

Minerva

VIDEO INTERNATIONAL

Anno xxv n.6/7 - Giugno/Luglio 2019

Poste Italiane SpA
Spedizione in A.P. 70% DCB Roma
Euro 2,50

MINERVA PICTURES E RAI CINEMA PRESENTANO

MICHELE RIONDINO ALESSANDRO ROJA VIOLANTE PLACIDO SVEVA ALVITI MIRKO TROVATO
E CON IVANO MARESCOTTI CON LA PARTECIPAZIONE DI LIDIA VITALE CON LA PARTECIPAZIONE DI LIBERO DE RIENZO NEL RUOLO DI LEO



REGIA DI
ANTONELLO GRIMALDI

RESTIAMO AMICI

CHI TROVA UN AMICO PERDE UN TESORO...

MINERVA PICTURES E RAI CINEMA PRESENTANO RESTIAMO AMICI MICHELE RIONDINO ALESSANDRO ROJA VIOLANTE PLACIDO SVEVA ALVITI MIRKO TROVATO E CON IVANO MARESCOTTI CON LA PARTECIPAZIONE DI LIDIA VITALE
CON LA PARTECIPAZIONE DI LIBERO DE RIENZO NEL RUOLO DI LEO CAMILLA MARTINI ANNI BARROS GIOIA LIBARDONI DESIRÉE POPPER SOGGETTO VALTER LUPO RAFFAELLO FUSARO SCENEGGIATURA MARCO MARTINI RAFFAELLO FUSARO COSTUMI ROBERTO CONFORTI
SCENOGRAFIA WALTER CAPRARA MONTAGGIO ANGELO NICOLINI SUONO CARLO MISSIDENTI FOTOGRAFIA MAURA MORALES BERGMANN MUSICHE PIVIO E ALDO DE SCALZI TRATTO DAL ROMANZO DI BRUNO BUBBI "RESTIAMO AMICI" NEWTON COMPTON EDITORI PRODOTTO DA GIANLUCA CURTI
UNA PRODUZIONE MINERVA PICTURES CON RAI CINEMA IN COLLABORAZIONE CON TRENTINO FILM COMMISSION REGIA DI ANTONELLO GRIMALDI

DAL 4 LUGLIO AL CINEMA

segui su       

QUESTO FILM FA PARTE DI 

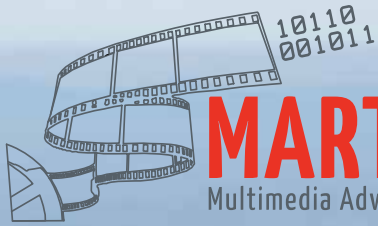
SCOPRI DI PIÙ SU WWW.MOVIE-MENT.IT



CINÉ
PROMETTE
UNA LUNGA
ESTATE

ESERCENTI
SGUARDO
NUOVO
IN SALA

SARDEGNA
DOVE IL
CARTOON
È DIGITAL



MART Cinema
Multimedia Advanced Resolution Technology



IX EDIZIONE
**GIORNATE
DI CINEMA**
RICCIONE 2019



 **TELESPAZIO**
a LEONARDO and THALES company



martcinema.com - filmadmin.it - cineadmin.com

Direttore Responsabile
PAOLO DI MAIRA
 paolo.dimaira@cinemaevideo.it

Redazione:
CAROLINA MANCINI
 carolina.mancini@cinemaevideo.it

Direzione, Redazione, Amministrazione
 Via Iacopo Nardi, 21
 50132 Firenze
 Tel/Fax 055-6141927
 info@cinemaevideo.it

Editore
IMPACT di Paolo Di Maira
 Via Iacopo Nardi 21
 50132 Firenze

Collaboratori:
 SILVIA ANGRISANI,
 ALFIO BASTIANCICH,
 ENZO CHIARULLO,
 GENEROSO D'AGNESE,
 MARTA FRANCESCHETTI,
 CHIARA GELATO,
 SUSANNA GIANANDREA,
 INGRID HAMMOND,
 ADRIANA MARMIROLI,
 MARCO MELE,
 CORINNA NESI,
 ANDREA ROCCO,
 HELEN SEALE,
 DOM SERAFINI,
 ALESSANDRO SIGNETTO,
 MONICA TASCIOTTI

Design:
 Studio GBS

Stampa:
 Grafiche Martinelli

Pubblicità:
 A.P.S. Advertising Srl
 Via Tor De' Schiavi, 355
 00171 Roma
 Tel: 0689015166
 Fax: 0689015167
 info@apsadvertising.it
 www.apsadvertising.it

Abbonamento Annuale:
 ITALIA Euro 15,00
 un numero: Euro 2,50
 Pagamento tramite Bonifico Bancario
 su CREVAL
 IBAN: IT31F052160280400000099388
 intestato a Impact di Paolo Di Maira

Iva assolta alla fonte dall'editore ai sensi dell'art. 74, 1 comma, lett. C, D.P.R. 26.10.1972 N.633 e successive modificazioni e integrazioni.
 La ricevuta di pagamento del conto corrente bancario è documento idoneo e sufficiente ad ogni effetto contabile.

Registrazione Tribunale di Firenze,
 n. 4425 del 11-11-1994



Associato all'USPI
 Unione Stampa Periodica Italiana

© Copyright - Editore Impact
 di Paolo Di Maira - Tutti i diritti riservati

www.cinemaevideo.it

PERIODICO PROFESSIONALE
 DELL'AUDIOVISIVO
 Anno XXV Numero 6/7
 Giugno/Luglio 2019

EDITORIALE/ L'AMBIENTE INTELLIGENTE

La nona edizione di Cinè si apre sotto i migliori auspici, con il progetto Moviemment che promette una lunga estate di cinema in sala, e con i numeri del botteghino che segnano un'inversione di tendenza rispetto al primo semestre dello scorso anno, finalmente col segno più: quasi il 5% d'incremento di pubblico (anche se la quota dei film italiani è scesa sotto il 20%), percentuale destinata a crescere nel prosieguo dell'anno.

Oltre i dati del settore, è interessante osservare come la convention diretta da Remigio Truocchio sia riuscita a integrarsi con il territorio, non solo offrendo una vetrina alle produzioni locali - la finestra "We make it happen", in apertura della manifestazione, è un'anteprima dei film sostenuti dal Fondo regionale - ma anche andando oltre l'ambito professionale, aprendosi al pubblico con una serie di iniziative collaterali, da "Cinecamp" a "Cinemax" alla recentissima Cine@donna. Queste giornate professionali chiudono un denso calendario di manifestazioni cinematografiche in regione: da Biografilm Festival, la manifestazione dedicata al bio pic, a "Il cinema ritrovato", evento che da più di trent'anni richiama a Bologna cinefili da tutto il mondo; "un dialogo sull'amour du cinema", lo definisce il suo creatore, Gian Luca Farinelli, che guida la Cineteca di Bologna, il potente motore di sogni del capoluogo emiliano, oltre che laboratorio d'eccellenza a livello internazionale.

Merita segnalare, in questo contesto, le anticipazioni di Farinelli circa l'avvio del restauro, nel prossimo ottobre, del Cinema Modernissimo in Piazza Maggiore a Bologna - un cinema sotterraneo che risale al 1915 - e la realizzazione di un nuovo archivio, che sarà realizzato all'interno di un vecchio parcheggio multipiano costruito ai tempi di Italia '90 e subito depredata e abbandonato. Sarà - secondo le parole del direttore della Cineteca di Bologna - un archivio molto avanzato, che prenderà esempio da quello della Disney, e accoglierà un laboratorio di restauro e una grande scuola dedicata al restauro del cinema.

Rimanendo in Emilia Romagna, nello scorso giugno è stata resa nota un'analisi sull'intelligenza artificiale presentata a "Research to Business, il Salone della Ricerca Industriale e delle Competenze per l'Innovazione" svoltosi a Bologna. Secondo la ricerca, tra il 2007 e il 2018, sono stati depositati, in Emilia-Romagna il 12,9% di tutti i brevetti italiani in materia di intelligenza artificiale, un dato che pone la regione al top in Italia insieme alla Lombardia (33%).

La regione si conferma, dunque, una delle regioni italiane più attive in tema innovazione e ricerca.

E' possibile associare questo dato con quanto accade nel cinema?

Per associazione torna alla mente il commento dell'assessore alla Cultura dell'Emilia Romagna Massimo Mezzetti ad un'altra ricerca, che evidenziava come l'Industria Culturale e Creativa avesse registrato, negli ultimi anni, un andamento anticiclico, segnando un aumento degli occupati molto superiore a quello della media regionale; l'indagine rivelava inoltre che tale incremento era trainato dal settore dello spettacolo.

Nell'intervista con Cinema & Video International dello scorso autunno l'assessore assegnava alle ICC un ruolo chiave nella crescita.

"La creatività - disse nell'intervista - investe trasversalmente anche settori non direttamente culturali, e contribuisce allo sviluppo di quei settori, perchè genera idee, cioè innovazione. Perciò l'industria creativa, che si colloca a fianco dell'industria manifatturiera, può influenzare e condizionare in termini di innovazione l'industria classica. In altre parole, può contribuire a costruire quell'ambiente intelligente dentro il quale anche l'industria tradizionale può trovare spunti, ricchezza per crescere e innovarsi".

Credo che i dati emersi dalla ricerca dello scorso giugno, quello sui brevetti italiani nel settore dell'intelligenza artificiale, posino un altro mattone nella costruzione di quello che Mezzetti ha definito "ambiente intelligente".

Credo inoltre che, anche se allo stato queste "connessioni" non superano la soglia di suggestioni giornalistiche, possa essere utile approfondire tali relazioni con strumenti adeguati.

L'Emilia Romagna è certamente un laboratorio ideale.

Paolo Di Maira



RICCIONE/ Si aprirà il 2 luglio la 9a edizione di Cinè, la convention estiva dell'industria cinematografica nazionale, in un clima di grande ottimismo per la ricca stagione estiva annunciata

L'ATTESA

● **Carolina Mancini**

Un'apertura esplosiva, è quella che promette **Remigio Truocchio** per **Ciné - Giornate di Cinema**, la manifestazione estiva dell'industria cinematografica nazionale, da lui prodotta e organizzata con Cineventi promossa e sostenuta da ANICA, in collaborazione con ANEC ed ANEM, che vedrà la sua IX edizione a Riccione, dal 2 al 5 luglio.

Un'edizione speciale, e diversa, quella di quest'anno, che già il presidente di ANICA **Francesco Rutelli**, durante la scorsa edizione del Festival di Cannes, aveva definito il 'momento clou' per **Moviement**, il progetto con cui ANICA, di concerto con tutte le categorie del settore, punta a creare un mercato estivo con un piano triennale che allinei l'Italia al resto del mondo. "Si respirerà un'aria di partenza, non di chiusura di stagione, come gli ultimi anni" promette Truocchio.

Già all'anteprima del primo film dell'estate, "Pets 2", avvenuta a Roma all'Adriano, **Richard Borg**, managing director di **Universal Pictures**, ha aperto la serata con l'annuncio di Moviement, e i presidenti delle associazioni di categoria hanno poi presentato il progetto. Assieme a loro c'era anche Truocchio, poiché Cinè è considerato come il collante fondamentale fra esercizio e distribuzione.

"É stato bello andare in sala a parlare di Moviement davanti ai bambini per convincerli a farsi portare al cinema al mare a vedere tutti i loro super eroi favoriti. - Racconta Truocchio. - Con il pubblico e le istituzioni abbiamo parlato già molto, ma Riccione è il luogo dove sensibilizzare il proprietario del cinema, che ha il trailer di Moviement in sala, ma a cui forse il progetto non è stato comunicato così tanto." Sarà questa la missione di Truocchio, che immagina di trovarsi davanti una platea di esercenti più entusiasti del solito, con i risultati al box office di "Toy Story" e "Aladin", e "Spider Man-Far from home" in arrivo nelle sale italiane dal 10 luglio con Sony Pictures Italia/Warner Bros. Pictures Italia. Entusiasmo condiviso e auspicato anche da **Luigi Lonigro**, presidente dei distributori di Anica, che sempre a Cannes aveva dichiarato: "affrontiamo l'estate 2019 in un momento magico perché siamo riusciti a recuperare il gap negativo dei primi 3 mesi dell'anno: da qualche giorno il mercato segna l' + 1,5%, e la speranza è di poter parlare, il 2 luglio, di una crescita a doppia cifra."

E il 2 luglio, a Riccione, gli appuntamenti si susseguiranno senza sosta. La mattinata vedrà l'avvio del **Trade Show**, l'area espositiva allestita al terzo piano del Palacongressi di Riccione per oltre 450 metri quadri, e sarà poi caratterizzata dalle attività di **Emilia Romagna Film Commission** (vedi articolo a pag. 5). "Sta crescendo collaborazione con la Film Commission, tramite la quale siamo partner ufficiale di una regione che mai come quest'anno ci sta supportando." Precisa Truocchio.

Nel primo pomeriggio il workshop: "Dallo smartphone alla sala - l'ap-proccio della generazione z al cinema", curato da **ZooCom**, e, a seguire, "Estate, la genesi di un progetto comune - i primi dati e gli sviluppi futuri", il tradizionale convegno curato da Box Office, in cui produttori, distributori ed esercenti di ANICA, ANEM e ANEC si confronteranno su un bilancio dei risultati del cinema d'estate.

Ad aprire le convention sarà **Warner**, seguita da **I Wonder Pictures**, che sarà ancora protagonista poi in chiusura di serata, con il party che ospiterà il concerto de Lo Stato Sociale, band protagonista del documentario "La Piazza della mia città" di Paolo Santamaria, che sarà proiettato in anteprima il giorno seguente, mercoledì 3 luglio.



L'anteprima del 2 luglio sarà invece la commedia musicale "Yesterday" di Danny Boyle, con Himesh Patel, Lily James, Kate McKinnon, targata **Universal Pictures**, preceduta da uno speciale cocktail di benvenuto, intitolato a Moviement.

01 Distribution aprirà con la sua convention la giornata di mercoledì 3 luglio, seguita nella mattina dalle presentazioni di **Koch Media** e **Vision Distribution**, che porterà come ospiti in sala, Alessandro Siani, Michela Andreozzi, Ilenia Pastorelli e Serena Rossi.

Nel pomeriggio, 'sfileranno' i listini **Walmyn**, **Distribuzione Indipendente**, **Wanted Cinema**, **Medusa**, **Notorious** e **Bim**, inframezzati da una presentazione di **Cinemmeccanica**, curata dal suo direttore commerciale e marketing Pier Carlo Ottoni. Tre le anteprime della serata: la commedia romantica di 01 Distribution, "Non succede... ma se succede", diretta da Jonathan Levine con protagonisti Seth Rogen e Charlize Theron, a cui si ispirerà anche la grande festa, sempre curata da 01 il mercoledì sera, che si svolgerà al Samsara. E ancora, il documentario sopraccitato "La Piazza della mia Città" e "The Rider" di Chloé Zhao, film drammatico scelto da Wanted per la riapertura della stagione, premiato a Cannes (Prix Art Cinema alla Quinzane des Réalisateurs) e miglior film per la National Society of Film Critics 2019.

Giovedì 4 luglio sarà invece il turno di **The Walt Disney Company Italia- Twenty Century Fox**, **Eagle Pictures**, **Adler** e **Altre Storie**, e, nel pomeriggio, di **Fiori di Sambuco**, **Movies Inspired**, **Rai Com**, **Europictures**, **M2**, **Lucky Red**, **Videa**, **Universal Pictures**. Seguirà l'anteprima della commedia brillante francese "Chi l'ha scritto? Il mistero Henri Pick" di Rémi Bezançon, con Fabrice Luchini e Camille Cottin, presentata da I Wonder, e quella di "Kursk" di Thomas Vinterberg, altra commedia, targata Videa, con Colin Firth, Léa Seydoux, Matthias Schoenaerts. E ancora, "La Partita", film drammatico distribuito da Europictures, diretto da Francesco Carnesecchi e interpretato da Francesco

EMILIA ROMAGNA
FILM COMMISSION/ANTEPRIME
DAL
TERRITORIO

“We make it happen: dal set allo schermo” un titolo che è una promessa mantenuta, e che riunisce sei lungometraggi di finzione, sostenuti dal fondo regionale per l'audiovisivo di **Emilia Romagna Film Commission**, terminati o nelle ultime fasi di lavorazione, che saranno presentati ai professionisti di Ciné, nella mattinata del 2 luglio, nell'ottica di potenziarne la capacità distributiva.

I film, di cui saranno proiettati i trailer, alla presenza di autori e produttori, sono: “Gli anni amari” (**L'altra Società Cooperativa**, con cui Andrea Adriatico rilegge gli anni '70 attraverso lo sguardo di Mario Mieli e la sua giovane vita, interrotta tragicamente a soli 30 anni), “Solo cose belle” di Kristian Gianfreda (**Coffe Time**), “Oltre la Bufera” di Marco Cassini (**Controluce**), che si concentra sull'ultimo periodo di vita di Don Minzoni, sacerdote antifascista di Argenta, nel ferrarese, trucidato il 23 agosto del 1943, “Se un giorno tornerai” di Marco Mazzieri (**Invisible Film**), “Il Caso Pantani” di Domenico Ciolfi (**Mr Arkadin**) e “Si muore solo da vivi” di Alberto Rizzi (**K+**), che racconta intimamente la comunità emiliana colpita dal sisma del 2012.

Alla presentazione seguirà, il Focus **Buio in sala: luci sulle città**, in cui verranno presentati i primi risultati di un'indagine sugli esercenti emiliano-romagnoli che **AGIS Emilia-Romagna e Osservatorio dello Spettacolo della Regione Emilia-Romagna** stanno realizzando in collaborazione con Emilia Romagna Film Commission, finalizzata a scoprire e valorizzare il mondo degli esercenti, tra difficoltà e buone pratiche.

“Ogni anno mettiamo circa 340 mila euro a disposizione per finanziare il premio di qualità per le sale. – spiega **Fabio Abagnato**, responsabile di Emilia Romagna Film Commission- Questa ricerca è finalizzata a conoscere più a fondo la realtà e le buone pratiche delle nostre sale, per migliorare il programma della convenzione triennale con AGIS e ACEC e orientare meglio i prossimi incentivi.” Emilia-Romagna Film Commission illustrerà inoltre la seconda chiamata 2019 dei bandi a sostegno delle produzioni Nazionali, Internazionali e Regionali, avviata il 1° luglio e aperta fino al 31 dello stesso mese.

La collaborazione fra la film commission e Ciné tocca anche Cinécamp, il programma riservato ai ragazzi: “l'anno scorso organizzammo per loro degli itinerari felliniani. Quest'anno vorremmo portarli a visitare uno dei set attivi in regione, o altrimenti, i laboratori di restauro della Cineteca”, rivela Abagnato.



Pannofino, Alberto Di Stasio, Giorgio Colangeli.

Giovedì sera, la festa di chiusura delle Giornate sarà **E- Strafactor**, curata da Eagle Pictures, dove alcuni esercenti, selezionati dopo aver precedentemente inviato provini, si sfideranno a colpi di canzoni sotto l'insindacabile giudizio di una giuria.

Tra gli altri eventi sociali di questa edizione così frizzante, anche una partita a basket fra distributori ed esercenti, quasi a rimarcare questo cambiamento di marcia in direzione di un maggiore spirito collaborativo, su cui il settore punta molto, come evidenzia Truocchio:

“Si sta creando un'unica filiera e spero che anche nelle manifestazioni che seguiranno Ciné si veda sempre di più questo superamento delle divisioni fra categorie innescato da Moviement. Stiamo assistendo ad un rinnovamento generale, con nuovi personaggi che stanno entrando, e ci auguriamo che quest'aria nuova non sia limitata solo all'estate.”

Completano il fitto programma delle Giornate, una serie di eventi offerti al pubblico riccionese, nell'ambito dei progetti di **CinéCamp** (il programma di eventi dedicato alla generazione under 16, realizzato in collaborazione con il Festival di Giffoni “sono iscritti quasi 200 bambini che faranno workshop, e parteciperanno alle Piccole Giornate Professionali. Una cosa nata per gioco e cresciuta sempre di più” commenta Truocchio), e **CinéMax**, grazie anche all'allestimento dell'**Arena in Piazzale Ceccarini**, in collaborazione con **Cineproject**, che ospiterà una rassegna cinematografica a cielo aperto.

Da segnalare, infine, **Cine@donna**, tre serate di cinema al femminile (dal 27 al 29 giugno) ideate in collaborazione con **Giometti Cinema**. Tre le testimonials, donne di cinema, di teatro e del mondo della cultura, che introducono, ogni sera, un film. Isabella Ferrari per “Una giusta causa” di Mimi Leder, Dori Ghezzi per “Bookclub-Tutto può succedere” di Bill Holderman, Lucia Ocone per “Donne sull'orlo di una crisi di nervi” di Pedro Almodóvar.

CINÉ
GIORNATE DI
CINEMA
CONVENTION
TRADE SHOW
02-05 PALAZZO
DEI CONGRESSI
LUGLIO 2019 RICCIONE
WWW.CINEGIORNATE.IT

ciné IX EDIZIONE
GIORNATE
DI CINEMA

In alto, da sinistra
e in senso orario:
“Non succede...ma
se succede” (01),
“Oltre la bufera”,
“La Partita”
(Europictures)
e “The Rider”
(Wanted)



ESERCENTI / La sala cinematografica deve sempre dividersi tra più esigenze: aumentare i ricavi (soprattutto oltre il prodotto film, spesso incerto) e comprimere i costi, investire sull'esperienza dello spettatore ma senza perdere di vista la redditività, migliorare la struttura ma scegliendo bene a chi rivolgersi. Sentiamo come alcuni esercenti, differenti per tipologia e ubicazione, lavorano su impianti digitali, poltrone e bar

SGUARDO NUOVO IN SALA

● Antonio Autieri

DIGITALE, CROCE E DELIZIA

È noto che i proiettori digitali siano ben diversi da quelli analogici. Se le prestazioni sono a vantaggio del digitale, che permette soluzioni una volta inimmaginabili, il ciclo di vita è molto più breve: in media: dopo 5 anni un proiettore digitale è ormai vecchio. Ma come ci si orienta sul mercato tra le varie offerte? Quali sono i criteri che orientano le scelte dei gestori?

Andrea Stratta da qualche mese è l'amministratore delegato di **Notorious Cinemas**, controllata di **Notorious Pictures**, che ha dato vita a un circuito partendo da Milano con il **Centro Sarca** (l'ex Skyline, al confine con Sesto San Giovanni); l'ambizione è strutturare un circuito italiano, rilevando altri cinema in Italia. Ma Stratta è stato anche a lungo a capo di Uci Italia: la sua esperienza è preziosa per una riflessione su cosa occorra per mantenere le sale all'altezza. «I grandi gruppi – esordisce Stratta – stringono accordi mondiali con vari fornitori: si fanno gare valutando tutti gli aspetti, dal prezzo alla qualità e all'assistenza; rispetto a un proiettore digitale, più che il risparmio è importante l'affidabilità. Fermare l'attività in un giorno del weekend può valere un 20% del costo di un proiettore nuovo». Anche l'esercente indipendente ragiona con criteri simili: «Si valuta con attenzione il costo di una macchina, ma anche l'assistenza. Nella nostra prima multisala a Milano ci siamo già trovati i proiettori, ma monitoriamo la situazione per essere pronti quando dovremo operare le prime sostituzioni. Faremo piccole gare, analizzando le varie proposte secondo i parametri citati. Senza escludere lampade e proiettori di seconda mano, in buona condizione, da multisale che chiudono. Anche per le lampade – la cui media è di 1000 ore di utilizzo – faremo una gara, e decideremo in base al rapporto costo/durata e ai tempi di consegna del prodotto».

Francesco Santalucia è proprietario, insieme ad altri soci, e gestore del **Multicinema Galleria a Bari**: «L'incubo di un esercente è che un proiettore digitale si blocchi: quelli meccanici si riparavano in qualche modo, anche sul momento o in poche ore. Ora è diverso: è vero che l'assistenza è h24, ma non sempre i problemi sono risolvibili in poche ore; in alcuni casi, per fortuna rari, si è verificato il blocco per alcuni giorni, lasciando ferma una sala. Se per esempio salta un server o una scheda, magari occorre un pezzo che arriva dall'estero o da altre città; e non è detto che una nuova scheda si trovi in fretta. Sono macchine molto più delicate, e come i computer o i cellulari sono necessari aggiornamenti tecnici. Devo però dire che, a fronte di alcune problematiche e della vita decisamente più breve,



Da sinistra: **Andrea Stratta**, **Francesco Santalucia** e **Walter Giacomazzi**.
Sopra: a destra, il **Multicinema Galleria di Bari**, a sinistra, l'**Astoria di Lerici**. Sotto, il **Cinema Cristallo a San Donà di Piave**

sono superiori i grandissimi vantaggi del digitale: dai contenuti alternativi alla possibilità di ottimizzare i vari film perfino durante la giornata, a seconda delle presenze nelle varie sale». Per Santalucia la parola chiave è assistenza: «Chi vende il proiettore propone anche questo servizio, che permette l'intervento rapido di tecnici specializzati. D'altronde non vedo grandi differenze di costi e prestazioni tra i vari proiettori, almeno per la tipologia che ci interessa: abbiamo schermi di dimensioni medie, per la nostra programmazione cerchiamo macchine affidabili. Abbiamo un contratto base con una società, che può intervenire direttamente o anche da remoto: è un sistema molto efficiente». Importante è anche la professionalità di chi lavora in un cinema: «Prima il proiezionista aveva compiti limitati; adesso chi governa i proiettori è un tecnico che conosce i problemi, può interloquire con l'assistenza. Quanto a futuri acquisti, al momento non sono all'orizzonte ma mi aggiorno comunque, tra informazioni fornite dalle aziende con cui lavoriamo e visite periodiche dei responsabili commerciali».

Silvano Andreini gestisce tre cinema tra Liguria e Toscana: il **Nuovo a La Spezia**, l'**Astoria a Lerici** (SP), e il **Nuovo Cinema Garibaldi a Carrara**, che d'estate diventano arene. «Ero passato al digitale senza una preparazione: mi sono affidato a una società che lavora con vari marchi e mi cura l'allestimento tecnico completo dei cinema; ci seguono da remoto e anche con interventi in emergenza, che capitano spesso anche se per fortuna non siamo mai andati "in panne". L'ultimo caso eclatante? Lo scorso anno, quando si bruciò la scheda di un proiettore in un'arena, a due ore dal debutto stagionale con "Dogman"... Ce la siamo vista brutta, in due ore non arriva una nuova scheda. Ma i tecnici che ci seguono hanno smontato una scheda dal proiettore di un altro cinema – grazie alla disponibilità di un collega – e risolto tutto». Anche le lampade possono essere un problema, «perché in alcune macchine bisogna smontare tutto e lo può fare solo un tecnico specializzato. Altre invece ne montano una seconda di riserva e hanno un sistema intui-



tivo, è come cambiare il toner a una fotocopiatrice. Ci sono macchine che permettono modifiche a distanza, come il controllo dei livelli di luminosità. Infine, è utile avere un'azienda seria che fa assistenza perché parla direttamente con chi ci invia i film via satellite».

Walter Giacomazzi gestisce con la sua **Cinemotion** tre cinema in Veneto per 7 schermi complessivi: il **Cristallo a San Donà di Piave (VE)** e il **Cinema Teatro Super a Valdagno (VI)**, entrambi con due schermi, e l'**Eden a Porto Viro (RO)**, a tre schermi. «Ho il digitale dal 2009, ho valutato sempre la performance dei proiettori in fatto di affidabilità: non ci sono particolari differenze per qualità dell'immagine, soprattutto se si hanno schermi di media grandezza; ovviamente con schermi giganteschi si cercano proiettori adatti a una grande spettacolarità. Per me è fondamentale avere una buona assistenza che eviti guai; ci appoggiamo a due società che trattano macchinari di varie aziende. Prioritaria è l'immediatezza dell'intervento, a qualunque ora. Peraltro abbiamo dipendenti che si sono specializzati, alcuni problemi si risolvono internamente». Per le lampade, «si guarda la qualità e la durata, magari si spende un po' di più ma alla fine il prezzo si giustifica. Abbiamo sistemi di allerta che ci avvisano quando si stanno consumando, sono poi le aziende a fornirci tempestivamente le nuove lampade».

PUNTARE SUL COMFORT

Oltre ai proiettori digitali, ci sono altri aspetti delicati da curare. Come le poltrone, soggette a logorio. È sempre Giacomazzi a spiegare che «facciamo pulizie approfondite ad anni alterni; per farle durare occorre opportuna manutenzione. Non è una priorità, abbiamo fatto l'ultimo investimento 5/6 anni fa: quando sarà il caso valuterò il rapporto qualità/prezzo di alcune aziende; bisogna puntare soprattutto sulla comodità, il pubblico chiede comfort».

Un aspetto importante anche per Santalucia: «Abbiamo rinnovato le sale un anno e mezzo fa, e per sicurezza abbiamo comprato 50 poltrone

in più. Ci troviamo molto bene con la società che ci fornisce, ma sul mercato mancano servizi periodici di manutenzione e di sostituzione delle poltrone rovinate (per esempio quando la stoffa si taglia). Avere poltrone di riserva è al momento l'unica soluzione. Inoltre ogni estate facciamo una pulizia generale». Perlustrare il mercato per cercare soluzioni economiche ha poco senso: «I prezzi dei vari modelli sono simili: con la società con cui lavoriamo da tempo c'è grande collaborazione e fiducia, è un'azienda che ci offre soluzioni economiche e flessibili, fornendoci sedute personalizzate, per colori (rosso e arancione: si sporcano di più ma danno un tono più allegro) e misure».

Un'occhiata in giro pensa invece di darla Andreini, quando sarà il momento di intervenire. «A Lerici le ha acquistate da poco il Comune che è proprietario del cinema; dovremmo cambiarle a La Spezia ma devo valutare, devo fare prima interventi proprio sul digitale. Quando sarà il caso, mi guarderò un po' in giro per scegliere un'azienda seria e affidabile più che il singolo modello o il prodotto più economico. Si deve valutare anche la possibilità di rigenerare la poltrona con il lavaggio del tessuto sfoderabile. Sull'acquisto, ci sono anche le occasioni del mercato dell'usato, dovuto ahimè ad alcune chiusure. Comunque conosciamo un paio di aziende, partiremo da queste». Quanto ai criteri, per una monosala è più importante cercare la comodità che l'estetica, «peraltro – ironizza Andreini – nei multiplex certe poltrone sembrano comode, poi ti avvicini e il colore scuro nasconde macchie, oppure si suda per le caratteristiche del tessuto, o il poggiatesta è rigido... A volte è più comoda una bella monosala».

Notorious Cinemas sta lavorando su un totale restyling della sua prima struttura: «Per le poltrone – spiega Stratta – ci siamo rivolti a una delle aziende principali, che conoscevamo bene, facendo realizzare una poltrona super customizzata, con modifiche a un modello esistente per adattarlo alle nostre misure. Anche in questo ambito meglio puntare su aziende conosciute, che garantiscono anche un'assistenza post vendita».

LA FONTE DI GUADAGNO

È noto che i cinema che presentano un bar o un'area food possano contare un'attività importante e redditizia. Spesso la principale, come spiega Giacomazzi: «Abbiamo il bar in tutti e tre i cinema, è l'unica vera fonte di guadagno... Operiamo un controllo di gestione ferreo, cercando di soddisfare il cliente ma senza perdere di vista l'obiettivo della redditività. Quindi puntiamo su quello che funziona: pop corn, bevande, caramelle sfuse, nachos. Avendo rapporti diretti con le aziende produttrici, possiamo ottenere condizioni migliori per sconti e termini di pagamento». Anche Notorious Cinemas punterà sempre di più sul bar, gestito direttamente nel cinema milanese: «Anche qui – spiega Stratta – soppesiamo le proposte dei vari fornitori in base alla qualità del prodotto, al servizio e alle condizioni commerciali. La grande concorrenza porta vantaggi: in un mercato italiano in cui Coca Cola ha una penetrazione del 95%, Pepsi ha una quota importante nel settore grazie ai suoi prezzi. Il bar è una grande opportunità, può pesare anche il 20-25%. Con la nostra gestione, da marzo a oggi, siamo riusciti a incrementare i ricavi del 30%, ampliando soprattutto l'offerta. Ma con la ristrutturazione possiamo fare ancora di più».

Ovviamente ogni cinema fa storia a sé. «Noi abbiamo il bar solo a La Spezia» racconta Andreini. «Un bar classico, con il poc corn ma senza esagerare (a molti l'odore dà fastidio), con snack, dolce, caramelle, cioccolatini o biscotti di marca, merende biologiche. Sono prodotti di qualità, quindi più costosi: la nostra è un'attività meno redditizia che altrove, ma anche il bar è importante nell'offerta di una sala come il Nuovo; serve a fornire un servizio, ma in sintonia con l'immagine del cinema». Per un'area food importante occorrono anche spazi adeguati: «Il Galleria – spiega Santalucia – nasceva da una monosala, gli spazi erano ridotti, il bar di conseguenza è un po' "costretto" e ne risente l'offerta. Ma con una programmazione che propone anche film di qualità per un pubblico over 50, i numeri – che si fanno ovunque su pochi prodotti – sono più bassi rispetto ai multiplex. Stiamo facendo alcuni tentativi, con accordi specifici per prodotti ad hoc come snack alla frutta e alla verdura. E abbiamo aperto accanto al cinema una toasteria per offrire un servizio in più. Comunque siamo contenti: il bar apporta un utile importante in più al bilancio, infatti abbiamo deciso di gestirlo direttamente».



MART CINEMA/ Intervista con Michele Rinelli

DAL SATELLITE ALLO SCHERMO

Dalla realtà di Telespazio, joint venture tra Leonardo (67%) e Thales (33%) all'avanguardia nel campo delle comunicazioni satellitari e nei servizi spaziali (2500 dipendenti, varie sedi nel mondo e quartier generale a Roma), è nato il progetto MART Cinema, risultato della collaborazione con il partner Cedas, società attiva nel settore cinematografico con vari servizi per le sale. Una piattaforma tecnologica, a copertura europea, per la trasmissione via satellite di contenuti digitali dedicata al cinema, utilizzando un'architettura a banda larga bidirezionale. «Telespazio ha concepito MART Cinema come una rete Intranet al servizio del cinema» spiega Michele Rinelli, responsabile Telespazio per il mercato Italia, permettendo di fatto lo sviluppo di servizi redditizi per distributori ed esercenti. MART Cinema è una soluzione non solo di trasporto, ma anche gestionale, in quanto permette al distributore di organizzare tutta la fase di content delivery, compreso il rilascio delle KDM».

Dal Centro Spaziale del Fucino (in Abruzzo), dove risiede la piattaforma, si trasferiscono in modalità multicast i file digitali alle sale cinematografiche digitalizzate e attrezzate per la ricezione via satellite, cui vengono concessi gli impianti in comodato d'uso, «un grande investimento – chiarisce Rinelli – necessario per aprire il mercato a questa grande innovazione. L'esercente, per noi un cliente non pagante, ha l'unico impegno di avere cura dell'impianto perché non ci siano danni di qualsiasi tipo. La transazione commerciale avviene con i distributori». A entrambi i soggetti si garantisce un'offerta tecnica ottimale: «Il trasferimento garantisce l'integrità dei contenuti e la protezione contro i rischi di contraffazione e pirateria grazie alla tecnologia bidirezionale già utilizzata da Telespazio, per la clientela corporate e istituzionale. La rete distributiva satellitare è composta da sistemi e

applicazioni in grado di fornire il trasferimento dei contenuti – ovviamente, in formato DCP in base alle specifiche DCI (Digital Cinema Initiatives) – in modo affidabile e sicuro altamente automatizzato verso tutti i siti che possiedono il nostro sistema. La piattaforma MART Cinema consente infatti un controllo e una gestione centralizzata dei trasferimenti, con limitato coinvolgimento da parte del personale delle sale. Il satellite utilizzato fornisce una copertura completa su tutte le regioni italiane, garantendo uniformità di fruizione di servizio». Un altro importante vantaggio della piattaforma è che i contenuti viaggiano e sono memorizzati sempre in modo criptato. «Una chiave, diversa per ogni server e per ogni DCP, assicura l'impossibilità di duplicazione dei DCP stessi, mettendo al riparo il distributore da potenziali attacchi di pirateria informatica. La stessa chiave generata inoltre non è mai memorizzata localmente sui server dei sistemi periferici, ma gestita solo attraverso algoritmi proprietari specifici appositamente implementati per la piattaforma».

Il Centro Spaziale del Fucino conserva e protegge tutto il materiale ricevuto in formato elettronico o fisico (hard disk) con altissimi livelli di sicurezza, grazie ai sistemi logistici ed informatici presenti in stazione (il sito abruzzese è presidiato da personale militare con rigidissimi controlli). Inoltre Telespazio garantisce il servizio anche in caso di default: «Se l'invio non andasse a buon fine (per un problema tecnico o per seri fattori meteorologici) garantiamo comunque la consegna grazie ad un servizio di backup fisico dei DCP», conclude Rinelli.

Quanto ai tempi, la società garantisce che questi contenuti siano disponibili presso le strutture della rete 24 ore prima della data di programmazione nelle sale. I DCP trasmessi sono inoltre mantenuti sui server per un periodo di alcuni mesi e resi disponibili agli esercenti per il download, su richiesta specifica del distributore interessato. Infine, è assicurata un'offerta personalizzata a ogni distributore, in base alle richieste di invio dal punto di vista tecnico o anche di rapporto commerciale con gli esercenti di riferimento. L'attività, partita solo dal 2015, può già contare su impianti installati in 670 cinema per circa duemila schermi, tra cui i circuiti Uci e The Space. Mentre tra i distributori, sono oltre cinquanta quelli in attività con MART Cinema, di cui alcuni in esclusiva.

A fianco: gli impianti MART Cinema presso il Centro Spaziale del Fucino, e, a destra, gli studi di Reel One a Roma. In alto, da sinistra, Michele Rinelli, Gianni Vittori e, nella pagina accanto, Valentina Vezzoli



REEL ONE/ Intervista con Gianni Vittori

TRA POST PRODUZIONE E SALA

La società è stata fondata nel 2018, ma la sua storia parte da lontano. Reel One, guidata da Gianni Vittori, è nata per dare risposte alle aziende audiovisive in una fase di continua trasformazione tecnologica. All'origine di questa storia c'è Luciano Vittori, che dagli anni 50 lavorava per conto terzi su lavorazione titoli e poi creò in proprio un laboratorio di sviluppo e stampa, in cui ha mosso i primi passi anche Gianni Vittori. Poi nel 1989 la società fu ceduta, ma prima ancora era stata aperta una postproduzione video, nella zona di Cinecittà. Infine, la scelta di Gianni Vittori di aprire un anno fa Reel One nel quartiere Prati, per essere più vicini ai propri clienti, con l'esperienza acquisita in oltre 40 anni e la capacità di essere sempre aggiornati. «Le attività principali sono due: la postproduzione e l'edizione dei film esteri che arriva fino alla consegna del dcp alle sale».

Partiamo dalla postproduzione di un film, per il cinema o per la tv, che viene seguito lungo tutta la lavorazione: dai giornalieri ricevuti e convertiti in file leggeri per il montaggio, al successivo conforming alla qualità originaria del girato, e poi la correzione colore, gli eventuali effetti, l'assemblaggio dell'audio che arriva da altri laboratori, infine la preparazione



della "copia" definitiva secondo le specifiche dei broadcaster TV o dei distributori cinematografici. Davvero tutta la lavorazione, dal set alla consegna.

«Il lavoro per la produzione – spiega Vittori – è il nostro core business, copre il 70% del fatturato. Ma è importante anche il lavoro per le sale, con i dcp: i nostri clienti, ovvero i distributori, ci mandano il film nel formato Dcp che noi apriamo per esportare il video da mandare alle società che fanno il doppiaggio, poi eseguiamo lavori di titolazione e sottotitolazione.

Quindi, ricevuti i file doppiati, "reimpacchettiamo" il tutto nel dcp pronto per portare il film nei cinema, sia che avvenga attraverso la consegna "fisica" dell'hard disk sia che avvenga via satellite: tecnologia su cui noi siamo coinvolti in MART Cinema, attraverso la partnership con Telespazio e C.E.D.A.S.; noi gestiamo la lavorazione dei contenuti, che poi inviamo ai nostri partner per l'invio satellitare».

Reel One non teme affatto questa evoluzione, che smaterializza il prodotto e supera i problemi di consegna soprattutto dove le distanze rendono il processo lungo e complesso; le spedizioni sono semplici nelle grandi città ma molto meno nei luoghi isolati (come isole o luoghi di montagna), una volta inviato il dcp all'agenzia l'esercente deve ritirarlo o farselo consegnare. Con il satellite si supera tutto ciò: «Anche i trailer, non vengono più consegnati su chiavette ma si possono scaricare dal sito MART Cinema. Si eliminano il più possibile la parte hardware e le spese di spedizione».

Il lavoro per Reel One non diminuisce quindi, anzi: «I laboratori in effetti hanno visto calare un certo tipo di lavoro, perdendo la massiva duplicazione di dcp, ma è un supporto che ha alti costi di base (pensiamo solo alle migliaia di dischi utilizzati) e bassi margini.

Oggi la tecnologia satellitare raggiunge un numero sempre più vasto di cinema: possiamo solo migliorare la distribuzione, con vantaggi per tutti».

Reel One lavora anche su generazione delle kdm e assistenza agli esercenti in questo segmento di attività: «Abbiamo un database aggiornato continuamente collegato con il sistema contabile di C.E.D.A.S., generiamo le chiavi in accordo con i distributori, assicuriamo un'assistenza h24: siamo sempre disponibili a rispondere e a risolvere eventuali problemi».



POPZ /
Intervista con Valentina Vezzoli

VISIONE CON LO SNACK

All'origine di **Popz** c'è un pioniere: lo statunitense **James D. Watkins**, considerato a tutti gli effetti un pioniere del popcorn per microonde. La Holding Popz è controllata proprio da Watkins, che fondò la sua prima azienda nel 1971: Golden Valley Foods. Dalla grande esperienza che ne derivò in seguito nacque la volontà di promuovere il popcorn per microonde dagli USA al resto del mondo: così è poi nata POPZ, diventata nel tempo una realtà importante, con stabilimenti in tre continenti e una particolare forte presenza in Europa, dove è ora brand leader. Molto forte anche nel nostro Paese, come ci spiega **Valentina Vezzoli**, responsabile marketing dell'azienda in Italia: «Popcorn e cinema sono un matrimonio di lunga data, da qui l'approdo del marchio e dell'azienda nel settore. La realtà Popz in Italia vanta oggi un sito produttivo per la produzione di popcorn scoppiato (sia a marchio POPZ e che a marca privata) e tre divisioni indipendenti di vendita specializzate nei canali Retail, Movie Theatre e Canali Speciali».

In Italia la vendita del pop corn e di altri snack nelle sale cinematografiche è principalmente affidata a **Food Products International**, che con il marchio Popz da anni si occupa di promuovere tali prodotti nel canale cinema, attivi-

tà che vale il 20% del fatturato totale aziendale. «Come noto, il consumo cinema è legato al box office e può subire forti variazioni di anno in anno in base alle uscite dei film. Il trend di mercato è comunque in forte espansione, grazie alla continua promozione di nuovi prodotti e all'importante lavoro di marchi come Popz, che svolge un importante ruolo per trainare i consumi abituali e per avvicinare nuovi consumatori a questo affascinante mondo. Il mercato degli snack in generale è in espansione, soprattutto i popcorn, che nel cinema ed ora anche a casa fanno parte integrante della visione di un "film". Per quanto riguarda il consumo a casa negli ultimi tempi abbiamo assistito ad una grande crescita, che proseguirà anche quest'anno, grazie al nuovo modo di fruire i contenuti in forma, digitale, con film ed intrattenimento disponibili on demand. D'altro canto, i consumi cinema guidano le tendenze ed i futuri consumi domestici. Sono però strettamente legati alle uscite dei nuovi film, che non sempre hanno prodotti validi incidendo così, anche se con meno flessione, sul consumo bar».

L'azienda non si limita ovviamente a produrre e a commercializzare il pop corn salato classico, ma propone sul mercato continue e originali varianti: «Negli anni precedenti – racconta Vezzoli – ci siamo concentrati sul mercato del popcorn dolce di produzione artigianale, sviluppando ricette innovative nel gusto e nell'attenzione alla salute, con ingredienti naturali (privi di aromi artificiali). Sono così nati Fragola e Lampone, Sweet & Salty e Sweet Cacao, Caffè e Mokaccino Dek. Per il 2019 stiamo invece testando nuovi prodotti salati: vogliamo diversificare la gamma Potato Chipz Artigianali con nuovi gusti ed apportare alcuni aggiornamenti alla ricetta Popz Popcorn al formaggio».

Nel rapporto con le sale cinematografiche, però, non c'è solo l'offerta di un "buon prodotto", ma anche serietà e rigosità di processi produttivi: «Dietro al popcorn, un prodotto apparentemente semplice» spiega ancora la responsabile marketing, «c'è una tecnologia avanzata. Il nostro gruppo, grazie ad una lunga esperienza nel campo, ha le competenze per garantire qualità e servizio all'interno di una categoria che esige una profonda conoscenza del prodotto in tutti i suoi aspetti. Il processo produttivo nel suo complesso è verificato anche da enti esterni di certificazione, che periodicamente effettuano visite di monitoraggio».

Le interviste sono state realizzate da Antonio Autieri





IN RICORDO DI PIETRO COCCIA

● Era l'uomo più generoso che abbia mai conosciuto Pietro. Lui era il cinema, e non solo. Ma a questo Cinè, di cui era presenza immancabile, come agli altri numerosi eventi che aveva in agenda, non ci sarà con la sua attrezzatura pesantissima e la sua mole imponente ma ultimamente assai debole. Allo scorso Cannes, nonostante fosse «stanco e malandato», come mi scrisse in uno degli sms – ostinatamente non si è mai piegato a whatsapp, Instagram o altri social – ha realizzato lo scatto “perfetto”: quella foto di Lina Wertmüller presa per mano da Leonardo DiCaprio pochi giorni prima dell'annuncio dell'Oscar alla carriera, regalata a tutti. Poi domenica 2 giugno se n'è andato per sempre, e tutti quegli aerei e treni che prendeva in continuazione non lo vedranno più.

Spesso prenotava con super anticipo per risparmiare ma poi tornava con una borsa di regali per tutti. E di notte, subito dopo la fine dell'ennesimo evento, si metteva al computer con la sua Coca Cola Zero a mandare foto non solo alle agenzie, testate e società con le quali collaborava – una su tutte, Rai Cinema – ma anche a tutti gli amici che aveva fotografato. Pietro conosceva tutti. O meglio, tutti conoscevano Pietro, sia a livello nazionale che internazionale. A testimonianza il volume di messaggi di cordoglio arrivati appena saputo della sua scomparsa, la quantità di articoli pubblicati.

La notizia della sua morte è una di quelle notizie che non avrei mai immaginato di dover dare.

Ma sono sicura che a Pietro avrebbe fatto un piacere enorme una rassegna stampa così corposa, essere in così tanti a omaggiarlo. Perché a lui bastava questo: l'amicizia, un grazie, un segno di riconoscenza per tutto quello che faceva in modo completamente disinteressato. A tutti mancherà moltissimo, non solo per le sue foto ma perché ci mancherà la sua anima bella e generosa, le sue battute sagaci e improvvise, la sua educazione d'altri tempi. La sua cultura, la sua curiosità. Non riesco ad immaginare un festival senza di lui. Se n'è andato troppo presto un grande amico, non solo il più noto fotoreporter del cinema italiano.

Monica Tasciotti



Qui sopra, Luca Milano, direttore di Rai Ragazzi: ad Anney ha annunciato un riposizionamento di Rai Gulp dal prossimo autunno

ANNEY/ LE MAJOR NEL FAR EAST

● Monica Tasciotti

Se il Giappone era il paese ospite della 43a edizione del Festival di animazione di Anney che si è chiusa con numeri record lo scorso 15 giugno – oltre 12mila accreditati e più di 4mila al mercato da 82 paesi con +9% rispetto allo scorso anno – è la Cina il paese emergente. Una sfilza di film destinati al pubblico internazionale sono in produzione nella “Terra di mezzo”, a partire da “Il Piccolo Yeti”, in uscita il 3 ottobre, coproduzione **DreamWorks Animation** con il cinese **Pearl Studio**, scritto e diretto da Jill Culton, di cui si sono viste le prime immagini. Un viaggio ambientato ai nostri giorni da Shanghai all'Everest dove per la prima volta in un film mainstream protagonista è una famiglia cinese. La vera hit dello studio americano sarà però “Trolls World Tour” di Walt Dohrn, del quale lo stesso regista ha offerto i primi dieci minuti ancora in lavorazione del sequel di “Trolls”, un compendio animato di brani famosissimi di sei generi musicali. “Faremo film in tutto il mondo, non solo in Cina”, ha annunciato **Kristine Belson**, presidente **Sony Pictures Animation**, che sta cercando studi con i quali siglare partnership dalla Spagna alla Francia, dall'India al Brasile, fino all'Indonesia e Zimbabwe (Italia non pervenuta). Tra i film già in produzione Sony, due firmati Genndy Tartakovsky: “Fixed”, comedy su un cane che sta per essere castrato e l'action movie “Black Night”. Per **Alternative Animation**, nuova iniziativa Sony che produrrà sia film che serie tv, “Hungry Ghosts”, serie ani-

mata dalla graphic novel del prematuramente scomparso chef, scrittore e documentarista Anthony Bourdain, ispirata a delle leggende giapponesi. Una grande animazione poi, riporterà in auge i “Looney Tunes Cartoons” della Warner Bros. con oltre 200 nuovi corti. Quanto alla Disney, apprezzatissimi sono stati tre dei 20 cortometraggi dello Short Circuit, il programma sperimentale degli studios per dare voce ai talenti interni e foraggiare il nuovo servizio streaming **Disney +** dove saranno disponibili dalla primavera 2020 negli Usa. Sempre per Disney + è poi in produzione una nuova serie tv con la coppia di scoiattoli più famosa al mondo. “Cip e Ciop” è stato uno dei titoli più lodati della line-up, sviluppato dal team londinese della Walt Disney in coproduzione con **Xilam** di Parigi di **Marc du Pontavice**. Una carriera quella del produttore francese, coronata quest'anno dai premi per il migliore lungometraggio e del pubblico per “J'ai perdu mon corps” di Jérémy Clapin, film su una mano alla ricerca del suo corpo. Soggetto arduo, già vincitore della Settimana della Critica e acquistato da Netflix (che ha offerto una fastosa festa a tema natalizio per “Klaus” di Sergio Pablos, co-creatore di “Cattivissimo Me”) uno dei film più originali e creativi mai visti, meritato vincitore del Cristal al quale concorreva anche la meraviglia pittorica de “La famosa invasione degli orsi in Sicilia” di Lorenzo Mattotti, in uscita con Bim entro l'anno.

Da Anney nessun italiano è tornato con un premio, ma lo special tv sulla Shoah prodotto da **Rai Ragazzi** e **Larcadarte** “La stella di Andra e Tati” di Rosalba Vitellaro e Alessandro Belli, in selezione fra i Film TV, negli stessi giorni ha però vinto un prestigioso Rockie Award al **Banff World Media Festival in Canada**, quale miglior produzione in animazione per bambini e ragazzi. **Luca Milano**, direttore di Rai Ragazzi, ha poi annunciato un riposizionamento di **Rai Gulp** dal prossimo autunno. Appuntamento a Anney dal 15 al 20 giugno 2020 per il 60° anniversario del festival, dedicato all'animazione africana.



Sopra, Lucia Borgonzoni. A sinistra, un'immagine del Coproduction Forum Italia-Cina di Cannes

INTERNAZIONALIZZAZIONE 1/

CINA SEMPRE PIÙ VICINA

L'industria cinematografica cinese ha fatto passi da gigante negli ultimi dieci anni: si è passati da 4000 a 60 mila schermi, da quasi 600 milioni a quasi 2 miliardi di dollari al Box Office, da 400 a 900 film usciti al cinema: "sono estremamente orgoglioso di vedere tanti filmmaker cinesi sulla scena internazionale qui a Cannes, una vetrina che permette che la cultura e il lifestyle della Cina arrivino nel resto del mondo". Ha dichiarato **Miao Xiaotian**, presidente della **China Film Coproduction Corporation**, in apertura del **Coproduction Forum** che si è tenuto lo scorso maggio al Festival di Cannes, organizzato da **CFCC** e **ANICA**, e alla presenza di produttori asiatici e europei, fra i quali l'italiana **Francesca Cima**, produttrice di **Indigo Film** e presidente dei produttori di Anica. "Con Indigo Film, fra l'altro, abbiamo avviato un dialogo per una possibile coproduzione futura" ha rivelato a Cinema&Video International Xiaotian. "Con i colleghi di MiSE e MiBAC sosteniamo

fermamente l'idea che la cooperazione culturale è la base per stabilire migliori relazioni commerciali", ha dichiarato il **Sottosegretario al Ministero dello Sviluppo Economico Michele Geraci**, intervenuto al Forum: "Recentemente abbiamo firmato l'accordo su *La Via della Seta*, che non solo mette in connessione le merci, ma anche la cultura. Abbiamo molti incentivi diretti alle produzioni internazionali, perché proprio attraverso la presenza delle produzioni cinematografiche possiamo promuovere anche quelle aeree del nostro paese che sono meno conosciute e sviluppate, economicamente e turisticamente." "Abbiamo molte idee per avvicinare il mercato italiano e quello cinese, - ha proseguito **Roberto Stabile**, responsabile del dipartimento internazionale dell'Anica, - e molte iniziative, organizzate con MiBAC MiSE e CFCC. Saremo al Shanghai Film Festival, dove presenteremo i nostri incentivi, con il Ministro della Cultura, e il **Programma Ibermedia**, di cui da qualche anno l'Italia è entrata a far parte: un mondo di possibilità ulteriori da scoprire per i nostri partner cinesi. Inoltre, con tutta probabilità porteremo con noi una delegazione cinese in un importante mercato invernale in America Latina. Organizzeremo poi un grande Focus sulla Cina a Venezia, dove inviteremo anche produttori giapponesi e americani, poi sarà la

volta del Silk Road Film Festival e ancora dell' Hainan Film Festival in Cina: saremo presenti in ogni occasione."

"Con lo sviluppo della nostra industria cinematografica, stiamo creando le migliori condizioni per favorire le coproduzioni con il resto del mondo, - ha proseguito Xiaotian, - creando anche facilities e servizi per le produzioni estere, come i **Wanda Quingdao Studios**, dove Warner Brothers ha girato recentemente "Pacific Rim", con grande soddisfazione.

C'è anche sempre maggior spazio per distribuire titoli stranieri in Cina, considerato che i primi tre titoli al Box Office di quest'anno, che hanno totalizzato circa 2 miliardi complessivamente, sono coproduzioni con l'estero."

INTERNAZIONALIZZAZIONE 2/

DAL BRASILE AL GIAPPONE

Non solo Cina, ma anche Brasile e Giappone nelle azioni del MiBAC. Nel corso di un incontro con **AN-CINE**, l'agenzia nazionale di cinema brasiliana, lo scorso 18 giugno, il sottosegretario alla Cultura, **Lucia Borgonzoni**, ha dato la disponibilità italiana allo stanziamento di 300 mila euro complessivi per due progetti di coproduzione italo-brasiliana; inoltre, il prossimo novembre, il **Festival di Cinema di Rio de Janeiro** accoglierà una folta delegazione di produttori e creativi italiani, che parteciperanno ad un incontro bilaterale Italia-Brasile. E' vicina anche la chiusura di un accordo di co-produzione con il Giappone: "Verosimilmente firmeremo l'accordo dopo l'estate, con l'insediamento del nuovo governo in Giappone, e torneremo là in ottobre, con una delegazione di produttori", ha dichiarato Borgonzoni in apertura del **Bio to B** di Bologna.

POPZ®

AL SERVIZIO DEL
CINEMA

CINÉ,
GIORNATE
ESTIVE DI CINEMA
RICCIONE
2-5 LUGLIO 2019
STAND 14

PRODOTTI DI CONSUMO • MACCHINE E RISCALDATORI
MATERIALE ESPOSITIVO • ASSISTENZA TECNICA CERTIFICATA

FOOD PRODUCTS SERVICES S.R.L.
VIA FROVA, 34 - 20092 CINISELLO BALSAMO (MI)
TEL. +39 02 66 01 29 77 INFO@POPZ.IT WWW.POPZ.IT

CARTOON DIGITAL/ *Partecipazione record per il master organizzato da Cartoon MEDIA, quest'anno per la prima volta a Cagliari, dal 21 al 23 Maggio, grazie all'iniziativa di Fondazione Sardegna Film Commission, che ha siglato un accordo con la società canadese Toon Boom, il principale fornitore mondiale di software di animazione e storyboard*

IL SENSO DELLA SARDEGNA PER IL CARTOON

● **Monica Tasciotti**

Un successo confermato dai numeri quello del **Cartoon Digital** che si è svolto a Cagliari dal 21 al 23 maggio scorsi, il master europeo sull'animazione digitale sbarcato per la prima volta in Italia grazie all'iniziativa della **Fondazione Sardegna Film Commission della Regione Autonoma della Sardegna**: oltre 250 partecipanti provenienti da 22 paesi. Dati record, mai raggiunti prima nelle precedenti edizioni del master organizzato dall'associazione **Cartoon Media di Bruxelles**, la stessa che organizza i maggiori eventi business europei come **Cartoon Forum**, per le serie tv, e **Cartoon Movie**, per i lungometraggi. Una location di indiscusso appeal la Sardegna a fine maggio, che ha attirato operatori internazionali di altissimo livello per quattro giorni di networking al sole, nonostante le inclementi condizioni atmosferiche in mezza Europa. «Cartoon è molto felice che la nostra annuale edizione di **Cartoon Digital** si sia svolta a Cagliari con una partecipazione record. Il programma, che includeva anche gli **Italian Days** con un programma di coaching per giovani talenti e incontri d'affari individuali tra aziende italiane ed emittenti europee, ha messo l'Italia al centro dell'evento di quest'anno», ha detto **Marc Vandeweyer**, direttore generale di **Cartoon Media**.

Proprio gli Italian Days sono stati una grande intuizione, quello che mancava nel panorama business italiano. Un evento nell'evento dedicato al paese ospitante mai organizzato prima in occasione di un **Cartoon Digital**, realizzato in collaborazione con **Cartoon Italia** e **Rai Ragazzi**, con oltre cento partecipanti. Due sessioni che hanno preceduto, dal 20 maggio, le conferenze sulle strategie del mondo digitale, dove i produttori italiani hanno potuto beneficiare di speed-date con i broadcaster europei, ben 13 - altro numero record - fra i maggiori del Vecchio Continente, pubblici e privati. «Aver fatto precedere il **Cartoon Digital** dagli **Italian Days** ha permesso di mettere in contatto le più grandi realtà produttive e i più grandi esperti di digitale europei con i giovani talenti italiani e sardi. È il primo esempio di aggregazione che è l'essenza stessa del neonato polo dell'immagine sardo, il cui progetto, è favorito anche dall'accordo tra **Cartoon Italia** e la **Sardegna Film Commission**», ha detto **Anne-Sophie Vanhollenbeke**, presidente di **Cartoon Italia**, l'associazione nazionale dei produttori di animazione. Nella prima sessione, i produttori italiani hanno offerto la loro esperienza anche in incontri individuali con i giovani talenti locali e nazionali, selezionati da alcune



delle migliori scuole di animazione italiane. Dal **Centro internazionale del fumetto di Cagliari**, diretto da **Bepi Vigna**, storico sceneggiatore Bonelli, il papà di **Nathan Never**, uno dei fumetti più popolari in Italia, allo storico **Centro Sperimentale di Cinematografia di Torino**, alla **Scuola civica di Milano**, alla **Nemo Academy di Firenze** dove ben 250 dei 600 iscritti studiano animazione, al **Big Rock Institute of Magic Technologies** di Treviso che in corsi di sei mesi forma animatori in grado di lavorare nei migliori studi internazionali, alla **Rainbow Academy di Roma**, scuola del gruppo di **Iginio Straffi**, il focus sulle scuole di animazione ha permesso ai produttori di entrare in contatto con realtà che sfornano talenti utili per le produzioni che verranno.

Per la Sardegna, l'obiettivo iniziale è proprio questo: formare giovani



Alcuni momenti della passata edizione di **Cartoon Digital a Cagliari**: in alto, **Nevina Satta** presenta **Sardegna Film Commission**. Al centro, a destra, la **Satta** e **Anne-Sophie Vanhollebeke** firmano l'accordo fra **FSFC** e **Cartoon Italia**. A sinistra e in basso, altre immagini degli **Italian Days**



professionisti per lo sviluppo dell'occupazione e della filiera dell'audiovisivo dell'animazione, oltre che promuovere i talenti creativi del territorio. Conseguenziale alle premesse l'accordo siglato a chiusura della manifestazione da **Nevina Satta**, direttrice della **Sardegna Film Commission** e **Daniel Santos**, direttore vendite **Emea** di **Toon Boom**, principale fornitore di software di animazione e storyboard per studi di animazione ed editori multimediali, usato in oltre 130 paesi dai maggiori produttori di animazione inclusi Disney, Universal, Fox e Warner Bros Animation. La società canadese è così la prima società internazionale a investire in Sardegna per la formazione in 2D, dando il via alla fase di start-up del progetto **NAS, Nuova Animazione Sardegna**, fortemente voluto dalla Regione con l'intervento dell'Assessorato al Bilancio, grazie al quale sta nascendo un laboratorio di produzione e alta formazione permanente

che da Cagliari coinvolgerà tutta l'isola, dove chi sarà formato sarà immediatamente impiegato sui progetti che verranno prodotti in Sardegna.

«**La Regione Sardegna guarda con estrema attenzione** al mondo della digitalizzazione e a ciò che la Film Commission, ente regionale, ha messo in campo per coinvolgere il mondo dei cartoni animati con tutti i protagonisti. Apprezzo la prima edizione della manifestazione e, visto il successo, mi impegno insieme alla Film Commission a rinnovare l'edizione per il prossimo anno», ha dichiarato il neo Presidente della Regione Sardegna **Christian Solinas**.

36 i relatori di questa prima edizione cagliaritano del Digital, organizzato come sempre con il supporto di **Creative Europe Media**, che ha offerto numerosi casi di studio e tavole rotonde su come i produttori possono meglio definire le loro strategie digitali. Fra gli ospiti, i maggiori broadcaster pubblici europei, come **Rachel Bardill** (CBeebies - BBC), **Sebastian Debertain** (Kika, ARD/ZDF), **Nicole Keeb** (ZDF), **Tiphaine de Raguanel** (France Télévisions), **Yago Fandiño Lousa** (RTVE) e numerosi produttori ed esperti italiani e internazionali. Fra questi, **Maria Bonaria Fois** (Mondo Tv Iberoamerica), **Roch Lener** (Millimages), **Tom Van Waveren** (Cake Entertainment), il coregista di "Gatta Cenerentola" **Marino Guarnieri**, neo presidente di **Asifa Italia**, l'associazione nazionale degli autori di animazione. **Michel Reilhac**, curatore del concorso VR per la Biennale di Venezia, ha prefigurato entro cinque anni un mondo in cui ognuno di noi avrà un doppio esatto che interagirà con altre "copie". Un Facebook.2 - è proprio il social network Usa a detenere questa tecnologia, «dove non si può nemmeno immaginare il livello di fake news al quale si arriverà», ha spiegato, senza considerare che, «grazie ad occhiali sempre più leggeri, avremo la possibilità di vivere in un mondo virtuale così come oggi non immaginiamo di separarci dai nostri smartphone».

Apprezzato l'intervento di **Iole Giannattasio**, rappresentante del Mibac, che ha efficacemente illustrato il nuovo sistema di finanziamento pubblico previsto dalla legge Cinema.

Al regista, fumettista e romanziere **Igort**, punta di diamante dell'illustrazione sarda, è stato invece affidato uno sguardo sul disegno attraverso la sua casa editrice **Oblomov** con sede a Quartu Sant'Elena. La sua graphic novel, "5 è il numero perfetto", pubblicata in 15 paesi, è diventata un film dal vero con Toni Servillo, Valeria Golino e Carlo Buccirosso, e piccole parti in animazione, in uscita a fine agosto.

«**Cartoon Digital è quasi più importante del Cartoon Forum** - ha detto **Luca Milano**, direttore di Rai Ragazzi - lì si scambiano progetti, qui nuove strategie necessarie per l'evoluzione dell'offerta TV da lineare a multimediale. Bambini e ragazzi sono tra i più veloci a entrare nel cambiamento, come dimostra il successo della app **RaiPlay Yoyo**, diventata in un anno la app numero 1 per bambini. Di fronte alla concorrenza dei grandi gruppi e OTT globali, la collaborazione tra i servizi pubblici europei è inoltre sempre più importante per promuovere la creatività e l'industria locale e nazionale. Dobbiamo proteggere la qualità e la diversità». La struttura editoriale per bambini e ragazzi della Rai, ha informato, da questo maggio richiede la presentazione online di progetti da parte delle società di produzione (da inviare a proposte. rairagazzi@rai.it), per l'eventuale sviluppo, coproduzione o preacquisto, in analogia a quanto sperimentato con successo nel campo della fiction. Un modello moderno e trasparente per selezionare i prodotti migliori per il giovane pubblico, con Rai Ragazzi che si impegna, entro 30 giorni dalla ricezione della proposta, a comunicare l'interesse o meno. Milano ha poi annunciato che Rai Play diventerà "un nuovo editore interno alla Rai al quale rivolgersi", lanciando al contempo un bando rivolto invece agli autori sotto i 30 anni per un cortometraggio animato di 7-11 minuti sul tema della pace in vista nel 2020 dei 75 anni di pace in Italia dalla fine della Seconda Guerra Mondiale.

Cartoon Digital e gli Italian Days torneranno a Cagliari il prossimo anno dal 25 al 28 maggio per un'edizione che si preannuncia ancora più ricca, nella suggestiva cornice di alcuni fra i luoghi più belli del capoluogo sardo.



ICONE/

James Bond: dall'Italia con amore

Il nostro paese è stato più volte meta prediletta dei film di 007. In "Spectre" (2015), avevamo lasciato James Bond mentre sfrecciava a 160 km/h con la sua Aston Martin nel centro di Roma, ma per il 25° capitolo della saga, in uscita nel 2020, per la prima volta, è sceso più a Sud, tra Matera e Gravina di Puglia. La location più amata sembra essere Venezia sebbene non tutti i film che la ritraggono l'abbiano calcata realmente: la sequenza finale del secondo "007 Dalla Russia con amore" (1963) con Sean Connery e Daniela Bianchi fu, infatti, visibilmente proiettata ma questo non tolse fascino alla città lagunare, che, con altri volti, ha ospitato più volte il nostro agente tra i propri canali e i palazzi. Ci sono tornati, infatti, il Roger Moore di "Moonraker" (1979) e il Daniel Craig di "Casinò Royale" (2006). Curiosamente alcuni luoghi si ripetono per entrambi i film: oltre all'irrinunciabile giro in gondola con sbarco in Piazza San Marco, sia Moore che Craig si ritrovano nel cortile del Conservatorio di musica Benedetto Marcello, mentre, nella finzione scenica, dalla gondola motorizzata per sfuggire agli inseguitori al crollo di un palazzo, i due 007 non risparmiano nulla dei beni architettonici del capoluogo veneto. Il lago potrebbe classificarsi al secondo posto tra le preferenze di James Bond. Chiusa la parentesi Casino Royale, Bond trascorre la convalescenza

nella scenografica cornice di Villa del Balbianello a Lenno, sul Lago di Como, lago che torna nel finale del film, sebbene la scena si sposti a Villa La Gaeta, a San Siro. Nel seguito del 2008, "Quantum of Solace", l'Aston Martin di Bond sfreccia a tutta velocità lungo il Lago di Garda, per poi continuare circa 300 km

a sud nelle cave di marmo di Carrara fino a Siena dove, in Piazza del Campo, è in corso il Palio. La Toscana ritorna qualche scena più avanti con Talamone, dove, all'interno di una torre, vive un amico fidato.

Nel decimo film della saga, "La spia che mi amava" (1977), il nemico di turno ha base in Sardegna. L'agente segreto interpretato da Roger Moore prende possesso della super accessoriata Lotus Esprit nel porto di Palau, mentre l'immane inseguimento ha come sfondo l'incredibile scenario della Costa Smeralda. In "Solo per i tuoi occhi" (1981), infine, Roger Moore passa dagli abissi del mare alle cime innevate per indagare sul naufragio di una nave e del suo carico. Le indagini lo portano tra le Dolomiti a Cortina d'Ampezzo.

Da nord a sud, dunque, tra città d'arte, borghi arroccati, campagne sconfiniate, coste mozzafiato e laghi pittoreschi l'agente segreto più famoso di sempre non si è proprio fatto mancare nulla delle bellezze paesaggistiche e architettoniche italiane.

www.italyformovies.it

Monica Sardelli



LAZIO 1/ EAVE PUENTES A FIUGGI

Si è svolta in giugno a Fiuggi la prima tappa della decima edizione di **Eave Puentes**, il workshop di coproduzione fra Italia e America Latina, realizzato in partnership con il **Fondo Audiovisivo del Friuli Venezia Giulia**, con la collaborazione di **Roma Lazio Film Commission** e con il supporto del **MiBAC**. Ai 15 i produttori e professionisti selezionati, si sono aggiunti, grazie alla partnership con il MiBAC, anche 12 fra produttori e distributori italiani, per due giorni di sedute plenarie comuni e gruppi di lavoro, all'interno dei quali ogni singolo progetto è stato analizzato sotto la guida di Jean des Forêts (Petit film, Francia) e Agustina Chiarino (Mutante Cine, Uruguay). Fra gli esperti a disposizione per guidare i partecipanti, anche Jacques Akchoti (script consultant, FR), Aranka Matits (Featurette, NL), Fernando Epstein (Mutante Cine, UY) e Nicolás Celis (Pimienta Films, MEX) produttore di "Roma" di Alfonso Cuarón e Puentes graduate. La seconda tappa di Puentes si svolgerà a Montevideo, in Uruguay, dal 27 novembre al 1 dicembre 2019, in partnership con **Mutante Cine**, con il supporto dell'ICAU (**Instituto de Cine y Audiovisual del Uruguay**) e **Ibermedia**. Tutti i partecipanti avranno la possibilità di accedere al mercato argentino VENTANA SUR, che si svolgerà dal 2 al 7 dicembre a Buenos Aires. Puentes è organizzato da EAVE in partnership con Mutante Cine, FVG Audiovisual Fund, Ventana Sur e con il supporto di Ibermedia e **Creative Europe**.

LAZIO 2/ IL PRIMO RE PER LA TV

Molte produzioni televisive hanno girato in Lazio nel mese di giugno, con il supporto di **Roma Lazio Film Commission**. Fra queste, "Romulus", la nuova Serie Tv tratta da "Il Primo Re" di Matteo Rovere, ambientata nel Bosco del Foglino a Nettuno e a Roma; una puntata del programma condotto da Dario Vergassola, "Sei in un Paese Meraviglioso", incentrata sulla "Valle Reatina. Le foreste di San Francesco", e girata nella provincia di Rieti a Castel di Tora, al Convento di San Giacomo a Poggio Bustone e al Santuario di Greccio; il documentario sul maestro Arturo Benedetto Michelangioli, prodotto da **3b Filmproduktion** commissionato dalla televisione pubblica tedesca ARTE/ SWR per celebrare i cento anni dalla nascita del maestro nel gennaio 2020. Le riprese sono state realizzate a Roma e nella Città del Vaticano. Due le produzioni sud coreane: la web serie itinerante "Bike Busking in Europe", con protagonisti diversi



Sopra: la Torre dell'Orologio in Calabria. A sinistra un'immagine di Celleno, nel Lazio. Nella pagina a fianco, da sinistra, il lungotevere romano durante le riprese di "Spectre", e un'altra immagine di Celleno

fenomeni del web coreani che attraversano l'Italia in motocicletta alla scoperta dei luoghi più belli; e uno shooting fotografico che **Vogue Korea** realizzerà a Villa Adriana. Villa Torlonia, invece, è stata il set del programma di **Sky Arte** "Private Collection", che racconta il mondo dell'arte contemporanea e le opere di grandi collezionisti. Si gira a Cinecittà "Un drago a forma di nuvola", diretto e interpretato da Sergio Castellitto, con Matilda De Angelis. La pellicola, ispirata a una graphic novel realizzata da Ivo Milazzo su script di Ettore Scola, è sceneggiata da Castellitto e Margaret Mazzantini, ed è una coproduzione internazionale fra **Rodeo Drive** e la francese **Mon Voisin Productions, Rai Cinema, Tikkun Productions**, sostenuta dal bando **Lazio Cinema International** e da **Eurimages**. Cinecittà è stata anche il set, a maggio, de "La Luna Nera" prodotta da **Fandango** con **Netflix**, e girata anche nel borgo di Celleno e al Castello di Balthus a Montecalvello, entrambi in provincia di Viterbo.

CALABRIA/ APPROVATA LA LEGGE CINEMA

● È stata approvata lo scorso 17 giugno la **Legge Regionale sul Cinema e l'Audiovisivo della Calabria**. Una legge che punta a sostenere e stimolare, con continuità di azione, il progressivo sviluppo qualitativo e quantitativo della cultura e della filiera cinematografica in Calabria fornendo un importante supporto finanziario e strutturale, promuovendo e sostenendo la produzione di opere cinematografiche, televisive, web, audiovisive e pubblicitarie italiane ed estere in Calabria.

Il Presidente di Calabria Film Commission, **Giuseppe Citrigno**, la definisce "un utile strumento legislativo che darà nuovo impulso all'intero comparto, fortemente voluto dal **Presidente Mario Oliverio** che ringrazio per la sua sensibilità". Un plauso, inoltre – ha aggiunto – al relatore il consigliere regionale **Michele Mirabello** e all'intero consiglio regionale. Si apre così una nuova ed entusiasmante fase per il cinema in Calabria.

Gli obiettivi della legge: promuovere e sostenere la nascita e lo sviluppo di un distretto dell'industria cinematografica e audiovisiva locale, per incentivare lo sviluppo e la produzione di opere cinematografiche e audiovisive realizzate nel territorio regionale e per agevolare lo sviluppo di professionalità nel settore e di sinergie con altri settori produttivi e professionali.

Si rafforza la volontà di attrarre produzioni nazionali e internazionali, al fine di favorire la valorizzazione e la promozione della conoscenza del patrimonio paesaggistico, culturale, ambientale, enogastronomico e sociale del territorio regionale e il cineturismo.

Nella legge c'è anche un convinto sostegno allo sviluppo di una rete di esercizi cinematografici diffusa, con particolare attenzione per gli esercizi storici e per le sale d'essai. È previsto inoltre il sostegno e la promozione di manifestazioni di premiato interesse per la vita culturale, sociale, economica e turistica, sia attraverso il sostegno a festival, rassegne e premi, che a progetti di catalogazione, digitalizzazione e conservazione del patrimonio cinematografico ed audiovisivo regionale. Inoltre, saranno messi in campo progetti diretti alla crescita dei giovani talenti e delle nuove professionalità, anche attraverso azioni mirate alla formazione e qualificazione tecnica degli operatori del sistema cinematografico ed audiovisivo. Nella testo della legge sono dettagliate le funzioni della **Film Commission Regione Calabria**, prevedendo in particolare il compito di favorire lo sviluppo del comparto audiovisivo locale e delle infrastrutture materiali e immateriali affidandole funzioni di organismo con compiti di attuazione, sostegno e coordinamento delle attività e politiche cinematografiche e audiovisive, adeguandone la struttura organizzativa in relazione agli ambiti e agli interventi previsti.

SICILIA/ PUBBLICATO IL BANDO

● È stato pubblicato il 7 giugno e resterà aperto fino al 6 agosto il nuovo bando, per l'anno 2019, destinato al cofinanziamento di opere audiovisive da realizzare sul territorio siciliano per un importo di oltre un milione e mezzo di euro, gestito dall'**Ufficio Speciale per il Cinema e l'Audiovisivo / Sicilia Film Commission** nell'ambito del Progetto "**Sensi Contemporanei**", e finanziato a valere sulle risorse del Patto per la Sicilia - FSC 2014-2020.

Potranno essere candidati lungometraggi a soggetto di produzione cinematografica e televisiva, serie tv (tanto a soggetto quanto documentarie), documentari e cortometraggi, per importi che non potranno comunque superare come di consueto il 50 per cento delle spese ammissibili.

"La Regione Siciliana - commenta l'Assessore regionale al Turismo Sport e Spettacolo, **Sandro Pappalardo** - conferma la sua costante attenzione alla filiera del cinema e dell'audiovisivo siciliano, cui di recente abbiamo riservato particolare attenzione riconoscendolo come un importante motore di sviluppo culturale ed economico nell'Isola e volano di promozione del territorio siciliano all'estero". "Siamo felici di poter rinnovare anche quest'anno l'appuntamento a sostegno della produzione cinematografica internazionale che sceglie la Sicilia come set - ha aggiunto il Direttore della Sicilia Film Commission, **Alessandro Rais** - confermando l'isola come terra di cinema a tutti gli effetti".

ROMAGNA/ TALENTI LOCALI

● Un territorio giovane, vivace e creativo, quello dell'Emilia Romagna, proprio come i progetti audiovisivi che lo rappresentano: sono 8 quelli sostenuti dalla prima chiamata del **Bando regionale di Emilia Romagna Film Commission**, 5 documentari, un lungometraggio per il cinema, una serie televisiva e un corto per un totale di oltre 370 mila euro complessivi.

Unico film per il cinema è "Dittatura Last Minute" basato su una storia vera di tre ragazzi, ambientato nel 1989 alla vigilia della caduta del muro di Berlino, prodotto da **Genoma Films**, e interpretato da Lodo Guenzi, frontman de *Lo Stato Sociale*, che a sua volta è protagonista di un altro progetto sostenuto, il documentario "La piazza della mia città" diretto da Paolo Santamaria e prodotto da **The Culture Business. I Wonder**, che lo distribuisce in sala dal 12 settembre, lo presenterà in anteprima a Cinè. Ancora musica con "Gli anni che cantano" di Filippo Vendemmiati, che farà rivivere l'esperienza del Canzoniere delle Lame di Bologna, che tra la fine degli anni '60 e i primi anni '80, cantò i diritti dei lavoratori tra la Via Emilia e l'Europa (produce **Filandolarete**). Torniamo agli anni '80, nella Berlino pre-crollo del muro con "Berlino Est/Ovest", raccontata da Enza Negroni (produzione **Sonne Film**), attraverso l'imponente archivio video ritrovato del noto manager musicale Maurizio Stanzani. Un altro tuffo nel passato, nell'epoca mitica dei fotoromanzi ce lo consente "Scatti di vita quotidiana. L'Italia del fotoromanzo", diretto da Andrea Calderone e distribuito da Sky, in cui la reggiana Tiwi srl indaga gli aspetti più interessanti e curiosi di questo mondo.

Ad un'altra figura simbolo di Bologna, il suo arcivescovo Monsignor Zucchi, è dedicato il documentario "Professione Vescovo" diretto da Emilio Marrese per **Sì Produzioni**. "Benvenuta al Nord" è invece l'inchiesta di Paolo Muran sulle infiltrazioni della criminalità organizzata nel Settentrione italiano. Infine, il corto della ravennate Valentina Casadei, "Giusto il tempo per una sigaretta", prodotta da **First Child S.r.l.**

Sono invece 11 i progetti cinematografici protagonisti della prima chiamata del Bando Nazionale 2019 a sostegno delle produzioni, ammessi al contributo del Fondo per l'Audiovisivo regionale. 1.028.140,26 euro per il 2019 e 2020, ripartiti tra 2 serie televisive ("I ragazzi dello Zecchino d'Oro", importante progetto **Rai Fiction**, **Compagnia Leone Cinematografica**, prodotto da **Francesco e Federico Scardamaglia**, e "La guerra è finita" di Michele Soavi, prodotto da **Palomar** in collaborazione con Rai Fiction), 4 documentari ("Il triangolo della morte- I mostri di Firenze" della giornalista e scrittrice statunitense Andrea Vogt, prodotto dalla britannica **Millstream Films&Media Ltd**; "Dear Cochise" di Guido Passi prodotto da **Cinefonie**; "Il mestiere del capitano" di Davide Potente, prodotto da **Lux for Media**; e "O Trem da Utopia" di Beth Sá Freire e Fabrizio Mambro prodotto da **Command B**) e 5 lungometraggi ("Diabolik" dei Manetti Bros, prodotto da **Mompracem** srl con Rai Cinema, "Si muore solo da vivi" di Alberto Rizzi, prodotto da **K+**, "A Pair of Silver Wings" di Steven Hall, prodotto da **Silver Wings Film**; "Scooter" di Stefano Alpini prodotto da **Polis srl**, "Europa", scritto diretto e prodotto dall'italo-iracheno Haider Rashid, sostenuto anche da Toscana Film Commission.)

TOSCANA 1/ DA NEESON A GREENAWAY

● Alessio Boni darà il volto ad Enrico Piaggio nella miniserie prodotta da **Moviheart**, in collaborazione con **Rai Fiction**: "Enrico Piaggio. Un sogno italiano" del regista Umberto Marino, che sarà



girata in luglio fra Pisa e Pontedera. Sempre in luglio, all'isola d'Elba, fra Marciana Marina, Marina di Campo e Portoferraio, proseguono le riprese della settima stagione della serie "I delitti del barlume" per la regia di Roan Johnson. La provincia di Arezzo sarà invece il set del thriller politico "Europa", diretto da Haider Rashid e sostenuto nell'ambito del **Programma Sensi Contemporanei Toscana per il Cinema**.

In giugno, Montalcino, Pienza e Monticchiello, hanno ospitato le riprese di "Made in Italy" di James D'arcy, dove il celebre attore nordirlandese Liam Neeson e suo figlio Michéal interpretano proprio il ruolo di un padre e un figlio che si ritrovano in Toscana. Produce **CrossDay Production** e **Indiana Production**. A giugno Andrea Muzzi ha girato fra Montecatini ed Aulla (ma anche a Roma e a Malta), "Vi voglio cattivi", prodotto dalla **Giallo Limone Movie** con protagonista lo stesso Muzzi insieme a Donatella Finocchiaro e Fabio Troiano.

A Lucca sarà invece ambientato il nuovo film di Peter Greenaway, "Lucca Mortis" con Morgan Freeman, la cui realizzazione è stata protagonista, dal 24 al 30 giugno, di un workshop su regia e sceneggiatura, tenuto da Greenway stesso a Lucca, in collaborazione con LEA - **Lucca Experientia Artis**.

TOSCANA 2/ LA STOFFA DEI SOGNI A PRATO

● Un laboratorio d'apprendimento a livello avanzato sul costume italiano del 500 ispirato alla corte medicea di Cosimo I ed Eleonora di Toledo: partirà il 16 settembre **La Stoffa dei sogni**, la **Bottega di Alta Specializzazione di Manifatture Digitali Prato**, che è stata presentata in giugno a Firenze, in occasione di **Pitti Immagine**. Manifatture Digitali Cinema, la struttura a supporto delle produzioni audiovisive, nata sotto l'egida di **MiBAC**, **Apq Sensi Contemporanei Toscana per il Cinema**, **Regione Toscana**, **Fondazione Sistema Toscana**, e i **comuni di Prato e Pisa**, già nel 2018 aveva realizzato la Bottega "Costumi Rinascimento", condotta da **Alessandro Lai**, nella quale sono stati creati i prototipi dei costumi della fiction tv, targata Rai e Lux Vide, "I Medici. Masters of Florence". È proprio in questa capacità di creare prototipi da poter replicare nelle tantissime imprese del territorio che consiste uno dei principali motivi di attrazione di Prato e della Toscana, per le produzioni cinematografiche, quel valore aggiunto che distingue **Toscana Film Commission**, come sottolinea la sua responsabile, **Stefania Ippoliti**. "Gli imprenditori pratesi ci seguono. Anche perché spesso i più grandi costumisti vengono a Prato per trovare ispirazione e materiali, soprattutto per i costumi storici. - spiega Ippoliti. - E siamo particolarmente felici di presentare questa Bottega qui a Pitti, che rappresenta un altro punto di eccellenza del nostro paese e della nostra regione." Il legame fra storia del costume e industria della moda è anche **Raffaello Napoleone**, Amministratore Delegato di Pitti Immagine, "è proprio dall'Accademia del Costume e Moda di Roma che sono usciti alcuni dei migliori stilisti del momento. Penso ad esempio ad Alessandro Michele, direttore creativo di Gucci.



Da sinistra: Gianni Morandi a Bologna ne "La Piazza della mia città", Stefania Ippoliti, Monica Barni e Raffaello Napoleone alla presentazione de "La Stoffa dei Sogni" a Pitti Immagine, e il set di "Zweite Luft" in Alto Adige



ALTO ADIGE/ UN'ESTATE AL FEMMINILE

● Molti dei set attivi questa estate in Alto Adige, sostenuti da **IDM Film Fund&Commission**, sono diretti da registe donne. È dell'altoatesina Evi Romen, vincitrice nel 2017 del prestigioso Carl Mayer Screenplay Award, il lungometraggio "Disco" (titolo provvisorio) prodotto da **Amour Fou** che affronta le conseguenze psicologiche e sociali del terrorismo. Tra Bolzano e Senale San Felice il primo blocco di riprese che proseguiranno in autunno. Isabel Kleefeld entra invece nelle dinamiche di un divorzio con la commedia drammatica "Zweite Luft", prodotta dalla tedesca **Roxy Film** e girata in Val Pusteria, tra Sesto e San Candido. Elena Goatelli racconta nel suo documentario "My upside down world", prodotto da **Albolina Film**, la storia di Angelika Rainer, campionessa altoatesina dell'arrampicata su ghiaccio, città natale dell'atleta, e set del film. Altro documentario è quello di Karin Duregger "Sehnsuchtsort Berg - König Laurin und sein Rosengarten" prodotto dall'austriaca **WEGA**: le telecamere si muovono tra Chiusa, Barbiano, Gudon e Vipiteno, inseguendo il mistero del Catinaccio che al tramonto si tinge di rosa laddove si dice fosse il giardino di rose di Re Laurino. A fine giugno iniziano le riprese di "Ancient Reefs", documentario targato **FOX Network Group**, diretto da Michele Melani, sceneggiato dallo scrittore altoatesino Luca D'Andrea, che parte dalle Dolomiti per capire l'evoluzione che sta portando alla scomparsa delle barriere coralline.

LIGURIA/ WORKSHOP SUL MOVIE TRAVEL

● Si è tenuto a Genova lo scorso 26 giugno, presso la sede della **Regione Liguria, Movie Travel: Digital marketing & Turismo Cinematografico**, workshop mirato a sviluppare nuovi prodotti turistici, rafforzando le competenze degli operatori locali su digital marketing e turismo cinematografico nei siti Unesco, e a stimolare la creazione di reti di collaborazioni sul territorio e in Europa. Movie Travel è il brand commerciale del progetto **FAMOUS - Film Festival and Movie Tourism across UNESCO Sites** - coordinato da Regione Liguria e cofinanziato dalla **Commissione Europea**. Il progetto ha ricevuto il patrocinio della **Commissione francese per l'UNESCO**. FAMOUS culminerà con la creazione di itinerari cineturistici nei sei paesi partner di progetto: Italia, Spagna, Francia, Malta, Cipro, Grecia, che stanno ospitando il workshop MOVIE TRAVEL. Dopo Lione, Atene, La Valletta (maggio), e Genova, il 15 luglio MOVIE TRAVEL farà tappa a Barcellona. Di Cineturismo e valorizzazione del territorio, e promozione del Made in Italy attraverso l'audiovisivo parlerà **Carolina Mancini**, redattrice di **Cinema&Video International**.

Chi fa moda oggi non può prescindere dalla conoscenza del costume." A condurre il laboratorio sarà ancora una volta Alessandro Lai, affiancato da altri due costumisti pluripremiati: **Gabriella Pescucci** e **Carlo Poggioli**.

Si aprirà a breve una call attraverso la quale verranno selezionati i 32 partecipanti alla Bottega, che si terrà in italiano e in inglese, per un totale di 500 ore di apprendimento.

PIEMONTE/ CRESCONO LE MAESTRANZE LOCALI

● Uscirà al cinema il 14 agosto con **Vision Distribution** "The Nest", opera prima di Roberto De Feo, prodotto da **Colorado Film** in collaborazione con Vision Distribution e con la produzione esecutiva di **PremIere Film**, e realizzato con il contributo del POR FESR Piemonte 2014-2020 - Azione III.3c.1.2 - bando "Piemonte Film TV Fund" e con il sostegno di **Film Commission Torino Piemonte**.

Le riprese, terminate ad inizio giugno, si sono svolte interamente a Villa dei Laghi all'interno del Parco Regionale La Mandria, dove è stata allestita l'abitazione del protagonista del film e della sua famiglia. La lavorazione ha coinvolto alcuni attori locali, tra cui il protagonista Samuel da piccolo, oltre a circa 35 maestranze locali (quasi il 70% del totale), tra cui il direttore di produzione **Stefano Masera**, l'aiuto regista **Paolo Bartoli**, il direttore della fotografia **Emanuele Pasquet**, la costumista **Cristina Audisio**, il fonico **Brando Mosca**, la capo-truccatrice **Francesca Buffarello**, la capo parrucchiera **Rosalina Mineo** e la scenografa **Francesca Bocca** che ha realizzato un intervento di forte impatto sulla residenza.

Altra produzione sostenuta dal bando "Piemonte Film TV Fund" e da FCTP è "Extravergine", serie tv comedy al femminile in 10 episodi, co-prodotta da **Fox Networks Group Italy** e **Publispei di Verdiana Bixio**, che andrà in onda in autunno su **FoxLife**.

Diretta da Roberta Torre, e interpretata da Lodovica Comello, nei panni di una giovane giornalista pugliese che vive a Milano e cura una rubrica di libri su una rivista web, la serie è stata girata per 7 settimane a Torino, nel locale Super Buddha presso Docks Dora, dove è stata allestita la redazione del giornale, a Villa Cimena, al Circolo della Magia (quartiere Aurora) e presso gli uffici del Museo Nazionale del Cinema. Circa il 70% dei professionisti della troupe sono piemontesi, come i location manager **Daniele Manca**, **Cristina Vecchio**, **Davide Spina**, la coordinatrice **Alessandra Lofino**, le casting director **Luana Velliscig** e **Antonella Cirillo**, il fonico **Mirko Guerra**, la costumista **Patrizia Mazzon**, l'arredatrice **Carlotta Desmann**, l'assistente scenografo **Marco Ascanio Viarigi**, la truccatrice **Katia Lentini**, il parrucchiere **Massimiliano Gelo** e la montatrice **Cristina Sardo**.

ARTE  VIDEO
www.artevideo.net

AUTHORIZED ENCODING HOUSE



Google play



Sony
Entertainment
Network



Microsoft

NETFLIX
in cooperation with Deluxe Spain

AUTHORING



4K



REEL ONE

www.reelone.it

**EXCLUSIVE
PARTNER**



MART Cinema
Multimedia Advanced Resolution Technology

DIGITAL CINEMA COLOR GRADING

DIGITAL CINEMA KDM DELIVERY

EDITING - VISUAL EFFECT

RESTORATION - ARCHIVING

DIGITAL CINEMA DCI & DOLBY DIGITAL

SCREENING / GRADING ROOM

eye  screen

IL CINEMA È UN GIOCO DA RAGAZZI



Laboratori, interviste, curiosità:
Eye Screen è la nuova rivista
di cinema che racconta
a bambini
e adolescenti
il cinema con parole
totalmente nuove.

RIVISTA BIMESTRALE DI CINEMA JUNIOR

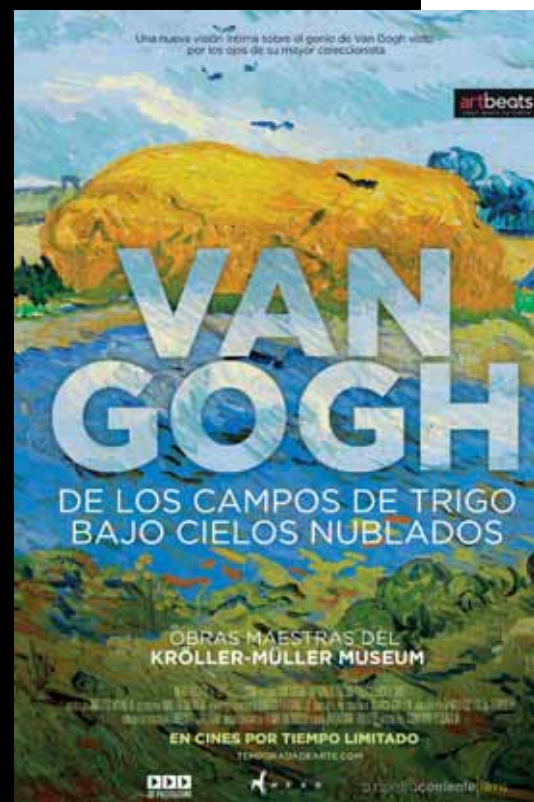
Eye Screen si acquista presso librerie specializzate e su miabbono.it

 **LUCE**
CINECITTÀ

BERNINI



“Bernini”, di Magnitudo Film, è stato un grande successo di pubblico in Spagna



CONTENUTI AGGIUNTIVI/
*Prosegue il successo dei film sull'arte.
 Quella italiana in particolare.
 Anche in Spagna...*

TEMPORADA DE ARTE

● Elisabetta Brunella



“**B**ernini trionfa al box office spagnolo”: così titolava l’11 dicembre 2018, nella sezione dedicata alle sale, “la.fm”, il sito di news di una delle emittenti radiofoniche più seguite nella Penisola Iberica. La produzione di **Magnitudo Film**, dedicata ai capolavori del massimo esponente della cultura figurativa barocca conservati alla Galleria Borghese, aveva infatti ottenuto il giorno prima, data della sua uscita in Spagna, il maggior numero di presenze per schermo. Dunque, in vetta a questa classifica, non una commedia locale o un blockbuster mondiale, ma sorprendentemente (o forse neanche tanto?) quello che una volta si chiamava “documentario d’arte”. O un “exhibition-based art film”, per dirla con Phil Grabsky, colui che può essere considerato l’artefice della “rinascita” del genere documentaristico incentrato sulle opere

dei grandi maestri della pittura e della scultura attraverso produzioni pensate e realizzate per il grande schermo, con le tecniche di ripresa più avanzate. Ma c’è altro per fare di un documentario un “art film”? Qual è la chiave del successo per una produzione che voglia attirare il grande pubblico verso la fruizione di opere d’arte, verso quella che comunemente viene considerata cultura “alta”? Un insieme di fattori, si potrebbe rispondere: della qualità tecnica delle immagini si è già detto, ma si possono aggiungere rigore scientifico da una parte e, dall’altra, capacità di suscitare forti emozioni. Nel caso del Bernini della Galleria Borghese, l’intensa sensualità che il film riesce a trasmettere, come era immediatamente emerso dalle sue prime presentazioni in Italia, in occasione della Mostra di Venezia o a Milano, nella speciale cornice dell’installazione di Dan Flavin alla Chiesa Rossa. Ma non si pos-

sono trascurare altri aspetti, come la strategia distributiva basata sulla formula dell'evento: in Spagna gli art films sono di solito proposti al pubblico - nel momento della loro prima uscita - per due giorni, generalmente il lunedì e il martedì, proprio a sottolinearne la complementarità rispetto alla "normale" programmazione dei film. E poi la "riconoscibilità" della tematica: il pubblico che al cinema sceglie contenuti culturali, più che "scoprire", vuole "ritrovare". Lo spiega molto bene **Giovanni Cozzi**, il fondatore di **Rising Alternative**, quando si rivolge agli esercenti che si affacciano all'universo dei contenuti aggiuntivi: puntare su valori sicuri, su quei nomi - che si tratti di pittura o di opera lirica, di balletto o di teatro - che tutto il mondo conosce. E questo immenso patrimonio culturale è in larghissima parte europeo, anzi italiano. Non è allora un caso che - per tornare alle performances commerciali dei contenuti aggiuntivi in Spagna - proprio in questo periodo un'altra produzione italiana - ancora di Magnitudo - e su un artista italiano abbia replicato il successo del Bernini. Si tratta di "Leonardo. Quinto centenario" che il 6 maggio non solo ha ottenuto il secondo posto nella classifica basata sul numero di spettatori per copia nel giorno di uscita, ma si è collocata al quarto posto in assoluto. A farle da traino, il "timing ideale": il 2 maggio si era ricordata la morte del versatile genio italiano e - poco prima dell'uscita in sala - il film era stato accompagnato dal suo regista, **Francesco Invernizzi**, al Festival Internazionale di Cinema di Barcellona, ottenendo un'ampia risonanza mediatica. Se la partecipazione a festival è uno strumento di marketing piuttosto tradizionale, un fattore di successo più specifico dei contenuti aggiuntivi è la loro "serialità", ovvero proprio un elemento che di solito manca alla produzione europea strettamente cinematografica. Detto in un altro modo, dei contenuti aggiuntivi esiste un flusso relativamente costante di produzioni che raggiungono il grande schermo e che sono in grado di alimentare l'interesse risvegliato nel pubblico. Questo concetto emerge chiaramente dalla strategia adottata da **A Contracorriente Films**, il distributore (anche Bernini e Leonardo sono "suoi") che ha creato una vera e propria "stagione" di art films allo scopo di rendere più riconoscibile il genere e creare fidelizzazione nel pubblico. Non a caso questa operazione si chiama "Temporada de arte" e viene presentata come un viaggio attraverso mostre prestigiose, famosi musei e biografie delle figure più significative per la storia dell'arte. Un viaggio che dura dieci mesi e propone altrettanti eventi. Nella stagione 2018/2019 di questi contenuti ben tre sono incentrati su grandi nomi italiani (oltre ai già citati, anche Caravaggio), mentre sette provengono da produttori italiani, tra cui spicca Nexo. "Temporada de arte" è anche molto di più: è una piattaforma che si rivolge pure al pubblico, che - da un "indirizzo unico" - può sia preacquistare biglietti per tutti i cinema della Spagna che propongono questi contenuti sia scambiare commenti e opinioni. Che la formula della "stagione" sia la più adatta a stimolare l'interesse e la partecipazione del pubblico e - per l'esercente - a creare uno "zoccolo duro" di affezionati dei contenu-

ti aggiuntivi lo dimostrano anche le scelte di programmazione e marketing adottate da quelle sale cinematografiche che ritengono che arte, musica, balletto, teatro siano un elemento qualificante della loro proposta e non semplicemente un'opportunità in più.

In Spagna un caso esemplare è quello dei **Cinema Van Dyck** - un totale di 19 schermi a Salamanca - che da anni propongono una stagione operistica così seguita che ha permesso agli esercenti - **Mari Luz Delgado** e suo figlio **Javier Heras** - di entrare nel Club 150+, lanciato nella **Mallorca Arts on Screen Conference** per riconoscere il successo delle sale che - per ogni proiezione - raggiungono almeno 150 spettatori.

Nella stagione 2018/2019 i Cinema Van Dyck hanno programmato opere in diretta e - ovviamente in versione registrata - produzioni leggendarie che sono entrate nella storia della musica, tra cui quelle scaligere dell'Andrea Chénier del 1985 e dell'Ernani del 1982. Italia dunque anche qui, e pure nei "Ciclos de arte" che completano l'offerta culturale di queste sale di Salamanca. Proprio in questo periodo la star è il già ricordato "Leonardo. Quinto centenario."

Che la Spagna sia un mercato promettente per i contenuti aggiuntivi - e che tra questi il made in Italy abbia un ruolo di spicco - lo testimoniano, pur in mancanza di dati statistici complessivi - le molteplici e crescenti iniziative promosse dalle imprese di esercizio.

Se in Catalogna tra le più dinamiche figurano il **Grupo Balaña** e i **Cinema Verdi** - attivi pure a Madrid -, a livello nazionale **Cinesa** e **Yelmo** propongono regolarmente contenuti aggiuntivi. Anche Yelmo ha scelto la formula della stagione, creando il brand +Que Cine.

Altra controprova della fiducia degli operatori nello sviluppo del mercato dei contenuti aggiuntivi in Spagna sta nella crescente attività dei distributori. Abbiamo parlato di A Contracorriente Films, una casa di distribuzione "tradizionale" che ha aperto una sezione per l'event cinema, ma in Spagna operano anche distributori nati con la digitalizzazione delle sale con l'obiettivo di distribuire contenuti aggiuntivi. È il caso di **Versión Digital** che, attiva da 8 anni, porta sui grandi schermi spagnoli gli spettacoli della Royal Opera House in diretta, del Teatro Real di Madrid e del Gran Teatre del Liceu di Barcellona. Oltre a distribuire contenuti di imprese britanniche come Trafalgar, More2Screen o CinemaLive, Versión Digital collabora con produttori iberici per creare contenuti aggiuntivi nazionali.

Rising Alternative, nata negli Stati Uniti, oggi lavora a livello internazionale dalla sede di Barcellona, distribuendo anche produzioni italiane. Giovanni Cozzi ci annuncia "l'Italia" che porterà agli spettatori spagnoli nei prossimi mesi, un bouquet che comprende la Scala (Manon Lescaut, I masnadieri, Tosca, Carmen) fino a "Il Volo: live from Matera".

"La Spagna: un mercato in crescita, ma soprattutto una grande opportunità per i contenuti aggiuntivi italiani", commenta **Chiara Telarucci** di Magnitudo Film, mentre fa la valigia per il suo prossimo viaggio di lavoro. La meta: Barcellona, ovviamente!





● Paolo Di Maira

L'EVENTO/ La prima di "Tosca", in diretta dal Teatro Alla Scala il prossimo 7 dicembre, guida un listino di alto livello che la consociata Rai propone alle sale cinematografiche di tutto il mondo. In cartellone le opere "Manon Lescaut" e "I Masnadieri", e il balletto "La bella addormentata"

ALLA SCALA CON RAI COM

Milioni di melomani in tutto il mondo – e non soltanto il pubblico del **Teatro alla Scala** - potranno assistere alla prima di "Tosca" di Giacomo Puccini, che il prossimo 7 dicembre inaugurerà la stagione operistica del teatro milanese con l'etiope indiscussa della lirica internazionale, la soprano **Anna Netrebko**, la direzione musicale di **Riccardo Chailly** e la regia di **Davide Livermore**. Grazie a **Rai Com**, il braccio distributivo della Rai, la "prima" verrà trasmessa, la sera di Sant'Ambrogio alle 18.00, non solo ai broadcaster televisivi internazionali, ma anche alle sale cinematografiche di tutto il mondo. L'impresa di **Rai Com**, che da oltre 10 anni (prima come Rai Trade) cura la distribuzione live nei cinema della prima della Scala seguita da una larghissima audience, intercetta il desiderio del pubblico di condividere l'opera lirica con la rappresentazione live in teatro. In sostanza, anche chi non vive a Milano, può vedere l'Opera a due passi da casa.

Con la nuova produzione di "Tosca" nell'edizione critica del musicologo Roger Parker per l'editore Ricordi, il Direttore Musicale Riccardo Chailly prosegue il progetto di rivisitazione dei principali titoli pucciniani alla luce delle ricerche musicologiche più aggiornate con cui ha già riportato alla Scala "Turandot", "La fanciulla del West", "Madama Butterfly" e "Manon Lescaut." Ma questa Tosca inaugurale sarà innanzitutto una festa della musica, grazie anche alle voci superbe di Anna Netrebko e di Luca Salsi (il tenore è in via di definizione), e anche una festa del teatro con il ritorno di Davide Livermore, già applauditissimo per Attila il 7 dicembre 2018, che si avvarrà delle scene di Giò Formà.

La celebre opera pucciniana, andata in scena per la prima volta nel 1900, segna una svolta nella storia del melodramma italiano dopo Verdi, inserendosi d'autorità in un panorama ricchissimo e ancora troppo poco rappresentato.

"Tosca" guida un listino di quattro eventi di alto livello che Rai Com propone, offrendo una vetrina esclusiva per il pubblico delle sale cinematografiche italiane sul Teatro alla Scala.

Tra gli eventi che verranno presentati nei prossimi mesi, due opere e un balletto dalla stagione 2018/2019: "Manon Lescaut" di Giacomo Puccini diretta dal Maestro Riccardo Chailly; "I Masnadieri" di Giuseppe Verdi diretta dal Maestro **Michele Mariotti**, e il balletto "La Bella Addormentata nel bosco" di Rudolf Nureyev su musiche di Pëtr Il'ič Čajkovskij, che vedrà protagonisti **Polina Semionova** e **Timofej Andrijashenko**.

Rai Com presenta questa stagione a **Cinè** il giorno 3 luglio alle ore 14.00.





Il cartellone per i cinema

Tosca

Dramma lirico in tre atti su libretto di Giuseppe Giacosa e Luigi Illica
Musica Giacomo Puccini
Interpreti Anna Netrebko, Luca Salsi
Direttore Riccardo Chailly
Regia Davide Livermore
Scene Giò Forma
Costumi Gianluca Falaschi
 Prima rappresentazione al Teatro alla Scala:
 7 dicembre 2019

Manon Lescaut

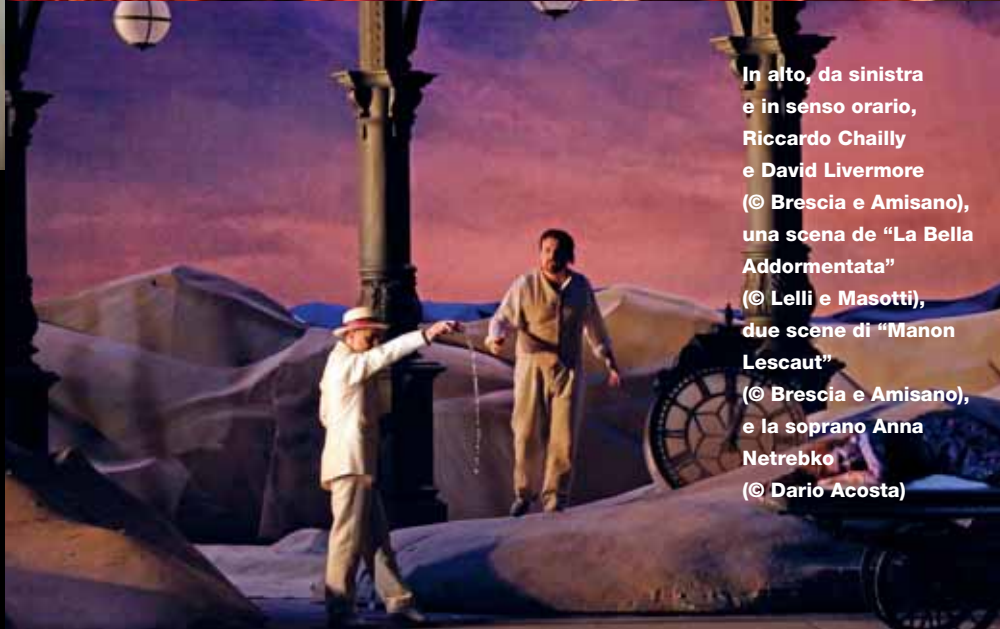
Dramma lirico in quattro atti-su libretto di Luigi Illica, Domenico Oliva, Marco Praga, dall'omonimo romanzo di Antoine François Prévost
Musica Giacomo Puccini
Interpreti Maria José Siri, Massimo Cavalletti, Roberto Aronica
Direttore Riccardo Chailly
Maestro del coro Bruno Casoni
regia David Pountney
 Prima rappresentazione al Teatro alla Scala:
 31 marzo 2019

I Masnadieri

Opera tragica in quattro atti dalla tragedia Die Räuber di Friedrich Schiller – libretto di Andrea Maffei
Musica Giuseppe Verdi
Interpreti Lisette Oropesa, Michele Pertusi, Fabio Sartori
Direttore Michele Mariotti
Maestro del coro Bruno Casoni
regia David McVicar
 Prima rappresentazione al Teatro alla Scala:
 18 giugno 2019

La Bella addormentata nel bosco

Balletto in un prologo e tre atti dalla fiaba "La Belle au bois dormant" di Charles Perrault
Libretto di M. Petipa e I.A. Vsevoložskij
Musica Pëtr Il'ič Čajkovskij
Interpreti Polina Semionova, Timofej Andrijashenko
Coreografia e regia Rudolf Nureyev, ripresa da Florence Clerc
Scene e costumi Franca Squarciaripino
Direttore Felix Korobov
 Prima rappresentazione al Teatro alla Scala:
 26 giugno 2019



In alto, da sinistra e in senso orario, Riccardo Chailly e David Livermore (© Brescia e Amisano), una scena de "La Bella Addormentata" (© Lelli e Masotti), due scene di "Manon Lescaut" (© Brescia e Amisano), e la soprano Anna Netrebko (© Dario Acosta)



cinema

VIDEO INTERNATIONAL

Anno xxv n.6/7 - Giugno/Luglio 2019

Poste Italiane SpA
Spedizione in A.P. 70% DCB Roma
Euro 2,50

Rai Com

PUCCINI
TOSCA

LIVE IN CINEMAS
SATURDAY 7 DECEMBER 2019

TEATRO ALLA SCALA

conductor
RICCARDO CHAILLY

ANNA NETREBKO | LUCA SALSÌ



Ph. Vladimir Shirokov

TEATRO
ALLA SCALA
NEI CINEMA
CON RAI COM

L'ARTE ITALIANA
CONQUISTA
LE SALE
SPAGNOLE