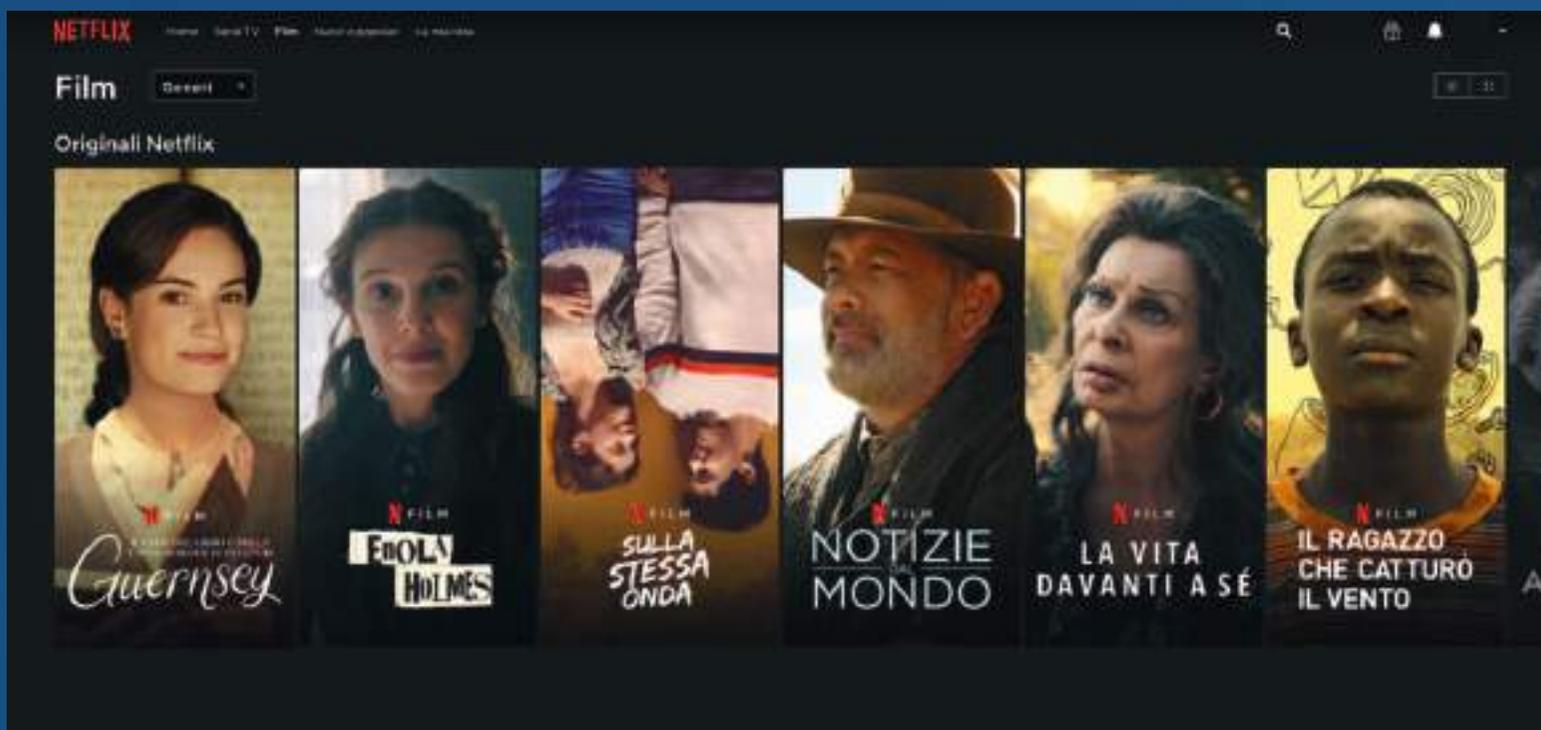
**NEL MERCATO
DELO STREAMING
VIDEO È CRUCIALE
CATTURARE
L'ATTENZIONE
STRILLANDO PIÙ FORTE
DEGLI ALTRI**

sponsor e investitori possono però trovare spazio nelle landing page dei singoli contenuti, e anche qui l'utente apprezza una proposta in linea con i suoi gusti e interessi (44% del campione): non ne è infastidito, al contrario diventa un valore aggiunto.

DOVE SI GIOCA LA PARTITA

Allargando lo sguardo al mondo del

lo streaming gratuito, si capisce come la competizione si faccia ancora più serrata. Con un aumento del 30% delle ore dedicate alla visione nel 2020, complice il lockdown, è un bottino ricco a tutto vantaggio del messaggio pubblicitario. Spiega Fiacco: «Secondo una recente analisi, quasi 200 milioni di americani utilizzano uno o più servizi avod su base mensile. Tra i competitors, Roku, forse il più diffuso marchio di lettori multimediali originali, ha comprato l'esclusiva di distribuzione di tutti i contenuti della defunta Quibi (una library che comprende 75 titoli originali, per un totale di circa 100 milioni di dollari) e ha lanciato The Roku Channel, canale gratuito che offre una gran varietà di generi, comprese news e contenuti sportivi. Plu-



IN EDICOLA C'E' BEST STREAMING



Con il nuovo anno, Duesse Communication (casa editrice di *Box Office*) ha lanciato una novità editoriale dedicata al mondo dell'on demand. Il mensile di cinema *Best Movie* si è arricchito, infatti, di un supplemento interamente dedicato alle piattaforme di intrattenimento online: *Best Streaming*, nato dall'esigenza di dare maggior voce all'offerta sempre più cospicua di prodotti, fruibili su smartphone, tablet o smart tv. La rivista si propone di accompagnare il lettore nella visione delle novità (in abbonamento, on demand o free) di piattaforme come Disney+, Netflix, Prime Video, RaiPlay, Infinity, Now, StarzPlay, Apple Tv+ e altri. Una sorta di guida tv 2.0 dove ognuno può costruire da solo la propria programmazione decidendo cosa vedere e quando, consultando i menù messi a disposizione dalle singole piattaforme.

to Tv, l'avod di ViacomCBS, dopo essere entrato in 24 Paesi di tre diversi continenti, sbarcherà quest'anno anche in Italia con contenuti esclusivi. C'è chi già parla del 2021 come l'anno dell'avod». Per lo svod è una partita persa in partenza dunque? Non proprio, ed è in questi momenti che sistemi più tradizionali e apparentemente obsoleti giocano la loro carta migliore nella partita della *discove-*

rability. Obiettivo: mostrarsi a potenziali nuovi abbonati e, all'interno del proprio ecosistema, garantire la possibilità di trovare quanti più contenuti interessanti al di là delle proposte dell'algoritmo. «I brand stanno investendo massicciamente in pubblicità tabellare classica sulle reti generaliste dei rispettivi Paesi, come è risultato evidente negli spot dell'ultimo *Sanremo*. Al contrario di quel che si so-

stiene, lo streaming a pagamento non va a sottrarre pubblico alle tv generaliste, bensì alle altre forme di pay tv (via cavo in particolare, ormai in caduta libera). Tuttavia, lo scontro tra le piattaforme si gioca sul tipo di servizi, sulle partnership e, soprattutto, sui grandi eventi. Netflix, ad esempio, in certi Paesi, per accrescere la propria base di utenti, ha aggiunto una sezione di 10 produzioni originali di pregio, e intanto sembra sia sul punto di stringere una partnership strategica con TikTok per conquistare il pubblico più giovane e rafforzare la propria presenza transmediale. Ma è sul terzo aspetto, ovvero i diritti sui grandi eventi, che sembrano concentrarsi le maggiori risorse finanziarie degli operatori. Amazon ha messo sul piatto un miliardo di dollari a stagione per disporre di una "significativa porzione" delle partite della NFL, la National Football League americana, e secondo alcune indiscrezioni, starebbe per fare lo stesso con altri sport». Per consolidare la propria posizione sul mercato risulta efficace migliorare l'esperienza di ciò che già si possiede. E anche qui vengono in aiuto strategie che molti davano per superate e che invece si rivelano evergreen sempre alla ribalta: i palinsesti. Se il troppo (contenuto) stropia, cambia trovarselo già organizzato in forme che consentono la libertà di una tv non lineare ma anche la socialità di una visione condivisa con altri utenti. **BO**

NEL SEGNO DI FILMING ITALY LOS ANGELES

SUCCESSO PER LA 6ª EDIZIONE DELL'EVENTO INTERNAZIONALE, REALIZZATO DA TIZIANA ROCCA E VALERIA RUMORI, CHE SI È SVOLTO PER IL 90% IN STREAMING. TANTI GLI ARTISTI - NAZIONALI E INTERNAZIONALI - E GLI OPERATORI DI SETTORE COINVOLTI, TRA CUI OLIVER STONE, CARLA GERINI, PAOLO DEL BROCCO, MARGHERITA BUY, MATTEO GARRONE, PIERA DETASSIS E ROBERTO STABILE

a cura di **Elena Scifi**

Giunto alla sesta edizione, l'appuntamento del Filming Italy Los Angeles si è confermato un ponte sempre più solido tra la cultura italiana e quella americana, sostenendo e promuovendo l'internazionalizzazione dei prodotti audiovisivi italiani. Un punto di riferimento che anche quest'anno non è venuto meno grazie agli sforzi congiunti del direttore generale e artistico Tiziana Rocca, con la sua Agnus Dei, e di Valeria Rumori, direttore dell'Istituto Italiano di Cultura Los Angeles, in collaborazione con APA e sotto gli auspici dell'Ambasciata d'Italia a Washington e del Consolato Generale d'Italia a Los Angeles. Un evento ibrido - per cause di forza maggiore - che si è svolto per il 90% in streaming. Tra i temi approfonditi in quest'edizione, i diritti umani, il futuro dei giovani, le pari opportunità con la valorizzazione delle donne nel mondo del cinema e la ripartenza della macchina cinematografica e televisiva dopo il lockdown. Nonostante le difficoltà, sono stati molti i talenti premiati in presenza, così come sono stati tantissimi gli artisti coinvolti durante il festival: Oliver Stone, che ha tenuto una masterclass sul suo ultimo libro, Matteo Garrone, vincitore del Filming Italy Best Movie Award per la re-

gia di *Pinocchio*, Claudia Gerini (Filming Italy Award e il premio speciale "Lazio Terra di Cinema", quest'ultimo consegnato dal dott. Albino Ruberti, capo di gabinetto della Regione Lazio, che ha presentato il bando Lazio Cinema International), Gabriele Salvatores (Filming Italy Los Angeles Best Documentary per *Fuori era primavera - Viaggio nell'Italia del lockdown*), John Turturro, Paola Cortellesi, Bella Thorne, Gianmarco Tognazzi, Giulio Base, Stefania Sandrelli, Sidney Sibilia, Alice Rohrwacher, Susanna Nicchiarelli, Winston Duke, Elena Sofia Ricci, Rocco Papaleo, Valentina Lodovini, Giovanni Veronesi e Harvey Keitel (presidente onorario della manifestazione). Carlo Verdone e Margherita Buy hanno ricevuto il prestigioso premio IIC Los Angeles Creativity Award, dedicato all'eccellenza italiana nel mondo in ogni settore creativo. Si aggiungono al lungo elenco di nomi anche altri artisti che hanno salutato e presentato i propri film al pubblico come Serena Rossi, Giampaolo Morelli, Valeria Golino, Giorgio Pasotti, Marco Bocci, Fabio De Luigi, Pietro Castellitto, i fratelli D'Innocenzo, Lillo, Andrea Delogu, Ginevra Elkann, Dimitri Capuani, Stefano Pistolini e Maria Pia Ammirati. Inoltre, Thierry Frémaux, direttore del Festival



Carlo Verdone e Tiziana Rocca, direttore generale e artistico del Filming Italy Los Angeles. L'attore e regista ha ricevuto il prestigioso premio IIC Los Angeles Creativity Award, dedicato all'eccellenza italiana nel mondo in ogni settore creativo

Margherita Buy con il premio IIC Los Angeles Creativity Award e Giovanni Veronesi con il Filming Italy Los Angeles Best Director per *Tutti per 1 - 1 per tutti*





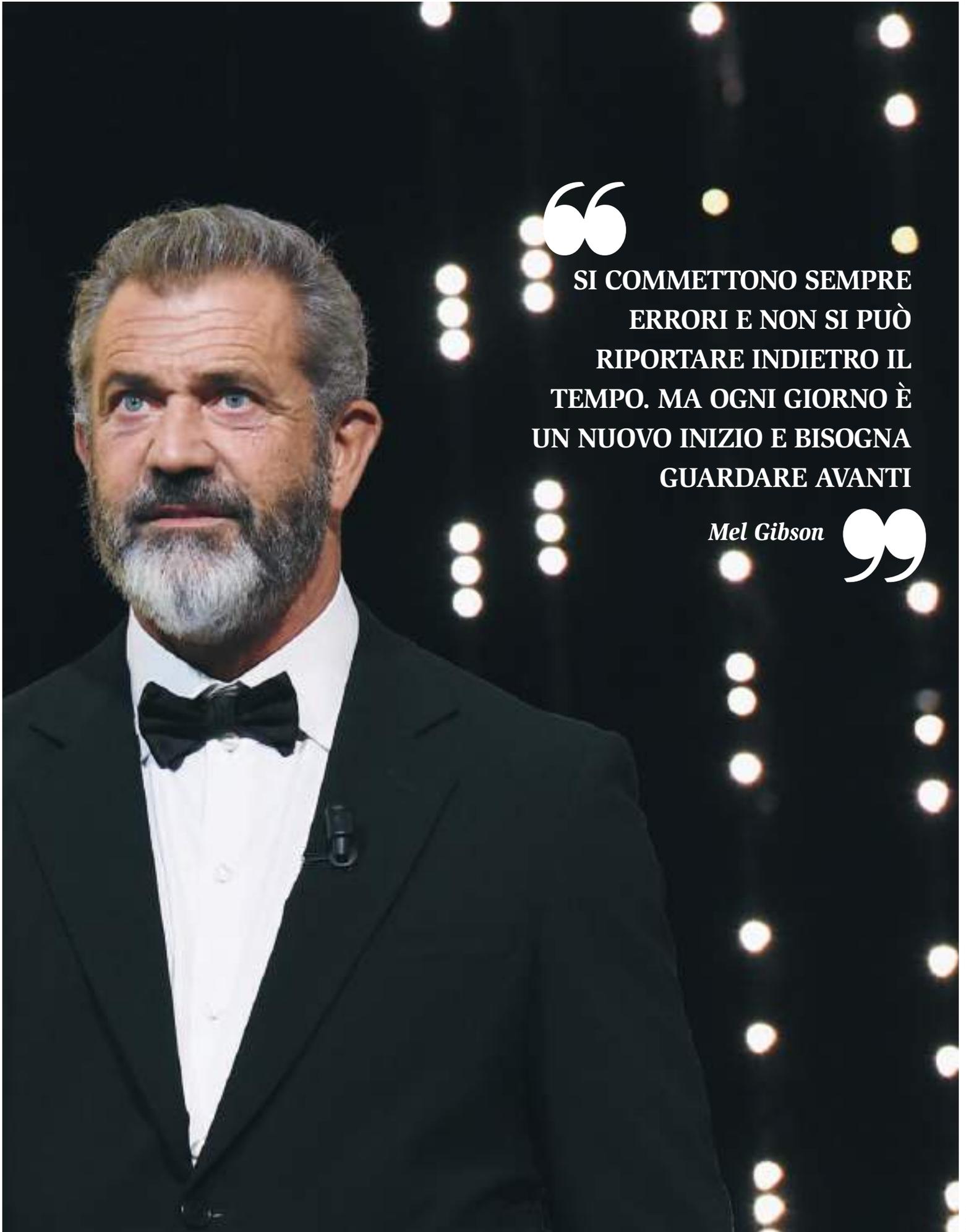
Sopra, Tiziana Rocca e Claudia Gerini con il premio speciale "Lazio Terra di Cinema", consegnato dal dott. Albino Ruberti (a destra), capo di gabinetto della regione Lazio

A sinistra, Valentina Lodovini con il premio Filming Italy Los Angeles Best Actress per *10 giorni con Babbo Natale*

di Cannes, per celebrare i 125 anni dalla nascita del cinema ha introdotto con un video speciale il film *Lumière! La scoperta del Cinema*. Ad arricchire il festival è stato poi il panel dal titolo "Film, fiction e documentari one off alla prova dello streaming. Da necessità a virtù: come si è integrata la strategia distributiva nell'era della pandemia e quali le conseguenze sulla creatività e sulla produzione cinematografica". Tra i partecipanti Paolo Del Brocco (ad Rai Cinema), Steven Gaydos (Vice President, Executive Editor di Variety), Francesco Bruni (presidente dell'Associazione 100Autori), Patrick Corcoran (Vice Presidente National Association of Theatre Owners), Giancarlo Leone (presidente APA), Mario Lorini (presidente Anec), Carlo Verdone, Roberto Stabile (Responsabile delle Relazioni Internazionali Anica), Piera Detassis (presidente e direttore artistico dell'Accademia del Cinema Italiano - Premi David di Donatello), con un video-messaggio di Nicola Borrelli (Direzione Generale Cinema Audiovisivo - Mic). E in occasione del 25 marzo, giornata ufficiale dedicata a Dante Alighieri, alcuni ospiti d'eccezioni hanno prestato la propria voce per alcune letture dantesche: Danny Huston, William Baldwin, Gina Lollobrigida, Michele Placido, Monica Guerritore, Claudia Gerini, Monica Bellucci e Salvatore Esposito. **BC**



Matteo Garrone si è aggiudicato il Filming Italy Best Movie Award per la regia di *Pinocchio*, votato dai lettori di *Best Movie*

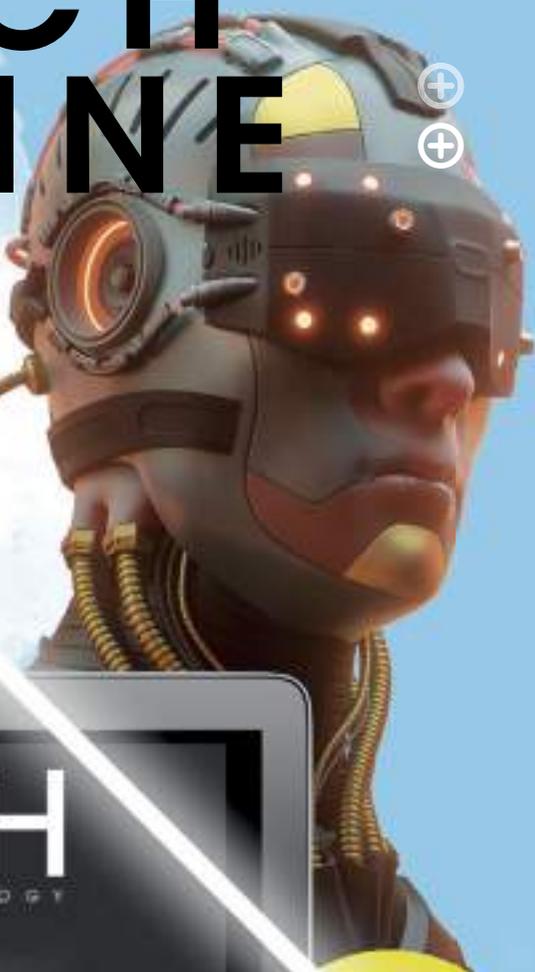


“
SI COMMITTONO SEMPRE
ERRORI E NON SI PUÒ
RIPORTARE INDIETRO IL
TEMPO. MA OGNI GIORNO È
UN NUOVO INIZIO E BISOGNA
GUARDARE AVANTI

Mel Gibson

”

YOU TECH MAGAZINE



EXPERIENCE TECHNOLOGY
LA RIVISTA MENSILE TOTALMENTE MULTIMEDIALE

È GRATIS!

Scaricala subito sul tuo device funziona
su tutti i dispositivi apple e android



ARMOSIA TAADAAA MAKINARIUM E RAI CINEMA PRESENTANO

A VOLTE I BAMBINI POSSONO ESSERE CRUDELI
LUI ERA IL PIÙ CRUDELE DI TUTTI

Cruel Peter

DAL 21 MAGGIO SU **Rai Play**