

Accademia del Cinema Italiano
Premi David di Donatello

David di Donatello 2019

MOVIEMENT



IL CAMBIAMENTO È PARTITO: IL CINEMA D'ESTATE È POSSIBILE.



La sala cinematografica torna ad essere considerata dai consumatori come importante opzione di intrattenimento anche durante il periodo estivo. Grazie all'investimento e all'impegno di tutta l'industria, quella che sembrava essere un'impresa impossibile comincia a diventare realtà.

Durante Le Giornate Professionali di Cinema di Sorrento, evento cruciale per la filiera cinematografica, GFK ha presentato la nuova fotografia dello scenario relativo alla "Destagionalizzazione del Cinema".

GFK ha messo a confronto i dati dell'ultima ricerca effettuata nel 2017 con questa, misurando il gradimento del cinema d'estate.

1.600 interviste personali hanno permesso di creare un campione rappresentativo a livello nazionale per studiare gli effetti del progetto MOVIE MENT sull'audience Cinema.

La percezione di quantità, qualità e popolarità dei film estivi sta sensibilmente migliorando. Aldilà della reale conoscenza del brand MOVIE MENT, in soli 6 mesi, il pubblico ha percepito con chiarezza il cambiamento in corso.

Il pubblico esprime un diffuso apprezzamento e nessuna critica al progetto MOVIE MENT (55%) e crede che **questa iniziativa influenzerà in maniera positiva l'incremento della frequenza al cinema nel periodo estivo (63%)**. L'incremento della qualità e dell'attrattività dei film viene ritenuto fondamentale insieme alle attività di comunicazione e sensibilizzazione.

La ricerca si conclude con l'analisi dell'ultimo cruciale punto l'evoluzione degli orientamenti del Pubblico sul Cinema d'Estate (confronto 2017-2019).

Si registra come, **rispetto al 2017**, rimane immutato il gradimento degli spettatori verso il cinema d'inverno; **una crescita di gradimento verso il cinema in primavera (48%, +6% rispetto al 2017) ma soprattutto un incremento della desiderabilità del cinema d'estate (estate in città 38%, estate in vacanza 30% con un +8% e + 6% rispetto al 2017)**. **Un cambiamento che, come previsto dall'obiettivo iniziale del progetto, ha colpito soprattutto gli spettatori regolari (42% rispetto al 2017 +12%) e alto-frequentanti (primavera +13%; estate in città +11%, estate in vacanza +13%);**

Dall'attuale scenario emerge un punto fondamentale: **il 63% degli intervistati è disposto a modificare il proprio comportamento e a incrementare la frequenza al cinema d'estate a fronte di un'offerta ricca e interessante.**

IL CAMBIAMENTO È PARTITO: IL CINEMA D'ESTATE È POSSIBILE.



La sala cinematografica torna ad essere considerata dai consumatori come importante opzione di intrattenimento anche durante il periodo estivo. Grazie all'investimento e all'impegno di tutta l'industria, quella che sembrava essere un'impresa impossibile comincia a diventare realtà.

Durante Le Giornate Professionali di Cinema di Sorrento, evento cruciale per la filiera cinematografica, GFK ha presentato la nuova fotografia dello scenario relativo alla "Destagionalizzazione del Cinema".

GFK ha messo a confronto i dati dell'ultima ricerca effettuata nel 2017 con questa, misurando il gradimento del cinema d'estate.

1.600 interviste personali hanno permesso di creare un campione rappresentativo a livello nazionale per studiare gli effetti del progetto MOVIE MENT sull'audience Cinema.

La percezione di quantità, qualità e popolarità dei film estivi sta sensibilmente migliorando. Aldilà della reale conoscenza del brand MOVIE MENT, in soli 6 mesi, il pubblico ha percepito con chiarezza il cambiamento in corso.

Il pubblico esprime un diffuso apprezzamento e nessuna critica al progetto MOVIE MENT (55%) e crede che questa iniziativa influenzerà in maniera positiva l'incremento della frequenza al cinema nel periodo estivo (63%). L'incremento della qualità e dell'attrattiva dei film viene ritenuto fondamentale insieme alle attività di comunicazione e sensibilizzazione.

La ricerca si conclude con l'analisi dell'ultimo cruciale punto l'evoluzione degli orientamenti del Pubblico sul Cinema d'Estate (confronto 2017-2019).

Si registra come, rispetto al 2017, rimane immutato il gradimento degli spettatori verso il cinema d'inverno; una crescita di gradimento verso il cinema in primavera (48%, +6% rispetto al 2017) ma soprattutto un incremento della desiderabilità del cinema d'estate (estate in città 38%, estate in vacanza 30% con un +8% e +6% rispetto al 2017).

Un cambiamento che, come previsto dall'obiettivo iniziale del progetto, ha colpito soprattutto gli spettatori regolari (42% rispetto al 2017 +12%) e alto-frequentanti (primavera +13%; estate in città +11%, estate in vacanza +13%);

Dall'attuale scenario emerge un punto fondamentale: il 63% degli intervistati è disposto a modificare il proprio comportamento e a incrementare la frequenza al cinema d'estate a fronte di un'offerta ricca e interessante.





SAVE THE DATE
SABATO 31 AGOSTO 2019

CONFERENZA STAMPA

**MOVIE
MENT**

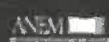


LA MIGLIORE ESTATE
DEGLI ULTIMI 6 ANNI

Italian Pavilion
Sala Tropicana Conferenze
Hotel Excelsior Venezia Lido

R.S.V.P.

ufficio stampa | PUNTOeVIRGOLA
info@studiopuntoevirgola.com



CineNotes

Appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta • 02 settembre 2019 • nuova serie **2846 (3159)**



BOX OFFICE DEL WEEKEND - "Il Re Leone" prosegue la corsa



Il Re Leone (Disney) non conosce battute d'arresto e anche nel **weekend Cinetel 29 agosto-1 settembre** resta al comando con 6,35 milioni di euro, che portano il totale a 26,1 M€ e 3,89 milioni di presenze. Secondo **Attacco al potere 3** (Lucky Red/Universal), che al debutto incassa 943mila euro in 415 sale (media: 2.272 euro), per un totale nei cinque giorni di 1,1 M€. Sul podio anche **Fast & Furious - Hobbs & Shaw** (Universal) con 314mila euro al terzo fine settimana e un totale di 5,85 M€.

L'opera prima firmata da Igor 5 è il numero perfetto (01) debutta al quarto posto con 228mila euro in 337 copie (media: 677 euro) e precede **Il signor Diavolo** (sempre 01), che con 209mila euro porta il totale a 816mila. A seguire altri tre esordi: **Genitori quasi perfetti** (Adler) sesto con 156 mila euro in 225 copie (media: 696 euro), **Blinded by the light** (WB) settimo con 114mila euro in 232 copie (media: 495 euro), **Teen Spirit** (Notorious) ottavo con 66mila euro in 220 copie (media: 301 euro). A chiudere la Top Ten **Crawl - Intrappolati** (Fox) con 56mila euro e un totale di 783mila, e **L'amour flou** (Academy Two) al debutto con 50mila euro in 39 copie (media: 1.281 euro).

Altri debutti: **Mademoiselle** (Altre Storie) è 13° con 23mila euro in sole 16 copie (media: 1.482 euro), **The rider** (Wanted) 15° con 20mila euro in 23 copie (media: 909 euro), **Stuber - Autista d'assalto** (Fox) 19° con 12mila euro in 63 copie (media: 197 euro), **Il Mostro di St. Pauli** (Bim) 24° con 7mila euro in 30 copie (media: 261 euro).

Escono dalla Top Ten: **La rivincita delle sfigate** (Eagle, 315mila euro dopo 2 fine settimana), **Kin** (Indipendenti, 119mila euro dopo 3 weekend), **Toy Story 4** (Disney, 6,1 M€ dopo 10 weekend), **L'ospite** (Mood Film, 56mila euro dopo 2 weekend), **Men in Black International** (WB, 2,79 M€ dopo 6 fine settimana) e **The nest** (Vision, 337mila euro dopo 3 fine settimana).

L'incasso complessivo del weekend è di 8,8 M€, -33% rispetto al precedente, +9,26% rispetto a un anno fa, quando debuttava *Mission Impossible - Fallout* con 2,4 M€.

IL PUNTO

Agosto Dal 1° al 31 agosto si sono incassati 41,2 M€, +44,69% rispetto al 2018, +79,40% sul 2017; i biglietti venduti sono 6,27 milioni, +39,92% sul 2018, +72,20% sul 2017.

L'anno Dal 1° gennaio al 1° settembre si sono incassati 381,22 M€, +12,50% rispetto al 2018, +5,41% sul 2017; i biglietti venduti sono 59,23 milioni, +11,57% sul 2018, +0,69% sul 2017.

Le quote di mercato La quota di mercato Usa è al 66,96% degli incassi col 26,70% dei film, quella dell'Italia al 16,11% col 33,38% dei film. Seguono Gran Bretagna (8,08%) e Francia (4,27%). Un anno fa: Usa al 57,45%, Italia al 25,57% (sono incluse le coproduzioni).

Le distribuzioni La Disney è prima col 30,64% degli incassi e il 2,86% dei film. Seconda Warner Bros col 17,96%, seguono: 01 (8,31%), Eagle (6,85%), Universal (6,14%), Fox (5,94%), Lucky Red (5,16%), Notorious (3,67%), Vision (3,67%) e Medusa (3,61%)

BOX OFFICE USA - "Attacco al potere 3" mantiene la vetta

Il weekend USA non presenta nella Top Ten nuove entrate e vede **Attacco al potere 3** (Lionsgate) mantenere il primo posto con 11,5 milioni di dollari e un totale, alla seconda settimana, di 40,6 M\$. Al secondo posto la commedia **Good boys** (Universal), 9,2 M\$ e un totale di 56 M\$. Terzo **Il Re Leone** (6,7

M\$, in totale 521 M\$), seguito da **Fast & Furious - Hobbs & Shaw** con 6,2 M\$ (in totale 157 M\$). Quinto **Overcomer** (5,7 M\$, totale: 17,2), sesto il thriller **Ready or not** con 5,6 M\$ e complessivi 20 M\$, davanti a **Scary stories to tell in the dark** con 5 M\$ (totale: 57 M\$). Ottavo **Spider-Man: Far from home** con 4,2 M\$ (totale: 384 M\$), seguito da **Dora l'esploratrice**, 4,1 M\$ e un totale di 49 M\$. Chiude la classifica **Angry Birds 2** con 4,1 M\$, per complessivi 33 MS.

L'incasso complessivo dei **Top Ten** è 87,89 M\$, -13,7% rispetto al precedente weekend, +6,8% rispetto allo scorso anno. (boxofficemojo)



MOVIEMENT: l'estate 2019 la migliore degli ultimi 8 anni



È dal 2011 che non si registrava un'estate così. Il bilancio di MOVIEMENT è andato molto oltre le aspettative: con **138 milioni di euro di incasso** si è superato di gran lunga l'obiettivo di 100 milioni, annunciato come una ottimistica previsione in primavera. L'estate 2019 è dunque la migliore degli ultimi 8 anni e, rispetto allo stesso periodo estivo (maggio-agosto) degli ultimi due anni, si è registrato un **incremento di oltre il 40%**. Addirittura, guardando i dati dall'1 gennaio a fine agosto, se nel 2017 si sono incassati 357,527 milioni e 333,587 nel 2018, grazie alla buona estate 2019 si è invertita la

tendenza e si è arrivati a ben **375 milioni**, recuperando così circa il **20% degli incassi sull'anno**.

Un risultato che è un importante incoraggiamento a proseguire con l'iniziativa MOVIEMENT che, con un piano triennale, punta al cinema in sala 12 mesi l'anno, come avviene nel resto del mondo. Il palinsesto dell'estate 2019 è stato il più importante di tutti i tempi e ha visto i grandi blockbuster uscire finalmente day and date con i principali territori europei, affiancati da titoli di grandi autori italiani ed internazionali. Il pubblico ha dato ragione a chi ha scommesso su questa iniziativa dimostrando che le abitudini possono cambiare se si punta e si investe sulla qualità dell'offerta.

Alla realizzazione di MOVIEMENT hanno partecipato tutti gli esponenti delle categorie e delle principali istituzioni, presenti anche alla Mostra del Cinema per raccontare com'è andata questa estate: **Francesco Rutelli** Presidente ANICA; **Luigi Lonigro** Presidente Distributori ANICA; **Mario Lorini** Presidente ANEC; **Carlo Bernaschi** Presidente onorario ANEC; **Francesca Cima** Presidente Produttori ANICA; **Piera Detassis** Presidente Ente David di Donatello; Sen. **Lucia Borgonzoni** Sottosegretario ai Beni Culturali.

Subito a ridosso della conferenza stampa, *Variety* ha pubblicato a firma di Nick Vivarelli il seguente articolo on line: **Italy records 40% increase in Summer box office as new strategy takes root.**

Questo il link all'articolo: <https://variety.com/2019/film/news/italy-records-40-increase-in-summer-box-office-as-new-strategy-takes-root-1203320156/>

A questo link del sito ANEC le slide presentate a Venezia:
http://www.anecweb.it/file/31753-31754-moviement_-_venezia_-_3108.pdf

FICE, annunciati gli Incontri 2019 a Venezia



Anche quest'anno la Mostra di Venezia ha ospitato l'incontro di presentazione degli **Incontri del Cinema d'Essai**, la cui XIX edizione è in programma a Mantova, per l'undicesimo anno consecutivo, **dal 30 settembre al 3 ottobre**. Alla presenza del vicesindaco di Mantova **Giovanni Buvoli** (che ha rappresentato il Sindaco **Mattia Palazzi**, impossibilitato a presenziare), il presidente FICE **Domenico Dinoa** ha introdotto i contenuti della nuova edizione, prevista come sempre tra **Multisala Ariston**, **Cinema del Carbone**, **Teatro Bibiena** e **Teatro Sociale**, oltre alla cena in onore dei

premiati a Palazzo Gonzaga; alle consuete anteprime, trailer, incontri con il pubblico si aggiungono i due convegni: il punto sulla disciplina e le attività delle **sale d'essai in Francia e Germania**, territori più simili all'Italia anche per tradizione storica e per il sostegno pubblico; e uno sguardo sull'**estate di cinema d'autore**, a latere del bilancio dell'estate MOVIEMENT da poco tracciato proprio a Venezia.

Sono intervenuti, oltre al "padrone di casa" **Paolo Protti**, i presidenti: ANEC **Mario Lorini**, ACEC don **Adriano Bianchi**, ANAC **Francesco Ranieri Martinotti**, SNGCI **Laura Delli Colli** e, per la DG Cinema



Nelle sale italiane

Estate 2019, gli incassi mai così buoni dal 2011

Moviemment, l'iniziativa lanciata da Anica, Anec, David di Donatello, MiBac per tenere aperti i cinema 12 mesi all'anno, ha funzionato: con un incasso di 138 milioni, (il 40 per cento in più del 2018), si è superato di gran lunga l'obiettivo di 100 milioni e questa estate 2019 si conferma come la migliore degli ultimi 8 anni. Gli ottimi risultati dei mesi caldi hanno inciso positivamente sull'intera annata con un incasso totale di 375 milioni (il 20 per cento in più). «E ora il nuovo governo», ha detto a Venezia Francesco Rutelli, presidente dell'Anica, «dovrà ripartire dalla certezza delle norme per l'audiovisivo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



CINEMA Tra flop e slittamenti, per salvare gli incassi la piattaforma è aggrappata a "Toy Story 4"

Altro che Movie-ment: il botteghino estivo non sarà un gioco da ragazzi

» FEDERICO PONTIGGIA

Eppur si muove? Macché. Sul calendario il cinema italiano ha cerchiato in rosso una data: 26 giugno, oggi. Su oltre 800 schermi esce *Toy Story 4*, l'animazione Disney-Pixar che deve cacciarsi l'ansia da prestazione di un intero comparto: non può, non deve fallire, ne va delle sorti fin qui poco magnifiche e progressive dell'estate cinematografica da Trieste in giù. La saga di Woody e Buzz Lightyear, tenuta a battesimo da John Lasseter nel 1995, ha baloccato più di una generazione, caso ancor più strano trattandosi di "car-



Pupi Avati. Nella pagina accanto, "Toy Story 4"

toon", e anche calando il poker le carte in regola per soddisfare grandi - adozione, libero arbitrio e metacinema - e piccini - *new entry* puciose e trovate assortite - non dovrebbero mancare. Eppure, non basta, tocca superarsi, persino - fatte le debite proporzioni - rispetto al debutto americano: 118 milioni di dollari, terzo weekend dell'anno e il migliore risultato della saga, però lontano dai 140 e più stimati alla vigilia. Va detto, tra New York e Los Angeles

l'estate in sala è partita malissimo, ma qui tocca occuparsi dei crucci nostrani: l'antidoto alla siccità in sala, Movie-ment, non sta andando bene, eufemismo. "Progresso/processo" nato dall'unione di distributori, esercenti, produttrici e istituzioni, dal Mibac ai David di Donatello, Movie-ment dovrebbe creare un mercato estivo con un piano triennale e quattro direttrici: contenuti, abitudine, investimenti e percezione, per scongiurare la proverbiale, e invero avvistabile, ultima spiaggia. A far la parte del leone, nelle intenzioni, i film italiani, che se distribuiti su più di 200 schermi e con un investimento di P&A ("promo-

tion" e "advertising") superiore a 500 mila euro potranno beneficiare del recupero del 70 per cento dei costi sostenuti (il 30 per cento del tax credit già stabilito dalla Legge Cinema più il 40 per cento del contributo del bando selettivo del 14 marzo scorso) - per i film nazionali con meno di 200 schermi e un P&A inferiore ai 500 mila euro il contributo totale scende al 40 per cento (30 per cento più 10).

ALL'UOVO IL MIBAC ha messo a disposizione quattro milioni e mezzo di euro: forse troppa grazia, comunque tanta roba. Direte, ci sarà la fila per uscire nel periodo estivo, e invece no: quattro



gatti, *Il flauto di magico di Piazza Vittorio* (uscito il 20 giugno per 6.858 euro totalizzati nel weekend), *Restiamo amici* di Antonello Grimaldi posizionato il 4 luglio, *Vita segreta di Maria Capaso* di Salvatore Piscicelli il 18 luglio, *Dolcissime* di Francesco Ghiaccio il 1° agosto, e un gattone, Pupi Avati, che torna all'horror

sia con *Il signor diavolo* con l'uscita piazzata al 22 agosto. Dell'aristocrazia del cinema nostro, a mettere sotto il solleone nome, faccia e film volente o - scommettiamo - nolente è solo lui: il "progresso/processo" può attendere. In compenso, tra i non italiani Movie-ment tradisce i primi sinistri scricchiolii: *Pets 2*, *X-Men:*

Dark Phoenix, *Rocketman* e *Godzilla 2* sono andati al di sotto delle infime aspettative, e da *Charlie Says* - slittato dal 4 luglio al 22 agosto - al beatlesiano *Yesterday* di Danny Boyle - postposto dal 4 luglio al 26 settembre! - c'è chi ha già preso le misure.

IL RITORNELLO, per ora, è modulato su Bruno Martino: non la hit *Estate*, ma la più laconica, financo amara *E la chiamano estate*, questa estate senza incassi. Se fare peggio dell'anno scorso, dove il deserto imperò, è impossibile, nondimeno ci stiamo provando: 11.280.728 euro rastrellati nelle prime due settimane (6-13, 13-20) di giugno, contro i 12.544.187 euro del 2018 (fonte: CineGuru). È *Toy Story 4* il titolo della riscossa? Nonostante le apparenze, non sarà un gioco da ragazzi.

@fpontiggia

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Premi David di Donatello

Pubblicato da Paola Micalizzi [?] · 7 h · 🌐



L'Accademia del Cinema Italiano è partner di [#Moviment](#) - Al cinema tutto all'anno e del progetto di [Alice nella città](#) e dell' [Istituto Comprensivo "Via P. A. Micheli" - Roma](#) "Seminare domande" che dopo aver percorso tutte le regioni del centro-sud italia vedrà la sua conclusione oggi, con 600 studenti, al Cinema Barberini di Roma.



[Alice nella città](#)

Ieri alle 12:33 · 🌐

👍 Mi piace

ALICE NELLA CITTA' ADERISCE ALLA CAMPAGNA MOVIE MENT E RENDE TESTIMONI E PROTAGONISTI GLI STUDENTI . IL 5 GIUGNO AL CINEMA BARBERINI DI ROMA SI CONCLUDE IL PROG...

[Altro...](#)



Mina Larocca

1 h · 🌐



Ciné - Giornate di Cinema

20 h · 🌐

👍 Mi piace

#Cine2019 è stato ufficialmente presentato questa mattina nel corso del **Festival de Cannes!**

Alla presentazione sono intervenuti il Presidente ANICA **#FrancescoRutelli**, il Presidente Anica sezione distributori **#LuigiLonigro**, il Presidente Anica sezione produttori **#FrancescaCima**, il Presidente Anec **#MarioLorini**, il Direttore Artistico dell'Accademia del Cinema italiano – **Premi David di Donatello** **Piera Detassis**, il responsabile Emilia Romagna Film Commission **#FabioAbagnato** ed il general manager di Ciné **#RemigioTrucchio**.

Tra prime anticipazioni e novità della manifestazione che avrà luogo a Riccione dal 2 al 5 luglio, all'Italian Pavillion è stato presentato anche "Moviement", il progetto che rilancia il cinema come forma d'intrattenimento culturale tutto l'anno.

Per scoprire nel dettaglio il programma completo di **#Cinè2019**, continua e seguirci!

www.cinegiornate.it



12

Cover Story

SUMMER MOVIEMENT

Il grande progetto per rilanciare l'estate
e tutti i film in uscita nei mesi più caldi.

La parola a esercenti, distributori e associazioni
di categoria

UNA CAMPAGNA IN MOVIMENTO

IL PIANO DI COMUNICAZIONE PER RILANCIARE
I MESI PIÙ CALDI DELL'ANNO

È iniziata con largo anticipo la campagna marketing per rilanciare il cinema in estate. «A fine dicembre abbiamo iniziato a proiettare al cinema uno spot di 60 secondi con le immagini dei principali blockbuster in uscita la prossima estate e, tra gennaio e febbraio, grazie allo sforzo congiunto di distribuzione ed esercizio, lo spot è stato visto da oltre 20 milioni di persone», spiega Andrea Cuneo, responsabile della comunicazione di Moviement, ovvero il piano volto a portare il cinema tutto l'anno, estate compresa. Ma saranno due le tipologie di spot su cui verterà la campagna in questi

ma di qualità. Questi spot saranno aggiornati continuamente con i film in programmazione nel periodo di riferimento».

Sul sito web movie-ment.it è già possibile consultare tutta la programmazione estiva con sinossi, immagini e trailer dei film, e registrarsi per ricevere tutte le informazioni sull'iniziativa di Moviement.

«Stiamo studiando anche forme innovative di rewarding per premiare gli spettatori che vengono al cinema in estate. Si tratterà di operazioni che non intaccheranno il prezzo del biglietto, visto lo sforzo già importante delle distribuzioni, ma che incentiverà il pubblico a tor-

**MOVIE
MENT**
AL CINEMA. TUTTO L'ANNO



Da sinistra: Piera Detassis (presidente Premi David di Donatello), Mario Lorini (presidente Anec), Andrea Cuneo (responsabile della comunicazione Moviement), Lucia Borgonzoni (sottosegretario Mibac con delega al cinema), Francesca Cima (presidente produttori Anica), Francesco Rutelli (presidente Anica), Carlo Bernaschi (presidente Anem), Luigi Lonigro (presidente distributori Anica) e l'attore/regista Pif

mesi. Il primo, più istituzionale, è legato al brand di Moviement ed è stato trasmesso per la prima volta durante la cerimonia di premiazione dei David di Donatello, evento che ha registrato in prima serata su Rai 1 un'audience di quasi 3 milioni di spettatori. Il secondo, invece, è incentrato sull'offerta cinematografica. «Realizzeremo uno spot per tre differenti tipologie di pubblico: uno mainstream a target più adulto (dai titoli commerciali, a quelli vietati ai minori non accompagnati), uno family (senza titoli con restrizioni di età) e uno legato al cine-

nare in sala e a partecipare a questo "movimento". Anche i talent lavoreranno al nostro fianco spingendo ad andare al cinema e agendo da veri e propri influencer. Costruiremo un'imponente campagna di comunicazione per un valore stimato intorno ai 16-18 milioni di euro». (P.S.)



L'iniziativa

Quattro giorni di cinema Film in rassegna a tre euro



Un'anticipazione di quella che sarà l'estate cinematografica del 2019

**L'obiettivo
è dare
nuova vita
alle
proiezioni
anche
durante
il periodo
estivo**

Chiara Rocca

Giorni di cinema a basso costo. Adesso non avete più scuse, dovete entrare in sala e documentarvi su tutte uscite cinematografiche dell'ultimo periodo. Infatti, grazie a Anec, Anem e Anica, con il sostegno del ministero Beni e Attività Culturali, si svolgeranno da oggi a giovedì 4 aprile i "CinemaDays 2019" durante i quali il prezzo del biglietto sarà di tre euro, in tutti i cinema aderenti.

Chi aderisce

Ecco l'elenco delle sale cinematografiche della Capitale che aderiranno all'iniziativa: Stardust village, cinema Madison, Starplex, The Space - Moderno, The Space - Parco de Medici, Uci cinema Roma Est, Uci cinema Porta di Roma, Admiral, Adriano, Alhambra, Ambassade, Andromeda, Antares, Atlantic, Barberini, Broadway, Cineland dei piccoli, Doria, Eden, Europa, Farnese, Greenwich, Intrastevere, Lux, Nuovo cinema Aquila, Nuovo Sacher, Odeon, Roxy Parioli, Savoy, Tibur Trianon.

Alcuni film da vedere

Ecco alcuni dei titoli tra cui sarà possibile scegliere durante queste giornate. La scorsa settimana sono usciti, ad esempio, "Captive State", "Close Enemies", "Dumbo", "Noi", "Una giusta causa", "Vivere", "Border". In questi giorni, invece, sono in uscita "A mano disarmata", "Bene ma non benissimo", "Book Club - Tutto può succedere", "Dolce Roma", "Il ragazzo che diventerà re", "Io, Leonardo", "Shazam!" e "Unfriended: Dark Web".

In attesa di una grande estate

Questa iniziativa promozionale fa da apripista alla Grande Estate di cinema 2019. L'obiettivo è quello di rilanciare l'intrattenimento in sala anche durante i mesi più caldi, allineando il mercato cinematografico italiano ai principali mercati mondiali, che hanno uscite di grande rilievo in tutti i mesi dell'anno, permettendo così una migliore distribuzione dei film. Al momento sono stati annunciati tanti blockbuster americani e, a breve, si comunicheranno anche le prime visioni di film italiani e di cinema d'autore. L'obiettivo è avere una line up di film in grado di soddisfare i desideri di tutte le audience. Line up che gli spettatori potranno conoscere per la prima volta proprio durante questi giorni di Cinema Days. Durante la serata dei David di Donatello, svoltasi lo scorso mercoledì, è stato dato ampio risalto ai CinemaDays come preambolo dell'Estate di Cinema 2019. Tanti anche i testimonial, tra i più amati dal pubblico, che si stanno mobilitando per il raggiungimento di questo obiettivo. Perciò...stay tuned!





TRAILER NEWS

AL CINEMA TUTTO L'ANNO

Il mondo dell'industria cinematografica italiana si unisce per rilanciare il cinema: nasce Moviement

È il momento della svolta. Per la prima volta in Italia distributori, dalle major agli indipendenti, tutti gli esercenti, dalle sale d'essai ai multiplex, i produttori, le istituzioni, i rinnovati Premi David di Donatello e i talenti fanno squadra con Moviement. «Cinema e audiovisivo si trovano di fronte al più grande cambiamento di sempre. Il progetto Moviement, voluto in modo forte e unitario da tutti i protagonisti del nostro Cinema e sostenuto con determinazione e convinzione dal Sottosegretario Borgonconi a nome del Governo, può e deve rappresentare la svolta per vivere il Cinema e far vivere il cinema dodici mesi all'anno», ha dichiarato il Presidente dell'Anica, Francesco Rutelli, in occasione del lancio dell'iniziativa. Si comincia con i CinemaDays (in sala a 3 euro dall'1 al 4 aprile) per poi creare il mercato estivo con un piano triennale che allinei il nostro Paese al resto del mondo. *«Il palinsesto dell'estate 2019 è il più importante di tutti i*

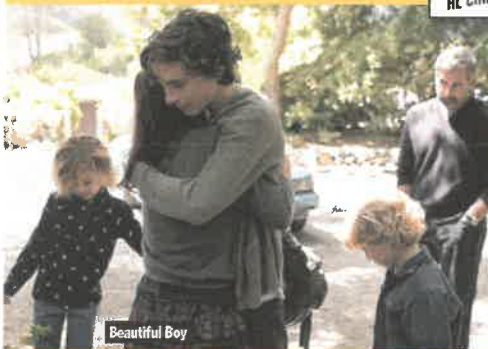


Gli esponenti delle categorie e delle principali istituzioni intervenuti per il lancio di Moviement: Andrea Cuneo, Piera Detassis, Pif, Francesca Cima, Francesco Rutelli, Luigi Lonigro, Lucia Borgonconi, Mario Lorini, Carlo Bernaschi e il giornalista Enrico Magrelli.

APPUNTAMENTO IN SALA



Dai titoli di grandi autori italiani e internazionali ai blockbuster: sono oltre sessanta i film che usciranno nei cinema da maggio ad agosto

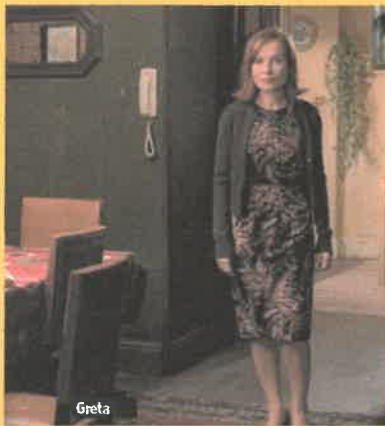




tempi e vedrà i grandi blockbuster uscire finalmente day and date con i principali territori europei, affiancati da titoli di grandi autori italiani e internazionali», ha spiegato Luigi Lonigro, Presidente Distributori Anica.

Qualche esempio? In sala tra maggio e agosto arriveranno: i biopic *Rocketman* e *Stanlio & Ollio*, cartoon come *Pets 2 - Vita da animali* e *Toy Story 4*, i cinecorrici *X-Men: Dark Phoenix* e *Spider-Man: Far From Home*, ma anche produzioni d'autore come *Domino* di Brian De Palma, *Submergence* di Wim Wenders, *Il grande spirito* di Sergio Rubini e *Il signor Diavolo* di Pupi Avati. A questi si aggiungeranno altri titoli dopo che sarà ufficializzato il programma della 72ma edizione del Festival di Cannes. Quindi l'offerta di qualità, pensata per un pubblico trasversale, si arricchirà sempre di più e gli oltre sessanta titoli previsti saranno elencati sul sito www.movie-ment.it.

«Spesso termini come "svolta" o "rivoluzione" vengono utilizzati a sproposito e in modo retorico nel descrivere un cambio di passo nelle politiche pubbliche a sostegno del mercato e dei cittadini fruitori di cinema in sala. In questo caso rivendico quei termini per sottolineare la natura fortemente innovativa di *Moviemento*, ha spiegato il Sottosegretario con delega al cinema Lucia Borgonzoni. «Un progetto necessario per correggere un'anomalia storica del nostro mercato rispetto agli altri Paesi comunicando in modo efficace che al cinema si può e si deve andare tutto l'anno. Un progetto concepito finalmente con un approccio di sistema coinvolgendo tutti. Un progetto che il Ministero ha voluto sostenere non solo economicamente, ma svolgendo un ruolo di impulso e coordinamento con un respiro lungo e in un'ottica di rilancio strutturale del consumo in sala». Che la rivoluzione abbia inizio. ■



Greta



Pets 2 - Vita da animali



Nureyev: The White Crow



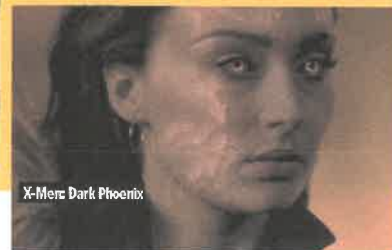
Stanlio & Ollio



Spider- Mare Far From Home



Toy Story 4



X-Merc Dark Phoenix



Primo Piano



DIRITTO AUTORE: IMPRESA CULTURA ITALIA-CONFCOMMERCIO, VITTORIA PER CREATIVITA' E CULTURA. PLAUSO AGIS PER EUROPA CREATIVA



“Una pagina importante per l'Europa ed una vittoria per la creatività e la cultura”. E' il commento di Carlo Fontana, presidente di Agis e di Impresa Cultura Italia-Confcommercio, all'approvazione da parte del Parlamento Europeo, lo scorso 26 marzo a Strasburgo, della Direttiva sul copyright. “Il voto di oggi - sottolinea Fontana - riconosce a chi crea il diritto ad un equo compenso per lo sfruttamento delle proprie opere da parte delle grandi piattaforme digitali. Una normativa

equilibrata e ben lontana dal voler porre censure nei confronti del web, quanto piuttosto volta a tutelare il settore culturale e creativo che e' tra i piu' dinamici dell'economia europea”.

Sempre dall'Europa buone notizie con l'approvazione, da parte del Parlamento Europeo, del testo che raddoppia il bilancio del programma EUROPA CREATIVA, che passa per il periodo 2021-2027 da 1,4 a 2,8 miliardi. “Dall'Europa – dichiara il Presidente AGIS **Carlo Fontana** – un'altra buona notizia dopo quella dell'approvazione della Direttiva sul copyright. Settori fondamentali del mondo della cultura, come quello della musica, dei festival e dell'audiovisivo non potranno che beneficiare da quanto messo in campo nel nuovo programma”. “Un ringraziamento particolare – conclude – alla relatrice del testo, **Silvia Costa**, la cui tenacia ed il suo impegno sono stati ripagati dalla fiducia espressa dal Parlamento Europeo”.

VIA LIBERA AL PROGRAMMA EUROPA CREATIVA. ASSOMUSICA ED ELMA, UN IMPORTANTE RISULTATO VERSO LA VALORIZZAZIONE DELLA MUSICA DAL VIVO



Il Parlamento Europeo ha votato per raddoppiare il **bilancio 2021-2027** del programma **Europa creativa**, per una migliore circolazione internazionale delle opere e mobilità degli artisti. Il testo è stato approvato oggi in plenaria con 501 voti a favore, 51 contrari e 42 astensioni. **Assomusica**, l'Associazione Italiana degli Organizzatori e Produttori di Spettacoli di Musica dal Vivo, ed **ELMA**, European Live Music Association, esprimono

soddisfazione e compiacimento per questo primo e importante risultato nel percorso verso la valorizzazione del settore della musica dal vivo. “Finalmente – **dichiara Vincenzo Spera, Presidente di Assomusica** – la musica dal vivo è stata riconosciuta come un asset importante dell'industria culturale e creativa europea”. Grazie anche all'impegno di Assomusica, saranno messi a disposizione nuovi strumenti di finanziamento e supporto per gli spettacoli live. Secondo



la relazione del Parlamento “la musica, in tutte le sue forme ed espressioni, e in particolare la musica contemporanea e dal vivo, è una componente essenziale del patrimonio culturale, artistico ed economico dell'Unione. È un elemento di coesione sociale, integrazione multiculturale e socializzazione giovanile e funge da strumento essenziale per valorizzare la cultura, compreso il turismo culturale. Il settore musicale dovrebbe pertanto costituire un punto focale (...) in termini di distribuzione finanziaria e di azioni mirate. Inviti e strumenti su misura dovrebbero contribuire a stimolare la competitività del settore musicale e ad affrontare alcune delle sfide specifiche che lo riguardano.” Tra gli obiettivi specifici del nuovo programma, il Parlamento Europeo include il “sostegno al settore della musica: promozione della diversità, della creatività e dell'innovazione nel settore della musica, in particolare nel settore della musica dal vivo, anche attraverso la creazione di reti, della distribuzione e della promozione di un repertorio e di opere musicali (...), della formazione, della partecipazione e dell'accesso alla musica, dell'allargamento e della diversificazione del pubblico, della visibilità e del riconoscimento dei creatori, dei promotori e degli artisti, in particolare giovani ed emergenti”. “Auspichiamo - **continua il Presidente di Assomusica** - che i Governi nazionali non esitino nel cogliere le opportunità garantite dal nuovo Programma”.

ITALIA QUARTA IN UE PER FONDI AI PROGETTI CULTURALI, FRANCIA PRIMA



Con 180 progetti coordinati e 41,2 milioni di euro l'Italia è soltanto quarta tra i Paesi dell'Unione che hanno attinto a **Europa Creativa 2014-2020**, il programma di finanziamenti UE per i settori creativo e culturale, che ha visto primeggiare la Francia per numero di progetti coordinati e fondi ottenuti.

Il dato è emerso lo scorso 15 marzo a Roma nel corso di un convegno sul tema organizzato da Assomusica (Associazione

Italiana degli Organizzatori e Produttori di Spettacoli di Musica dal Vivo), ELMA (European Live Music Association) e Impresa Cultura Italia - Confcommercio. L'iniziativa prende spunto dalla recente approvazione all'unanimità da parte della Commissione Cultura del Parlamento Europeo del nuovo **Programma Europa Creativa 2021-2027**, che ha raddoppiato da 1,4 miliardi (2014-2020) a 2,8 miliardi i fondi a sostegno dei progetti culturali, riconoscendo anche misure e bandi specifici per la musica dal vivo e i concerti.

Al convegno hanno partecipato anche diversi europarlamentari e funzionari Ue a cominciare dalla relatrice del programma in Commissione CULT, l'onorevole Silvia Costa.

“La Commissione Cultura del Parlamento Europeo – ha detto Vincenzo Spera, presidente di Assomusica - si è espressa sul programma approvando in maniera bipartisan emendamenti innovativi volti a potenziare gli strumenti e i piani di finanziamento a sostegno degli spettacoli di musica live. L'occasione è quindi opportuna per discutere - tutti insieme - di questo provvedimento e su cosa fare per migliorare la programmazione e gli investimenti in questo settore che è un volano di crescita e sviluppo per i territori e il made in Italy della cultura”. Dei 2500 progetti di Europa Creativa approvati dal 2014 al 2018 la Francia se ne è accaparrati il 15,4% e soprattutto ha portato a casa oltre 97,2 milioni di euro, quasi il 20% del totale finanziato che fino ad oggi ha superato i 492 milioni di euro. La Germania è saldamente al secondo posto



per numero di progetti coordinati (261) e fondi ottenuti (56,2 milioni di euro), il Regno Unito è terzo (189 progetti) con quasi 50 milioni di euro raccolti (49,7 milioni di euro).

L'Italia è solo quarta (180 progetti), ma se guardiamo ai finanziamenti ottenuti scende al quinto posto, superata dal Belgio (47,6 milioni), fermandosi a 41,2 milioni di euro.

“La cultura è una componente fondamentale e autonoma, trasversale ma non accessoria, del terziario di mercato e dell'economia del Paese. – afferma Carlo Sangalli, presidente di Confcommercio – “Per questo bisogna lavorare insieme, anche tramite il programma Europa Creativa per il periodo 2021-2027 che vuole promuovere la cooperazione europea in materia di diversità culturale rafforzando la competitività dei settori culturali e creativi”.

ITALIAFESTIVAL SI PROPONE QUALE AMBASCIATRICE DELLA CULTURA ITALIANA NEL MONDO



Il secondo meeting italiano multidisciplinare dei festival Effe ha pianificato una strategia europea per esportare la cultura italiana. Se ne è parlato a Milano il 18 marzo scorso con illustri relatori nella elegante cornice di **Palazzo Turati**. L'incontro è stato moderato dalla giornalista **Paola Molfino**, caporedattore di **Amadeus**. “Questa occasione di

incontro ci permette di fare un esercizio che potrebbe sembrare quasi impossibile perché oggi si parlerà di valorizzazione dei territori, delle identità culturali, artistiche, enogastronomiche, delle peculiarità di un paese, nazioni, regioni, comuni e insieme di parlerà di Europa, di sistema, di internazionalizzazione, di dialogo. Credo che questa sia una delle magie che la cultura e l'arte ci consentono di fare anche in tempi in cui il dialogo, la connessione sembrano così complesse da esercitare”. Ha fatto gli onori di casa l'assessore alla Cultura del Comune di Milano **Filippo Del Corno** che identifica i festival quali motore di attrattività, di economie virtuose, saperi e risorse. *“L'incremento del patrimonio cognitivo è merito dei festival – dichiara Del Corno – che però devono costantemente affrontare le incertezze dei finanziamenti pubblici e la debolezza di programmazione istituzionale in tale ambito. Una soluzione è individuabile nelle partnership europee per captare fondi e in programmazioni più a lungo termine. Plauso alle reti di soggetti europei e allo sviluppo delle professionalità connesse: festival come fucina di formazione. L'Italia è certamente protagonista nello sviluppo del pensiero creativo, siamo competitivi”.* **Carlo Fontana**, presidente di **Agis**, ha comunicato l'alleanza tra l'Associazione Generale Italiana dello Spettacolo e **Confcommercio**, sviluppo culturale legato a quello imprenditoriale confermando l'importanza del management culturale. “I festival sono un fattore produttivo con la capacità di produrre valore aggiunto – ha dichiarato Fontana – la politica deve sostenere questa ricchezza rivedendo i meccanismi di distribuzione del FUS concedendo più flessibilità e al limite meno storicità. Un buon segno è il raddoppio del budget previsto per Europa Creativa 2021-2027”. **Francesco Maria Perrotta**, presidente di Italiafestival, ha evidenziato l'importanza e la necessità del fare rete. “Incrementare le relazioni con l'Europa veicolando una forma di turismo culturale che sviluppi il made in Italy attraverso il binomio enogastronomia e cultura – ha dichiarato Perrotta. Italiafestival crede nel lavorare in rete per attingere ai fondi di Creative Europe ed è in grado di dare indicazioni sui decreti attuativi della legge sullo spettacolo dal vivo, priorità che si legano al concetto che il FUS non è l'unico riferimento per la ricerca di fondi”. Il presidente di Perrotta ha chiesto con forza di prevedere, all'interno dei bandi di Europa Creativa, specifiche



linee di finanziamento per il mondo dei festival distaccando lo spettacolo dal vico dal mondo più generico dei “media” che ingloba anche il cinema. **Jan Briers**, presidente di **Efa (European Festivals Association)**, ha illustrato la nuova piattaforma dedicata alla creazione di nuove connessioni tra i festival europei. “Festivalfinder.eu è stata creata per concedere una più ampia vetrina ai festival su una piattaforma europea – ha dichiarato Briers. E’ auspicabile un supporto reciproco, che i grandi festival diano aiuto ai piccoli. Incrementare la comunicazione attraverso i nuovi media e cercare nuove forme di sponsorizzazione contribuirà ad abbattere le frontiere”. Sono intervenuti, tra gli altri, anche **Kai Amberla**, presidente di Finland Festival, gli europarlamentari **Luigi Morgano** e **Angelo Ciocca**, **Monica Gattini Bernabó**, direttore generale della Fondazione Milano delle 4 Scuole Civiche di formazione di Milano e anche Presidente di Aifart, **Maurizio Cuzzocrea**, presidente di **Area Sud**, rete dei festival siciliani, **Vincenzo Bellini**, presidente del **Distretto Produttivo Puglia Creativa**, **Roberto Grossi**, sovrintendente teatro Bellini di Catania, **Franco Belletti**, vice presidente di Italiafestival.

LANCIATO MOVIEMENT, IL PROGETTO DI TUTTA L'INDUSTRIA DEL CINEMA



Per la prima volta in Italia, tutta l'industria cinematografica si unisce compatta per fare squadra e rilanciare il cinema come forma di intrattenimento culturale per tutto l'anno. Le aziende di distribuzione garantiranno la programmazione di grande cinema spettacolare e di qualità da gennaio a dicembre, senza interruzione, con le sale aperte 12 mesi l'anno. Tutto

questo ha un nome: **MOVIEMENT**. Il progetto è stato presentato il 19 marzo alla presenza dei presidenti **Francesco Rutelli** (ANICA), **Luigi Lonigro** (Distributori ANICA), **Francesca Cima** (Produttori ANICA), **Carlo Bernaschi** (ANEM), **Mario Lorini** (ANEC), **Piera Detassis** (David di Donatello), l'attore e regista **Pif** e il Sottosegretario al MIBAC **Lucia Borgonzi**.

Memo

TERMINE PER LA PRESENTAZIONE DEI CONSUNTIVI 2018 Ai fini dell'erogazione del contributo a saldo, si ricorda che i soggetti beneficiari devono presentare la documentazione relativa al consuntivo 2018 entro i termini previsti dall'articolo 6, D.M. 27 luglio 2017. In particolare:

- entro e non oltre il 31 marzo 2019, la documentazione relativa all'attività 2018 di cui all'articolo 6, comma 3, lettera a) ; nel caso in cui il soggetto medesimo sia tenuto alla redazione di un bilancio ai sensi dell'articolo 2423 del codice civile, tale documentazione deve essere inviata entro e non oltre il 30 aprile;

- entro e non oltre il 30 settembre 2019, una autodichiarazione resa ai sensi dell'art. 47 del D.P.R. n. 445 del 2000, attestante l'avvenuto pagamento dei costi di progetto ammissibili di cui all'art. 6, comma 9.

I suddetti termini si applicano anche ai consuntivi 2018 presentati per i Progetti Speciali ex art. 44, comma 2, D.M. 27 luglio 2017 e per i Carnevali Storici di cui al D.M. 17 maggio 2018.

Si rammenta infine che se il termine prescritto scade in un giorno festivo, è prorogato di diritto al giorno seguente non festivo (1 aprile 2019).

[Tutte le info al seguente link](#)



©WARNER BROS.

«Fare squadra», «unirsi in maniera compatta», «cambiamento epocale», «rendere pensabile l'impensabile», «portare il pubblico al cinema tutto l'anno». Insomma, ecco **Moviement**, il «cinema tutto l'anno», appunto. Il tentativo è quello di far ricordare il 2019 come l'anno in cui l'industria cinematografica italiana è riuscita ad allungare la stagione. Che, lo sapete, è uno dei nostri punti deboli, dal momento che molte sale in estate chiudono per ferie. Il confronto con alcuni paesi europei è imbarazzante: se, per esempio, in Germania, Francia e Spagna la media delle presenze estive incide per circa un 30% su quelle totali dell'anno, in Italia siamo a meno del 15%. Per invertire la rotta si sono riuniti intorno a un tavolo tutti i cosiddetti "attori" della filiera del nostro cinema (MiBAC, ANICA, ANEC, ANEM, Accademia del cinema italiano - Premi David di Donatello) per garantire, con un piano triennale, la programmazione di film da gennaio a dicembre, senza interruzione, con le sale aperte 12 mesi l'anno. Lo Stato darà un contributo per sostenere l'iniziativa (per il "piano di lancio" di film italiani si arriverà a un contributo addirittura del 70%), i David di Donatello promuoveranno l'iniziativa dal palco della premiazione, il 27 marzo, con il supporto della Rai e di tutti i "talent" del cinema italiano che si faranno vedere con la spilletta di Moviement nel tentativo di cambiare nello spettatore l'attitudine nei confronti del cinema, in estate. Però. C'è un però. Se l'iniziativa nasce approfittando del traino di molti blockbuster che le major faranno uscire praticamente in contemporanea in tutto il mondo - *Godzilla II King of the Monsters*, *Toy Story 4*, *Spider-Man: Far from Home*, *Men in Black: International*, *Fast & Furious - Hobbs & Shaw*, *Il re leone* - l'Italia risponde (per ora, in attesa di tre titoli - pare - che saranno in programma a Cannes) con solo due film di un certo richiamo: *Il grande spirito* di Sergio Rubini e *Il signor Diavolo* di Pupi Avati. Un po' poco per fare veramente Moviement... **PEDRO ARMOCIDA**



L'iniziativa

I cinema d'estate? Aperti per ferie

Le sale non chiuderanno: coinvolta tutta l'industria del settore nel progetto «Moviement»

ROMA Lo slogan migliore lo trova Pif, chiamato per primo tra i colleghi attori e registi, a metterci la faccia: «Fare diventare pensabile una cosa impensabile». Ovvero, superare la tradizionale pausa estiva delle sale italiane e tentare — per davvero e tutti insieme — di portare gli spettatori al cinema per dodici mesi all'anno. Si chiama «Moviement» il progetto triennale che ha coinvolto tutta la filiera dell'industria cinematografica: produttori, distributori, indipendenti e major, esercenti, Mibac, David di Donatello. È il supporto, auspicato, delle reti Rai.

Solo posti in piedi nelle sale romane dell'Anica, una mobilitazione che racconta lo sforzo congiunto per superare un'anomalia tutta italiana: la stagionalità. I numeri la fotografano bene. In Spagna, dei circa 100 milioni di spettatori, le presenze estive sono un terzo, leggermente meno in Germania. Da noi su un totale di 94,2 milioni, gli spettatori d'estate sono solo 16,6 milioni. La Francia, come al solito, vola altissimo e non fa testo,



Il volto

● Pif è il primo testimonial del progetto triennale «Moviement. Al cinema tutto l'anno» per garantire l'apertura delle sale italiane anche nei mesi estivi, sostenute da produttori e distributori dell'Anica, dagli esercenti, le major, i Premi David di Donatello e il Mibac

semmai invidia: un quarto dei 200 milioni di spettatori si concentrano nei mesi estivi.

Sessanta, dunque, i titoli in uscita tra maggio e fine agosto, periodo in cui, abitualmente, i cinema della Penisola ne programmano solo uno: «Chiuso per ferie». Annunciate i blockbuster: *Toy Story 4*, *Il Re Leone*, *Spider-Man: Far From Home*, *Men in Black: International*, *Godzilla II: King of the Monsters*, *Pets 2*, *Fast & Furious - Hobbs & Shaw*, *Annabelle 3*. I film d'autore: *I fratelli Sisters* di Jacques Audiard, *The Golden Glove* di Fatih Akin, *All is True* di Kenneth Branagh, *Greta* di Neil Jordan, *Submergence* di Wim Wenders, *Domino* di Brian De Palma. E, ancora, *Beautiful Boy* di Felix Van Groeningen, *Stamio e Olio* di Jon S. Baird, *Nureyev: the White Crow* di Ralph Fiennes. E gli italiani? Due, per ora, quelli certi. Il signor Diavolo di Pupi Avati e *Il grande spirito* di Sergio Rubini con Rocco Papaleo oltre ad altri due o tre che saranno resi noti dopo l'annuncio del programma del prossimo Festival di Cannes.



Pochini, ma sono i titoli nostrani a rischiare di più. Gli incassi si fanno in casa e sbagliare l'uscita può essere fatale, in anni in cui i dati del box office danno più di un dispiacere. È ancora Pif a parlare chiaro. «Quando, da autore o

attore, hai un film in uscita il sito pornografico che consulto ossessivamente è il Cinetel. La nostra aspirazione è arrivare secondi, c'è sempre un supereroe americano davanti. E pensare di uscire in agosto sembra una follia. Però essere

Western Joaquin Phoenix e John C. Reilly in una scena de «I fratelli Sisters» di Jacques Audiard

tanti, tutti insieme, dà coraggio. Sogno una premiere il 15 agosto sulla spiaggia di Mondello con pane e panelle».

Lucia Borgonzoni, a nome del Mibac, rilancia annunciando la firma di un decreto ad hoc. «In estate il rischio è maggiore. Abbiamo adottato, oltre al credito d'imposta già previsto, un'ulteriore aliquota dal 10 fino al 40%». In sostanza, i film italiani in uscita con oltre 200 copie e un investimento di lancio superiore ai 500 mila euro arriveranno, tra tax credit e nuovo incentivo, a un recupero del 70% dell'investimento. Ma la sfida è innanzitutto culturale. Scommettere, come insiste il presidente Anica Francesco Rutelli, sul ruolo della sala, tutto l'anno. «Bello che sia il cinema a lanciare la sfida di rendere le nostre città più vivibili», fa eco Francesca Cirna a nome dei produttori. I primi segnali si vedranno il 27 marzo, ai David di Donatello. «Tutti, a partire da attori e registi, lanceranno Moviement», promette la presidente Piera Detassis.

Stefania Ulivi
© RIPRODUZIONE RISERVATA



SALE VUOTE

L'INIZIATIVA Dal Mibac ai David, tutti uniti per salvare il botteghino (con i blockbuster d'estate)

Il piano per il cinema c'è, gli italiani no

"Moviemment"
Distributori, esercenti, produttori e istituzioni cercheranno di allungare la stagione per fare cassa

» FEDERICO PONTIGGIA
«Siamo all'ultima spiaggia?». Non scherziamo, domanda irricevibile. Al contrario, «tutto il mondo dell'industria cinematografica si unisce in modo compatto per fare squadra e rilanciare il cinema come forma di intrattenimento culturale per tutto l'anno», e questo progresso/processo si chiama *Moviemment*. A parte quel sublime «unirsi in modo compatto», distributori, esercenti, produttori e istituzioni, dal Mibac ai David di Donatello, fanno sistema per creare un mercato estivo con un piano triennale e quattro direttrici: contenuti, abitudine, investimenti e percezione. Stranamente, dal presidente Anica Francesco Rutelli al presidente dei David Piera Detassis, parlano tutti prima che il

piano venga esposto: il più incastico è Pif, che per allungare la stagione promette di girare *La mafia uccide solo d'estate inoltrata*. L'espressione «cambiamento epocale» risuona più volte, Luigi Lonigro, presidente dei distributori Anica, prende le misure, che sono quelle di «una prima della Scala o di un Montalbano ad agosto». Francesca Cina, presidente dei produttori Anica, «invita a mettere in lavorazione il cervello e chiedere agli autori film consoni a climi estivi». Il sottosegretario Lucia Borgonzoni cristallizza: «Il settore non chiede aiuti economici e basta, ma riscatto».

LE SALE rimarranno aperte, la campagna promozionale è avviata, gli spot non tarderanno, la spilletta *Moviemment* verrà distribuita ai David il 27 marzo, Pif dovrà



Grazie alle major
In arrivo "Toy Story 4". A destra, il regista Sergio Rubini

ANSA

«contagiare gli spettatori e i colleghi», soprattutto, la bella stagione non significherà più siccità dell'offerta: da maggio ad agosto, blockbuster, film d'autore internazionali e, vedremo, nostrani non ci daranno tregua. Le major garantiranno, tra gli



altri, *Pets 2*, *X-Men: Dark Phoenix*, *Spider Man: Far from Home*, *Toy Story 4*, *Godzilla II* e il «*Bohemian Rhapsody*» su Elton John *Rocketman*, mentre sul versante d'essai potremo bearci di *Stanlio e Ollio*, *I fratelli Sisters* di Jacques Audiard, *Be-*

autiful Boy, *Greta* di Neil Jordan, *Submergence* di Wenders, *All Is True* di Branagh.

E gli italiani? Direte, forti di questa unione compatta e dei sovranisti contribuiti (P&A, lancio e copie) del ministero alla distribuzione estiva dei film nazionali, ciserà la fila di titoli tricolori. Macché, in attesa (?) di quelli che potrebbero approdare dal festival di Cannes ai nostri schermi, solo si vedono due italiani: *Il grande spirito* di Sergio Rubini e *Il signor Diavolo* di Pupi Avati. Per carità, l'affiatamento semantico non si discute, ma echeggia il proverbiale «armiamoci e partite». Ultima o penultima spiaggia che sia, il tentativo *Moviemment* ancorché trionfalmente annunciato è nobile: certo, rimane da trovare gli italiani.

@fpontiggial

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Moviement

Le iniziative per scongiurare la desertificazione della programmazione cinematografica - e la chiusura delle sale - nei mesi estivi sono state annunciate ormai da tempo, ma ora il progetto ha assunto un nome - «Moviement» -

e una forma concreta, a partire dall'adesione di tutte le componenti del cinema italiano. Dall'esercizio - tutte le sale saranno aperte d'estate e hanno messo a disposizione spazi pubblicitari per comunicare l'iniziativa - passando per la produzione e la distribuzione,

che «offrono» il listino di titoli da programmare fra maggio e agosto, fino al Mibact che mette a disposizione un fondo per supportare l'operazione. Fra gli oltre sessanta titoli che verranno programmati quest'estate molti blockbuster

made in Usa come il nuovo «Men in Black: International» di F. Gary Gray, il secondo capitolo targato Marvel Studios sull'uomo ragno («Spiderman - Far From Home» di Jon Watts), «Fast & Furious - Hobbs & Shaw» o il quarto «Toy Story». E anche film d'autore come

«Domino» di Brian De Palma e «Submergence» di Wim Wenders. Fra i titoli italiani «Il signor Diavolo» di Pupi Avati e «Il grande spirito» di Sergio Rubini. L'iniziativa verrà lanciata il 27 marzo durante la premiazione dei David di Donatello.



Mibact, Anica, Anec e Anem

Film di qualità nasce «Moviement» il cinema tutto l'anno

■ Il cinema come forma di intrattenimento culturale 365 giorni all'anno. Tutto il mondo dell'industria cinematografica - istituzioni, distributori, esercenti e produttori, tra cui Mibact, Anica, Anec e Anem - si è unito per rilanciare il settore, garantendo la programmazione di qualità nelle sale da gennaio a dicembre senza interruzione. È nato Moviement, il cui primo obiettivo sarà proprio quello di creare un piano triennale per il mercato estivo che allinei l'Italia al resto del mondo. Da maggio ad agosto usciranno sul grande schermo oltre sessanta titoli, dai blockbuster ai grandi film italiani e internazionali. Tra questi ci sono «Il Re Leone», «Spider-Man: Far From Home» e «Il signor Diavolo» di Pupi Avati. «Cinema e audiovisivo si trovano di fronte al più grande cambia-

mento di sempre - ha detto il presidente dell'Anica, Francesco Rutelli - Questo progetto, sostenuto con convinzione dal sottosegretario per i Beni e le attività culturali, Lucia Borgonzoni, a nome del Governo, può rappresentare la svolta per vivere il cinema dodici mesi all'anno». «In un momento di grande trasformazione, noi crediamo nel cinema come espressione di crescita di tutta la produzione audiovisiva e nella sala come luogo di visione collettiva, formazione e crescita sociale», ha aggiunto Francesca Cina, presidente dei Produttori Anica. La campagna di «Moviement», il cui testimonial è Pif, sarà lanciata nel corso dei Premi David di Donatello il 27 marzo su Rai in prima serata.

Gio. Bia.



GRANDE SCHERMO: LA SVOLTA

Tornando dalla spiaggia, andiamo al cinema?

La scommessa di produttori ed esercenti: sale aperte tutto l'anno con grandi titoli. Rutelli: un cambiamento epocale

ROMA. Il «chiuso per ferie» all'ingresso della sala cinematografica non ci sarà più: il cartello stavolta è «al cinema. Tutto l'anno». Per la prima volta in Italia tutto il mondo dell'industria cinematografica si compatta per rilanciare il film in sala e guardare avanti, a cominciare dalla prossima estate. C'è da riaffermare l'importanza culturale del racconto cinematografico nel luogo di fruizione originario, riportare insomma il pubblico in sala (a Roma ad esempio hanno chiuso Royal e Maestoso per citare le ultime due) e convincerlo a varcare la soglia anche nei mesi estivi. Persuadere il pubblico sarà complicato, il presidente dell'Anica Francesco Rutelli

parla di «cambiamento epocale», del resto sono questi i tempi, ammette lo stesso Rutelli, «di cambiamenti nel contesto». La parola Netflix è sottintesa, ma «vietata» nella presentazione alla stampa del grande progetto Moviement in cui tutta la filiera del cinema, dalla produzione all'esercizio, con il grande appoggio istituzionale del Mibac e di fondazioni come i David di Donatello e il supporto della Rai, è riuscita, nessuno escluso, a fare squadra per un obiettivo comune: far vivere il cinema 12 mesi l'anno e riuscire a portare l'Italia ai livelli europei di consumo cinematografico. «Abbiamo lavorato tanto, è uno sforzo enorme, serve il sostegno di tutti



Rutelli, presidente di Anica

per riuscire» dice Luigi Lonigro, presidente dei distributori, grande tessitore dell'iniziativa. Il progetto parte con intenzione triennale al debutto nell'estate 2019: 60 titoli di

cui distributori ed esercenti (e autori!) accettano il rischio di uscita. Il testimonial Pif ironizza: «Per quanto mi stimi, non posso spostare le masse dalla spiaggia verso la sala. Ma certo una premiere a Mondello con pane e panelle della Mafia uccide solo d'estate inoltrata sarebbe un sogno». Il 21 marzo alla diretta su Rai1 della cerimonia dei David il lancio alla platea televisiva di Moviement, mentre in sala c'è lo spot, una sorta di richiamo degli affetti «per emozionarsi, fremere per vedere i grandi film, partecipare ad un'estate incredibile». Dice Carlo Bernaschi, presidente degli esercenti multiplex: «Non sono traguardi estremi ma possibili, ce

la possiamo fare», mentre Francesca Cima, presidente dei produttori Anica, parla di «voglia di sconfiggere un tabù che riguarda il cinema, ma non solo, perché tutto il consumo culturale rallenta d'estate». Il cinema all'ultima spiaggia? «Urgenza ed emergenza, bisognava svoltare. Non è ultima spiaggia, perché ce ne è sempre un'altra», commenta Piera Detassis, presidente dei David. Il Mibac ci crede: la senatrice Lucia Bergonzoni, sottosegretario al ministero, sposa Moviement e anzi spiega il grande incentivo sul cinema italiano come «un contributo fino al 40% sulla distribuzione, che può salire al 70% per film in più di 200 schermi e

con un piano lancio oltre le 500 mila euro». Tra i 60 titoli tanti blockbuster americani: Godzilla II, Toy Story 4, Men in black: International, Il Re Leone, Pets 2, X Men- Dark Phoenix, Spider-Man: Far from Home, Fast & Furious. E anche titoli d'autore: Stanlio e Ollio, I fratelli Sisters di Audiard, The Golden Glove di Fatih Akin, il Nureyev di Ralph Fiennes. E i titoli italiani? Qui emerge un pò di difficoltà: si lancia nella sfida il grande spirito di Serio Rubini e il signor Diavolo di Pupi Avati e «i 2-3 titoli che forse andranno al festival di Cannes». Si studiano «incentivi per fidelizzare» e altre iniziative, insomma stavolta in Italia ci si prova sul serio. —



30

la Repubblica

Mercoledì
20 marzo
2019

S
P
E
T
T
A
C
C
O
L
I



L'INIZIATIVA

FILM NON STOP LE SALE ITALIANE NON CHIUDONO PER L'ESTATE

Arianna Finos



Le spille dell'iniziativa

Guardare l'ultimo kolossal in contemporanea con l'America seduti su una poltrona disegnata da un premio Oscar, al riparo dalla canicola estiva.

Moviemènt è il progetto di rilancio (in tre anni) per il cinema in sala, che in Italia non ci sta a morire di Netflix. L'iniziativa per l'estate unisce compatta la filiera: produttori indipendenti e major, distributori, esercenti. Il progetto parte a giugno con un cartellone di 60 titoli, tra cui *Il re leone* e *Toy Story 4*. *Rocketman*, autori come Weunders, De Palma, Audiard, Akin. Ai due italiani, *Il grande spirito* di Rubini e *Il signor avvocato* di Avati se ne aggiungeranno altri «ora in predicato per la selezione al festival di Cannes», anticipa Luigi Louigro, presidente distributori Anica. «Una première a Mondello con pane e panelle di "La mafia uccide solo d'estate inoltrata" sarebbe un sogno» dice scherzoso Pif, testimonial dell'iniziativa. Per Francesca Cima, presidente dei produttori Anica «la sfida è cambiare le abitudini degli italiani, pensando a film più adatti a climi estivi». Negli altri paesi succede: nel triennio 2016-2018 gli spettatori estivi sono stati 32,3 milioni in Spagna, 29,6 in Germania, 59,6 in Francia, contro i 16,6 in Italia. Gli esercenti si impegnano a tenere le sale aperte (e in molti stanno investendo per rinnovarle). Il Mibac offre un grande incentivo al cinema italiano: «Un contributo – spiega il sottosegretario Lucia Borgonzoni – fino al 40% sulla distribuzione, che può salire al 70% per film in più di 200 schermi e con un piano lancio oltre le 500 mila euro». La vetrina tv è affidata a David di Donatello: alla cerimonia dei premi, su Rai 1 mercoledì 27 marzo, attori e registi sfileranno indossando la spilla del movimento.

Ma c'è un'altra partita per il cinema che si combatte in Europa: le associazioni italiane degli autori (Anec in testa) hanno inviato una lettera (firmata da 100 artisti, da Benigni e Garroue, da Cavani a Tomatore) ai 73 parlamentari europei italiani che il 25 marzo voteranno sulla Direttiva sui diritti d'autore per sensibilizzarli «sull'equa remunerazione del lavoro creativo – film, musiche, articoli – oggi diffusi in modo indiscriminato in rete che rendono grossi introiti alle piattaforme e non riconoscono nulla agli aventi diritto».



Capo della redazione
Spettacoli
Alessandra Vitali



Email
redazione
spettacoli@repubblica.it

011 5432022 1077013



I BLOCKBUSTER

REMAKE DEL CARTOON



"Il Re Leone" riporterà in "live action" il cartoon cult di Simba

STANLIO E OLLIO



Tra i titoli, "Stan & Ollie", con John C. Reilly (Ollie) e Steve Coogan (Stanlio)

LO SPIRITO DI RUBINI



"Il Grande Spirito" di Sergio Rubini sarà uno dei film italiani dell'estate

Industria unita per la prima volta: addio ai cartelli "chiusi per ferie". Dal Re Leone a Men in Black: 60 titoli in arrivo

Michela Greco

ROMA - Ha un logo "fuffutoso", da cinecomic, quello che ieri è stato annunciato come il progetto di un «cambiamento epocale» dalle varie anime dell'industria cinematografica, per la prima volta riunite insieme e - assicurano - compatte: Ministero dei Beni Culturali, Anica, Anec, Anem e Accademia del Cinema Italiano. Istituzioni e associazioni di esercenti, produttori e distributori hanno lanciato Moviement, ovvero un piano per far sì che i cinema del nostro paese siano, finalmente, "aperti per ferie". L'obiettivo è dunque tenere le sale aperte tutto l'anno, compresi i mesi caldi, e così «modificare le abitudini di consumo in sala degli spettatori» - come dice il presidente dei distributori Anica Luigi Lonigro - a fronte di dati che vedono la Spagna incassare, d'estate, circa il doppio (32,3 milioni di euro) di quanto incassa l'Italia (16,6 milioni), ma con una popolazione sensibilmente meno numerosa. «Mentre avviene un cambiamento profondo, con il cinema in sala in crisi e lo spostamento dell'attenzione su altre esperienze di fruizione - ha esordito Francesco Rutelli, presidente Anica - c'è la volontà di tutta l'industria, con uno spirito di vera cooperazione, a far cre-



Con Moviement cinema aperti anche d'estate: «Svolta epocale»

scere il cinema e farlo vivere 12 mesi l'anno».

Tutti i promotori di Moviement - un piano triennale che prevede contributi economici delle istituzioni, il supporto della Rai a partire dalla serata dei David di Donatello il 27 marzo e una campagna di marketing - sono concordi nel riconoscere il grande impulso dato all'iniziativa dalla senatrice Lucia Borgonzoni, Sottosegretario per i Beni e le Attività Culturali. «Il governo sostiene con convinzione un



MISURA ANTI-CRISI

Far vivere i cinema tutto l'anno serve anche a fronteggiare altre forme di fruizione

Francesco Rutelli (Anica)

settore che non chiede aiuti - ha detto Bergonzoni - ma ha voglia di un giusto riscatto. I protagonisti dell'industria ci hanno creduto e hanno accettato di fare un piccolo passo indietro iniziale per poi fare insieme un grande passo avanti». Intanto, da maggio ad agosto prossimi è annunciata l'uscita di circa 60 film, tra cui molti blockbuster delle major - dal nuovo *Spider-Man* a *Toy Story 4*, dal nuovo *Men in black* a *Il Re Leone* - e (solo) due (per ora)

film italiani: *Il signor Diavolo* di Pupi Avati e *Il grande spirito* di Sergio Rubini. A fare da testimonial dell'iniziativa, l'attore-regista Pif: «Sposo talmente tanto la causa che voglio fare il film "La mafia uccide solo d'estate inoltrata" - ha scherzato - Ho detto istintivamente sì perché mi sembra bellissimo che in tanti si siano uniti per far diventare pensabile ciò che era impensabile: in Italia succede raramente».

riproduzione riservata ©

Comunicato stampa 19 marzo 2019

MOVIEMENT IL CINEMA TUTTO L'ANNO

L'industria del cinema si unisce compatta per



**MOVIE
MENT**
AL CINEMA. TUTTO L'ANNO

Per la prima volta in Italia, tutto il mondo dell'industria cinematografica si unisce in modo compatto per fare squadra e rilanciare il cinema come forma di intrattenimento culturale per tutto l'anno. Le aziende di distribuzione garantiranno la programmazione di grande cinema spettacolare e di qualità da gennaio a dicembre, senza interruzione, con le sale aperte 12 mesi l'anno. Le istituzioni daranno un contributo per sostenere l'iniziativa. I David di Donatello lanceranno la campagna dal palco della premiazione con il supporto della Rai. Una grande campagna marketing punterà a cambiare nello spettatore la percezione del cinema d'estate.

Tutto questo ha un nome: **MOVIEMENT**.

«Cinema e audiovisivo si trovano di fronte al più grande cambiamento di sempre.

Il progetto "MOVIEMENT", voluto in modo forte e unitario da tutti i protagonisti del nostro Cinema e sostenuto con determinazione e convinzione dal Sottosegretario Borgonzoni a nome del Governo, può e deve rappresentare la svolta per vivere il Cinema e far vivere il cinema 12 mesi all'anno» dichiara il Presidente dell'Anica, Francesco Rutelli.

I distributori, dalle major agli indipendenti, tutti gli esercenti, dalle sale d'essai ai multiplex, i produttori, le istituzioni e i talent, si muovono per la prima volta insieme e coordinati.

Il primo obiettivo è creare il mercato estivo a partire dal 2019 con un piano triennale che allinei l'Italia a tutto il resto del mondo con un cinema attivo 12 mesi l'anno.

«Il palinsesto dell'estate 2019 è il più importante di tutti i tempi e vedrà i grandi blockbuster uscire finalmente day and date con i principali territori europei, affiancati da titoli di grandi autori italiani ed internazionali», dichiara Luigi Lonigro, Presidente Distributori Anica.



Inoltre, migliorando la distribuzione delle uscite, i calendari saranno meno ingolfati durante i periodi di picco dell'anno e tutti i film potranno avere una permanenza in sala più lunga, dando agli spettatori maggiori possibilità di vederli. *«Siamo solo all'inizio di questo grande movimento che vedrà il cinema nelle sale protagonista tutto l'anno».* Così Carlo Bernaschi, Presidente Anem.

Ogni segmento del mondo cinematografico ha messo in opera le proprie misure:

→ **Distribuzione e Produzione:** hanno messo a punto un listino estivo mai visto prima con Blockbuster americani, film di qualità italiani e stranieri per soddisfare tutte le audience.

«In un momento di grande trasformazione, noi produttori crediamo nel cinema come espressione di crescita di tutta la produzione audiovisiva, e nella sala come luogo di visione collettiva, di formazione e di crescita sociale ed urbana». Francesca Cima, Presidente Produttori Anica

→ **Esercizio:** tutte le sale saranno aperte d'estate e hanno messo a disposizione, a partire dal Natale 2018, spazi pubblicitari per comunicare l'iniziativa.

«Aria nuova, coraggio e passione e tanta tanta voglia di stupire. L'esercizio è pronto ad affrontare questa sfida. Lo farà mettendo a disposizione le sue strutture con il massimo coinvolgimento». Mario Lorini, Presidente Anec.

→ **Istituzioni:** il MIBAC mette a disposizione un fondo per supportare l'operazione. Parte di questo sarà dedicato alla comunicazione al consumatore e verrà gestito in maniera coordinata con l'industria. Il Mibac sostiene MOVIEMENT perché può rappresentare una enorme opportunità per la salvaguardia dell'arte e dell'industria cinematografica in Italia.

«Spesso termini come "svolta" o "rivoluzione" vengono utilizzati a sproposito e in modo retorico nel descrivere un cambio di passo nelle politiche pubbliche a sostegno del mercato e dei cittadini fruitori di cinema in sala. In questo caso rivendico quei termini per sottolineare la natura fortemente innovativa di questo progetto, che il Ministero ha voluto sostenere non solo economicamente ma svolgendo un ruolo di impulso e coordinamento con un respiro lungo e in un'ottica di rilancio strutturale del consumo in sala». Sen. Lucia Borgonzoni, Sottosegretario di Stato per i Beni e le Attività Culturali

→ **I David di Donatello:** sono parte attiva e promotrice dell'iniziativa, grazie anche al grande supporto della Rai. Dal palco della premiazione dei David di Donatello, il 27 marzo, sarà lanciata l'iniziativa MOVIEMENT. A tutti gli ospiti verrà anche offerta la spilletta MOVIEMENT.

«Essere parte attiva di MOVIEMENT coincide perfettamente con la vocazione del nuovo David di Donatello, che non si accontenta di essere un premio ma, grazie all'azione di rinnovamento, vuole fare squadra con tutti i protagonisti della filiera, partecipando al processo creativo e industriale del nostro cinema». Piera Detassis, Presidente Premi David di Donatello.

→ **Talent:** in tanti si metteranno in gioco per supportare personalmente il messaggio del cinema d'estate. Primo tra tutti PIF, venuto alla presentazione di MOVIEMENT per *contagiare* gli spettatori e i colleghi, perché **«Al cinema si va tutto l'anno, anche d'estate!»**



Ma non basta tenere aperte le sale e programmarci bellissimi film. Deve cambiare anche la percezione dello spettatore, che non ha l'abitudine ad andare al cinema tutto l'anno, e contribuire ad accrescere il legame tra spettatore e sala.

Per questo il mondo del cinema ha coinvolto attivamente i propri direttori marketing a lavorare ad una vera e propria strategia di comunicazione per sensibilizzare gli spettatori e creare fidelizzazione: da qui nasce **MOVIEMENT**.

I primi passi sono stati:

La creazione di uno Spot di 60" di lancio della operazione in programmazione tutti i cinema già dal 24 dicembre '18, e uno Spot 15" di lancio iniziativa posizionato in tutti gli *owned media* delle case di distribuzione ed esercenti d'Italia da Gennaio 2019.

Realizzazione della Campagna **CinemaDays**, il cinema a 3 euro dall'1 al 4 aprile, preludio della promozione estiva.

Creazione della *brand image* dell'operazione **MOVIEMENT**.

Ecco qui anticipati alcuni dei **top titles** che usciranno in sala da maggio ad agosto 2019: dai grandi autori internazionali a quelli italiani, ai film blockbuster, una offerta trasversale per tutti i gusti, che verrà completata da altri titoli che saranno elencati sul sito www.estatedicinema.it.

Un programma che si andrà ad arricchire soprattutto sul fronte della qualità, anche con altri titoli italiani, dopo che sarà reso noto il programma del Festival di Cannes:

Stanlio e Ollio di Jon S. Baird, con Steve Coogan e John C. Reilly (Lucky Red); **I fratelli Sisters** di Jaques Audiard con Joaquin Phoenix e John C. Reilly (Universal); **Il grande spirito** di Sergio Rubini, con Sergio Rubini e Rocco Papaleo (01 Distribution); **Godzilla II: King of the Monsters** (Warner Bros); **Rocketman** (20th Century Fox); **Beautiful Boy** di Felix Van Groeningen, con Steve Carell e Timothée Chalamet (01 Distribution); **Domino** di Brian De Palma, con Nikolaj Coster-Waldau (Eagle); **X-Men – Dark Phoenix** (20th Century Fox); **Pets 2 – Vita da animali** (Universal Pictures); **Toy Story 4** (Walt Disney); **All Is True** di Kenneth Branagh, con Kenneth Branagh, Judi Dench, Ian McKellen (Warner Bros Italia); **Annabelle 3** (Warner Bros); **The Golden Glove** di Fatih Akin (Bim); **Spider-Man: Far From Home** (Warner Bros/Sony Pictures); **Men in Black: International** (Warner Bros/Sony Pictures); **Red Joan** di Trevor Nunn, con Judy Dench (Vision); **Nureyev: the White Crow** di Ralph Fiennes (Eagle Pictures); **Greta** di Neil Jordan, con Isabelle Huppert (Videa); **Il sole è anche una stella** (Warner Bros); **Submergence** di Wim Wenders, con Alicia Vikander e James McAvoy (Movies Inspired); **Fast & Furious - Hobbs & Shaw** (Universal Pictures); **Il Re Leone** (Walt Disney); **Il signor Diavolo** di Pupi Avati con Gabriel Lo Giudice, Filippo Franchini (01 Distribution).

Alla presentazione di **MOVIEMENT** all'Anica, martedì 19 marzo hanno partecipato tutti gli esponenti delle categorie e delle principali istituzioni (oltre all'amichevole partecipazione di PIF):

Francesco Rutelli | *Presidente Anica*

Luigi Lonigro | *Presidente Distributori Anica*

Mario Lorini | *Presidente Anec*

Carlo Bernaschi | *Presidente Anem*

Francesca Cima | *Presidente Produttori Anica*

Piera Detassis | *Presidente Premi David di Donatello*

Andrea Cuneo | *Responsabile della comunicazione Moviemment*

Sen. Lucia Borgonzoni | *Sottosegretario ai Beni Culturali*



Dichiarazioni complete:

«Cinema e audiovisivo si trovano di fronte al più grande cambiamento di sempre. Promuovere l'interesse italiano - in termini di creatività, produzioni industriali e posti di lavoro - significa concretamente, oggi, inserire gli effetti e le potenzialità del digitale nella 'catena del valore' della filiera. Ma noi consideriamo questo impegno strategico come strettamente associato al ritorno alla crescita delle nostre sale, e al successo dei film italiani ed internazionali che continueranno ad animare l'esperienza unica e magnifica del film in uno spazio dedicato alla sua fruizione; uno spazio sociale, piacevole e moderno. Per questo, il progetto "MOVIEMENT", voluto in modo forte e unitario da tutti i protagonisti del nostro Cinema e sostenuto con determinazione e convinzione dal Sottosegretario Borgonzoni a nome del Governo, può e deve rappresentare la svolta per vivere il Cinema e far vivere i Cinema 12 mesi all'anno.»

FRANCESCO RUTELLI | Presidente ANICA

«Finalmente possiamo parlare di un vero cambiamento e del superamento di un problema su cui discutiamo da anni. MOVIEMENT è un progetto innovativo e ambizioso, che in tre anni intende cambiare le abitudini degli spettatori italiani. Distributori, esercenti e produttori hanno lavorato insieme per un'offerta di cinema per 12 mesi l'anno. Il sostegno del Mibac è stato determinato come la partnership col David di Donatello. I distributori hanno fatto la scelta più coraggiosa ma necessaria, consapevoli di correre il rischio di perdere qualcosa su ogni singolo progetto ma con l'obiettivo di poter contribuire insieme alla crescita del mercato.

Il palinsesto dell'estate 2019 è il più importante di tutti i tempi e vedrà i grandi blockbuster uscire finalmente day and date con i principali territori europei, affiancati da titoli di grandi autori italiani ed internazionali. Cinema perciò per 12 mesi ma anche per tutti i segmenti di pubblico e di esercizio»

LUIGI LONIGRO | Presidente Distributori Anica

«Sono sicuro che il lavoro lungo ed impegnativo compiuto per rilanciare il cinema d'estate, a cui ci stiamo dedicando da circa un anno, questa volta ci porterà alla svolta da anni attesa. Siamo solo all'inizio di questo grande movimento che vedrà il cinema nelle sale protagonista tutto l'anno e il rafforzamento del mercato speriamo in modo considerevole.»

CARLO BERNASCHI | Presidente Anem

«Il cambiamento era nell'aria, già da qualche tempo, grazie al lavoro che con gli amici di Anem e Anica, abbiamo iniziato dallo scorso autunno. Oggi nasce ufficialmente "MOVIEMENT", il movimento di tutta l'industria del cinema che insieme guarda con prospettiva e visione futura al rilancio del cinema nelle sale per tutto l'anno.

Una grande offerta di film che la prossima estate daranno la misura di quello che stiamo immaginando. Aria nuova, coraggio e passione e tanta tanta voglia di stupire.

L'esercizio è pronto ad affrontare questa sfida. Lo farà mettendo a disposizione le sue strutture con il massimo coinvolgimento.»

MARIO LORINI | Presidente Anec

«Il progetto MOVIEMENT rappresenta una svolta sia perché è il primo atto articolato e concreto per affrontare un problema come quello della stagionalità che affligge il nostro mercato da anni, sia per la modalità con cui è stato sviluppato: da una forte sollecitazione del sottosegretario Lucia



Borgonzoni, tutti coloro che credono ancora nel cinema e nella sala, si sono uniti e hanno lavorato insieme.

In un momento di grande trasformazione, noi produttori crediamo nel cinema come espressione di crescita di tutta la produzione audiovisiva, e nella sala come luogo di visione collettiva, di formazione e di crescita sociale ed urbana. Per una volta per affrontare una criticità e un'emergenza viene articolato un progetto pluriennale, che i produttori italiani vedono all'interno di altri interventi volti alla valorizzazione delle opere italiane. Ci rendiamo conto che ci vorrà del tempo: nel caso della stagionalità si interviene su abitudini stratificate negli anni, che riguardano anche altri settori dei consumi culturali. Ma è un importante primo passo per rendere più fluida l'offerta dei film e offrire maggiori opportunità allo spettatore».

FRANCESCA CIMA | Presidente Produttori Anica

«Essere parte attiva di MOVIEMENT e contribuirne al lancio nella serata di premiazione del 27 marzo, coincide perfettamente con la vocazione del nuovo David di Donatello, che non si accontenta di essere un premio ma, grazie all'azione di rinnovamento, vuole fare squadra con tutti i protagonisti della filiera, partecipando al processo creativo e industriale del nostro cinema».

PIERA DETASSIS | Presidente Premi David di Donatello

«Spesso termini come "svolta" o "rivoluzione" vengono utilizzati a sproposito e in modo retorico nel descrivere un cambio di passo nelle politiche pubbliche a sostegno del mercato e dei cittadini fruitori di cinema in sala.

In questo caso rivendico quei termini per sottolineare la natura fortemente innovativa di questo progetto. Un progetto necessario per correggere una anomalia storica del nostro mercato rispetto agli altri Paesi comunicando in modo efficace che al cinema si può e si deve andare tutto l'anno. Un progetto concepito finalmente con un approccio di sistema coinvolgendo tutti gli attori, dalle sale di qualità alle major, dalle associazioni fino ai talent. Un progetto che il Ministero ha voluto sostenere non solo economicamente ma svolgendo un ruolo di impulso e coordinamento con un respiro lungo e in un'ottica di rilancio strutturale del consumo in sala»

SEN. LUCIA BORGONZONI | Sottosegretario di Stato per i Beni e le Attività Culturali



Ufficio stampa | PUNTOeVIRGOLA | Olivia Alighiero e Flavia Schiavi
info@puntoevirgolamediafarm.com | +39.06.45763506

CINEMADAYS, CI SIAMO

Si avvicina la nuova edizione dei Cinema-Days dopo che in autunno era saltata. L'appuntamento voluto da Anica, Anec, Anem, con il supporto del Mibac, si terrà dall'1 al 4 aprile. Confermata la formula del biglietto a 3 euro. Il lancio avverrà il 27 marzo durante i David di Donatello.





ANEC | ANEM | ANICA | MIBAC | DAVID DI DONATELLO

PER LA PRIMA VOLTA IN ITALIA
TUTTA L'INDUSTRIA DEL CINEMA INSIEME

in

MOVIEMENT

SAVE THE DATE
19 MARZO

h 11.30
ANICA, Viale Regina Margherita 286

CineNotes

Appunti e spunti sul mercato del cinema e dell'audiovisivo

Periodico in edizione telematica e su carta • 20 febbraio 2019 • nuova serie **2788 (3101)**



BOX OFFICE ESTERO - Nessuna novità al vertice



Nessuna novità al vertice delle classifiche francesi e britanniche. In **Francia**, nonostante i tanti debutti, la vetta è ancora appannaggio di **Qu'est-ce qu'on a encore fait au bon Dieu?** (UGC), che grazie ai 784mila spettatori del weekend raggiunge quota 4,4 milioni, il film di maggior successo degli ultimi mesi. Secondo **Ralph spacca Internet** (Disney), 687mila presenze al debutto in 578 copie, seguito da **Alita - L'angelo della battaglia** (Fox), altro debutto che realizza 625mila presenze in 519 copie. Scende in quarta posizione **Dragon trainer** (Universal), 531mila spettatori e un totale di 1,7 milioni, seguito da **Nicky Larson et le parfum de Cupidon** (Sony), 319mila spettatori per complessivi 949mila. Sesta la commedia francese **All inclusive** (WB), 308mila presenze al debutto in 615 copie, seguita da **Il corriere** (WB) con 158mila spettatori e un totale di 1,5 milioni. Scende all'ottavo posto **Green book** (Metropolitan), 150mila presenze per un totale di 931mila, nono **Ancora auguri per la tua morte** (Universal), 123mila spettatori in prima uscita in 212 sale, decimo **Vice** (Mars), 100mila spettatori al debutto in 174 sale.

In **Gran Bretagna**, **The Lego Movie 2 : Una nuova avventura** (WB) si conferma primo con 2,5 milioni di sterline che portano il totale a 7,4 M£. Secondo **Instant family** (Paramount), con Mark Wahlberg e Rose Byrne, con 2 M£ al debutto in 536 sale (2,5 M£ con le anteprime). Terzo **Dragon trainer**, 1,6 M£ e complessivi 11,5. Scende al quarto posto **Alita - L'angelo della battaglia**, 1,4 M£ e un totale di 5,7 M£, seguito da **Green book** (eOne) con 736mila sterline per complessivi 5,1. Soltanto sesto **Il ragazzo che diventerà re** (Fox, in Italia ad aprile), 625mila sterline in 494 sale, seguito dall'esordio **Ancora auguri per la tua morte** con 467mila sterline. Chiudono la classifica **Se la strada potesse parlare** (eOne, 368mila sterline per un totale di 818mila), **Glass** (Disney, 309mila sterline per complessivi 10,3 M£) e **La favorita** (Fox, 282mila sterline, in totale 15,3 M£).

(ScreenDaily, JP Box Office)

Tornano i CinemaDays, dall'1 al 4 aprile



Organizzati da ANEC, ANEM e ANICA con il sostegno del **Ministero Beni e Attività Culturali**, i **CinemaDays** si svolgeranno da **lunedì 1 a giovedì 4 aprile**, con il biglietto a **3 euro in tutti i cinema**

aderenti. Questa iniziativa fa da apripista alla **Grande Estate di Cinema 2019**, dopo il video promozionale nelle sale dalle vacanze di Natale, che preannuncia un'**Estate cinematografica come non si è mai vista prima**. L'obiettivo è rilanciare l'intrattenimento in sala anche durante i mesi più caldi, allineando il mercato cinematografico italiano ai principali mercati mondiali, permettendo così una migliore distribuzione dei film durante l'anno. Al momento sono stati annunciati tanti blockbuster americani e, a breve, si comunicheranno le prime visioni di Film Italiani e di Cinema d'Autore. L'obiettivo è avere una *line up* di film in grado di soddisfare i desideri di tutte le audience. Battesimo mediatico durante la cerimonia dei **David di Donatello**, nella serata di **mercoledì 27 marzo**. Tanti i testimonial, tra i più amati dal pubblico, che si stanno mobilitando per il raggiungimento di questo obiettivo. **Dal 1° al 4 aprile, oltre ad usufruire di tutte le prime visioni del periodo e dei film in sala al prezzo speciale di 3 euro, gli spettatori potranno vedere per la prima volta tutta la line up che caratterizzerà la nostra estate di cinema.**

(Comunicato stampa)

Borgonzoni: "CinemaDays anticipano la grande estate di cinema"



Lucia Borgonzoni, sottosegretario MIBAC con delega al Cinema, ha dichiarato: "Il ritorno di *Cinemadays* è un'altra promessa mantenuta, risultato dell'ottimo lavoro di squadra portato avanti con ANEC, ANEM e ANICA, caratterizzato dallo spirito di collaborazione e dal desiderio di promuovere il settore del cinema in Italia. Un traguardo fortemente voluto che fa da anticipazione alla Grande Estate di Cinema, primo passo verso una promozione dell'estate che vedrà il Ministero in prima linea". (Cinecittà News)



IL CINEMA FESTEGGIA LA PRIMAVERA E SI PREPARA AD UNA GRANDE ESTATE DALL'1 AL 4 APRILE IL BIGLIETTO DI INGRESSO A SOLI 3 EURO PER TUTTI I FILM

L'evento si inserisce nell'operazione di rilancio della sala cinematografica durante il periodo estivo, e sarà annunciato nella serata dei David di Donatello

Organizzati da ANEC, ANEM e ANICA con il sostegno del **Ministero Beni e Attività Culturali**, i **CinemaDays 2019** si svolgeranno da **lunedì 1 a giovedì 4 aprile**, con il prezzo del biglietto a **3 euro in tutti i cinema aderenti**.

Questa iniziativa promozionale fa da apripista alla **Grande Estate di Cinema** che ci aspetta per il **2019**. **Un primo assaggio lo abbiamo avuto attraverso un video promozionale**, già nelle sale dalle vacanze di Natale e che preannuncia **un'Estate cinematografica come non si è mai vista prima**. L'obiettivo è di rilanciare l'intrattenimento in sala anche durante i mesi più caldi, allineando il mercato cinematografico italiano ai principali mercati mondiali, che hanno uscite di grande rilievo in tutti i mesi dell'anno, permettendo così una migliore distribuzione dei film durante tutto l'anno. Al momento sono stati annunciati tanti blockbuster americani e, a breve, si comunicheranno anche le prime visioni di Film Italiani e di Cinema d'Autore. L'obiettivo è avere una line up di film in grado di soddisfare i desideri di tutte le audience.

Questa operazione vede allo stesso tavolo tutti gli attori dell'industria cinematografica italiana, e avrà un eccezionale battesimo mediatico durante la cerimonia dei **Premi David di Donatello**, assegnati dall'Ente David di Donatello - Accademia del Cinema Italiano nella serata di **mercoledì 27 marzo**. Durante la serata, ampio risalto sarà dato ai **CinemaDays** in quanto preambolo all'**Estate di Cinema 2019**. Tanti anche i testimonial, tra i più amati dal pubblico, che si stanno mobilitando per il raggiungimento di questo obiettivo.

Dal 1° al 4 aprile, oltre ad usufruire di tutte le prime visioni del periodo e dei film in sala al prezzo speciale di 3 euro, gli spettatori potranno vedere per la prima volta tutta la line up che caratterizzerà la nostra estate di cinema.

Contatti

per ANEC: gspila@agisweb.it, anecpress@agisweb.it

per ANICA e ANEM: cecilia.delvecchio@opengateitalia.com, ufficiostampa@anica.it



Full news header:
ZCZC ADN0775 7 SPE 0 ADN SCN NAZ



Source: ADNKRONOS

Printed: 15:52 10 Jan 2019

CINEMA: LORINI (ANEC), PROMOZIONE PARTIRA' DA DAVID DI DONATELLO =

Roma, 10 gen. (AdnKronos) - "Una riflessione pi meditata e realistica viene oggi consegnata da tutte le associazioni del cinema, sui risultati del box Office 2018. Un segno tangibile che produttori, distributori ed esercenti cinema, uniti in un progetto comune, sanno da dove ripartire, senza nascondere le criticitma analizzando bene gli elementi oggettivamente positivi che vanno ad aggiungersi agli importanti progetti del 2019, a partire dal prossimo mese di marzo con l'appuntamento con i David di Donatello e il primo grande momento promozionale per poi giungere alla grande estate di cinema". E' il commento del presidente dell'Anec, Mario Lorini, ai dati sugli incassi del cinema relativi al 2018.

(Spe/AdnKronos)

ISSN 2465 - 1222
10-GEN-19 15:46

NNNN

Received by way of Telpress NewsReader at: 15:46 (GMT+1) in date: 10/01/2019





10 gennaio 2019

IL CINEMA IN SALA NEL 2018

I DATI DEL BOX OFFICE

- Nel cambiamento in atto a livello internazionale della domanda e dell'offerta di Cinema, la fruizione in sala ha visto nel 2018 un arretramento quantitativo nei Big Five europei: i primi consuntivi del Boxoffice 2018 indicano una tendenza generale verso il ridimensionamento, con una fortissima accentuazione del fenomeno in Germania (-16%) e risultati più o meno omogenei tra Francia (-4%), Spagna (-2%) e Italia (-5%), con l'eccezione di UK, dove il B.O. registra sostanziale stabilità (+0,6%).
- L'Italia, a differenza degli altri grandi mercati europei, si affida a fine anno alle elaborazioni a consuntivo della società Cinetel, che offre il servizio day by day agli operatori, e rappresenta circa il 92% del totale delle presenze e il 94% degli incassi dell'intero mercato sala registrato ufficialmente da SIAE (che rilascia i dati dopo qualche mese). Negli altri Paesi abbiamo quindi un'immediata proiezione dei dati finali di presenze e incassi, mentre in Italia, sulla base della serie storica, possiamo stimare un risultato reale a fine 2018 di circa 93 milioni di presenze e 584 milioni di euro di incasso. Il numero dei biglietti staccati vede molto vicini all'Italia, in realtà, due Paesi di dimensioni e popolazione molto diverse: Spagna (98M biglietti, 586M€) e Germania (97M biglietti, 840M€). A occhio nudo si nota come il prezzo medio sia simile nei due Paesi mediterranei (i biglietti meno costosi in Europa), mentre è molto più alto in Germania; ricordando anche che in Italia il Cinema è la più accessibile, oltre che di gran lunga la più frequentata e popolare tra tutte le forme di intrattenimento outdoor. Il successo della Spagna e la situazione critica tedesca sono basati su una variabile fondamentale per indicare la salute del mercato e il confronto col nostro Paese: i dati di consumo riferiti alla stagione estiva, molto positiva in Spagna e molto negativa in Germania nell'anno 2018.
- La stagione estiva è stata negli ultimi anni anche la principale nota dolente del mercato italiano: nel 2019, l'industria vuole investire ed esprimere fiducia in una svolta nei consumi. Le aspettative positive per l'anno appena iniziato sono quindi fortemente radicate nella prospettiva di una positiva estate 2019, cui fortissimamente e unitariamente hanno lavorato gli operatori della filiera in confronto costruttivo con Governo e Istituzioni, con un piano di programmazione e promozione

che finalmente vedrà i 5 mesi tra aprile e agosto primeggiare nell'appetibilità dell'offerta. Entro primavera 2019 saranno resi noti anche i titoli europei, italiani e indipendenti che affiancheranno a quelli già annunciati dagli Studios, per formare l'offerta estiva più forte che sia stata proposta nell'ultimo decennio.



- Venendo al risultato dei film nazionali (che ad esempio in Spagna nel 2018 hanno contribuito in misura importante ai risultati complessivi), in Italia l'anno appena passato porta alcune riflessioni significative sui risultati del prodotto locale:
 - Non sembra più vera l'equazione per la quale la quota di mercato americana è stabile e la differenza la fa soprattutto il cinema nazionale. In un anno in cui anche gli USA hanno perso alcuni campioni (7 titoli Usa sopra i 10 M€ vs gli 8 del 2017, con un incasso medio di 1M€ più basso nella top 10) e 6 punti di quota di mercato, il cinema italiano si è difeso bene, raccogliendo una quota di mercato del 23%. Se lo scorso anno alcuni media hanno generalizzato le difficoltà dei prodotti italiani (suscitate anche da incertezze e ritardi per l'entrata effettiva in vigore della Legge Cinema), lasciando intendere che fosse "dimezzato" il Boxoffice complessivo, quest'anno si può sottolineare la crescita percentuale significativa delle produzioni e co-produzioni italiane (+ 23,8%)
 - Non è automatico quindi che l'assenza di supercampioni italiani nella Top10 (2 nel 2016 con Quo vado e Perfetti Sconosciuti, e 2 sopra i 10M€ nel 2017 con L'ora legale e Mister Felicità) comporti una debacle per l'anno. Fisiologicamente nei vari anni possono comparire film al di sopra della media (in Spagna nel 2018 "Campeones") ma, in assenza, si possono apprezzare altre qualità del cinema locale che, complessivamente, offre una visione positiva e meno polarizzata: pluralità di generi (con una costante di maggior successo per la commedia) e di "colore", minore concentrazione in un periodo dell'anno, emersione di nomi nuovi, tra opere di debuttanti e opere di elevata qualità artistica premiate anche a livello internazionale. Nella Top 100 si intravedono promesse di talento per il futuro: nel 2018 sono stati 27 i titoli italiani e in coproduzione con un incasso superiore a 1,5 M€, contro i 19 del 2017, circa un terzo in più;
 - Dopo tanti anni in cui si titolava che la salvezza del prodotto locale era da intestarsi solo a pochi, pochissimi film - o a un solo campione - emerge nel 2018 l'importanza del cinema "medio", zoccolo duro dell'industria e di una produzione che mette sicuramente sul mercato troppi titoli in un anno, ma che attraverso la quantità esprime anche vitalità e progettualità per nulla scontate. Considerando la sofferenza delle sale a causa dell'eccessiva concentrazione della stagione cinematografica in pochi mesi e quindi la conclusione del ciclo di vita delle opere ben prima del loro naturale esaurimento, questo dato a maggior ragione fa ben sperare per un cambiamento a partire dal 2019, grazie a una più razionale e distribuita capacità di offerta lungo l'arco dei 12 mesi.
- L'inizio dell'anno 2019 sembra essere positivo e, se non spinge a vedere tutto rosa, consente ragionevole ottimismo, nel quadro delle mutazioni attese per l'anno appena iniziato. Se il buongiorno si vede dal mattino, il +12% della prima settimana dell'anno, conclusa con l'Epifania (quest'anno caduta di domenica), e il +14,5% tra il lunedì e il mercoledì di questa settimana sui corrispondenti del 2018 sono sintomi limitati, ma importanti della conferma dell'interesse del pubblico per lo spettacolo più popolare nel periodo tradizionalmente più importante.

I COMMENTI



MARIO LORINI, Presidente ANEC

“Una riflessione più meditata e realistica viene oggi consegnata da tutte le associazioni del cinema, sui risultati del box Office 2018. Un segno tangibile che produttori, distributori ed esercenti cinema, uniti in un progetto comune, sanno da dove ripartire, senza nascondere le criticità ma analizzando bene gli elementi oggettivamente positivi che vanno ad aggiungersi agli importanti progetti del 2019, a partire dal prossimo mese di marzo con l'appuntamento con i David di Donatello e il primo grande momento promozionale per poi giungere alla grande estate di cinema.”

CARLO BERNASCHI, Presidente ANEM

“Preso atto della carenza del mercato italiano in estate e dell'affollamento in autunno e inverno, la filiera dell'industria del cinema ha preso finalmente coscienza di dover cambiare il modo di uscire durante tutta la stagione ed ha concordato uscite estive molto importanti accompagnate, con accordo con il MiBAC, da una forte campagna di comunicazione che inizierà con i David di Donatello.”

FRANCESCO RUTELLI, Presidente ANICA

“Le Associazioni rappresentative dell'industria cinematografica in Italia sono unite, nel mezzo di una sfida globale affascinante e difficile, per garantire alle nostre sale un ruolo centrale. Il Cinema è più vivo e interessante che mai, con giganteschi investimenti internazionali nei contenuti e un alto e sempre nuovo interesse del pubblico. Confidiamo che il 2019 dia inizio anche a un ritorno alla crescita delle presenze nelle sale, che sono e restano più che mai in Italia il fenomeno sociale, culturale e di entertainment numero uno per chi esce di casa. È aperta più che mai la sfida per la qualità dei prodotti per incontrare le aspettative di un pubblico giustamente esigente.”

FRANCESCA CIMA, Presidente Sezione Produttori ANICA

“Anche in questa fase di grande trasformazione e di cambiamento dei comportamenti del pubblico, il consumo di cinema in sala rappresenta ancora il momento di richiamo collettivo e sociale più importante. Nonostante la competitività di altre forme di narrazione e di consumo, il numero di biglietti venduti rimane in sostanza stabile, registrando un aumento della quota del prodotto italiano. Questa tendenza positiva deve altresì indurre i produttori italiani a proporre un prodotto più competitivo e innovativo, in grado di rispondere alla domanda di un pubblico sempre più esigente e stimolato. Per raccogliere questa sfida dobbiamo puntare da una parte ad elevare il livello produttivo ed artistico del prodotto italiano medio, dall'altra a perseverare nella ricerca di nuovi talenti e di nuovi modelli narrativi ed estetici: obiettivi previsti nella nuova legge cinema che ci auguriamo quest'anno possa entrare nella sua effettiva operatività, e che potranno essere raccolti e potenziati dalle nuove linee di investimento di tutto il sistema televisivo - sia lineare che rappresentato dalle nuove piattaforme - ora in fase di definizione.”

LUIGI LONIGRO, Presidente Sezione Distributori ANICA

“Il 2018 si chiude con una lieve flessione del box office cinema rispetto all'anno precedente, in linea con la tendenza dei principali territori europei a noi comparabili, ma con tutto il mondo del cinema italiano che nutre grandi aspettative per l'anno che è appena cominciato. Un ottimismo che ha basi solide avendo l'industria risolto, negli ultimi mesi del 2018, alcune delle storiche criticità del nostro mercato. Palinsesto estivo, multiprogrammazione e window sono stati i primi tre goal messi a segno grazie al lavoro congiunto di Distributori, Produttori ed Esercenti e che unitamente ad altre importanti iniziative consentiranno al 2019 di essere ricordato come l'anno del cambiamento.”



Da: Domenico domenicodinoia@hotmail.com

Oggetto: Re: R: Cinemadays e David

Data: 17 dicembre 2018 18:26

A: Lonigro Luigi luigi.lonigro@raicinema.it

Cc: Presidente David di Donatello detassis.presidente@daviddidonatello.it, nicola.borrelli@beniculturali.it, mario.lorini@gmail.com, leone@q10media.it, rutelli.francesco@gmail.com, presidenza@anica.it, [CimamailCima francesca@indigofilm.it](mailto:CimamailCimafrancesca@indigofilm.it), edoardodeangelis@gmail.com, dg-c@beniculturali.it, segreteria@daviddidonatello.it, presidenza@agisweb.it, carlo.fontana23@gmail.com, alice.tavazzi@beniculturali.it, framartino@orange.fr

Cara Presidente,
grazie per la bella notizia.

Era da tempo che alcuni di noi sostenevano l'importanza di unire alla cerimonia del David di Donatello un evento che coinvolgesse tutto il cinema italiano a partire dalle sale cinematografiche.

Ora la notizia che questo possa accadere già con la prossima edizione dei David non fa che confermare la concreta possibilità che il 2019 diventi davvero un anno di svolta positiva per il cinema italiano.

Quindi alla prossima riunione e a tutti un sincero augurio di Buone Feste
Mimmo Dinoia

Inviato da iPad

Il giorno 17 dic 2018, alle ore 09:10, Lonigro Luigi <luigi.lonigro@raicinema.it> ha scritto:

Grazie Piera
Sereni Natale e felice anno nuovo a tutti
Luigi

Inviato da smartphone Samsung Galaxy.

----- Messaggio originale -----

Da: Presidente David di Donatello <detassis.presidente@daviddidonatello.it>

Data: 16/12/18 15:47 (GMT+01:00)

A: domenicodinoia@hotmail.com, nicola.borrelli@beniculturali.it, mario.lorini@gmail.com, Lonigro Luigi <luigi.lonigro@raicinema.it>, leone@q10media.it, rutelli.francesco@gmail.com, presidenza@anica.it, CimamailCima <francesca@indigofilm.it>, edoardodeangelis@gmail.com, dg-c@beniculturali.it, segreteria@daviddidonatello.it, presidenza@agisweb.it, carlo.fontana23@gmail.com, alice.tavazzi@beniculturali.it, framartino@orange.fr

Oggetto: Cinemadays e David

Gentili consiglieri,

vi scrivo per informarvi che, con il contributo dell'Unione distributori, dei produttori e dell' Anec, stiamo immaginando un evento molto importante a ridosso della cerimonia dei David, i "Cinemadays" dall'1 al 4 aprile, con presenza di grandi film e talents italiani e internazionali. L'idea è quella di prolungare l'eco e l'effetto del premio, comunicando rinnovata vitalità e anticipando il tanto atteso prolungamento della stagione cinematografica in estate.

Nel caso di presenze internazionali di particolare rilievo consideriamo ovviamente anche la possibilità di un coinvolgimento nella serata David come destinatari di uno dei premi Speciali.

Su questo specifico tema, come su altri, convocherò un Consiglio Direttivo subito dopo le vacanze natalizie. Nel frattempo approfitto di questa comunicazione per rivolgere un grandissimo e riconoscente augurio di Buone Feste a tutti voi e ai vostri cari.

E naturalmente al cinema italiano!

Un caloroso abbraccio

Piera Detassis

Inviato da iPhone

<[imagec2fd46.JPG](#)>

Nessuno e' autorizzato mediante l'utilizzo della presente forma di comunicazione elettronica ad assumere obbligazioni di qualsivoglia tipo che possano vincolare la Societa' con terzi, ne' eventuali notizie fornite con il presente mezzo possono essere considerate in qualsiasi forma impegnative per la Societa'. Il presente messaggio, corredato dei relativi allegati, contiene informazioni da considerarsi strettamente riservate, ed e' destinato esclusivamente al destinatario sopra indicato, il quale e' l'unico autorizzato ad usarlo, copiarlo e, sotto la propria responsabilita', diffonderlo. Chiunque ricevesse questo messaggio per errore o comunque lo leggesse senza esserne legittimato, e' avvertito che trattenerlo, copiarlo, divulgarlo, distribuirlo a persone diverse dal destinatario e' severamente proibito, ed e' pregato di rinviarlo immediatamente al mittente distruggendone l'originale.

The use of this form of electronic communication shall authorise no-one to undertake obligations of any kind on behalf of the Company that are binding with respect to third parties, and the information supplied herewith shall not be binding on the Company. This email, and its attachments, contains strictly confidential information addressed exclusively to the above mentioned addressee, who is the only person authorised to use, copy and disclose it, under his/her own responsibility. If you have received this message by mistake, or read it without being authorised to do so, please be reminded that the storage, copying, disclosure and distribution to persons or parties other than the addressee are strictly prohibited. Please therefore return it immediately to the sender and destroy the original.

<[imagef15c87.JPG](#)>



Da: Presidente David di Donatello detassis.presidente@daviddidonatello.it

Oggetto: Cinemadays e David

Data: 16 dicembre 2018 15:44

A: domenicodinoia@hotmail.com, nicola.borrelli@beniculturali.it, mario.lorini@gmail.com, luigi.lonigro@raicinema.it, leone@q10media.it, rutelli.francesco@gmail.com, presidenza@anica.it, Cimamail Cima francesca@indigofilm.it, edoardodeangelis@gmail.com, dg-c@beniculturali.it, segreteria@daviddidonatello.it, presidenza@agisweb.it, carlo.fontana23@gmail.com, alice.tavazzi@beniculturali.it, framartino@orange.fr

Gentili consiglieri,

vi scrivo per informarvi che, con il contributo dell'Unione distributori, dei produttori e dell' Anec, stiamo immaginando un evento molto importante a ridosso della cerimonia dei David, i "Cinemadays" dall'1 al [4 aprile](#), con presenza di grandi film e talents italiani e internazionali. L'idea è quella di prolungare l'eco e l'effetto del premio, comunicando rinnovata vitalità e anticipando il tanto atteso prolungamento della stagione cinematografica in estate.

Nel caso di presenze internazionali di particolare rilievo consideriamo ovviamente anche la possibilità di un coinvolgimento nella serata David come destinatari di uno dei premi Speciali.

Su questo specifico tema, come su altri, convocherò un Consiglio Direttivo subito dopo le vacanze natalizie. Nel frattempo aprofitto di questa comunicazione per rivolgere un grandissimo e riconoscente augurio di Buone Feste a tutti voi e ai vostri cari.

È naturalmente al cinema italiano!

Un caloroso abbraccio

Piera Detassis

Inviato da iPhone