

# Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
<b>Rubrica Anica</b>				
1	Corriere della Sera - Ed. Roma	07/10/2019	"SPRING ATTITUDE" CON ELLEN ALLIEN, LADY DELLA TECHNO (N.Distefano)	4
7	Alias (Il Manifesto)	05/10/2019	IED ROMA DESIGN AWARDS 2019	5
23	Il Tempo	05/10/2019	UN CORTOMETRAGGIO IN 48 ORE SOGNANDO IL FESTIVAL DI CANNES	6
17	La Provincia (CR)	06/10/2019	ZENITH "LA SALA NON MORIRA"	7
<b>Rubrica Anica Web</b>				
	Metronews.it	07/10/2019	TORNA SPRING ATTITUDE E OSPITA MYSS KETA	9
	24oreNews.it	05/10/2019	MAKER FAIRE 2019 - DAL 18 AL 20 OTTOBRE TORNA A ROMA LA...	11
	ComingSoon.it	04/10/2019	SPRING ATTITUDE, FESTIVAL INTERNAZIONALE DI MUSICA ELETTRONICA, CULTURA CONTEMPORANEA E NUOVE TENDEN	20
	Iltempo.it	04/10/2019	"THE 48 HOUR FILM PROJECT", VIA AL CONTEST PER FILMMAKER PIU' ADRENALINICO DEL MONDO	26
<b>Rubrica Cinema</b>				
21	Corriere della Sera	07/10/2019	Int. a E.Lucherini: "BRUCIAI LA PARRUCCA ALLI MILO PER LANCIARE UN SUO FILM FELLINI? GENTILE MA FALSO" (E.Costantini)	28
12	Corriere della Sera - Ed. Roma	07/10/2019	ANGELINA E MICHELLE, DUE DIVE PER "ALICE"	31
12	Corriere della Sera - Ed. Roma	07/10/2019	US + THEM": ARRIVA AL CINEMA FILM CONCERTO DI ROGER WATERS (R.S.)	32
1	Il Gazzettino	07/10/2019	ANDREA SEGRE: "SONO UN REGISTA ORA ANCHE MAMMA CI CREDE, O QUASI" (E.Pittalis)	33
1	Il Mattino	07/10/2019	IN UN LIBRO I SEGRETI DI DOWNTON ABBEY LA SERIE CULT CHE DIVENTA FILM (S.Di Salvo)	36
1	Il Mattino	07/10/2019	WILL SMITH E IL SUO CLONE COSI' IL GRANDE SCHERMO ANTICIPA LA TECNOLOGIA (M.Ghidoni)	38
13	Il Mattino	07/10/2019	NETFLIX-SKY, VIA ALL'ALLEANZA PER VEDERE SERIE E FILM	40
21	Il Messaggero	07/10/2019	WERTMULLER, SI PREPARA LA FESTA PER L'OSCAR	41
43	Il Messaggero - Cronaca di Roma	07/10/2019	OFFICINA PASOLINI SILVESTRI, PROVE APERTE E IL CINEMA DI "ALICE" (R.s.)	42
15	Il Secolo XIX	07/10/2019	WILL SMITH E IL SUO CLONE CATTIVO "SIAMO I NOSTRI PEGGIORI NEMICI, E' OGGI CHE DECIDIAMO IL (M.Ghidoni)	43
7	Il Sole 24 Ore	07/10/2019	INSERTO - TORINO CITTA' DEL CINEMA 2020	44
22	Il Tempo	07/10/2019	CASTELLI ROMANI FILM FESTIVAL GRAN FINALE AD ARICCIA CON UNA PIOGGIA DI PREMI (A.Fraja)	45
17	La Gazzetta del Mezzogiorno	07/10/2019	E HOLLYWOOD SI PREPARA A CELEBRARE LA WERTMULLER	46
28	La Repubblica	07/10/2019	Int. a C.Bale: CHRISTIAN BALE "COSI' HO BATTUTO LA DEA FERRARI" (A.Finos)	47
42/43	Corriere della Sera	06/10/2019	Int. a P.Avati: PUPI AVATI: UNO, CENTO DANTE (R.Polese)	49
46	Corriere della Sera	06/10/2019	Int. a C.Spaak: L'ULTIMA VOLTA DI SPAAK (E.Costantini)	52
46	Corriere della Sera	06/10/2019	SCORSESE DEMOLISCE GLI EROI DELLA MARVEL: "NON RIESCO A VEDERLI"	54
17	Il Messaggero	06/10/2019	BUONI & CATTIVI CATTIVI & BUONI IL MALE DAL VOLTO UMANO (I.Ravarino)	55
17	Il Messaggero	06/10/2019	Int. a G.Lombardi: GUIDO LOMBARDI: "ECCO IL MIO FILM ON THE ROAD CON SCAMARCIO" (G.Satta)	57
55	Il Messaggero - Cronaca di Roma	06/10/2019	SLOW FILM FEST L'ARCHEOLOGIA INDUSTRIALE E I DOCUMENTARI "SOCIALI" (R.S)	59
22	Il Tempo	06/10/2019	FUMETTO, CARTOON, CINEMA ROMICS CHIUDE ALLA GRANDE CON LE BATTUTE DI SIO (A.Maggiore Vergano)	60
22	Il Tempo	06/10/2019	VOGLIA DI CINEMA SULLE SPONDE DEL TURANO (S.De Benedetti)	61

# Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
<b>Rubrica Cinema</b>				
36/37	La Repubblica	06/10/2019	<i>Int. a G.Pession: GABRIELLA PESSION "TORNO ALLA FICTION MA PENSO A TROISI" (E.Assante)</i>	62
37	La Repubblica	06/10/2019	<i>DA IT AL RE LEONE IL CINEMA VOLA CON I RAGAZZINI (P.Di Paolo)</i>	64
1	La Stampa	06/10/2019	<i>DAL NAZISMO ALL'AMERICA LO SGUARDO DI POLANSKI (A.Monda)</i>	66
21	La Stampa	06/10/2019	<i>VERDONE: NEL CINEMA PIU' ANIMA DELLE SERIE TV</i>	68
27	QN- Giorno/Carlino/Nazione	06/10/2019	<i>Int. a D.Sutherland: "RECITO PER SOLDI. E PER CAMBIARE IL MONDO" (A.Martini)</i>	69
15	Corriere della Sera - Ed. Roma	05/10/2019	<i>LA FESTA DEL CINEMA CON ARDANT E TRAVOLTA</i>	71
23	Il Fatto Quotidiano	05/10/2019	<i>LA FESTA DI ROMA SORRIDE, NONOSTANTE LE SPOGLIARELLISTE (F.Pontiggia)</i>	72
XI	Il Foglio	05/10/2019	<i>NUOVO CINEMA MANCUSO (M.Mancuso)</i>	74
16	Il Mattino	05/10/2019	<i>Int. a G.Lombardi: ROMA, LA CINEFESTA SI VESTE DI ROSA (O.Cosulich)</i>	77
1	Il Messaggero	05/10/2019	<i>CINEMA CAPITALE UNA FESTA TRAVOLTA DA SCORSESE E DA UN ESERCITO DI DONNE REGISTE (G.Satta)</i>	79
25	Il Messaggero	05/10/2019	<i>DA TRAVOLTA A EASTON ELLIS FACCIA A FACCIA CON LE STAR (G.S.)</i>	82
19	Italia Oggi	05/10/2019	<i>ROMA, ALLA FESTA DEL CINEMA FILM DA SCORSESE A VANZINA (G.Ferroni)</i>	84
44/45	La Repubblica	05/10/2019	<i>Int. a G.Del Toro: DEL TORO "IL MIO HORROR PER BAMBINI SENZA PAURA" (S.Bizio)</i>	85
44	La Repubblica	05/10/2019	<i>GRANDE CINEMA E SUPERSTAR: E' LA FESTA DI ROMA (A.Finos)</i>	87
1	La Stampa	05/10/2019	<i>CINEMA ROMA, FESTA PER LE DONNE SUL TAPPETO ROSSO 19 REGISTE (F.Caprara)</i>	88
<b>Rubrica Audiovisivo &amp; Multimedia</b>				
28/29	Affari&Finanza (La Repubblica)	07/10/2019	<i>IL 5G METTE IL TURBO AI VIDEOGAME ORA TELEFONINI COME CONSOLE (E.Assante)</i>	90
38/39	Affari&Finanza (La Repubblica)	07/10/2019	<i>L'ULTIMA MISSIONE DELLE AZIENDE CONQUISTARE LA GENERAZIONE Z (V.De Ceglia)</i>	93
30	Corriere della Sera	07/10/2019	<i>L'ANNUNCIO NETFLIX ARRIVA SU SKY Q: PARTE LA COLLABORAZIONE TRA LE DUE AZIENDE</i>	95
47	Corriere della Sera	07/10/2019	<i>"1994 ", LA FICTION DOVE A SEMBRARE PIU' VERI SONO PERSONAGGI FITTIZI (A.Grasso)</i>	96
20	Il Messaggero	07/10/2019	<i>DAL 9 OTTOBRE SU NETFLIX PASSANDO DASKYQ</i>	97
22	Il Messaggero	07/10/2019	<i>ASCOLTI</i>	98
14/15	Il Secolo XIX	07/10/2019	<i>TUTTI PER UNO, UNO PER TUTTI NETFLIX ORA SBARCA SU SKY: DA AVVERSARIO A PARTNER IDEALE (G.Tammaro)</i>	99
15	Il Secolo XIX	07/10/2019	<i>LE GRANDI MANOVRE NELLA NUOVA STAGIONE SUL PICCOLO SCHERMO (M.Zatterin)</i>	101
42/43	La Repubblica	07/10/2019	<i>COM'E' CAMBIATA LA GIOVENTU' BRUCIATA (S.Balassone)</i>	102
1	La Stampa	07/10/2019	<i>TV NETFLIX DA MERCOLEDI' ARRIVA SU SKY E DA NEMICO DIVENTA PARTNER IDEALE (G.Tammaro)</i>	103
23	La Stampa	07/10/2019	<i>FRA SKY, MEDIASET E NETFLIX GRANDI MANOVRE SUL PICCOLO SCHERMO (M.Zatterin)</i>	105
28	L'Economia (Corriere della Sera)	07/10/2019	<i>NETFLIX, LA STRADA PER CRESCERE PASSA ANCHE DAL PICCOLO SCHERMO (M.Zanini)</i>	106
1	QN- Giorno/Carlino/Nazione Economia	07/10/2019	<i>Int. a L.Spada: EOLO ARRIVA NEI PICCOLI COMUNI "LI CONNETTIAMO CON IL MONDO" (G.Molossi)</i>	108
37	La Repubblica	06/10/2019	<i>"THE WALKING DEAD" ARRIVA A UNDICI</i>	109
46/47	La Repubblica	06/10/2019	<i>COSI' L'ITALIA SI RACCONTA AL MONDO (S.Balassone)</i>	110
10	Corriere della Sera	05/10/2019	<i>Int. a F.Salini: "ECCO LA MIA RIFORMA: RAI PIU' SIMILE ALLA BBC, MA CHIEDO CORAGGIO" (A.Baccaro)</i>	111
10	Il Messaggero	05/10/2019	<i>RAI, C'E' L'OK DEL GOVERNO AL PIANO INDUSTRIALE SALINI PROVA A BLINDARSI (M.Ajello)</i>	113

# Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
<b>Rubrica Audiovisivo &amp; Multimedia</b>				
17	Italia Oggi	05/10/2019	<i>FOX SI CONCENTRA SULLE SERIE TV (C.Plazzotta)</i>	115
17	Italia Oggi	05/10/2019	<i>LE IENE FANNO IL PIENO DI ASCOLTI SUI DEVICE DIGITALI (C.Plazzotta)</i>	116
18	Italia Oggi	05/10/2019	<i>CHESSIDICE IN VIALE DELL'EDITORIA</i>	117
19	Italia Oggi	05/10/2019	<i>RAI, OK DEL MISE AL PIANO SALINI (M.Capisani)</i>	118
19	Italia Oggi	05/10/2019	<i>WALT DISNEY RINUNCIA A 12 MILIONI DI EURO PUR DI NON MANDARE IN ONDA GLI SPOT NETFLIX</i>	119
<b>Rubrica Internazionale Web</b>				
	Celebrity.yahoo.com	07/10/2019	<i>BOX OFFICE: 'JOKER' SMASHES OCTOBER RECORD WITH \$93.5 MILLION DEBUT</i>	120
	Variety.com	07/10/2019	<i>KOREA BOX OFFICE: JOKER DOMINATES WEEKEND AHEAD OF CRAZY ROMANCE</i>	121
	Screendaily.com	06/10/2019	<i>JOKER SCORES RECORD OCTOBER DEBUT AT NORTH AMERICAN BOX OFFICE ON \$94M</i>	122
	Screendaily.com	06/10/2019	<i>'JOKER'STUNS IN \$234M GLOBAL BOX OFFICE LAUNCH</i>	125
	TheWrap.com	06/10/2019	<i>PAIN AND GLORY SHINES, LUCY IN THE SKY FALLS AT INDIE BOX OFFICE</i>	127
	Variety.com	06/10/2019	<i>BOX OFFICE: JOKER SMASHES OCTOBER RECORD WITH \$93.5 MILLION DEBUT</i>	130
	Variety.com	06/10/2019	<i>JOKER DOMINATES INTERNATIONAL BOX OFFICE WITH \$141 MILLION</i>	132
	AlloCine.Fr	05/10/2019	<i>GEMINI MAN : QUE SIGNIFIE LE TITRE DU FILM DE SCIENCE-FICTION AVEC WILL SMITH ?</i>	134
	Deadline.com	04/10/2019	<i>UK'S MODERN FILMS INKS AMAZON PRIME STREAMING DEAL ON FEMALE-LED SLATE INCLUDING THE PERFECT CANDIDA</i>	135
	TheWrap.com	04/10/2019	<i>THE DISNEY-AMAZON STREAMING STANDOFF: WHO HOLDS THE LEVERAGE?</i>	138
<b>Rubrica Internazionale</b>				
16/17	Bloomberg Business Week	07/10/2019	<i>MAYBE AT&amp;T ISN'T READY FOR ITS CLOSE-UP</i>	140
22	Financial Times	07/10/2019	<i>FACEBOOK'S BIGGEST THREAT IS ITS CHIEF'S FATAL SELF-BELIEF (P.Clark)</i>	142
16	Frankfurter Allgemeine Zeitung	07/10/2019	<i>DAS INTERNET ERFORDERT NEUES MARKETING</i>	143
20	Handelsblatt	07/10/2019	<i>"DIE ZUKUNFT IST DIGITAL"</i>	146
5	El Pais	06/10/2019	<i>NEGOCIOS - DESNUDOS EN LA ECONOMIA DIGITAL</i>	148
88	Figaro Magazine	05/10/2019	<i>JOAQUIN PHOENIX SORT SON JOKER (C.Geliot)</i>	149
92	Figaro Magazine	05/10/2019	<i>WILL SMITH FAIT LE CLONE (J.Buisson)</i>	150
14	Financial Times	05/10/2019	<i>THE DAY IN THE MARKETS</i>	151
28	Le Figaro	05/10/2019	<i>NETFLIX ET MEDIASET SIGNENT UN ACCORD</i>	153
157/61	M Le Magazine du Monde (Le Monde)	05/10/2019	<i>TODD PHILLIPS JOUE SON JOKER. (S.Blumenfeld)</i>	154
1	Wall Street Journal Usa	04/10/2019	<i>BUSINESS &amp; FINANCE AMAZON, DISNEY CLASH OVER TV</i>	159



## Festival

«Spring Attitude»  
con Ellen Allien,  
lady della techno

di **Natalia Distefano**  
a pagina 11



**Ammirazione**  
Rispetto la scena  
elettronica  
romana che ha  
un'identità  
potente: diversa  
da Berlino, diversa  
da Detroit,  
davvero unica



## Disco

Il suo ultimo album, l'ottavo  
da solista, si intitola «Allientronic»  
e lei stessa lo definisce  
un autoritratto musicale

# La signora della techno

La dj Ellen Allien è fra i nomi di punta della decima edizione di Spring Attitude. Tra gli ospiti della rassegna, Laurent Garnier, il rapper Rancore e Myss Keta

Oggi è l'ape regina della techno: scrive, mixa, produce nuovi talenti (con la sua etichetta BPitch Control) e intorno alla sua figura magnetica di signora instancabile della console, tra ritmi ipnotici e casse invoricate, si sono formate intere generazioni di dj. Ma quando Ellen Allien ha mosso i primi passi nell'universo notturno dei club underground — all'inizio degli anni Novanta, in una Berlino appena riunificata, con la cicatrice del Muro ancora in bella vista sulle strade della capitale tedesca — la techno era davvero una sfida. E il Berghain (per intenderci: il locale berlinese che ne è l'icona assoluta) neanche esisteva.

«All'inizio non ero assolutamente cosciente di quello che stavo facendo: la musica era una calamita, le serate una festa, lavoravo d'istinto (anche adesso, ma seguo i miei progetti in maniera più consapevole) e in quegli anni — racconta — il cambiamento era come un polline che fluttuava nell'aria sulle nostre teste». Lei lo ha impollinato sui dancefloor, tra synth e loop, dimostrando prima all'Europa e poi al mondo che «una donna può fare la differenza nella musica techno, che è un'arte, un mestiere e uno stile di vita».

Ellen Allien è tra i nomi di punta della decima edizione del festival Spring Attitude, in programma da giovedì a sabato al Maxxi e all'Ex Caserma Guido Reni con una line up che ospita anche Laurent Garnier, Shigeto, Arsalendo, il rapper Rancore, il collettivo Ivreatronic, Giorgio Poi e l'enigmatica Myss Keta.

«È la mia prima volta a Spring Attitude, ma la fama di questo festival è arrivata anche a Berlino e quando ho letto gli altri nomi in cartellone ho accettato subito — racconta — E poi amo l'Italia: è il primo paese straniero

in cui ho suonato nella mia vita, a Napoli negli anni 90 (ho avuto anche un fidanzato italiano... e i suoi amici dicevano che io ero più mediterranea di lui!). Ma soprattutto ho un grande rispetto per la scena elettronica romana, che ha un'identità potente: diversa da Berlino, diversa da Detroit, davvero unica».

Detto da lei è un complimento da ricordare, anche se nulla batte Berlino. «È la mia casa, la mia città, la mia fonte d'ispirazione, l'unico posto dove riesco a comporre — ribadisce — Viaggio moltissimo, suono ovunque, ma solo a Berlino ho costantemente voglia di fare musica, di creare, sperimentare. Tutto è input, la scena dei club è viva e fresca: nei locali non solo si balla (tenendo i ragazzi lontani dalle cattive strade), ma ci si conosce e il confronto è senza limiti. Da ogni luogo che visito mi porto dietro dei souvenir di suoni ed esperienze, ma poi la mia musica prende forma qui».

Come il suo ultimo album, l'ottavo da solista, intitolato *Allientronic*. «Adoro questo titolo — confessa — e calza a pennello su questo lavoro vissuto come un autoritratto musicale: dentro c'è tutta me stessa, elettronica e analogica, romantica e determinata, un po' aliena ma ancorata alle mie radici. E innamorata dell'arte. Vorrei conoscere di più la scena del contemporaneo, ma intanto me ne lascio affascinare seguendo le emozioni». Cuore, cassa e cervello. «Funziona così: si accende un'idea nella mia mente e questa innesca il movimento del suono — conclude — È la mente che lancia il messaggio, e io ne ho uno per gli italiani: credete di più nel vostro paese e prendetevi cura del vostro mare!».

## Il festival

● La decima edizione di Spring Attitude è in programma da giovedì a sabato al Maxxi (via Guido Reni 4a) e a Videocittà nell'Ex Caserma Guido Reni (via Guido Reni 7). La line up ospita, oltre a Ellen Allien, anche Laurent Garnier, Altarboy, Shigeto, Arsalendo, il rapper Rancore, Massimo Pericolo, C'mon Tigre, il collettivo Ivreatronic, Venerus & His Orchestra, Giorgio Poi e l'enigmatica Myss Keta. La serata inaugurale di giovedì è a ingresso gratuito. Venerdì e sabato i biglietti costano 20 e 25 euro. Orario: dalle 19.30 fino alle 4 del mattino. Info: [www.springattitude.it](http://www.springattitude.it)



**IED ROMA DESIGN AWARDS 2019**

Nella cornice di Videocittà – Il Festival della Visione, il 9 ottobre saranno premiati i migliori progetti sviluppati dai creativi dell’Istituto Europeo di Design nei settori design, moda, arti visive e comunicazione (ore 18, Ex caserma Guido Reni (via G. Reni 7 Roma). Ad essere candidati sono progetti su tematiche come la sostenibilità ambientale e sociale, la valorizzazione del patrimonio museale, la tecnologia e la neuroscienza. Due gli ospiti d’eccezione: il manager Andrea Guerra (presidente di Eataly) e l’ex alunno Phaim Bhuiyan, regista di «Bangla»



## Concorso internazionale

# Un cortometraggio in 48 ore sognando il Festival di Cannes

**L**a Capitale sarà invasa da centinaia di giovani filmmaker durante il weekend del 18-20 ottobre: i partecipanti alla XIII edizione del concorso internazionale "The 48 Hour Film Project", impegnati a realizzare un cortometraggio in sole 48 ore. The 48 HFP è parte del programma di Videocittà, ed è realizzato con la Direzione Generale Cinema e Au-

diovisivo - Mibac, con il patrocinio dell'Ambasciata degli Stati Uniti d'America in Italia, Ambasciata di Spagna e XV Municipio di Roma Capitale. Il film vincitore gareggerà contro i cortometraggi provenienti da tutto il mondo al Filmpalooza 2020 dove, oltre al gran premio finale, potrà aggiudicarsi la possibilità di concorrere nella sezione Short Film Corner al Festival di Cannes 2020.



# Zenith «La sala non morirà»

La proprietaria Cavalca: «Farò di tutto». Pronto un piano di rilancio per lo storico cinema di Casalmaggiore  
Al via l'8 dicembre con la casalasca Rebecca Bianchi, star della danza ed étoile del Teatro dell'Opera di Roma

di **DAVIDE BAZZANI**

■ Per l'intero territorio si tratta di una notizia di grande rilievo: lo storico Cinema Teatro Zenith di Casalmaggiore continuerà a vivere, con una serie di proposte di notevole interesse.

La prima – uno spettacolo di danza con la casalasca **Rebecca Bianchi**, étoile del Teatro dell'Opera di Roma dal 2017, previsto per domenica 8 dicembre (dal titolo 'Ballet Stars') – ci viene confermata dalla proprietaria del locale, **Maria Teresa Cavalca**, che ha preso il testimone dalla mamma, **Severina Lodi Rizzini**, scomparsa ad un soffio dai 90 anni alla fine di maggio del 2014. Vale la pena di ri-

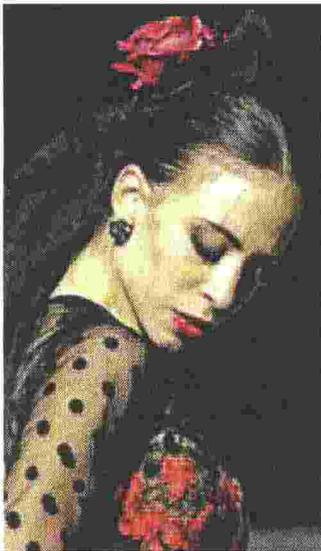
cordare che quella di Severina fu una figura storica per la città, tanto che a giugno del 2002, a Roma, le venne assegnato un diploma «per aver svolto attività di esercente cinema dal 1948 contribuendo alla continuità di valori socialmente e culturalmente rilevanti». L'occasione era stato un galà cui parteciparono tutti i grandi nomi del cinema, italiano e internazionale, oltre ai rappresentanti di Anica, Agis e ministero dei Beni culturali, i tre enti che avevano promosso il riconoscimento. Severina Lodi Rizzini ha combattuto una vita per la sopravvivenza del suo locale, puntando sempre su una programmazione di

qualità, avviata con il marito dal 1948, in Santa Croce, e in quello che poi tornò ad essere il teatro. Al 1970 risale l'avvio dell'avventura con lo Zenith. Poi arrivarono i momenti di difficoltà legati a vari fattori, compresa l'apertura delle multisale. Pochi anni fa la monosala (una delle più grandi d'Italia, con 1.000 posti a sedere) cessò di proiettare film, ospitando periodicamente spettacoli. La Cavalca, fino all'ultimo, ha lottato strenuamente per difendere la sua 'creatura'.

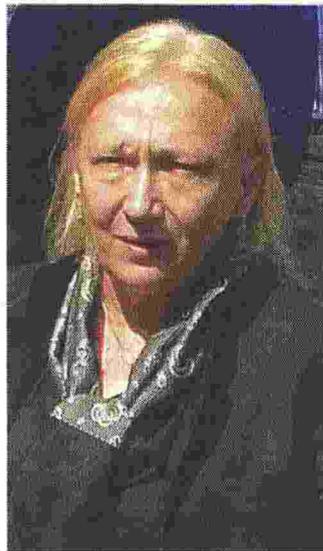
«Adesso – ci dice – sto cercando di fare di tutto per tenere aperta la sala. Le spese sono ingenti, purtroppo. Basti dire che solo di assicurazioni

pago 4 mila euro all'anno, per non parlare della voce Imu. Però credo sia giusto fare il possibile per dare l'opportunità, anche ai giovani che lo chiedono, di proporre spettacoli. L'ambiente è a norma e c'è la collaborazione da parte di **Franco Frassanito** e degli Amici di Casalmaggiore per riuscire a proporre delle iniziative». Un impegno notevole, ma la proprietà, a dispetto delle difficoltà, è ben disposta. Ieri Cavalca con **Achille Scaravonati** hanno avuto un colloquio in municipio con il sindaco **Filippo Bongiovanni** per parlare del futuro proprio del locale, che in data da fissare ospiterà anche il nuovo spettacolo di **Beppe Grillo**.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Rebecca Bianchi



Maria Teresa Cavalca





Il Cinema Teatro Zenith in piazza Garibaldi a Casalmaggiore si appresta a ospitare numerosi e importanti spettacoli

FOTO OSTI



Il pubblico nella platea del locale nel centro cittadino

Lunedì 7 Ottobre 2019

# metro

> Spettacoli

ROMA | MILANO | TORINO | METRO WORLD

DOWNLOAD METRO

SEGUICI   

- Home
- Chi Siamo
- News
- Sport
- Spettacoli
- Opinioni
- Animali
- Scuola
- Club Metro
- Video
- Mobilità
- Altri

Home > Spettacoli > Torna Spring Attitude e ospita Myss Keta



## Torna Spring Attitude e ospita Myss Keta

Lun, 07/10/2019 - 05:10



ROMA/MUSICA

**ROMA** Nuove sonorità e nuove tendenze fra musica elettronica, nu soul, canzone d'autore e contaminazioni world nella X edizione di "Spring Attitude", in programma da giovedì a sabato fra il MAXXI e Videocittà - Ex Caserma Guido Reni.

Il festival internazionale di musica elettronica e cultura contemporanea compie 10 anni e festeggerà per l'occasione chiamando a raccolta nella tre giorni romana alcuni dei più interessanti e innovativi protagonisti della scena musicale contemporanea.

Cuore pulsante del festival sarà il MAXXI, Museo Nazionale delle Arti del XXI secolo, ma ad ospitare l'anteprima a ingresso libero del festival sarà giovedì l'ex Caserma Guido Reni, sede temporanea di Videocittà - Festival della Visione.

- Mob
- Tecno
- Tras
- Motori
- Libri
- Job
- Famiglia
- Metroquadrato
- Salute
- Style
- Non profit
- Green
- Ultima Ora
- Blog

MUSICA/TORINO

A Venaria sbarca Nick Murphy



TV

Sky e Netflix, al via la partnership europea



MIKA/NUOVO CD

«In questo album ci sono le mie tre anime»

Sul palco si alterneranno **Shigeto**, **Spime.im**, **Arssalendo** e il dj **SA Soundsystem**.

Venerdì il festival entrerà nel vivo al MAXXI con le esibizioni di artisti come, fra gli altri, **Andrew Weatherall**, un artista dal suono geniale e visionario, il francese **Laurent Garnier**, **Ellen Allien**, **Giorgio Poi** e **Myss Keta**, rapper dall'attitudine punk.

Tanti i gruppi e gli artisti sul palco anche sabato sera, dagli **Ivreatronic** di Cosmo, uno dei collettivi di musica elettronica più celebri d'Italia, a **Enea Pascal**, dal rapper **Massimo Pericolo** a **Rancore** e **C'Mon Tigre**.

STEFANO MILIONI



CINEMA/BRAVE RAGAZZE

Michela Andreozzi e le sue Brave Ragazze



MILANO/MUSICA

Elodie fra gli ospiti di Plug-Mi

ARTICOLI CORRELATI



ROMA/MUSICA

**All'Ottobrata arriva Mannarino, premio Ferri**

Domenica al Parco della Musica la serata dedicata agli artisti romani



ROMA/MUSICA

**RJF, il jazz oltrepassa qualsiasi confine**

Fra gli ospiti del Roma Jazz Festival, al via il primo novembre, anche Carmen Souza



ROMA/MUSICA

**Achille Lauro: «Vado oltre i generi musicali»**

L'artista romano sarà venerdì e sabato all'Atlantic con le anticipazioni dal suo nuovo cd "1990"



ROMA/MUSICA

All'Ottobrata arriva Mannarino, premio Ferri

METEO





**MAKER FAIRE 2019 - Dal 18 al 20 ottobre torna a Roma la settima edizione**



**ROME MAKER FAIRE THE EUROPEAN EDITION 2019**

L'attesa sta per finire. Dal 18 al 20 ottobre 2019 torna, alla Fiera di Roma, "Maker Faire Rome – The European Edition" (<https://2019.makerfairerome.eu>), l'evento europeo più importante dedicato all'innovazione tecnologica, raccontata in modo semplice e informale, giunto alla sua settima edizione, organizzato dalla **Camera di Commercio di Roma**, attraverso la sua Azienda speciale Innova Camera.

Visto il successo il format della manifestazione si integra, ma non si modifica nella sua struttura portante: il venerdì mattina del 18 ottobre si parte con l'*'Educational Day'* ovvero il tradizionale appuntamento di formazione gratuita dedicata alla visita in anteprima delle scolaresche da tutta Italia (l'anno scorso accorsero ben 27mila studenti). Il pomeriggio di venerdì, dalle 14, Maker Faire si apre al grande pubblico fino a domenica 20 ottobre, ospitando il meglio dell'innovazione internazionale in **sette padiglioni** a tema per una superficie espositiva di **oltre 100mila mq**. La suddivisione dei padiglioni proposta dai curatori invita i visitatori a diventare parte attiva già a partire dai loro nomi: Re-think, Learn, Create, Discover, Make, Research.

Il curatore della MFR 2019 è **Massimo Banzi**, co-founder di Arduino, indicato dal settimanale "The Economist" come uno dei fautori della "nuova rivoluzione industriale" messa in atto dal movimento Maker. Ad affiancarlo c'è **Alessandro Ranellucci**, coordinatore esecutivo di tutti i contenuti di MFR. Insieme a loro, un qualificato team di responsabili di area: **Fabrizio Bernardini** (area spazio), **Paolo De Gasperis** e **Leonardo De Cosmo** (EdTech), **Carlo Hausmann** (area food e agritech), **Mauro Spagnolo** (economia circolare), **Valentino Catricalà** (arte), **Paolo Mirabelli** (area droni).

Maker Faire Rome è testimonianza di come la creatività, il lavoro e la forza delle idee siano capaci di generare nuovi modelli produttivi fondati su singole iniziative e progetti brillanti. La città di Roma si conferma, per il settimo anno consecutivo, polo attrattivo di nuove idee, contenuti e modelli economici: basti pensare che **oltre mille progetti** provenienti da **oltre 40 nazioni** sono arrivati dalle varie call e **oltre 600**, dopo attenta selezione, **verranno esposti in fiera**.

"Maker Faire Rome – spiega **Lorenzo Tagliavanti, Presidente della Camera di Commercio di Roma** – è una grande piattaforma e un grande momento di networking dove l'innovazione dall'alto si incontra con l'innovazione dal basso. Un luogo dove la tecnologia è alla portata di tutti e l'interazione è la caratteristica principale. L'evento si



**Eventi**



MOLTO DIFFICILE DA DIRE... DI ETTORE SOTTASS



"ARTEMISIA GENTILESCHI, PITTRICE GUERRIERA" ENTRO L'ESTATE...



DISNEY PLANET // LA BELLA E LA BESTIA (COMPLETE EDITION) ...



AD ASCOLI PICENO LA 40A EDIZIONE DEL FESTIVAL "NUOVI SPAZI..."

evolve anche grazie al frutto del lavoro di co-creazione che stiamo portando avanti, costantemente, con imprese, professionisti e Istituzioni. Maker Faire Rome, sempre di più, chiama intorno a sé il mondo accademico, della ricerca e dell'industria per creare approfondimenti verticali e fare sistema facendo - conclude Tagliavanti - della contaminazione, della divulgazione e dell'integrazione il proprio *core*. Tutto questo si fa a Roma anche grazie al ruolo di facilitatore che svolge la Camera di Commercio, a conferma che la Capitale è la città dell'innovazione, della ricerca e del talento".

#### I temi principali

Economia circolare, robotica e intelligenza artificiale, IoT - Internet delle cose, manifattura digitale, *foodtech*, *agritech*, mobilità smart, edilizia sostenibile, realtà virtuale e aumentata, spazio, tecnologia nell'arte contemporanea, *sporch*, *edtech*: saranno questi alcuni dei temi protagonisti dell'edizione 2019.

#### Economia circolare: Maker Faire Rome diventa carbon neutral e plastic free

La grande questione dell'economia circolare e, in particolare, la *bioeconomy*, il *greenbuilding*, il *greentech* sono temi quanto mai attuali a cui la MFR dedica già dalla scorsa edizione un intero padiglione: decine di aziende innovative e di esperti del settore dimostrano concretamente come coniugare impresa, manifattura e sostenibilità esponendo i loro prodotti, i loro progetti e le loro tecnologie.

E quest'anno, la Maker Faire Rome farà un ulteriore salto di qualità visto che sarà il primo evento fieristico italiano a manifestare una concreta sensibilità per i cambiamenti climatici attraverso l'adozione di un approccio *carbon neutral*, oltre che *plastic free*.

L'intento è di iniziare un percorso virtuoso, difficile e impegnativo, che possa ridurre l'impatto ambientale della Fiera trasformandola in un evento di grande valore ambientale, oltre che tecnologico. Saranno, infatti, compensate tutte le emissioni di gas serra generate nei giorni di apertura attraverso la piantumazione del **bosco Maker Faire** realizzato grazie alla collaborazione con la start up zeroCO2, i cui alberi saranno singolarmente tracciati con un *code* e un sistema di georeferenziazione.

Nell'ambito dell'evento, inoltre, sarà utilizzata unicamente energia certificata prodotta da fonte rinnovabile. Per sviluppare il progetto "**Maker Faire Rome Carbon Free**" è stato incaricato uno spin off dell'Enea che eseguirà il calcolo dettagliato, quantitativo e qualitativo, delle emissioni generate nei giorni di apertura della Fiera. Saranno, ad esempio, raccolti tutti i dati relativi ai consumi energetici, idrici, dei trasporti, e dei rifiuti generati nel corso dell'evento.

A sostegno di questo ambizioso progetto, nell'ambito della Maker Faire Rome 2019 tutto il materiale utilizzato per somministrare *food&beverage* sarà integralmente biodegradabile e compostabile certificato. Considerate le dimensioni di Maker Faire Rome, si tratta di uno sforzo organizzativo ed economico molto rilevante, ma di grande valore simbolico ed ambientale, per il quale è stato necessario quasi un anno di lavoro congiunto con tutti gli operatori coinvolti.

I visitatori saranno invitati ad essere partecipi di questo progetto cercando di non introdurre nel quartiere fieristico bottiglie o contenitori di plastica.

La Maker Faire Rome intende migliorare e sviluppare ulteriormente questo progetto anche nelle prossime edizioni nell'intento di diventare un evento di grande valore ambientale, oltre che tecnologico, per dimostrare la concreta possibilità, da subito, di una radicale inversione di marcia sul fronte della riduzione delle emissioni climalteranti, dell'adozione convinta dell'economia circolare, della sostituzione dei principali materiali inquinanti con quelli biocompostabili.

#### IL 100% DELL'ENERGIA ELETTRICA CONSUMATA SARA' RINNOVABILE

Nel 2008 la Green Utility Spa ha installato, nella Fiera di Roma, un generatore fotovoltaico, integrato nelle coperture, con una potenza pari ad oltre 1,7 MWp e in grado di produrre quasi 2 GWh all'anno.

L'impianto registrò a suo tempo un rilevante primato: si trattava del più grande generatore al mondo, per potenza installata, a *thin film*. Da allora ha prodotto circa 16.888.788 kWh, evitando emissioni in atmosfera per circa 8.454 tonnellate di CO2.

Grazie alla partnership con Green Utility Spa, partner energetico del progetto di sostenibilità di MFR19, il **100% dell'energia elettrica consumata da Maker Faire Rome 2019 sarà rinnovabile e a zero emissioni di CO2**.

E a MFR 2019 ci sarà spazio anche per la moda. **Altaroma**, da sempre impegnata a sostenere e promuovere i giovani interpreti della creatività contemporanea Made in Italy, con un occhio sempre attento alle nuove tendenze, sarà protagonista di uno spazio dedicato con sei designer caratterizzati per creatività, qualità di prodotto, ricerca e sperimentazione, che utilizzano materiali innovativi e di alta qualità. Fili Pari, Italo Marseglia, Repainted, Tiziano Guardini, Zingales Shoes e Woobag esporranno le loro collezioni di abbigliamento e accessori realizzate attraverso processi produttivi eco sostenibili, caratterizzate dall'utilizzo di materiali rinnovati che spaziano dalle polveri di marmo al legno,



MAKER FAIRE 2019 - DAL 18 AL 20 OTTOBRE  
TORNA A ROMA LA...



LIBRI - SCELTI PER VOI



FIRENZE. "LEONARDO DA VINCI E IL MOTO  
PERPETUO" | 10...



4A EDIZIONE DELLA SETTIMANA NAZIONALE  
DELLA DISLESSIA | 7 ...



NUOVA BMW X7 POTENZA, COMFORT E LUSO  
4X4!



L'UMANITÀ, IL PIANETA, IL DIRITTO ALLA  
RICERCA DELLA...

PREV 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 NEXT

pellami di recupero provenienti dall'industria ittica alimentare come la pelle di salmone, materie prime rinnovabili di origine vegetale e microfibre certificate di ultima generazione, tessuti tecnici dalle alte prestazioni ottenuti dalla rigenerazione di rifiuti come reti da pesca e plastica abbandonati nell'oceano.

#### **Le novità**

Quest'anno un ruolo importante lo avrà anche l'arte contemporanea grazie a **MakerArt**: una successione d'installazioni interattive lungo il percorso della manifestazione, pensate per coinvolgere il pubblico e rappresentare i tanti e diversi modi di interpretare la cultura dell'innovazione tecnologica. Oltre a grandi installazioni d'intelligenza artificiale, robotica, sound art, videoarte, la sezione prevede dei "pop up art", ovvero degli happening in grado di "spiazzare" continuamente lo spettatore nel suo percorso. Inoltre, per la prima volta in Italia, una novità assoluta nel panorama nazionale e peculiare a questo spaccato fieristico, gli artisti avranno la possibilità di collaborare con le aziende del settore tecnologico creando un vero connubio tra arte, scienza e innovazione tecnologica.

Le opere, basate sia su proposte di concetti utopici sia su progetti realizzabili collegati a temi universali quali la vita umana, la salvaguardia dell'ambiente, le relazioni sociali, si propongono di stimolare attraverso la creazione artistica interrogativi e riflessioni che riguardano ognuno di noi e il mondo che ci circonda. Molte le presenze, con provenienze rappresentative di tutto il mondo: Belgio, Canada, Italia, Russia e USA compongono la rosa degli artisti rispondente a profili internazionali di altissimo livello. Durante la **MakerArt** saranno, infatti, visibili le installazioni di Pier Alfeo, Mattia Casalegno, Cod.Act, Joseph DeLappe, Joaquin Fargas, Anna Frants, Richard Garet, Alessandro Gianni, Elena Gubanova e Ivan Govorkov, Giang Hoang Nguyen, Sergey Komarov e Alexey Grachev, Via Lewandowsky e Carlo Caloro, **LU.PA.**, Matteo Nasini, Simone Pappalardo e José Angelino, Chiara Passa, Donato Piccolo, Maria Grazia Pontorno, Martin Romeo, Aura Satz, Federico Solmi, Lino Strangis, Mat Toan, Patrick Tresset e Bill Vorn. Cultura Italia, l'aggregatore nazionale del patrimonio culturale italiano, collabora con MakerArt.

#### **Ask Me Anything**

Da sempre Maker Faire Rome facilita la diffusione della cultura tecnologica e digitale più interessante e innovativa. Lo fa grazie alla contaminazione e allo scambio di conoscenza che naturalmente si genera tra visitatori, espositori ed esperti.

E quest'anno, per dare più valore a questo scambio di conoscenza, debutta il progetto **Ask Me Anything** tramite cui il vasto pubblico della fiera potrà accedere a un servizio di consulenza, strutturato in "sportelli" tematici, a cui i visitatori potranno porre quesiti tecnici. L'iniziativa ha l'obiettivo di diffondere le opportunità legate alle nuove tecnologie digitali e il target principale è costituito da piccole e medie imprese, dal comparto artigianale e dai professionisti legati all'ambito I4.0

#### **Sportech**

Un'altra novità assoluta di MFR 2019 sarà l'inaugurazione del padiglione dedicato allo sviluppo tecnologico dell'attività sportiva in campo agonistico e amatoriale. Nei 300 metri quadri del padiglione 6 si potrà osservare come le innovazioni nel campo dei materiali, delle misurazioni e della salute stiano modificando in maniera sostanziale le prestazioni, la diffusione e la cultura sportiva. Tutto questo offrendo possibilità di sviluppo lavorativo, spesso ad altissimo contenuto scientifico e nella ricerca: argomenti che saranno oggetto di dibattiti e presentazioni nello "speech corner" presente davanti agli stand. Ma nel nuovo padiglione "**Sportech**" oltre che vedere si potrà anche giocare utilizzando queste tecnologie: ci saranno infatti un campo di calcio 2vs2, uno di streetball, una pista da sprint con blocchi e telemetria e un angolo ring da pugilato dove allenarsi con un "sacco smart" capace di valutare ogni colpo.

#### **Edtech**

Altra realtà da non perdere di MFR 2019, è la nuova sezione interamente dedicata al mondo delle tecnologie per l'educazione e la formazione, un settore in grande crescita e ricco di nuove opportunità. Si chiama "**Spark - Light on EdTech**" ed è uno spazio, concepito da DiScienza, per condividere idee, pratiche e tecnologie dove realtà italiane ed europee porteranno la propria esperienza attraverso *talk*, progetti e momenti di discussione. Tra i tanti ospiti delle otto sessioni di talk tematici previsti, ci saranno Loredana Bessone, responsabile degli addestramenti in grotta degli astronauti dell'Agenzia Spaziale Europea, e Raffi Tchakerian, del Dubai Institute of Design and Innovation. Ospiti nello spazio espositivo alcuni dei principali enti ricerca italiani come l'Istituto Italiano di Tecnologia, il Consiglio Nazionale delle Ricerche e la Fondazione "Bruno Kessler". "Spark - Light on EdTech" è uno spazio creato per fornire un panorama completo su opportunità e nuovi trend e accrescere le proprie professionalità. L'obiettivo è quello di creare un *network* strategico che permetta uno scambio diretto di *best practices* fra formatori, ricercatori, aziende, studenti e più in generale tra le figure chiave nel mondo della formazione.

#### **FuoriMaker**

Imperdibili anche le "innovazioni" sul fronte musicale. In collaborazione con Maker Faire

Rome, Alex Braga artista concettuale, eclettico e inesauribile visionario, ha curato la direzione artistica di **Evolutional**, il primo festival italiano di musica e intelligenza artificiale che si terrà il 19 ottobre nella suggestiva location di Video Città di Via Guido Reni 7.

Sul palco di VideoCittà si esibiranno **Boosta** (tastierista fondatore dei Subsonica) e **Niklas Paschburg** (innovativo pianista tedesco) che duetteranno con Alex Braga in una *performance* multimediale in linea col tema dell'evoluzione artistica "aumentata" dall'intelligenza artificiale.

Prodotto da Maker Faire Rome, il festival ha l'ambizione di diventare un appuntamento costante negli anni, capace di catalizzare le più brillanti menti artistiche e innovative del mondo.

Braga, poi, posizionerà all'interno della fiera un pianoforte Yamaha Disklavier, attraverso il quale dimostrerà il suo progetto A-MINT (Artificial Music Intelligence).

L'installazione, un ibrido dal sapore postindustriale, permetterà al pubblico di apprezzare il suo nuovo progetto multimediale che, attraverso un software di Intelligenza artificiale realizzato insieme con i professori Riganti Fulginei e Laudani dell'Università di Roma Tre, vedrà il pianoforte eseguire una sua nuova composizione, che presto sarà pubblicata dalla prestigiosa etichetta discografica berlinese K7.

### **Robotica e Intelligenza artificiale**

Tornando agli argomenti che, nel corso degli anni, sono stati protagonisti a Maker Faire Rome e che hanno riscosso un crescente interesse di pubblico - anche grazie alla sapiente curatela del professor Bruno Siciliano, docente di Robotica e Direttore del Centro ICAROS presso l'Università di Napoli "Federico II" - ci sono la robotica e l'intelligenza artificiale. Basti pensare che, su questi temi, si è passati da un'area espositiva di 400mq nel 2017 agli oltre mille dell'anno scorso, con un forte incremento del numero di prototipi e *conference* dedicate, per arrivare quest'anno ad un intero padiglione espositivo dedicato a questi temi in cui si potranno ammirare **oltre 70 progetti**, di cui molti stranieri.

E a conferma del forte interesse verso questi temi, per l'edizione 2019 si è fatto un decisivo balzo in avanti: è stata, infatti, avviata una stretta collaborazione con l'**Istituto di Robotica e Macchine Intelligenti (I-RIM)**, creato lo scorso luglio, che raccoglie tutte le eccellenze italiane nella ricerca e nella industria del settore.

I-RIM si prepara, infatti, a esordire ufficialmente a MFR, organizzando un grande evento di lancio nella tre giorni di fiera, negli spazi del padiglione 10.

La tre giorni di robotica e macchine intelligenti "**I-RIM 3D**" sarà un evento fortemente innovativo anche nella sua formula, rivolta al mondo *professional* della ricerca e dell'innovazione, ma aperta agli studenti e ai giovani entusiasti della tecnologia.

L'evento I-RIM 3D sarà multidimensionale: oltre ai dibattiti che coinvolgeranno i leader dell'industria, della ricerca e delle istituzioni e all'esposizione delle ricerche e dei prodotti più avanzati con agili *pitch* divulgativi, le aziende presenti potranno partecipare a due innovativi eventi di *matchmaking* pensati per favorire la circolazione delle idee e delle persone.

Una nuova applicazione permetterà, infatti, di incrociare i bisogni e le offerte di tecnologia sull'intero territorio nazionale: le startup e i centri di ricerca più creativi potranno offrire le loro soluzioni incontrando le aziende più grandi, che invece cercano innovazione per migliorare la propria posizione competitiva.

Dal mondo dei social e dai siti di incontri prende ispirazione, invece, l'applicazione che permetterà ai giovani neolaureati di dare il loro *like* alle aziende presenti, e viceversa. L'applicazione - scherzosamente chiamata RoboTinder - li metterà in contatto e li farà conoscere a I-RIM 3D: starà a loro vedere se da lì nascerà un rapporto proficuo e duraturo.

Il forte interesse riscontrato ha incoraggiato gli organizzatori a presentare una nuova opportunità per le aziende e per i giovani di partecipare a I-RIM 3D. Con una *last minute call* che si apre oggi, primo ottobre, le aziende, i laureandi e neolaureati interessati a questi strumenti potranno avere accesso a titolo gratuito ad I-RIM 3D e alle sue iniziative di *matchmaking*, semplicemente registrandosi e compilando il loro profilo di interessi sul sito di I-RIM (<https://i-rim.it/it/come-partecipare-allevento/>).

Un ampio spazio, con più di **20 progetti esposti**, sarà dedicato alle applicazioni e alle potenzialità dei sistemi di **intelligenza artificiale**, un'altra delle principali novità della prossima MFR.

Gli organizzatori della Maker Faire Rome 2019, in collaborazione con il Laboratorio AIIS del CINI (<https://www.consortio-cini.it/index.php/it/artificial-intelligence-and-intelligent-systems>) hanno allestito una rassegna di sistemi di Intelligenza artificiale. L'obiettivo è quello di mostrare al grande pubblico le potenzialità dei sistemi di IA attraverso il modello di organizzazione sui domini applicativi, che ha riscosso un notevole successo al recente convegno Ital-IA 2019, ed in grado di veicolare l'importanza dell'Intelligenza artificiale nello sviluppo del nostro Paese e non solo.

La Maker Faire 2019 sarà, quindi, un'occasione per far conoscere ai visitatori le potenzialità dell'intelligenza artificiale e per alimentare la virtuosa rete di scambio e collaborazione tra enti di ricerca, istituzioni e imprese interessate alla tecnologia più strategica e dirompente del XXI secolo. L'intelligenza artificiale, infatti, già sta

impattando settori strategici che caratterizzano il nostro stile di vita, come la medicina, le tecnologie per il benessere, l'invecchiamento, l'istruzione e l'educazione, fino alle discipline umanistiche e culturali.

Tra le dimostrazioni di sistemi di intelligenza artificiale, la Maker Faire Rome ospiterà anche un torneo triangolare di robot calciatori "RoboCup" ([www.robocup.org](http://www.robocup.org)) con protagoniste le squadre di Sapienza Università di Roma e di due altre università provenienti da Svizzera e Germania. Un torneo nel quale sistemi robotici umanoidi, completamente autonomi, si affronteranno in partite di calcio, mettendo alla prova metodi e tecniche di intelligenza artificiale allo stato dell'arte.

#### **Alcune attrazioni e progetti innovativi esposti in Fiera**

Quest'anno la collaborazione di **Eni** con "Maker Faire Rome – The European Edition", la sesta consecutiva per il cane a sei zampe, sarà focalizzata sui progetti innovativi che l'azienda sta sperimentando per produrre energia attraverso l'acqua, anche in ottica di economia circolare. All'interno del padiglione 3 della Fiera, Eni avrà a disposizione uno spazio di oltre 600 mq, progettato per il secondo anno consecutivo con lo studio di design **Carlo Ratti Associati**, per raccontare l'impegno dell'azienda sui temi della Ricerca e Innovazione attraverso l'esposizione delle quattro principali tecnologie adottate da Eni per sfruttare la più grande fonte di energia rinnovabile, il mare:

•**ISWEC**: la "Culla dell'Energia", tecnologia italiana in grado di trasformare le onde in energia economicamente ed ambientalmente sostenibile;

•**Power Buoy**: tecnologia per la produzione dell'energia da onde in grado di aumentare l'eccellenza operativa delle nostre attività offshore;

•**Place**: primo esempio nazionale di conversione di una piattaforma in un sistema di acquacultura integrata, in un'ottica di economia circolare a supporto di uno sviluppo sostenibile del mare;

•**Biofissazione Intensificata della CO2**: riproduce il processo naturale della fotosintesi clorofilliana per la produzione di bio-olio utilizzando solamente microalghe, CO2 e luce solare.

Un'ampia sezione sarà dedicata anche ai temi dell'economia circolare, tramite vasche di coltura idroponica come esempio di coltivazione alternativo e virtuoso, in termini di consumo di acqua e stagionalità della produzione, sensibilizzando così verso la riduzione degli sprechi a tutti i livelli. Inoltre, sempre in ambito di economia circolare, durante la Fiera verrà lanciato- grazie alla presenza di ApeCar brandizzati - il "**Circular Tour**": un viaggio nelle piazze italiane organizzato da Eni e Coldiretti per scoprire come cibo ed energia siano ingredienti indispensabili per il benessere dell'uomo e della terra.

**Arrow Electronics** Italia rinnova la propria partecipazione a MFR 2019 con varie innovazioni, tra cui la presentazione di un *racing* di quattro corsie attraverso cui i visitatori potranno sperimentare, giocando in tempo reale, l'innovazione elettronica applicata alla *smart city*. La pista di quattro corsie, presentata attraverso un plastico di 25mq, vedrà sfrecciare le macchinine elettriche dotate di tecnologia all'avanguardia. Saranno posizionate varie telecamere sia ai lati della pista che a bordo dei veicoli, equipaggiate con sistemi di intelligenza artificiale per il riconoscimento di immagini. Telecamere e una moltitudine di sensori in grado di rilevare i parametri ambientali e fisici quali le condizioni dell'aria e le vibrazioni provocate dal passaggio dei veicoli, saranno collegati via wireless e un megaschermo riporterà i dati raccolti e la relativa analisi.

I visitatori di MFR 2019 potranno, poi, ammirare **Airlite**, una vernice ecologica che, attivata dalla luce del sole, è in grado di scomporre gli agenti inquinanti in molecole di sale e a catturare lo smog, riuscendo a ridurre notevolmente la presenza degli ossidi di azoto nell'aria ed eliminando qualsiasi traccia di batteri nocivi.

E' un'invenzione di una *startup* italiana che ha avuto l'idea di combattere a colpi di pennello l'inquinamento dell'aria e di eliminare muffa, umidità e cattivi odori all'interno di un appartamento, consentendo al consumatore finale di risparmiare notevolmente sui costi delle bollette, avendo in casa un purificatore d'aria ecologico a costo zero. Da segnalare che Airlite, pochi giorni fa, ha vinto la "New York Open Innovation Call", la competizione organizzata nella Grande Mela per individuare e testare le ultime tecnologie in grado di migliorare la qualità dell'aria e ridurre gli effetti delle isole di calore urbane.

Tra le tante attrazioni ci saranno i "**Graffiti for Smart Cities**", un progetto che nasce dall'idea di installare mosaici intelligenti nelle più grandi città del mondo. Degli *smartwall* composti da rivoluzionarie tessere *biobased* dotate di tecnologia avanzata che consentono, tramite smartphone, di usufruire di una serie di servizi utili: ricevere informazioni turistiche dettagliate, pagare il parcheggio o conferire i rifiuti differenziandoli,

disegnare sui muri senza imbrattarli creando opere d'arte da condividere usufruendo di connessione Wi-Fi e tecnologia 5G.

È un progetto pensato per riqualificare gli spazi urbani, trasformandoli in nuove piazze, luoghi d'incontro, d'arte e di attrazione turistica.

E dai graffiti si potrà passare nell'**Evolving virtual room** dove, grazie a un avanzato sistema digitale tridimensionale e una sofisticata tecnologia di *imaging*, i dipinti di Michelangelo o Leonardo, che sono capolavori bidimensionali per definizione, assumono una forma nuova, dinamica, tridimensionale, "apparendo" all'interno della stanza e oltre i confini della loro tela.

#### **I centri della conoscenza: Scuole, Università e Centri di ricerca**

Le nuove generazioni guardano al futuro attraverso la Maker Faire Rome. Lo conferma la grande e crescente partecipazione di Università, Centri di ricerca e scuole attraverso le relative call.

In un'apposita area dedicata della Fiera saranno presenti decine di università e centri di ricerca tra cui gli atenei di Siena, Genova, Perugia, Catania, Verona, Catanzaro, il "Federico II" di Napoli, i Politecnici di Milano e Torino, i tre atenei pubblici della Capitale, l'università di Praga, di Poznan (Polonia) e di Sarajevo, il Cnr, l'Enea, il centro di ricerca "E. Piaggio" di Pisa, l'Istituto nazionale di Astrofisica e l'Istituto italiano di Tecnologia.

Sono, invece, **55 i progetti delle scuole superiori di secondo grado italiane e della Ue selezionati** attraverso la Call for School realizzata in collaborazione con il Miur. E ci saranno anche i progetti di **tre istituti scolastici**

**extra Ue (Turchia, Canada e Libano)**. A tutti gli Istituti selezionati è garantito uno spazio espositivo gratuito e la possibilità di mettere in mostra, davanti a un vasto pubblico, la propria idea di futuro.

Alla Maker Faire di Roma saranno, inoltre, presenti **27 progetti di altrettanti ITS**, da tutta Italia, selezionati direttamente dal Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca scientifica.

"Maker Faire Rome - afferma **Luciano Mocci, Presidente di Innova Camera**, Azienda speciale della CCIAA Roma - è cresciuta, negli anni, sia nei numeri che nei contenuti, basti pensare al grande spazio che quest'anno verrà occupato da realtà cruciali come la robotica e l'intelligenza artificiale. Oggi, oltre ad essere un evento capace di creare occasioni di scouting e business tra imprese, è diventata la manifestazione dei settori economici strategici per un grande Paese moderno, in cui vengono messe in mostra le migliori idee e invenzioni che ci cambieranno, in meglio, la vita".

"Sono felice testimone - afferma **Massimo Banzi, curatore della Maker Faire Rome** fin dalla prima edizione - dell'evoluzione del mondo Maker. Da gruppi di appassionati che facevano i Maker per hobby siamo passati a progetti che sempre di più lavorano a semplificare la tecnologia a beneficio di tutti, entrando sempre in nuovi ambiti. A Roma questo ha sempre avuto l'effetto di portare a conoscenza delle Pmi delle innovazioni d'avanguardia oltre che a motivare molti visitatori comuni a diventare aziende".

#### **Makers for Space**

L'edizione 2019 di Maker Faire Rome ospiterà, di nuovo, un'ampia sezione orientata al settore aerospaziale, con lo scopo di concentrare le discipline, le attività e le realizzazioni attinenti o derivanti. La New Space Economy si riflette anche nelle proposte dei laboratori di ricerca, delle università, e nelle idee delle piccole aziende e dei privati che sempre di più hanno un'opportunità di contribuire all'economia di mercato, ed alla creatività, che sono punti di forza dello sviluppo del settore. In questo ambito, **Makers for Space** è, all'interno di Maker Faire Rome, un palcoscenico esclusivo, unico in Europa, per dare voce a chi fa innovazione e creatività nell'ambito del settore aerospaziale.

La sezione Makers For Space porterà, anche quest'anno, in primo piano progetti, idee e creazioni relativi al mondo aerospaziale e al vasto indotto interdisciplinare che caratterizza questo settore, con la collaborazione di istituzioni quali **Asi, Aeronautica Militare, Inaf, e Università Sapienza**, oltre che di diverse associazioni, tra cui la **IAU**.

L'esplorazione di Marte sarà il tema principale dell'area espositiva. Verrà presentato il ruolo fondamentale che la scienza italiana ha nella scelta dei siti di atterraggio delle future missioni umane e si porrà l'attenzione sui piani attuali anche grazie alcuni allestimenti unici nel loro genere.

Verrà anche spiegato l'importante cambio di paradigma che evidenzia il ruolo che la "makers attitude" avrà nei primi avamposti marziani notando che sin da oggi i *makers* possono contribuire a trovare soluzioni ai problemi da affrontare.

Il programma Apollo verrà di nuovo celebrato anche con **l'esposizione di un campione di roccia lunare** gentilmente offerto dalla **NASA** e diverse attività interattive.

A contorno dell'area espositiva, progetti, idee e creazioni relativi al mondo aerospaziale e al vasto indotto interdisciplinare che caratterizza questo settore.

I contenuti dell'area Makers for Space sono gestiti in collaborazione con la **British Interplanetary Society**, che curerà e coordinerà gli argomenti trattati e realizzerà la parte espositiva.

#### **Area Food & Agritech**

Quest'area di MFR 2019 presenterà 30 soluzioni innovative per il settore agroalimentare.

Si parte dall'innovazione sul cibo. Qui saranno presentate diverse soluzioni che riguardano nuove frontiere del settore della gelateria, la produzione di nuovi integratori alimentari, come l'aglio nero o il confezionamento di aperitivi in perle gel destinato al mercato dell'happy hour innovativo.

Saranno poi presentate diverse innovazioni come, ad esempio, la cioccolata prodotta a bassa temperatura, e alcune nuove tecnologie per la conservazione degli alimenti, tipo la disidratazione in autoclave a pressione che consente la conservazione della mozzarella a temperatura ambiente. Non mancheranno le soluzioni per l'economia circolare e la sostenibilità, come la produzione di contenitori in bioplastica realizzati a partire dai residui dei caseifici, la produzione di film isolanti che evitano i trattamenti con diserbanti, macchine intelligenti per il compostaggio della frazione umida dei rifiuti, la produzione di nanomembrane a base di fibre realizzata impiegando estratti di foglie di fico d'India.

Un'attenzione particolare sarà, poi, dedicata alla coltivazione di micro-spazi (*small scale farming*), utilizzando tecniche e attrezzature dedicate. Chiudono la carrellata sistemi innovativi privi di residui chimici per l'igiene degli alimenti, un sistema di intelligenza artificiale che promuove i piccoli negozi di prossimità, e diverse soluzioni per la trasformazione alimentare e per il confort dei lavoratori agricoli.

L'esposizione interattiva sarà affiancata da un ciclo di *talk* curati dai massimi esperti del settore dedicati ai temi del *climate change*, del *digital divide* e delle nuove frontiere dell'educazione nutrizionale.

In quest'area, infine, sarà attiva - per tutta la durata della manifestazione - la sezione "Green Food per il Futuro", con un bar vegetale, uno *street food* vegetariano e un ciclo di *show cooking* di alta cucina *green*.

#### **Area Kids & Education**

Anche la settima edizione di Maker Faire Rome, come da tradizione, riserva ai piccoli innovatori un grande spazio di circa 10mila mq dove i giovani aspiranti maker, dai 4 ai 15 anni, potranno partecipare a tantissime attività didattiche e laboratori per sperimentare in prima persona le tecnologie e lo spirito *maker* grazie al coding, al making e alla creatività digitale.

In particolare, lo spazio "Kids & Education" di quest'anno porterà i più piccoli (e i grandi che li accompagneranno) direttamente sulla Luna!. Molte delle attività presentate infatti, verteranno su questo tema per celebrare i 50 anni dello sbarco sul nostro satellite.

Tra le proposte immancabili, all'interno degli Open Labs sarà presente la *Space Coding Challenge*, un inedito laboratorio di *visual coding* alla conquista dello spazio, e la Realtà aumentata, in cui sarà possibile costruire una colonia spaziale virtuale. Sempre la Realtà aumentata sarà protagonista di "LunAria", una mostra sperimentale su fatti e curiosità meno note riguardanti le missioni lunari dagli anni '60 a oggi, mentre in altri spazi sarà possibile cimentarsi nella creazione di prototipi spaziali grazie ai nuovissimi Meccano Innovation Sets.

Grande aspettativa, infine, per la **Mission To Moon**, in cui sarà possibile rivivere l'emozione delle missioni spaziali programmando dei *rover* robotici che si muoveranno sulla superficie lunare.

Anche quest'anno l'area Educational è curata e coordinata dal team di Codemotion Kids!, in collaborazione con i maggiori player del settore *edutech*.

Grazie alla collaborazione con l'**Associazione Italiana Editori** (AIE) e alla **Fondazione LIA** (Libri Italiani Accessibili) da quest'anno, a Maker Faire Rome, nascono due nuove idee. La libreria tematica gestita da Altroquando, ovvero uno spazio che proporrà al pubblico una selezione di titoli ispirati ai temi centrali della fiera: economia circolare, robotica e intelligenza artificiale, elettronica e manifattura digitale, arte e tecnologia, educazione e ricerca etc. L'altra, riguarda l'inserimento di contenuti legati all'innovazione tecnologica e agli sviluppi dell'editoria digitale all'interno del fitto programma di *talk* e *conference* della manifestazione, con un focus speciale sui temi dell'accessibilità, integrazione e socialità dei nuovi sistemi di lettura a sostegno delle categorie più deboli.

Il **Gruppo FS Italiane**, partner di Maker Faire Rome anche quest'anno, porterà alla Fiera la possibilità di entrare in contatto con il mondo dell'infrastruttura e della tecnologia d'avanguardia del sistema Alta Velocità, che nell'ultimo decennio ha modificato radicalmente la mobilità delle persone e le abitudini di viaggio del Paese, contribuendo a rendere sempre più integrata e sostenibile la mobilità condivisa e collettiva in Italia.

### I contest di quest'anno

Maker Faire Rome non è solo un punto di arrivo per i tanti maker che espongono i propri progetti, ma un punto di partenza verso un futuro migliore.

Per questo, anche l'edizione 2019, si è arricchita di contest e iniziative speciali finalizzate a valorizzare i migliori progetti, per garantire visibilità e lo sviluppo delle diverse iniziative presentate: un riconoscimento pubblico e tangibile al valore della creatività esposta durante la manifestazione.

Tra i tanti contest proposti quest'anno ricordiamo **"Make Christmas Lights Acea"**, promosso da Acea spa, gold partner di Maker Faire Rome che, in vista delle prossime festività natalizie, ha chiesto ai partecipanti di elaborare un progetto di illuminazione artistica di alto livello per la città di Roma. Un'iniziativa che è stata un grande successo con ben **21 proposte arrivate da tutto il mondo**. E il vincitore verrà annunciato in occasione della Opening Conference di MFR 2019, il prossimo 17 ottobre.

A grande richiesta si è, poi, riconfermato **"Make to Care"** promosso da Sanofi Genzyme, giunto alla sua quarta edizione, e finalizzato a far emergere e facilitare la realizzazione, nonché la diffusione, di soluzioni innovative e utili a incontrare i bisogni reali delle persone affette da qualunque forma di disabilità, intesa come qualsiasi diminuzione marcata della qualità della vita a causa di patologie e/o eventi traumatici.

Molto ampia e variegata, come da tradizione, **l'offerta formativa della Maker Faire Rome 2019**: già programmate centinaia tra conferenze, seminari e workshop su temi come economia circolare, intelligenza artificiale e robotica, IoT – Internet delle cose, spazio, tecnologie per lo sport, edilizia sostenibile, editoria digitale, cucina e arte.

La "Maker Faire Rome – The European Edition" si avvale della preziosa collaborazione di partner istituzionali quali l'ITA (Italian Trade Agency) **Agenzia ICE**, Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane. In particolare, il sostegno dell'Agenzia si inserisce nel quadro di un più ampio supporto del Ministero dello Sviluppo Economico a iniziative in favore della competitività e dell'innovazione. Nello specifico è stata svolta una campagna di advertising e comunicazione nazionale e internazionale e organizzando un *incoming* di oltre 50 operatori esteri di rilievo, selezionati dalla propria rete di Uffici nel mondo e provenienti da Usa, Francia, Croazia, Regno Unito, Austria, Belgio e Ungheria.

Tra i partner istituzionali, anche quest'anno, sarà presente la **Regione Lazio** con uno spazio di 200 mq con desk interattivi ed esposizioni delle eccellenze del territorio che spaziano in tutti i campi dell'innovazione. Lo stand regionale ospiterà anche i **21 prototipi** finalisti di "Aspettando Maker Faire", contest che ha coinvolto un centinaio di talenti e giovani creativi del Lazio negli Spazi Attivi regionali. La MFR 2019 si avvale della *partnership* di **Inail, Unioncamere, InfoCamere, Dintec, Sviluppo Campania** e ha il patrocinio del **Ministero dello Sviluppo Economico, Roma Capitale, Ambasciata degli Stati Uniti e Ordine nazionale degli Ingegneri**.

I tanti sponsor, nazionali e internazionali, rendono fattibile la realizzazione della manifestazione e hanno sposato la logica dell'interazione con pubblico e addetti ai lavori per offrire esperienze indimenticabili e moltiplicare l'offerta di contenuti fruibili da un pubblico variegato, composto anche da imprenditori e investitori. Tra questi **Eni** (main partner), **Sanofi Genzyme, Acea, Ferrovie dello Stato Italiane, Unidata, Arrow Electronics, OKdo, Digi-Key, Campus Store, Conrad, Teko, STMICROELECTRONICS, Doc Creativity, l'Agenzia strategica per la tecnologia e l'innovazione della Puglia**.

La Maker Faire Rome conta, poi, sul prezioso supporto di media partner quali la RAI (main media partner tv che sarà presente con diverse testate specializzate del gruppo), Il Messaggero (main media partner press & digital) e Rinnovabili.it.

Il 5 e il 6 ottobre **"The Hack Night Museum"**

Poco prima della Maker Faire 2019, il 5 e 6 ottobre si svolgerà "The Hack Night @ Museum" (<http://hacknight.makerfairerome.eu/it/>) presso Centro Congressi dell'Università degli Studi di Napoli "Federico II", Complesso dei SS. Marcellino e Festo. "The Hack Night" - iniziativa promossa dall'Assessorato all'Innovazione, Startup e Internazionalizzazione della Regione Campania e realizzata da MFR - è un weekend non stop di creatività, tecnologia e condivisione, una maratona alla quale partecipano sviluppatori, maker, ingegneri, designer, *startupper*, studenti che si uniscono in team e si sfidano nella prototipazione di soluzioni in risposta a *challenge* diverse presentate da prestigiosi partner su temi di grande impatto per la qualità della vita. Le *challenge* di quest'anno sono proposte da Eni, Trenitalia (società del Gruppo Ferrovie dello Stato Italiane), Centro Ricerche FCA Group, Almaviva, Acea, Healthware, Electrolux, Tecno, Consorzio Clara, Regione Campania, Tecno Museo di Capodimonte e Merck.

Per restare costantemente aggiornati: [www.makerfairerome.eu](http://www.makerfairerome.eu) - #MFR19; Facebook: @Maker Faire Rome; Twitter: @MakerFaireRome; Instagram: @Maker Faire Rome

**MAKER FAIRE ROME – THE EUROPEAN EDITION**

Organizzata dalla Camera di Commercio di Roma, attraverso la sua Azienda speciale Innova Camera, la MFR ha messo al centro del dibattito sull'innovazione la città di Roma e favorisce la diffusione della cultura dell'innovazione. Maker Faire Rome è la più grande Maker Faire al di fuori degli Stati Uniti. Una manifestazione in continua crescita che, nella passata edizione e in soli tre giorni, ha fatto realizzare oltre 105mila visitatori.



Mi piace 1

Condividi



Tweet

Condividi

0 comments

Commenti: 0

Ordina per

Meno recenti ▾



Aggiungi un commento...

Plug-in Commenti di Facebook

[< Prec](#)  [Succ >](#)

- Le Roy s.r.l. P.IVA 08873270964 ; Reg. Trib. Milano nr. 321; Dir. Testata Dario Bordet -

Copyright © 2014. All Rights Reserved.

Spring Attitude, Festival internazionale di musica elettronica, cultura contemporanea e nuove tendenze

di Alberto Baldassarri, 04 10 2019



[Home](#) | [Musica](#) | [News](#) | [Spring Attitude, Festival internazionale di musica elettronica, cultura contemporanea e nuove tendenze](#)

NEWS MUSICA

## Spring Attitude, Festival internazionale di musica elettronica, cultura contemporanea e nuove tendenze



di [Alberto Baldassarri](#)  
04 ottobre 2019



dal 10 al 12 ottobre 2019 al MAXXI di Roma.



Una primavera lunga 10 anni.

Il 2019 per **Spring Attitude** è l'anno dei traguardi importanti: il **Festival Internazionale di Musica Elettronica e Cultura Contemporanea compie due lustri di vita** e per festeggiare si prepara a un'edizione speciale, chiamando a raccolta **grandi artisti internazionali e i talenti di casa nostra**, con un occhio di riguardo, come sempre, alle **nuove sonorità** e alle nuove **tendenze generazionali**. Tre giorni di **suoni urbani, ritmi globali**, improvvise accelerazioni verso mondi che verranno. Visioni **neo-psichedeliche** e performance multimediali in grado di **modificare percezioni e immaginari**. Ma anche caloroso **nu soul, nuovo cantautorato e contaminazioni world**.

**Dal 10 al 12 ottobre** la X edizione di **Spring Attitude** – realizzata con il contributo della **Regione Lazio** grazie al prezioso patrocinio del **Comune di Roma** e al sostegno di **SIAE** - animerà la Capitale con artisti da tutto il mondo in due luoghi simbolo dell'arte e della cultura contemporanea, fra i più frequentati dai cittadini romani e dai tanti turisti in visita: il **MAXXI – Museo nazionale delle arti del XXI secolo, cuore pulsante del festival**, e l'ex **Caserma Guido Reni**, sede temporanea di **Videocittà – Festival della Visione** che ospita l'anteprima a ingresso gratuito di **Spring Attitude**, con gli **assaggi di futuro** proposti dal live di **Shigeto**, dall'**immersione nella realtà virtuale** proposta da **Spime.im**, dai **pattern distorti di Arssalendo** e dal dj set di casa, **SA Soundsystem**.

L'11 e 12 ottobre fra le futuristiche geometrie del MAXXI firmate da Zaha Hadid, si alterneranno i nomi più acclamati e interessanti della scena elettronica internazionale e della nuova onda italiana, senza limiti di genere o categorizzazione: dai sovrani incontrastati della consolle **Laurent Garnier** ed **Ellen Allien** e dal leggendario **Andrew Weatherall** al rap senza filtri di **Massimo Pericolo**, dalle sofisticate rime introspettive di **Rancore** all'intenso cantautorato di **Giorgio Poi**, dal travolgente party elettronico di **IVREATRONIC** alla Regina della notte **M¥SS KETA**. E poi ancora: l'elettronica cinematografica in salsa horror di **Dressel Amorosi** e il grande omaggio di **Massimo Martellotta (Calibro35)** al compianto **Mark Hollis** dei **Talk Talk**; le incursioni audiovideo in un oscuro Sud Italia di **Mai Mai Mai** e le sonorità afro-mediterranee arricchite dall'arte contemporanea di **C'Mon Tigre**; il talento cristallino di **Elena Colombi** e il nuovo fenomeno Spotify **Il Tre**; l'essenziale synth pop di **Altarboy** e il pop queer della poliedrica **Planningtorock**; le contaminazioni funk-jazz di **Elephantides** e la techno prismatica di **Zenker Brothers**. Come se non bastasse, a completare il programma di un'edizione che si preannuncia imperdibile ci penserà il songwriting intimo condito di calore soul di **Venerus and his orchestra**, il trip hop di classe di **Weval** e i nuovi esponenti della scena romana **Darrn**.

Tre i palchi realizzati al MAXXI a disposizione degli artisti: il **Molinari Stage**, dedicato ai grandi protagonisti della scena elettronica internazionale; il **Nastro Azzurro live Stage** che dà spazio invece a grandi conferme e giovani promesse della musica italiana; e l'**Auditorium** del MAXXI, che ospita le performance più eclettiche e sperimentali.

La X edizione di **Spring Attitude**, realizzata grazie ai **main sponsor Molinari e Nastro Azzurro**, inaugura inoltre la nuova collaborazione con il centro di alta formazione **Quasar Institute for Advanced Design**: gli allievi dell'istituto presenteranno al festival una serie di installazioni, opere video e progetti di realtà virtuale ad arricchire ulteriormente il palinsesto. In materia di mobilità sostenibile, **Spring Attitude** quest'anno si lega a **Cityscoot**, start-up francese di scooter sharing ad emissioni zero, arrivata a Roma nell'estate 2019, che si propone di promuovere una valida ed ecosostenibile alternativa al trasporto privato.

**Netflix** è **content partner** di **Spring Attitude Festival 2019** per il **lancio di "El Camino"**, il film ufficiale della serie cult "Breaking Bad". Sabato 12 ottobre nel pomeriggio **Spring Attitude** sarà infatti presente con un DJ set a un evento esclusivo che si terrà a Roma presso le Fonderie (ex Caserma Guido Reni) e all'interno del quale i fan potranno ripercorrere l'intera saga di **Breaking Bad** in maniera interattiva.

**Media partner** di questa edizione i punti di riferimento del settore (e non solo) come **La Repubblica XL**, **Zero**, **Soundwall**, **Radio Sonica**, **Sentireascoltare**, **Ondarock**, **Dlso** e **Romeing**.

#### IL PROGRAMMA

**Giovedì 10 ottobre** grande **opening a ingresso gratuito all'ex Caserma Guido Reni in collaborazione con Videocittà 2019 – Festival della Visione: ad aprire le danze** ci pensa il dj set di **SA Soundsystem**.

A seguire, l'**elettronica dotata di anima dell'americano Shigeto**, al secolo Zachary Shigeto Saginaw: uno di quei rari musicisti capace di combinare produzione elettronica e altissima competenza tecnica da strumentista, con tanto di studi jazz. A stupire ulteriormente il pubblico trasportandolo direttamente nel futuro ci penserà il collettivo artistico **spime.im** con **EXALAND**, performance interattiva in realtà virtuale 360° per dispositivi mobili che mescola noise, ambient destrutturata, ritmi alieni e uno spessore concettuale sci-fi di altissimo livello. In chiusura, **Arرسالendo** e i suoi ensemble digitali che destrutturano linee melodiche e beat creando pattern distorti e ritmiche bipolari.

**Venerdì 11 ottobre** ci si sposta al **MAXXI** dove sul **Molinari Stage** si comincia con una leggenda vivente: **Andrew Weatherall**. Un artista del suono, geniale e visionario, capace di muoversi con disinvoltura tra contaminazioni brit-pop, rave culture, retro-futurismo, post-punk e cantautorato, così disinteressato alle tendenze da – paradossalmente - influenzare generazioni di musicisti e conquistare il pubblico. Non è un caso se nel 2011 il suo remix di **Soon** dei **My Bloody Valentine** è stato votato dai lettori NME come il **miglior remix di tutti i tempi**.

Dopo di lui, un pioniere della scena della musica dance, artista poliedrico (tra le varie cose, ha scritto il libro **Electrochoc** e sta per uscire con un docu-film su di sé) che fa ballare il pianeta da quasi 30 anni: **Laurent Garnier**. L'artista francese ha disegnato la club culture così come la conosciamo, ed è fin dagli anni 90 il "dj dei dj": la sua mostruosa abilità tecnica, la sua rabbiosa passione e inestinguibile curiosità rendono ogni suo dj set un'esperienza indimenticabile.

Se Garnier è un Re, la Regina non può che essere **Ellen Allien**, icona di un'intera generazione di musica elettronica, fresca dell'uscita del suo ottavo album solista **Alienronic** (maggio 2019). Una visionaria che ha intriso il mondo di musica techno e dance, selettiva dinamica che ha suonato in tutti i principali club e festival del circuito mondiale. I visual del suo travolgente show romano saranno curati da **Pfadfinderei**.

Il **Nastro Azzurro Live Stage** ospita invece **DARRN**, collettivo romano fresco di pubblicazione del debut Ep **Musica da camera**, uscito lo scorso luglio per **Asian Fake**. Muovendosi tra pop ed elettronica, tra canzone e vibrazioni aeree e lunari, sotto la direzione creativa del maestro della glitch-art Giacomo Carmagnola, DARRN crea distorsioni, echi e alterazioni sia per la vista che per l'ascolto, in una fusione perfetta tra musica ed estetica. Talentuoso, coraggioso, atipico: **Venerus**, complice anche il suo ultimo EP **Love Anthem** uscito a giugno sempre per **Asian Fake**, è una delle scommesse musicali più interessanti in circolazione. Il suo è un songwriting intimo eppure caloroso, pieno di soul ma al tempo stesso leggero, delicato e "futurista".

E poi la voce inconfondibile di **Giorgio Poi**, polistrumentista, paroliere e produttore che fin dal suo esordio solista con **Fa niente** (2018) ha conquistato tutta l'Italia e non solo: i **Phoenix** lo hanno voluto con loro in molte date del loro tour, da New York a Los Angeles. Con il suo ultimo album **Smog** (2019) ha fatto innamorare di nuovo pubblico e critica che lo ha seguito nel tour fra i migliori festival della penisola.

Travolgente, dissacrante, eccessiva, radicalmente underground e, al tempo stesso, divinamente pop: in una parola, **PAZZESKA**. Torna dai suoi adorati lupacchiotti anche **MÿSS KETA**, l'angelo dell'occhiale da sera, la misteriosa performer mascherata e rapper dall'attitudine punk. Reduce da un tour estivo che l'ha vista esibirsi sui migliori palcoscenici italiani ed europei a colpi di sold out, accompagnata sul palco dalle inseparabili Ragazze di Porta Venezia, l'artista più al centro dell'attenzione dei media italiani ed europei aizzerà ancora una volta il pubblico inaugurando proprio a Spring Attitude 2019 le nuove date autunnali del **PAPRIKA** tour.

L' **Auditorium del MAXXI** si fa invece palcoscenico per uno dei più apprezzati session man italiani e colonna di una delle più belle realtà della musica italiana, i **Calibro 35: Massimo Martellotta**, che porta a Spring Attitude **Postcards To: Mark Hollis**. Uno show speciale, coadiuvato da visual generati in tempo reale, che rende omaggio a una delle personalità musicali più influenti del 900. Non un concerto di cover, ma materiale originale che vive e respira dello spirito, della dolorosa classe e del meraviglioso tocco del compianto Hollis, leader dei **Talk Talk** ma anche autore, in solitaria, di alcuni dei momenti più densi, onirici e intensi la musica pop abbia mai avuto.

Se l'industria cinematografica horror italiana, tranne rari casi, può non esserci più, la sua musica

sopravvive: a dimostrarlo sarà la performace a/v di **Dressel Amorosi**, unione artistica di **Heinrich Dressel** (fondatore della leggendaria label Minimal Rome) e il maestro del basso progressive **Federico Amorosi** (Claudio Simonetti's Goblin, Daemonia). Il loro album di debutto **DeathMetha** (2018) fonde elettronica e prog rock, rileggendo quei suoni onirici, evocativi e ansiogeni che hanno contribuito a definire quel genere di film.

**Elephantides**, al secolo **Daniele Sciolla** e **Sergio Tentella**, è invece l'anello di congiunzione tra il jazz contemporaneo e la musica classica e l'elettronica. Geometrie oblique, treni funk e vertigini electro si assemblano attraverso continui cambi metrici che sfasano la percezione ritmico/sonora e creano un mondo musicale nuovo, ancora oggi ampiamente inesplorato. Infine, **MAI MAI MAI** con il suo nuovo album **Nel Sud** (maggio 2019 - La Tempesta International). Moniker di **Toni Cutrone**, è uno degli esponenti più affascinanti e riconosciuti a livello internazionale della scena italiana (tant'è che **Gucci** lo ha scelto per la colonna sonora della sua sfilata ai Musei Capitolini), capace di muoversi tra post-punk, ambient, industrial e apocalisse. Il suo è un viaggio oscuro nella tradizione e nel folclore dell'Italia meridionale, affiancato dalle potenti immagini di registi che hanno fatto la storia del documentario etnografico italiano (**Luigi Di Gianni**, **Gianfranco Mingozzi**, **Vittorio De Seta** e **Cecilia Mangini**) manipolate in tempo reale dal video-artista **Simone Donadoni**.

**Sabato 12 ottobre**, sempre al MAXXI, il **Molinari Stage** accoglie il talento cristallino di **Elena Colombi**, italiana ormai londinese, che nei suoi set, diventati subito un culto assoluto, fa incontrare electro e techno, house e imprevedibili citazioni colte, cupezza industrial e improvvisate stilose virate di humour. A seguire il collettivo elettronico più celebre d'Italia, uno degli act più sorprendenti, agguerriti e affilati emersi dalla scena clubbing, in grado di trasformare una piccola cittadina come Ivrea in un tempio della nuova musica: **IVREATRONIC** con i suoi fondatori e resident dj **Cosmo**, il cantante e producer che gira l'Italia a colpi di sold out sulla scia del suo ultimo successo **Cosmotronic** (uscito nel 2018 per **42 Records**), **Splendore**, le cui influenze spaziano dalla house anni Novanta al garage britannico e all'hip hop, **Enea Pascal**, il cui approccio naif alla produzione rende il suo sound imprevedibile, e **Foresta**, ex percussionista ora votato al turntablismo, raffinato selezionatore e abile dj. In chiusura, il suono ibrido, unico e avvolgente degli **Zenker Brothers**. Figli dell'elettronica "made in Munich", i fratelli Dario e Marco sono due DJ e produttori il cui background abbraccia l'eredità sonora di Monaco e tanto altro, dalla techno di Detroit alla house, ma anche hip hop, dub, rap e breakbeats.

Il **Nastro Azzurro Live Stage** si apre con **Il Tre**, alias **Florian Sehr Gola**, una delle voci più interessanti del nuovo rap di scuola soprattutto romana che con il suo ultimo **singolo L' Importante** ha raggiunto quasi il milione di stream su Spotify in un mese. A seguire, una vera e propria bomba a orologeria: **Massimo Pericolo**, pseudonimo che nel 2014, dal carcere dove era detenuto, fa rinascere Alessandro Vanetti a nuova vita rap. Un talento purissimo e oltre ogni catalogazione, intenso feroce e immediato, come dimostra lo straordinario successo del suo primo disco **Scialla Semper** (nome dell'operazione anti-spaccio che ha portato al suo arresto). Infine, reduce dalla trionfale partecipazione a Sanremo insieme a **Daniele Silvestri** con il brano **Argentovivo** (vincitore di diversi riconoscimenti, tra cui la Targa Tenco 2019 come Miglior Canzone), il rapper romano **Rancore** porta a Spring Attitude il suo ultimo lavoro **Musica per bambini**.

Nell'**Auditorium** invece si comincia con il live di **Altarboy: Attilio Tucci** e **Sergio Picciaredda** - tra gli autori della colonna sonora della serie tv **Netflix Baby** - sono fautori di un sound onirico, intriso del loro background culturale che parte dallo sci-fi anni '80 fatto di videogame pionieristici e synth pop sognante.

Attesissimo il misterioso collettivo **C'mon Tigre** con il loro **Racines**: un nuovo lavoro meticcio, cosmopolita, che afferma ancora una volta l'attitudine libera del loro suono, fatto di commistioni con il jazz, l'afro-jazz, le ritmiche dell'hip hop, il funk, la discomusic anni Settanta e in costante dialogo con il cinema e l'arte contemporanea. I testi dei loro brani rimandano esplicitamente ai generi del grande cinema americano, dal noir alla fantascienza, e, dopo l'esperienza dello spettacolare film musicale **Federation Tunisienne de Football** (nato dalla collaborazione con l'artista **Gianluigi Toccafondo**), i C'Mon Tigre hanno coinvolto nell'ultimo disco artisti di fama mondiale come **Danijel Žeželj**, **Ericailcane**, **Boogie**, **Mode 2** e **Shigekiyuriko Yamane**, che hanno realizzato per loro un volume.

E poi **Weval**, il duo olandese che plasma una musica elettronica accattivante, incredibilmente

dinamica ed emotiva, capace di fondere un approccio intimo e rarefatto all'energia del dancefloor. In chiusura la prismatica **Janine "Jam" Rostron**, da sempre dietro al nome **Planningtorock**. Violinista, cantante, performer, pittrice, dj e producer berlinese di adozione, amata da artisti del calibro di **The Knife** e **LCD Soundsystem**, con il suo ultimo disco **Powerhouse** (2018) ha consolidato definitivamente il suo ruolo nel pop queer.

#### IL PROGRAMMA

**Giovedì 10 ottobre - Videocittà | Ex Caserma Guido Reni Dalle 20 all'1.30**

SA Soundsystem / SHIGETO / [spime.im](http://spime.im) presents "EXALAND" Virtual Reality a/v performance / Arssalendo

Ingresso gratuito

Registrazione: <http://bit.ly/SAOpening>

**Venerdì 11 ottobre - MAXXI - Museo nazionale delle arti del XXI secolo  
Dalle 19.30 alle 4.00**

Andrew Weatherall / [DARRN](#) / [Dressel Amorosi](#) a/v live / [Elephantides](#) / [Ellen Allien](#) visuals by [Pfadfinderei](#) / [Giorgio Poi](#) / [Laurent Garnier](#) / [Mai Mai Mai](#) a/v live / [Massimo Martellotta](#) Postcard to: [Mark Hollis](#) / [MYSS KETA](#) / [Venerus & His Orchestra](#)

**Sabato 12 ottobre - MAXXI - Museo nazionale delle arti del XXI secolo**

dalle 19.30 alle 4.00

[Altarboy](#) live / [C'mon Tigre](#) / [Elena Colombi](#) / [Il Tre](#) / [IVREATRONIC](#) / [Massimo Pericolo](#) / [PLANNINGTOROCK](#) live / [Rancore](#) / [Weval](#) live / [Zenker Brothers](#)

#### Biglietti:

Link prevendite: [http://bit.ly/Tickets\\_SA2019](http://bit.ly/Tickets_SA2019)

CONCERT AREA FRIDAY: 20 € + d.p.

*Valido dalle 19.30 alle 23.30, dà diritto all'ingresso ai concerti di Myss Keta, Giorgio Poi, Venerus, Darrn sul piazzale del Maxxi*

FULL FRIDAY: 25 € + d.p.

H 19.30 – 04.00

*Da diritto all'ingresso ai concerti di Myss Keta, Giorgio Poi, Venerus, Darrn sul piazzale del Maxxi e agli show di Laurent Garnier, Ellen Allien, Andrew Weatherall, Dressel Amorosi, Massimo Martellotta, Mai Mai Mai, Elephantides nelle aree Lobby e Auditorium*

CONCERT AREA SATURDAY: 20 € + d.p.

*Valido dalle 19.30 alle 23.30, dà diritto all'ingresso ai concerti di Rancore, Massimo Pericolo,*

*Il Tre sul piazzale del Maxxi*

FULL SATURDAY: 25 € + d.p.

H 19.30 - 04.00

*Dà diritto all'ingresso ai concerti di Rancore, Massimo Pericolo, Il Tre sul piazzale del Maxxi e agli show di Ivreatronic, Weval, Planningtorock, C'Mon Tigre, Elena Colombi, Zenker Brothers, Altarboy nelle aree Lobby e Auditorium*

FULL PASS (11/12 ottobre): 40€ + d.p.

Valido per tutte le performance, dà diritto a tutti gli spettacoli di Spring Attitude Festival 2019 nei giorni di venerdì 11 ottobre e sabato 12 ottobre al Maxxi

[www.springattitude.it](http://www.springattitude.it)

[www.instagram.com/springattitudefest](https://www.instagram.com/springattitudefest)

[www.facebook.com/Springattitude](https://www.facebook.com/Springattitude)

#Spring Attitude



di Alberto Baldassarri

Suggerisci una correzione per l'articolo

### News Correlate



NEWS MUSICA

**The Chemical Brothers, il 20° anniversario di Surrender**



NEWS MUSICA

**Iggy Pop, il video di Loves Missing**



NEWS MUSICA

**Levante in concerto per la prima volta al Mediolanum Forum di Assago con un concerto evento**



NEWS MUSICA

**Editors, il video di Black Gold**



NEWS MUSICA

**Queen + Adam Lambert in concerto a Bologna a Maggio 2020**



S  
C  
co  
c

Scopri tutte le News Film >

### Ora nelle sale



Tutti i film in programmazione

# ILTEMPO.it

ACQUISTA EDIZIONE

LEGGI EDIZIONE

HOME POLITICA CRONACHE ROMA CAPITALE ESTERI CULTURA&SPETTACOLI ECONOMIA SPORT ALTROTEMPO

SEI IN » CANALE NEWS » ROMA CAPITALE

XIII EDIZIONE

## "The 48 Hour Film Project", via al contest per filmmaker più adrenalinico del mondo

Dal 18 al 20 ottobre nella Capitale

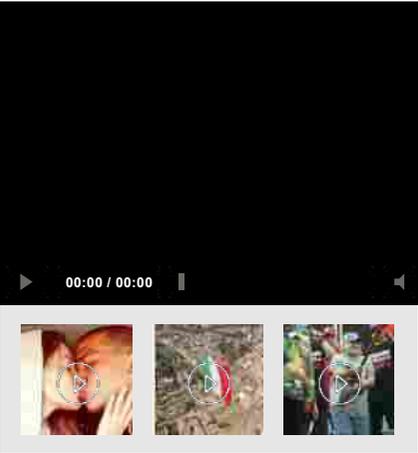
4 Ottobre 2019



La Capitale sarà invasa da centinaia di giovani filmmaker durante il weekend del 18-20 ottobre: saranno i partecipanti alla XIII edizione del concorso internazionale "The 48 Hour Film Project", impegnati a realizzare un cortometraggio in sole 48 ore. The 48 HFP è parte del programma di Videocittà il Festival della Visione, ed è realizzato con il contributo e il patrocinio della Direzione Generale Cinema e Audiovisivo - Ministero dei Beni e delle Attività Culturali, con il patrocinio dell'Ambasciata degli Stati Uniti d'America in Italia, Ambasciata di Spagna e XV Municipio di Roma Capitale.

L'iniziativa, organizzata da Le Bestevem, vede come Media partner Il Fatto Quotidiano, mentre, per il quinto anno, RUFA – Rome University of Fine Arts, Academic Partner dell'iniziativa, assegnerà il "Premio Speciale RUFA", un riconoscimento in denaro al miglior talento. La competizione coinvolge 140 città in cinque continenti e vede la Capitale

ILTEMPO.tv



### ILTEMPO RUBRICHE

#### SPORT



La Roma perde anche Zappacosta: crociato ko

#### MODA



"Fashion & Talents" in passerella a piazza di Spagna

#### SALUTE

unica tappa italiana. Le iscrizioni sul sito del concorso sono aperte fino al 16 ottobre.

Il film vincitore gareggerà contro i cortometraggi provenienti da tutto il mondo al FilmPalooza 2020 dove, oltre al gran premio finale, potrà aggiudicarsi la possibilità di concorrere nella sezione Short Film Corner al Festival di Cannes 2020.

La giuria del 48 HFP 2018 è stata composta da professionisti del cinema internazionale del calibro di: Ian Anderson leader dei Jethro Tull, Cristina Comencini, regista e sceneggiatrice (La bestia nel cuore, Latin Lover), la costumista Jany Temime (saga Harry Potter, Spectre, Skyfall), lo sceneggiatore Francesco Bruni (Caterina va in città, I Viceré, La Matassa) Dimitri Capuani (scenografo di Tale of Tales, Dogman), José Luis Alcaine, direttore della fotografia della maggior parte dei film di Pedro Almodovar, il sound editor Mark Mangini (Mad Max: Fury Road, Blade Runner 2049), l' Hair Stylist Aldo Signoretti (Moulin Rouge, Apocalypso, Il Divo, La Grande Bellezza), il Make Up Artist Maurizio Silvi, (Il Grande Gatsby, Zoolander 2, La Grande Bellezza) e il montatore Walter Fasano (Chiamami col tuo nome, Suspiria).

Tra gli esperti chiamati a far parte della giuria per l'edizione 2019 ci saranno: Luca Bigazzi, direttore della fotografia vincitore di sette David di Donatello e primo italiano candidato al Primetime Emmy Awards (The Young Pope, This must be the place, Romanzo Criminale); Nicola Guaglianone, sceneggiatore (Lo chiamavano Jeeg Robot, Suburra, David di Donatello per Indivisibili); la montatrice Teresa Font, premio Goya per Días contados (Dolor y Gloria, Jamon, jamon, Giovanna la pazza, El día de la bestia); i casting directors Pino Pellegrino e Stefania De Santis (Nastro d'argento nel 2014 per il film Allacciate le cinture di Ferzan Ozpetek); lo scenografo Stefano Maria Ortolani (Gruppo di famiglia in un interno, Ocean's 12, The life aquatic with Steve Zissou, The pope).

\*\*\*

*Le Bestevem è un'associazione culturale composta da sole donne, operanti nel settore artistico e audiovisivo, impegnate nella ricerca di nuovi modelli di ideazione, produzione e distribuzione audiovisiva. Oltre ad essere le referenti e organizzatrici italiane del concorso The 48 Hour Film Project Italia, Le Bestevem, curano la comunicazione (online e offline), la promozione e l'organizzazione di eventi in ambito artistico, nonché la produzione di opere audiovisive di vario genere.*

**Commenti**

Titolo

Testo

INVIA

Caratteri rimanenti: 1500



Via stress e tossine, le regole contro il mal d'autunno

**GOSSIP**



"Kate incinta". E William incontra la Regina

**MOTORI**



Il noleggio diventa "premium"

**GUSTO**



Arriva a Roma il Giappone nel piatto

**HITECH**



La Tim porta la scuola a casa degli studenti

**SCIENZA**

ITALIANI



ENRICO LUCHERINI

# «Bruciai la parrucca alla Milo per lanciare un suo film Fellini? Gentile ma falso»

## Lo storico addetto stampa: con qualcuno ho esagerato

di Emilia Costantini

# E

pensare che avrebbe dovuto fare il medico e poi l'attore. Invece Enrico Lucherini (classe 1932) si è inventato tutto un altro mestiere che, in Italia, non esisteva ancora: l'addetto stampa.

«Mio padre era un medico piuttosto importante negli anni Cinquanta e, naturalmente, desiderava che suo figlio seguisse le sue orme. Per accontentarlo, mi iscrissi a Medicina e frequentai la facoltà per un paio d'anni e poi un giorno, passando per Piazza della Crocerossa, dove all'epoca c'era la sede dell'Accademia d'arte drammatica Silvio d'Amico, vedo un gruppo di ragazzi vestiti in maniera strana... una specie di tuta. Chiedo loro che cosa stessero facendo e mi rispondono che dovevano fare un provino per entrare in Accademia. Ho subito deciso che quella era la mia strada. Mi iscrissi per fare il provino anche io».

**E lo superò...**

«Certo! E mio padre, quando scoprì che non frequentavo più l'università, ma studiavo per fare l'attore, mi cacciò di casa. Mia madre, piangendo, preparò le mie cose e mi disse: vai, figlio mio, vai a fare la tua vita».

**Un autentico dramma familiare.**

«Altroché! Però io andavo dritto per la mia strada e dopo un paio d'anni, quando cominciai a fare le mie prime apparizioni in scena, invitai i miei genitori a vedermi al Piccolo Eliseo. Non ricordo quale fosse lo spettacolo, ricordo invece molto bene la reazione di mio padre: voleva chiamare la polizia o i medici d'igiene mentale...».

**Addirittura!**

«Sì, perché trovava lo spettacolo orribile e ridicolo: considerava me, suo figlio, un matto

da rinchiudere».

**Il dramma che si aggiunge al dramma...**

«A metà anni Cinquanta inizia il mio percorso importante con la Compagnia dei Giovani, con Rossella Falk, Giuseppe Patroni Griffi, Romolo Valli, Giorgio De Lullo... I più grandi attori del momento. Però io avevo piccoli ruoli e guadagnavo pochissimo, dalla famiglia non mi arrivavano soldi, se non un piccolo sussidio, e quando andavo a cena con i miei compagni di teatro, infilavo la mia forchetta nei loro piatti... Fame nera».

**E proprio con la Compagnia dei Giovani comincia a fare esperienza da press agent, giusto?**

«Io ero l'ultimo arrivato e, evidentemente, non avevo la stoffa per diventare un grande interprete, così i colleghi cominciarono, ogni tanto, ad affidarmi il compito di occuparmi dei rapporti con i giornali. Ma fu quando andammo a svolgere una lunga tournée in Sud America che scattò definitivamente la molla: in America già esistevano gli uffici stampa, capii come funzionava la cosa, cominciai a specializzarmi e i grandi Falk, Valli, De Lullo, rendendosi conto che ero più bravo a fare questo piuttosto che a recitare, mi chiesero definitivamente di diventare il loro addetto stampa».

**Suo padre sarà stato contento...**

«Assolutamente sì, dato che come attore gli apparivo ridicolo, mentre invece per questo mestiere mi riteneva più adatto. E addirittura mi regalò un appartamento che diventò non solo la mia casa, ma anche il mio ufficio: quello dove vivo e lavoro tuttora. Ma la mia attività non si svolgeva solo in casa, molto di più nei tavolini di via Veneto: era lì che avevo il rapporto con gli attori, i registi, i produttori e soprattutto con i paparazzi... e ancora non era nata la vera Dolce vita».

**Perché proprio via Veneto?**

«Non so perché sia diventata il centro di tutto il cinema di allora. Forse perché i famosi attori americani alloggiavano tutti da quelle parti, quindi frequentavano i bar, i ristoranti... Era diventata una passerella per tutti. La strada però accoglieva diverse fazioni».

**In che senso?**

«Da una parte c'era il gruppo di Luchino Visconti, Patroni Griffi, Raffaele La Capria... dall'altra c'erano gli Ennio Flaiano, i De Feo, i Fellini... e poi c'era la terza sponda, con gli intellettuali di sinistra, guidata da Michelangelo Antonioni, Monica Vitti... Per me iniziò la grande avventura».

**E le grandi invenzioni: quelle che verranno definite «lucherinate».**

«Ne racconto qualcuna?».

**Assolutamente sì!**

«Bè per esempio, per lanciare il film *Sepolta viva*, convinco Agostina Belli a far finta di annegare in una piscina: la trovata appariva talmente vera che qualcuno chiamò un'ambulanza. Oppure quando Rossellini stava girando *Vanina Vanini* con Sandra Milo: era un film in costume e l'attrice indossava una ingombrante parrucca bionda. Per movimentare il set e far interessare la stampa, d'accordo con il regista, la facciamo avvicinare a un candelabro: la parrucca prende fuoco, e subito le viene strappata via dalla testa in fiamme... E poi quando imbastisco una finta tresca amorosa tra Richard Burton e Florinda Bolkan che era ancora una sconosciuta e io dovevo lanciarla. Approfitando del fatto che la Taylor, in quel periodo, era in clinica per altri motivi, convinsi i giornalisti che l'attrice americana aveva tentato il suicidio per gelosia... Ma non solo... per pompare un altro progetto cinematografico, feci buttare Antonella Lualdi, Rosanna Schiaffino e Anna Maria Ferrero nella fontana delle Tartarughe al Ghetto: quando uscirono con i vestiti appiccicati sulla pelle, l'effetto fu più erotico che se fossero state nude».

**La «lucherinata» di cui va più fiero?**

«In *Adulterio all'italiana* di Pasquale Festa Campanile, Catherine Spaak indossava un tubino che era composto unicamente di perle: un filo che le girava intorno al corpo. Sul set vedo spuntare un chiodo e mi viene l'idea: dico all'attrice, bellissima, vai vicino a quel chiodo e cerca di impigliarci il filo. Lei ubbidì e le perle cominciarono a scorrere una dietro l'altra finendo a terra e lasciandola praticamente nuda. Venne fuori uno scatto indimenticabile».

**L'incontro più importante, però, fu con Sophia Loren.**

«Mi chiamò Carlo Ponti per *La ciociara*, dicendomi: ti raccomando mia moglie, devi costruire intorno a lei qualcosa di speciale. Sophia era giovanissima, bellissima, veniva

dai successi negli Stati Uniti e dovevo inventarmi qualcosa di diverso per lei che, qui, era la mamma disperata di una ragazzina "marocchinata". Il set era a Sora, vicino a Roma, e io facevo in modo che venisse avvicinata dalle paesane locali con i loro bambini: lei li abbracciava, li baciava nelle foto di scena doveva apparire una madre, non una diva».

**Un'altra diva era Monica Vitti...**

«Non avevo mai lavorato con Antonioni, finché un giorno mi chiama proprio lui per seguirlo in *Deserto rosso*: voleva portare il film alla Mostra del cinema di Venezia e aveva bisogno di pubblicizzarlo. Vado nella casa dove abitavano, alla Collina Fleming. Mentre eravamo seduti in salotto a parlare del progetto, accade un fatto curioso: Monica si alza, va vicino al pianoforte, lo comincia a toccare e inizia a sussurrare "Michele sta parlando! Michele sta parlando...!". Antonioni balza in piedi, la raggiunge e anche lui esclama: è vero, parla! E io, come un cretino, chiedo: che sta dicendo?».

**La risposta?**

«La risposta? Un silenzio assordante. Si limitarono a fissarmi come fossi un deficiente».

**Non solo «lucherinate», lei è diventato celebre anche per tante battute feroci.**

«È vero, ma non posso dirle tutte...».

**Solo qualcuna?**

«Definivo Tinto Brass "il fascino discreto della porcheria", Adriano Celentano "il ragazzo della via Crucis", Luciano De Crescenzo "l'Arbore delle zoccole", Aurelio De Laurentiis "momenti di boria"... ».

**L'attrice con cui non andava d'accordo?**

«Catherine Deneuve: sul set di *Bella di giorno* litigammo furiosamente, era spocchiosa».

**Il regista?**

«Con Fellini non posso dire di averci litigato: era un uomo gentile, ma molto falso. Diceva continuamente a tutti "ciccino, ciccino...", tanto che una volta sbottai e gli dissi: "A Federi' non siamo tutti uguali!". E so per certo che non andava d'accordo con Visconti, con il quale io ho avuto il grande piacere e onore di lavorare nel mitico *Gattopardo*. Una volta ero in auto proprio con Luchino, ci fermiamo davanti al celebre bar Canova. Ci viene incontro Fellini e Luchino mi intima di chiudere il finestrino dell'auto. Gli chiedo il perché e lui ribatte: "Ho paura che ci sputi dentro la macchina"».

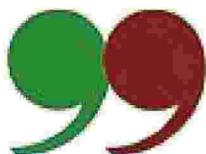
**Un suo rammarico?**

«Ho preso in giro tanta gente... forse qualche volta ho esagerato».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Con il regista Enrico Lucherini (a destra) con Luchino Visconti



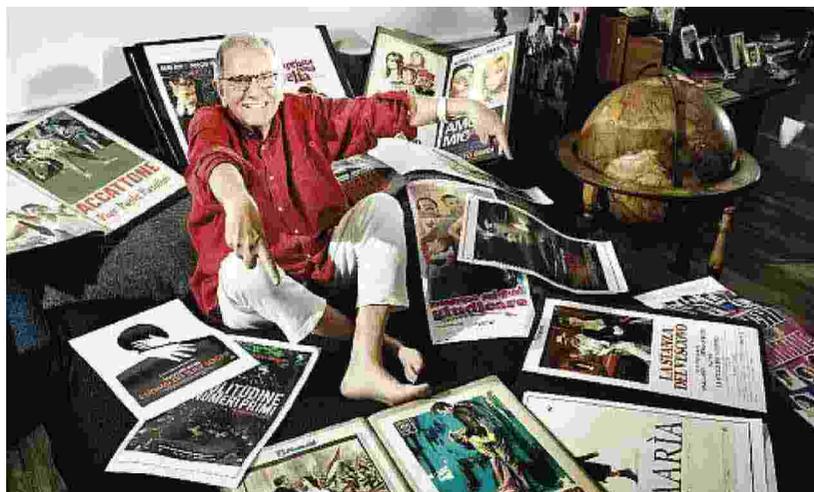
**Le prese in giro**  
Battute feroci? Definivo Adriano Celentano "il ragazzo della via Crucis", Luciano De Crescenzo "l'Arbore delle zoccole", Aurelio De Laurentiis "momenti di boria"

**La trovata**  
Dissi a Catherine Spaak di impigliare un filo del suo tubino di perle in un chiodo sporgente: lo fece, caddero tutte lasciandola praticamente nuda, uno scatto indimenticabile

**Chi è**

● Enrico Lucherini è stato più volte celebrato. Nel 2007, alla Mostra del Cinema di Venezia, con il docu-film sulla sua vita: «Enrico LXXV» di Antonello Sarno. Nel 2012, una mostra in suo onore all'Ara Pacis progettata da Nunzio Bertolani: «Enrico Lucherini. Purché se ne parli». Nel 2014, alla Festa del Cinema di Roma un altro documentario: «Enrico Lucherini - Ne ho fatte di tutti i colori» di Marco Spagnoli

● Il prossimo 16 ottobre sarà protagonista su Rai 5 di una serata a lui dedicata: «L'agenda di Enrico», di Riccardo Rossi



**Dolce vita**

Enrico Lucherini è nato a Roma nel 1932 (ha 87 anni). È uno dei pionieri italiani del mestiere di addetto stampa in campo cinematografico. Ha iniziato la sua attività negli anni Sessanta, in pieno boom economico quando nel Paese impazzava la «dolce vita» (foto Riccardo Ghilardi)





All'Adriano Michelle Pfeiffer e Angelina Jolie presentano «Maleficent»

## Angelina e Michelle, due dive per «Alice»

Due dive per la preapertura di «Alice nella città» sezione autonoma e parallela della Festa del Cinema. Oggi per l'anteprima europea di *Maleficent - signora del male* di Joachim Rønning all'Adriano ci saranno Angelina Jolie e Michelle Pfeiffer. Le due attrici americane saranno a Roma non solo per accompagnare il film in una premiere che promette magie, ma saranno anche protagoniste di una masterclass (sempre all'Adriano nella tarda mattinata) con gli studenti delle scuole di cinema. In questo nuovo film

Disney, nelle sale italiane dal 17 ottobre, Malefica e Aurora devono affrontare la complessità dei legami familiari quando le loro strade vengono separate da un matrimonio imminente, alleanze inaspettate e dall'ingresso di nuove forze oscure. Il tempo è stato gentile con Malefica e Aurora. Il loro rapporto, nato da un tradimento, dalla vendetta e infine dall'amore, è cresciuto ed è forte. Ma le due donne si ritroveranno sui fronti opposti di una guerra che metterà alla prova la loro lealtà.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



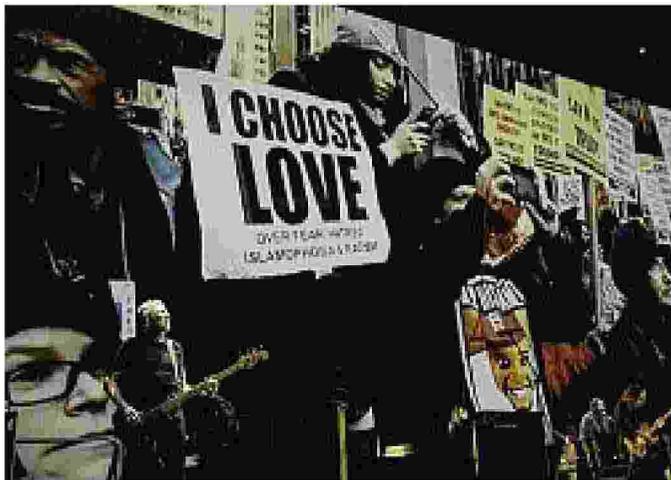
# «Us + Them»: arriva al cinema il film concerto di Roger Waters

Girato durante l'ultimo tour del musicista. Proiezioni fino a mercoledì

Il nuovo film-concerto Roger Waters. *Us + Them* arriva al cinema da oggi a mercoledì (l'elenco delle sale su [www.nexodigital.it](http://www.nexodigital.it)).

Nel corso degli ultimi due anni, Waters ha suonato in un totale di 156 concerti davanti a 2 milioni e 3 mila persone, viaggiando attraverso il nord America, l'Australia, la Nuova Zelanda, l'Europa, la Russia, l'America Latina e il Messico. È partito nel maggio 2017 da Kansas City, in Missouri, per concludere con l'ultimo concerto del tour, tenutosi nel dicembre del 2018 a Monterrey, in Messico.

Il film — presentato all'ultimo Festival di Venezia — offre l'opportunità di rivivere in 4K e Dolby Atmos la potenza di quel tour, riascoltando brani dagli album di maggior successo dei Pink Floyd (*The Dark Side of the Moon*, *The Wall*, *Animals*, *Wish You Were Here*) e canzoni tratte dal



nuovo album di Waters, intitolato *Is This The Life We Really Want?*

Le esibizioni dal vivo di Waters sono famose per essere esperienze sensoriali coinvolgenti e totalmente immersive: uniche nel loro genere, possono vantare una produzione audiovisiva all'avanguardia e un suono senza

**Ex Pink Floyd**

In alto, un'immagine del film. Accanto, Roger Waters (76anni)

precedenti. Ha spiegato l'ex Pink Floyd: «Questo non è il classico concerto rock and roll. Molti piangeranno. Ed è quello che spero. *Us + Them* è un invito all'azione. Oggi l'Homo Sapiens si trova ad un bivio: possiamo far sì che l'amore sia l'elemento che ci unisce, possiamo sviluppare la nostra capacità di entrare in empatia con gli altri e agire collettivamente per il bene del nostro pianeta. Oppure possiamo rimanere comodi e insensibili e continuare, come pecoroni ciechi, a percorrere la nostra marcia omicida verso l'estinzione. *Us + Them* è un voto all'amore e la vita».

Ha aggiunto il regista Sean Evans: «Questo è un grande film: un'incredibile performance messa a punto con cura, densa di emozioni e significato. Non pensavo fosse possibile, ma credo che abbiamo superato *The Wall*...».

**R. S.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## L'intervista

**Andrea Segre:**  
«Sono un regista  
ora anche mamma  
ci crede, o quasi»

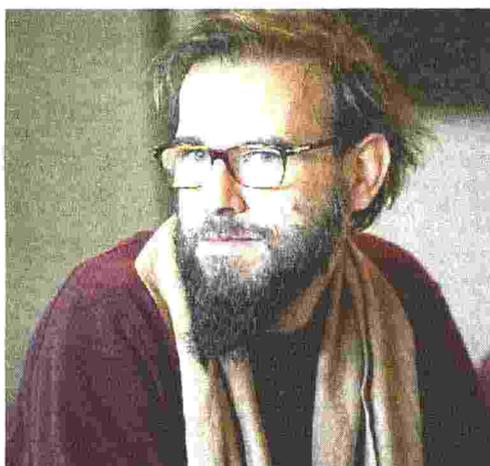
Pittalis a pagina 13



«Esiste un  
cinema  
veneto con  
bravi attori  
come Citran  
e Battiston»

### IL REGISTA

Sopra una bella  
immagine di  
Andrea Segre,  
43 anni, nato a  
Dolo, assieme  
al cantautore  
Vinicio  
Capossela e qui  
a destra un suo  
primo piano



### I FILM

In alto sul set  
de "L'ordine  
delle cose"  
(2017) e a lato  
con il regista  
Ken Loach al  
Premio Lux  
del  
Parlamento  
Europeo per  
"Io sono Li"



L'artista 43enne di Dolo (Venezia) ha firmato film che hanno girato il mondo a partire dal primo lungometraggio "Io sono Li". Presente alla Mostra del cinema con "Il pianeta in mare" sta lavorando a una pellicola sulla trasformazione turistica di Venezia

## Segre: «Sono regista ci crede pure mamma»

**«INSEGNAVO SOCIOLOGIA ALL'UNIVERSITÀ, POI HO MOLLATO PER DEDICARMI ALLA REGIA IN PIENA PRECARIETÀ»**

### L'INTERVISTA

«**D**opo "Io sono Li" mi sono sentito indubbiamente un regista. Ci crede anche mia mamma, quasi. Lei dice che papà lo aveva capito, ma non ho mai potuto confrontarmi con lui, è morto dieci anni fa».

Il regista veneto Andrea Segre, 43 anni, nato a Dolo, autore di film esportati in tutto il mondo e premiati in Europa e in Italia, si prepara al nuovo film, ancora senza titolo. Lo girerà il prossimo anno: «Sarà dedicato alla trasformazione turistica di Venezia, sarà girato interamente alla Giudecca e sempre prodotto dalla Jole Film. Racconterà la tensione dentro una famiglia veneziana che deve decidere se piegarsi completamente al turismo di massa».

Per il cinema Andrea Segre ha lasciato una promettente carriera universitaria a Bologna dove insegnava solidarietà internazionale alla facoltà di Sociologia.

**La strada dello spettacolo come rottura con un ambiente familiare accademico?**

«In famiglia non c'erano parenti portati per le arti, a parte un cugino di Chioggia con la passione per la fotografia, ma di mestiere faceva il chimico. Io ho fatto studi classici anche se ho sempre avuto la sensazione che funzionassi meglio per le cose scientifiche, ma ho detto basta: papà chimico e docente al Bo, nonno ingegnere chimico alla Vetrotecche, l'altro nonno matematico, ma nessun artista. Anche all'università ho voluto cambiare, ho fatto Sociologia e scienza della comunicazione a Bologna e Umberto Eco ci ha subito detto che dovevamo imparare qualcosa'altro perché quella facoltà fosse utile per trovare lavoro!».

**Come è arrivato al cinema?**

«Tutto questo l'ho fatto anche filmando, all'inizio come documentazione per lo studio e mi permetteva tanti viaggi con la scusa dell'interesse accademico. Il mio lavoro piaceva, hanno incominciato a invitarmi ai festival. Leggevo sui cataloghi "Andrea Segre regista" e pensavo che forse poteva funzionare, anche se in famiglia lo consideravamo un entusiasmo adolescenziale. Per me è stato molto utile l'incontro col nuovo cinema digitale e la riscoperta del documentario che nel Veneto era cresciuto: Alessandro Rossetto con il suo "Chiusura" aveva appena raccontato la chiusura del negozio da parrucchiera della madre alla Guizza a Padova. "Marghera Canale Nord" del 2003 è stato il primo lavoro col quale sono stato a Venezia, il primo affrontato con consapevolezza della regia. Ma stavo ancora facendo il dottorato, ero in un percorso nel quale non c'era soltanto il cinema».

**Quando ha deciso di lasciare l'insegnamento?**

«Avevo un contratto di sociologia a Bologna e fino al 2008 ho fatto insieme le due cose tenendole vive: facevo documentari e insegnavo solidarietà internazionale. Nel frattempo, sono anche diventato padre di Agnese e bisognava trovare un modo per vivere, con una famiglia che non mi ha mai abbandonato, anche se a 19 anni mio padre mi aveva gentilmente cacciato di casa: "Vai fuori, così impari". Dovevo fare cose che mi piacevano, ma che funzionassero. All'università un professore importante mi disse che dovevo decidere, così nel 2008 ho mollato gli ormezzi e ho deciso di entrare in un progetto al quale tenevo molto, però completamente instabile dal punto di vista economico. In una scuola di italiano per stranieri mi hanno chiesto

di fare cinema con loro, pochi soldi, ma tanto entusiasmo, ed è nato "Come un uomo sulla terra" che è il documentario col quale sono andato ai festival più importanti».

**Ha avvicinato e lasciato anche il mondo televisivo?**

«È l'altro mondo dal quale sono scappato. Agnese aveva sette mesi e certi amici per aiutarmi mi hanno offerto di lavorare in una trasmissione che faceva "doc-serie", personaggi della realtà riscritti per la televisione. Dovevo fare "Prima figlia", copie che avevano il primo figlio e dovevano imparare a fare i genitori. Lo stipendio era buono, seguiva la prima coppia, lui che non sa cambiare i pannolini, la suocera che interviene, loro che litigano. Era la realtà che doveva adattarsi al format, non viceversa. Mostro le immagini al produttore e quello mi dice: "Sei bravo, ma fai una marea di immagini che a noi non servono". Era l'esatto opposto del cinema di documentazione, sono scappato, brutalmente, ho chiamato la mamma di mia figlia e le ho detto: "Mi spiace, ma non ce la faccio!". E mi son messo a fare laboratori con i richiedenti asilo. Così incomincia il lavoro parallelo che mi permette di crescere, di entrare dentro la tematica che mi aveva sempre interessato: l'emigrazione. E questa storia fa crescere il gruppo di "Zalab", Laboratori Zavattini, per ricordare l'idea di cinema popolare. "ZA" è anche il mondo dalla A alla Z, all'incontrario».

**Quando ha deciso di passare al lungometraggio?**

«Nel 2009 mi dico: ma davvero posso fare anche il regista? Era un mondo che volevo provare a conoscere, sapendo che non

c'era solo la regia, ma la scrittura, gli attori... E allora che nasce "Io sono Li". Scrivo il soggetto e

vado in giro a proporlo con Francesco Bonsembiante, caro amico di Mazzacurati e socio di Marco Paolini e della sua Iole Film. Decidiamo di fare il percorso impegnativo dei laboratori dei Festival, a Roma il progetto prende il primo premio e con quei soldi completiamo la sceneggiatura e andiamo all'Atelier di Cannes, dove troviamo l'interesse dei produttori francesi e questo riaccende l'attenzione di quelli italiani che l'avevano scartato come storia troppo locale. Poi RaiCinema ci dà l'ok e nel 2011 "Io sono Li" va a Venezia e un anno dopo ha una vita e una fortuna internazionale: quel film ritenuto troppo locale è stato venduto in 50 paesi nel mondo e ha avuto anche il premio "Lux" del Parlamento Europeo come pellicola che meglio racconta un pezzo di cultura europea, oltre alle nomination al David di Donatello e ai Nastri d'Argento. Entro in questo modo nella mia carriera cinematografica. Dopo sono venuti "La prima neve" e "L'ordine delle cose", per citare qualche titolo».

**Ma esiste un cinema veneto?**

«Certo, ne facciamo parte e mi porto dietro protagonisti di questo cinema come Battiston e Citran che sono in tutti i miei film. Battiston mi piace perché ha una capacità istintiva di respirare i personaggi che scriviamo, pensando a lui, con Marco Pettecello che viene dalla scuola di Mazzacurati. Guardiamo con attenzione anche al panorama di attori che ci circonda: Andrea Pennacchi che è un grande, poi c'è una bellissima generazione di giovani attrici venete da Anna Bellato a Sara Pigozzo a Marta Dalla Via, a Giuliana Musso. In Italia si produce tantissimo, ma quella che si vende all'estero è l'Italia del Centro-Sud, Roma-Napoli, la Sicilia della mafia».

**Come è andata all'ultima Mostra del cinema di Venezia?**

«Col documentario "Il pianeta

in mare”, scritto con Gianfranco Bettin, ho provato a riproporre un tema enorme che sembra rimosso quasi non esistesse più: l’industria di Porto Marghera. Mi auguro che il nostro viaggio dentro quei posti e il racconto di tante vite possa essere utile. “So-

no vent’anni che demoliamo, ma poi?” si chiedono nel film due ingegneri. E c’è l’aspetto della Fincantieri che a me interessa moltissimo: 67 nazionalità che lavorano su 4500 operai. Lo sa la gente che le navi da crociera si saldano a mano? Servono

2500 saldatori a mano, ognuno col suo casco, i suoi occhiali, il suo saldatore!».

### Un sogno?

«C’è una novella di Melville, “Benito Cereno”, ogni tanto la rileg-

go pensando a come ci si potrebbe fare un film...”. È la storia di una rivolta di schiavi che su un mercantile spagnolo lottano per farsi riportare in Africa. E si fanno uccidere».

**Edoardo Pittalis**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Il fenomeno**  
**In un libro i segreti**  
**di Downton Abbey**  
**la serie cult**  
**che diventa film**

Di Salvo a pag. 13



In attesa del film tratto dalla serie cult televisiva, un libro racconta la storia della contessa di Carnarvon, castellana di Highclere la dimora regale in cui è ambientata la fiction e svela le storie vere dietro il personaggio di Cora interpretato da Elizabeth McGovern

# Il castello di lady Almina è la vera Downton Abbey

**Santa Di Salvo**

**A**ppena scatta la colonna sonora d'apertura (una suite composta da John Lunn) non c'è impegno che tenga, siamo già catturati. Immersi nel verde inglese, tra le guglie rosate del neogotico vittoriano, incamminati con il maggiordomo Carson sul sentiero che conduce a Downton Abbey. Per quei moltissimi che contano i giorni che li separano dal 24 ottobre, data di uscita in Italia dell'omonimo film tratto dalla serie cult della Nbc Universal, il tempo passerà più veloce in compagnia di un libro indispensabile, seducente, avvincente, ricco di storia e deliziosamente fuori moda. Lo ha scritto lady Fiona Aitken, ottava contessa di Carnarvon, castellana di quell'Highclere castle che è il vero nome della dimora regale in cui è ambientata la fiction, una lussuosa residenza più volte rimaneggiata fino all'ultima ricostruzione di metà Ottocento a opera di Charles Barry, lo stesso architetto del Parlamento londinese.

*Lady Almina - La vera storia di Downton Abbey* (Vallardi, 316 pagine, 15,90 euro) è la biografia non tanto romanzata della bisnonna di Geordie, attuale conte di Carnarvon e marito di Fiona. Il suo nome completo era Almina Victoria Marie Alexandra Wombwell e la sua vicenda è materia non secondaria della sa-

ga televisiva, perché la figura di Lady Cora (interpretata da Elizabeth McGovern) è ispirata a lei, così come molti avvenimenti che la riguardano fanno parte integrante della complessa trama sceneggiata da Julian Fellowes. A partire dal matrimonio tra Cora, ventenne multimilionaria di Cincinnati, e Robert Crawley, settimo conte di Grantham (Hugh Bonneville).

Almina, ricchissima ereditiera come Cora, sposò infatti nel 1895, a soli 19 anni, lo spiantato quinto conte di Carnarvon riassestandogli le finanze e consentendogli di salvare il castello dai debiti. Si dà il caso che Almina avesse una posizione sociale un po' equivoca, essendo la figlia illegittima di Alfred de Rothschild e di Marie Boyer, bellezza nata bene ma coniugata male, amante per molti anni del facoltoso banchiere ebreo. Esclusa fino ad allora dalla buona società, Almina vi entra trionfalmente con il matrimonio e con la strabiliante dote riservatagli dal suo «padrino», che era amico intimo del principe di Galles. Come spesso accadeva in quello scorcio di secolo i nobili inglesi, per mantenere prestigio e proprietà (Highclere-Downton è una tenuta di 400 ettari nella contea dello Hampshire), non cacciavano solo volpi ma anche donne ricche. Quella volta, assicura lady Fiona, ci fu anche vera attrazione. Da parte di lei, minuta bel-

lezza di un metro e mezzo, conquistata dalla mondanità informale dell'eccentrico George. Da parte di lui, irrequieto giramondo amante di automobili, di donne, di opere d'arte, poi appassionato di archeologia. Sarà proprio il quinto conte di Carnarvon, egittologo dilettante, a entrare nella storia assieme all'amico Howard Carter con la clamorosa scoperta della tomba di Tutankhamon nella Valle dei Re. Era il 1922 e Almina lo accompagnava ancora nei suoi viaggi finanziandolo con i soldi dei Rothschild. Per inciso, a conferma che la maledizione di Tutankhamon non ha scadenza, va ricordato che tra i numerosi possedimenti di lord Carnarvon c'era anche la famosa Villa Altachiaro di Portofino teatro nel 2001 della misteriosa morte della contessa Francesca Vacca Augusta.

Tornando alla biografia di Almina, vanno riconosciute a Fiona Aitken, ieri stilista di moda oggi contessa Carnarvon con buone doti manageriali, doti di eccellente narratrice. La sua ricostruzione storica che arriva fino agli anni Trenta è attendibile e avvincente, ricca di documenti, testimonianze scritte, lettere, diari, registri degli ospiti ed elementi di contabilità domestica. La vita già insolita di Almina virò decisamente verso il sociale allo scoppio della prima guerra mondiale, quando Highclere si trasforma in un vero ospedale

dove vengono praticate le più avanzate cure mediche ai feriti e lei stessa, da eccellente assistente senza titolo, finisce per addestrare una squadra di infermiere all'avanguardia. Né lady Fiona trascura il «piano di sotto», l'esercito dei servitori e dei dipendenti della dimora. Valo-

rizzati nella fiction così come nel racconto del libro, guardacaccia fedeli e sovrintendenti che sacrificano i figli per la patria, maggiordomi irreprensibili e segretarie che si fidanzano con l'ufficiale ferito tornato dal fronte. Insomma, c'è ancora tanto materiale narrativo da utiliz-

zare. Highclere come il suo alter ego Downton Abbey sopravvive con dignità al nuovo millennio. Se vi va, date una mano anche voi comprando l'Highclere castle gin prodotto dai conti di Carnarvon. Un perfetto regalo di Natale per gli appassionati di Downton Abbey.



**LADY FIONA  
CARNAVON**  
LADY ALMINA  
LA VERA STORIA  
DI DOWNTON  
ABBEY  
VALLARDI  
PAGINE 316  
EURO 15,90

LA SAGA  
Una scena del film  
«Downton Abbey»

**IL MANIERO  
FU COSTRUITO  
DA BARRY  
L'ARCHITETTO  
DEL PARLAMENTO  
INGLESE. I NOBILI  
CACCIAVANO VOLPI  
E DONNE RICCHE**

**I PERSONAGGI  
DALLA REALTÀ ALLA TV:  
GUARDACACCIA FEDELI  
MAGGIORDOMI PERFETTI  
E SEGRETARIE  
CHE SI FIDANZANO  
CON L'UFFICIALE FERITO  
TORNATO DAL FRONTE**



**Arriva «Gemini man»**  
**Will Smith e il suo clone**  
**così il grande schermo**  
**anticipa la tecnologia**

Ghidoni a pag. 14



(G. Cap. Digital e Servizi) ID: 00964316116 ADDRESS: 01\_13416448 carta.ilmattino.it

«Gemini man» immagina la produzione di umani a scopo bellico. Il divo: «Siamo i nostri peggiori nemici». Il regista: «Un personaggio digitale che fatterete a distinguere dal vero»

# Will Smith sfida il clone

## Ang Lee entra nel futuro

Matteo Ghidoni

**È** di meno di un anno fa la notizia che un gruppo di scienziati cinesi ha clonato, con successo, due cuccioli di scimmia. Un evento che ha riaperto la discussione sulla possibile clonazione degli esseri umani. Un tema fino a poco tempo fa fantascientifico, che oggi sembra essere talmente prossimo da suscitare dubbi etici, oltre che fantasie di ogni tipo.

Come quelli al centro di «Gemini man»: diretto da Ang Lee («Vita di Pi», «I segreti di Brokeback mountain»), prodotto da Jerry Bruckheimer, interpretato da Will Smith e Clive Owen, è un film d'azione, con spari esplosioni e lotte corpo a corpo, ma il tema di fondo è la produzione in serie di esseri umani, perfezionati a scopo bellico. Come vedremo anche nelle sale italiane da giovedì 10 ottobre.

**IL DUE VOLTE OSCAR:  
 «ABBIAMO GIOCATO  
 COL FUOCO, IL FILM APRE  
 UN NUOVO CAPITOLO  
 NELLA STORIA  
 DEGLI AUDIOVISIVI»**

Il protagonista interpretato da Smith è Henry Brogan, un sicario a cui viene affidata un'ultima missione prima di andare in pensione. Le cose ovviamente non andranno come avrebbero dovuto e Brogan si troverà a combattere con un avversario fortissimo, che sembra conoscerlo tanto bene da anticipare tutte le sue mosse. Si tratta di Junior, un suo clone creato in laboratorio e privato di ogni paura, con lo scopo di dare vita al guerriero perfetto.

«È tutta una questione di energia», spiega il divo che presta il volto a entrambi i personaggi principali: «L'adrenalina sarà continua, ma mi piace molto anche l'idea filosofica di fondo: noi siamo i nostri peggiori nemici. Le nostre scelte e decisioni orientano la nostra vita, non c'è nessuno che possiamo incolpare per come ci vanno le cose al di fuori di noi stessi. Fra effetti speciali e incredibili scene di combattimenti al centro di tutto c'è il concetto che siamo noi gli architetti delle nostre sconfitte e delle nostre vittorie».

«Abbiamo lavorato a questa storia per almeno dieci anni», racconta Bruckheimer, produttore a dir poco leggendario («Top gun», «Beverly Hills cop»): «Ma allora le tecnologie a disposizione non erano al passo con la creatività dei nostri scrittori. Abbiamo voluto aspettare che Lee e

i nostri esperti di effetti speciali capissero come creare un film del genere in modo perfetto. Un giorno Ang mi ha chiamato e mi ha detto: "Ho capito come creare il nostro personaggio virtuale, con un nuovo metodo". Ha promesso che avrebbe dato vita a qualcosa di speciale e ci è riuscito, guardare per credere».

«Ho cercato di creare una forte connessione fra la trama e il quesito filosofico legato alla questione dei cloni», spiega il regista due volte premio Oscar: «Sono vecchio abbastanza per guardarmi indietro e immaginare una versione più giovane di me stesso. La seconda cosa che mi ha convinto a far parte di questo progetto è stata la possibilità di utilizzare tecnologie 3D all'avanguardia, per dare vita a un personaggio interamente digitale, che interagisse con gli attori e che riproducesse perfettamente il volto del mio protagonista umano. Per creare "Gemini man" ho perfezionato le esperienze

**LA REPLICA CREATA  
 TRACCIANDO CON  
 SENSORI LE ESPRESSIONI  
 DEL PROTAGONISTA  
 CLIVE OWEN: «NEI RUOLI  
 SPESSORE FILOSOFICO»**

fatte dirigendo prima "Hulk" (2003) e più di recente "Vita di Pi" (vincitore di quattro Oscar nel 2012), in cui ho ricostruito un supereroe e una tigre al computer. Questa volta però il personaggio virtuale è un uomo ed è stato creato tracciando le espressioni di Will con dei sensori. È curato minuziosamente, in ogni dettaglio, tanto che farete fatica a distinguerlo dall'attore in carne e ossa. Diciamo che abbiamo giocato con il fuoco e ci siamo divertiti. Si tratta di un film che apre un nuovo capitolo nella storia della fruizione degli audiovisivi. Va guardato al cinema, possibilmente indossando gli appositi occhiali 3D, il risultato permetterà agli spettatori di vivere un'esperienza sensoriale unica nel suo genere».

Clive Owen veste i panni di Clay Verris, la perfida mente che ha ideato il progetto di clonare il sicario interpretato da Smith: «Si tratta di un lungometraggio ad alto tasso tecnologico, ma non solo. Ang Lee ha saputo creare profondità nei nostri personaggi, uno spessore anche filosofico», conferma l'attore vincitore di un Golden Globe per «Closer», del 2004. «Mi piace interpretare il ruolo del cattivo, ogni volta che lo faccio approccio il personaggio come qualcosa di fluido. Capisco cosa deve fare e cerco di lavorare per ottenere quel risultato sullo schermo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



NON SOLO FANTASCIENZA Will Smith ed il suo clone in una scena del film «Gemini man» di Ange Lee



### STESSA STANZA IN HOTEL A BUDAPEST E LA STAR SCHERZA CON ROVAZZI

Fabio Rovazzi e Will Smith a Budapest nella stessa stanza. L'artista italiano era nella capitale ungherese invitato alla prima di «Gemini man». Rovazzi, fa sapere la sua agenzia, si è trovato coinvolto «in una situazione paradossale che lo ha visto costretto a condividere per una notte una stanza d'albergo con l'attore per un errore di prenotazione». Il risultato? Uno sketch divertente su YouTube.



# Netflix-Sky, via all'alleanza per vedere serie e film

«La casa di carta» e «Gomorra», «The new Pope» e «Tredici», «Zerozerozero» e «Stranger Things»: zapping o binge watching, l'abbuffata di serie, ma anche di film, show e intrattenimento è dietro l'angolo, da dopodomani. Dopo l'annuncio dall'«EY digital summit» a Capri, l'ufficialità ieri: Netflix sarà nel bouquet di Sky Q. Grazie alla nuova offerta «Intrattenimento plus», che unisce Netflix a Sky Tv e Sky

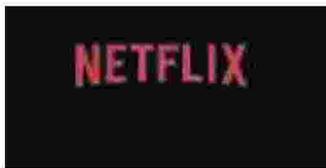
Famiglia, i clienti Sky Q - ha reso noto il gruppo - potranno guardare le novità del momento e per la prima volta passare da una serie su Sky a una serie su Netflix. I clienti Sky Q con Sky Tv e Sky Famiglia potranno sottoscrivere l'offerta a 9,99 euro in più al mese. Intrattenimento plus sarà disponibile entro dicembre anche per tutti i nuovi clienti. Chi ha già un abbonamento Netflix potrà decidere di sottoscrive-

re Intrattenimento plus, anche mantenendo il proprio profilo Netflix, per beneficiare dell'esperienza di visione di Sky Q e dell'offerta, o fruire del servizio Netflix attraverso l'app su Sky Q. L'offerta include il piano Netflix standard.

La partnership è strategica per i due gruppi: si punta a intercettare il pubblico dalla tv e da internet, dagli smartphone e da ogni device, a casa o in giro, un pubblico che oltre ai

programmi Sky che hanno rinnovato il linguaggio di intrattenimento e serie tv, è ora anche molto attirato da Netflix, diventata il più grande servizio di intrattenimento via Internet del mondo, con 151 milioni di abbonati in 190 paesi. In Italia Netflix mette radici: domani sarà annunciata nel dettaglio l'alleanza Netflix-Mediaset per la produzione di 7 titoli.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





**Lina Wertmüller, 91 anni**

# Wertmüller, si prepara la festa per l'Oscar

## L'OMAGGIO

**L'**Oscar e poi la Stella sulla Walk of Fame, a siglare l'amore che Hollywood nutre per il cinema di Lina Wertmüller. Una passione talmente forte da occupare tre giorni di celebrazioni, aperte il 26 con la proiezione de *I Basili-schi*, film d'esordio della regista, nell'ambito del programma di iniziative organizzato dall'Istituto Capri nel Mondo a Los Angeles. «Grandi personalità di Hollywood renderanno omaggio a Lina nel corso di una cena di gala – ha detto ieri Pascal Vicedomini, segretario generale dell'Istituto – e il padrino sarà lo sceneggiatore premio Oscar Steven Zaillian». L'attribuzione della stella avverrà il 28 ottobre, il giorno dopo la consegna della statuetta durante l'undicesima edizione dei Governors Awards.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



PONTE MILVIO

## Officina Pasolini Silvestri, prove aperte e il cinema di "Alice"



### LA RASSEGNA

Con l'avvio del terzo anno del triennio formativo delle sezioni Canzone, Teatro e Multimediale dell'*Officina delle Arti Pier Paolo Pasolini*, laboratorio di alta formazione della Regione Lazio, coordinate rispettivamente da Tosca, Massimo Venturiello e Simona Banchi, ricominciano ad ottobre anche le tante iniziative culturali, sempre rigorosamente gratuite, ospitate dall'Hub culturale. Un polo aggregativo nel cuore della capitale che propone un'offerta culturale ricca e diversificata: spettacoli, concerti, incontri e proiezioni di film a ingresso libero e in sinergia con il laboratorio creativo residente.

Ad inaugurare la nuova stagione di Officina Pasolini, oggi alle ore 21 sarà Daniele Silvestri (foto) con *Prima che...*, prova aperta (su prenotazione fino ad esaurimento posti) del suo nuo-

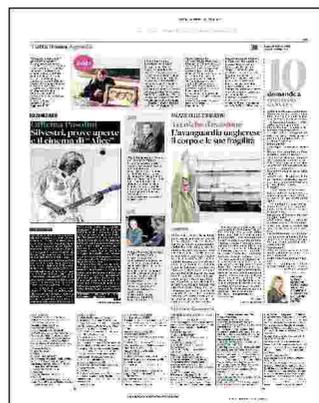
vo tour che partirà il 25 ottobre, cui seguirà, domenica 13 alle ore 17:30, la settima edizione di Napoli nel cuore, in ricordo di Mario Finamore. Lo scorso anno l'attività dell'Hub ha dato la possibilità a Officina Pasolini di accogliere nomi importanti del panorama artistico italiano e internazionale come Rocco Papaleo, Giorgio Panariello, Neri Marcorè, Luísa Sobral, Tommaso Paradiso, Carl Brave, Nada, Rolando Ravello e tanti altri.

Novità di quest'anno, la collaborazione con *Alice nella città*, sezione autonoma e parallela della Festa del Cinema di Roma. Dedicata alle giovani generazioni e alle famiglie, durante tutto l'anno affianca la Fondazione Cinema per Roma nelle attività di CityFest, curando gli eventi rivolti al settore giovani/educational.

► Officina Pasolini, viale Antonino di San Giuliano. Oggi, ore 21

R. S.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



"GEMINI MAN" Dal 10 ottobre nelle sale italiane il film di Ang Lee  
Il produttore Bruckheimer: «La storia c'era, mancava la tecnologia»

## Will Smith e il suo clone cattivo «Siamo i nostri peggiori nemici, è oggi che decidiamo il futuro»

L'ANTEPRIMA

Matteo Ghidoni / LOS ANGELES

Risale a meno di un anno fa la notizia che un gruppo di scienziati cinesi ha clonato, con successo, due cuccioli di scimmia. Un evento che ha riacceso il dibattito sui "duplicati" umani. "Gemini Man", diretto da Ang Lee ("Vita di Pi", "I segreti di Brokeback Mountain"), prodotto da Jerry Bruckheimer, interpretato da Will Smith e Clive Owen, è un film d'azione, con spari esplosioni e lotte corpo a corpo, il cui tema di fondo è proprio questo: la produzione in serie di esseri umani, perfezionati a scopo bellico.

Il protagonista del film, interpretato da Smith, nelle sale italiane dal 10 ottobre, è Henry Brogan, un sicario a cui viene affidata un'ultima missione prima di andare in pensione. Brogan si troverà a combattere contro un avversario fortissimo, che sembra conoscerlo tanto bene da anticipare tutte le sue mosse. Si tratta di Junior, un suo clone più giovane creato in laboratorio e privato di ogni paura, con lo scopo di dare vita al guerriero perfetto. Il film è stato girato fra Stati Uniti, Colombia e Ungheria, dove Smith ha incrociato il nostro Fabio Rovazzi, invitato alla première a Budapest, che ha girato uno sketch su YouTube.

«L'adrenalina sarà continua» garantisce Will Smith, che presta il volto a entrambi i personaggi «Allo stesso tempo, mi piace molto questa idea filosofica di fondo: noi siamo i nostri peggiori nemi-

ci. Le nostre scelte e decisioni orientano la nostra vita, non c'è nessuno che possiamo incolpare al di fuori di noi stessi per come vanno le cose. Credo che alla base di questo film, fra effetti speciali e incredibili scene di combattimenti, ci sia il concetto che siamo noi gli architetti delle nostre sconfitte così come delle nostre vittorie».

### DIECI ANNI DI LAVORO

«Abbiamo lavorato a questa storia per almeno dieci anni» racconta il produttore Jerry Bruckheimer ("Top Gun", "Beverly Hills Cop") «Il fatto è che le tecnologie a disposizione non erano al passo con la creatività dei nostri scrittori. Abbiamo voluto aspettare che Lee e i nostri esperti di effetti speciali capissero come creare un film del genere in modo perfetto. Avevamo fatto alcuni tentativi, ma il risultato non era soddisfacente, per questo abbiamo voluto aspettare fino a oggi. Un giorno Ang mi ha chiamato e mi ha detto: ho capito come creare il nostro personaggio virtuale, con un nuovo metodo. Ha promesso che avrebbe dato vita a qualcosa di speciale e ci è sicuramente riuscito, guardare per credere».

«Ho cercato di creare una forte connessione fra la trama e il quesito filosofico legato alla questione dei cloni» spiega il regista, 64 anni, originario di Taiwan «Sono vecchio abbastanza per guardarmi indietro e immaginare una versione più giovane di me stesso. La seconda cosa che mi ha convinto a far parte di questo progetto è stata la possibilità di utilizzare tecnologie 3D all'avanguardia, per

dare vita a un personaggio interamente digitale, che interagisse con gli attori e che riproducesse perfettamente il volto del mio protagonista umano. Per creare "Gemini Man" ho perfezionato le esperienze fatte dirigendo prima "Hulk" e più di recente Vita di Pi (vincitore di quattro Oscar nel 2012, ndr), in cui ho ricostruito un supereroe e una tigre al computer. Questa volta però il personaggio virtuale è un uomo ed è stato creato tracciando le espressioni di Will con dei sensori. È curato minuziosamente, in ogni dettaglio, tanto che farete fatica a distinguerlo dall'attore in carne e ossa. Diciamo che abbiamo giocato con il fuoco e ci siamo divertiti. Si tratta di un film che apre un nuovo capitolo nella storia della fruizione degli audiovisivi. Va guardato al cinema, possibilmente indossando gli appositi occhiali 3D, il risultato permetterà agli spettatori di vivere un'esperienza sensoriale unica nel suo genere».

Clive Owen, vincitore di un Golden Globe per "Closer" (2004) veste i panni di Clay Verris, la perfida mente che ha ideato il progetto di clonare il sicario interpretato da Smith: «Si tratta di un lungometraggio ad alto tasso tecnologico, ma non solo. Ang Lee ha saputo creare profondità nei nostri personaggi, uno spessore anche filosofico. Mi piace interpretare il ruolo del cattivo, ogni volta che lo faccio approccio il personaggio come qualcosa di fluido. Capisco cosa deve fare e cerco di lavorare per ottenere quel risultato sullo schermo». —

BY NINO ALGUNI DIRITTI RISERVATI

# Torino città del cinema 2020

*Un complesso di iniziative che animeranno il capoluogo piemontese per l'intero 2020 e che proporranno un fitto calendario di eventi, rassegne e festival volto a celebrare Torino in chiave cinematografica*

**N**ell'anno 2020, proprio quando il Museo Nazionale del Cinema celebrerà i vent'anni di attività all'interno della Mole Antonelliana e Film Commission Torino Piemonte compirà anch'essa vent'anni, la Città di Torino offrirà a cittadini, turisti e operatori del settore l'opportunità di prender parte a svariati eventi che mostreranno la storica vitalità cinematografica della città. Torino, infatti, vanta una lunga tradizione in questo settore. Già capitale del cinema muto a Torino si è sviluppata l'industria cinematografica nazionale. La settimana d'arte, infatti, rappresenta una forte attrazione per i visitatori e i turisti: insieme all'Egizio, il Museo del Cinema è la meta più "gettonata" in città. È per questo motivo che nel 2020, accanto alle attività e alle manifestazioni ricorrenti e ormai consolidate come il Salone del Libro, il Torino Jazz Festival, Terra Madre e Contemporary Art, solo per citarne alcune, prenderanno vita nuovi eventi dedicati a questa espressione artistica. Una vivacità, quella del sistema cinema locale, diventata via via più so-

lida grazie ai numerosi attori che operano in Città e ai tanti appuntamenti cinematografici che questi propongono.

"Torino Città del Cinema 2020" farà confluire nel proprio programma tutti i tradizionali eventi cinematografici del territorio e, al contempo, coinvolgerà tutte le istituzioni culturali torinesi con l'obiettivo di creare "contaminazioni cinematografiche" in ciascun ambito d'eccellenza (dall'editoria, alla musica, all'arte contemporanea, al teatro).

Una programmazione che si svilupperà su diversi assi tematici - innovazione, tecnologia, multimedialità, educazione, formazione, accessibilità - e che vuole coinvolgere un pubblico eterogeneo con l'obiettivo di rendere il capoluogo sempre più attrattivo sotto il profilo turistico, culturale e formativo: una festa lunga un intero anno che si aprirà già a novembre 2019, con una preapertura speciale del TorinoFilmFestival, e che culminerà a luglio 2020 con i "compleanni" del Museo Nazionale del Cinema e della Film Commission.

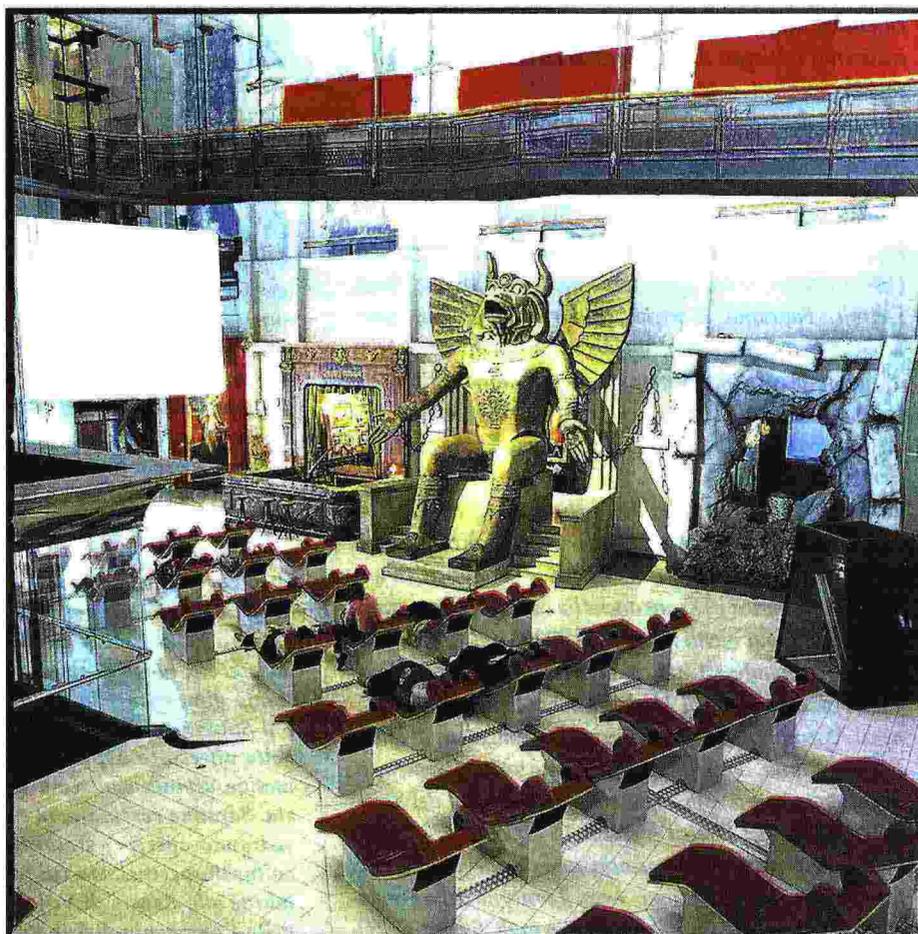
Proprio per valorizzare il risvolto turistico di "To-

rino Città del Cinema" verrà realizzato un "look of the city" che - anche attraverso una mappa cartacea e multimediale - promuoverà i luoghi del cinema, la tradizione delle location cittadine e dei Maestri che in quei luoghi hanno realizzato le loro opere e accompagnerà cittadini e turisti alla scoperta della Torino cinematografica.

Installazioni tematiche di grandi registi, contest cinematografici, arene estive sono solo alcuni dei tanti altri elementi che andranno a comporre l'anno di celebrazioni.

Per promuovere il cinema contemporaneo di qualità, Torino punta inoltre ad ospitare nel corso del 2020 le anteprime nazionali di importanti broadcasters, per portare in Città registi e attori di grande notorietà.

La Cabina di Regia di TCC2020 è costituita dalle Divisioni Commercio, Turismo, Lavoro, Attività produttive e Sviluppo Economico e Servizi Amministrativi e Culturali della Città di Torino, dalla Fondazione per la Cultura Torino, insieme al Museo Nazionale del Cinema e a Film Commission Torino Piemonte.



La Sala del Tempio al Museo del Cinema di Torino



**Serata di gala** Riconoscimento alla carriera a Maria Grazia Cucinotta madrina della manifestazione

# Castelli Romani Film Festival Gran finale ad Ariccia con una pioggia di premi

di **Alberto Fraja**

Successo annunciato per la tappa conclusiva della terza edizione del Castelli Romani Film Festival. Alla serata di gala, ospitata l'altra sera nella "sala Maestra" di Palazzo Chigi ad Ariccia, ha preso parte il fior fiore del mondo dello spettacolo, del cinema e delle istituzioni. Lungo l'elenco degli ospiti. Tra gli altri: Nadia Bengala, Linda Batista, Gaia De Laurentiis, Elisabetta Pellini, Valentina Celentano, Irene Antonucci, Emanuela Tittocchia, Anna Ferraioli Ravel, Amedeo Minghi, Giancarlo Scarchilli, Francesco Papa, Claudio Bucci, Marcello Foti, Giulio Violati, Alessandro Tamburini, Charles Guerin Surville e tanti altri.

Madrina della serata Maria Grazia Cucinotta cui è andato il premio alla carriera. E a proposito di premi vediamo come sono andate le cose non prima di aver ricordato l'assegnazione di quello speciale Città di Ariccia al "paparazzo" più famoso d'Italia, Rino Barillari.

Dunque: premio per il miglior film a "Ci vuole un fis-



co" di Alessandro Tamburini; premio come miglior regista a Luca Baglione per il film "Stato d'ebbrezza"; premio miglior attore ad Andrea Roncato ("Stato d'ebbrezza"); premio miglior attrice a Lidia Vitale per il film "La partita"; premio miglior attore non protagonista a Sebastiano Somma per il film "Destini"; premio miglior film straniero a "Picture with Yuki"; premio del pubblico a Elisabetta Pellini

per il film "Stato di ebbrezza". E veniamo ai corti. Premio miglior corto a "Sogni" di Angelo Longoni; premio miglior attrice ex aequo a Gaia De Laurentiis (per "Apri le labbra") ed Eleonora Ivone per "La cura"; premio migliore attore a Gianni Franco per "L'amore che non muore"; premio speciale Città di Frascati ad Antonella Ponzani per il corto "Gli occhi dell'altro".

Ancora: premio speciale

"Cinema Musica" ad Amedeo Minghi per la colonna sonora di un corto fuori concorso.

Altro riconoscimento alla carriera, quello dato a Gianni Mammolotti. Gran premio della giuria al film, infine, "The King of paparazzi" di Giancarlo Scarchilli e Massimo Spano.

La manifestazione si era aperta alle 16.30 con la proiezione dei due ultimi film "Destini" di Luciano Luminelli e

**Protagonisti**  
Il regista e attore Alessandro Tamburini e l'attrice Anna Ferraioli. A sinistra Claudia Ariano, Maria Grazia Cucinotta e Marco Di Stefano



"Di tutti i colori" di Max Nardari. Subito dopo si è dato il via alla proiezione degli ultimi quattro cortometraggi in concorso e del corto fuori concorso "Gli Occhi dell'altro".

Un successo davvero meritato, torniamo a dire, da attribuire per intero all'organizzazione del Festival a cominciare dal Presidente, Marco Di Stefano e dal Direttore artistico del Festival, Antonio Flamini e cui vanno sommati i primi cittadini dei centri ospitanti Ariccia, Frascati, Lanuvio e Grottaferrata.

"Non posso che essere soddisfatto di come sono andate le cose - commenta Di Stefano -. Abbiamo avuto un successo di pubblico davvero notevole e un'attenzione dei media continua, costante e di qualità. Ringrazio i sindaci delle città che ci hanno ospitati e saluto con piacere la partnership con

l'industria cinematografica bulgara, il cui ambasciatore in Italia era presente ieri alla serata di gala, con la quale ci ripromettiamo un proficuo rapporto di collaborazione in una chiave di coproduzione cinematografiche. Una strategia concreta per aiutare i produttori indipendenti troppo spesso penalizzati".

Ricordiamo infine che la giuria, presieduta da Marcello Foti, direttore del Centro Sperimentale di Cinematografia, era composta dal direttore della fotografia Blasco Giurato, da Sergio Fabi di Cinemotore, da Angelo Bassi, attore e produttore, da Fiammetta Fiammeri, presidente Agiscuola Lazio, da Elena Bonelli, attrice e cantante, da Paola Favale direttore casting e da Giulia Bianconi critica cinematografica del quotidiano Il Tempo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



LA CERIMONIA IL 27 LA STATUETTA ALLA CARRIERA

# E Hollywood si prepara a celebrare la Wertmüller

**H**ollywood in festa per l'Oscar a **Lina Wertmüller** che il 27 ottobre riceverà la statuetta per la carriera (Governors Award) e il giorno seguente festeggerà la sua Stella sulla Walk of fame. Come svelato da *The Hollywood Reporter*, il ricco programma di iniziative organizzato nell'ambito del classico «Los Angeles Italia Festival» dall'Istituto Capri nel Mondo in associazione con la SIAE, il MIBACT e la Regione Basilicata, prevede, tra l'altro, la proiezione speciale de *I Basilischi*, al TCL Chinese Theatre, film esordio della regista italiana (sabato 26 ottobre).

«Grandi personalità di Hollywood renderanno omaggio a Lina nel corso di una cena di gala, padrino della cerimonia della Stella sarà lo sceneggiatore premio Oscar **Steven Zaillian**», svela **Pascal Vicedomini**, segretario generale dell'Istituto Capri nel Mondo, che ha coinvolto negli ultimi anni personalità come **Vanessa Redgrave**, **Sofia Loren**, **Helen Mirren**, **Taylor Hackford** per sostenere negli ambienti dell'Academy l'Oscar alla carriera per la prima donna ad essere nominata per la statuetta (con **Pasqualino Settebellezze**):

«Il nostro è stato un impegno costante ed ora siamo felici di poter onorare insieme una grande italiana, autrice di cult come *Mimi Metallurgico*, *La Classe operaia va in Paradiso*, *Film d'Amore e d'Anarchia*. Immensa è la mia personale gratitudine: Lina è stata fondatrice insieme a **Gillo Pontecorvo** del Festival Capri, Hollywood».

Wertmüller riceverà l'Oscar il 27 ottobre, nell'undicesima Edizione dei Governors Awards, quindi il 28 ottobre sarà onorata con la Stella sulla Walk of Fame ed avrà accanto Vicedomini e Steven Zaillian, sceneggiatore premio l'Oscar per *Schindler's List* e ora autore di *The Irishman* di **Martin Scorsese**.



91 ANNI Lina Wertmüller



L'intervista

# Christian Bale

## “Così ho battuto la dea Ferrari”

dalla nostra inviata Arianna Finos

**PARIGI** – Christian Bale è dispiaciuto di non poter accompagnare a Roma, domani, il regista James Mangold e il film *Le Mans '66 – La grande sfida*: «A lui lo mandano nei posti fichi e a noi ci tocca Parigi!», scherza al fianco di Matt Damon nello storico Hotel Le Bristol. Nella capitale, spiega, è stato tante volte: «Mi piace affittare una Vespa per girare la città. Mi diverte molto trovarmi a Roma durante le partite di calcio, i fan sfrecciano sugli scooter e urlano il nome delle loro squadre, allora mi confondo tra loro e strillo “Laziooo”».

Inglese, 46 anni, Bale ha fama di schivo ma è di buon umore anche per le belle critiche ricevute dal film al Toronto Film Festival, a settembre. *Le Mans '66 – La grande sfida*, in sala dal 14 novembre, racconta in modo avvincente la storia vera dell'ex pilota e progettista americano Carroll Shelby e del pilota-collaudatore britannico Ken Miles, ingaggiati da Henry Ford II per costruire un'auto in grado di battere la Ferrari alla 24 Ore di Le Mans del 1966. Tra i due attori c'è grande alchimia sullo schermo e nella vita ma c'è da scommettere che solo Bale, perfetto nell'incarnare lo spigoloso e schietto padre di famiglia pronto a seguire fino in fondo la propria passione, otterrà la quinta candidatura e forse un secondo Oscar dopo quello del 2011 come miglior attore non protagonista per *The Fighter*.

**Non solo un film per patiti di corse d'auto.**

«Mangold è riuscito a fare un film sulle persone, sul sentirsi vivi, sull'amicizia, ambientato nel mondo delle auto. Io stesso non conoscevo la storia di Ken Miles prima del film, non è un eroe celebrato delle gare. Era un inglese delle Midlands che, prima di

correre, aveva attraversato l'Europa della Seconda guerra mondiale su un carrarmato nell'esercito. Poi è diventato un pilota: per me il più puro, intelligente, appassionato. Per nulla interessato alla fama».

**Aveva una famiglia che amava, eppure era pronto a correre rischi incredibili.**

«All'inizio mi chiedevo: chi sono questi tizi pronti a sedersi su vere e proprie bombe piene di gas? Anche perché non c'era all'epoca un servizio di soccorsi efficiente, la gente moriva sul ciglio della strada. Sua moglie Molly non lo ha mai ostacolato, e io l'ammiro per questo. Diceva: non vivremo la nostra vita lasciandoci sconfiggere dalla paura».

**Il film esplora anche il rapporto tra Ken Miles e suo figlio Peter, che lei ha incontrato prima delle riprese.**

«A Peter ho chiesto anche cose che non c'entravano con le corse. A volte dettagli apparentemente insignificanti sono utili a restituire l'autenticità di una persona».

**Anche per lei il rapporto con suo padre è stato importante.**

«Da lui a ho preso tante cose: l'animo vagabondo, il non voler essere ancorato a un posto fisso, la curiosità per le persone. Siamo

fortunati se riusciamo ad avere un rapporto forte con i nostri genitori. Ho visto il film insieme a Peter, è stato più stoico di me: io ho pianto per la commozione».

**Ken correva senza sapere se i freni avrebbero tenuto. Coraggioso o imprudente?**

«Per me correva per cercare la verità su se stesso, il rapporto assoluto era tra lui e la macchina. Questa purezza rendeva nervosi gli altri, spesso si preferiva ingaggiare

piloti più giovani e prestanti, che poi lui guardava dallo specchietto retrovisore in pista. D'altra parte l'immagine, il brand, il prodotto sono importanti ancora oggi, in quel mondo. Per fortuna Miles aveva accanto Shelby, che se ne fregava di tutto e credeva in lui».

**È soprattutto una storia di amicizia.**

«Due outsider contro Golia: la Ford, l'industria, la burocrazia del potere. Non avrebbero potuto farcela senza i soldi della Ford, sono riusciti malgrado la Ford. La capacità di ribellarsi e di fare squadra nonostante le pressioni aziendali ha permesso loro di battere il migliore, che non è Enzo Ferrari».

**Una volta Hollywood avrebbe dipinto Enzo Ferrari come il cattivo e l'americana Ford come il buono. Nel film non è così.**

«Non abbiamo mai visto la Ferrari come il cattivo, è sempre stata il dio delle corse. Quando Shelby presenta a Miles l'idea che devono battere la Ferrari con una Ford, lui reagisce male, “ma sei idiota? Non succederà mai, la Ferrari è il dio”. La bellezza di questa storia è che due outsider sfidano dio e vincono, almeno per qualche anno, ma ciò non toglie nulla alla Ferrari. L'apoteosi per Miles è il traguardo che raggiunge, il suo rapporto con Shelby, col figlio. E quel momento in cui guarda in alto, Ferrari guarda in basso e si toglie il cappello».

**Il rapporto con Matt Damon?**

«Faccio questo mestiere da trent'anni e non sono ancora diventato saggio, Matt è un grande attore con una consapevolezza quasi registica. Un po' come i nostri personaggi: Shelby è un grande pilota ma è più strategico, Miles vive il momento con tutto se stesso perché è il solo modo in cui sa farlo:

come me con la recitazione».

**Ha avuto un incidente motociclistico in passato, l'ha influenzata?**

«No. I piloti mi hanno insegnato una cosa importante: non guardare dove stai andando, guarda dove vuoi andare. Ottimo consiglio

anche nella vita».

**Il film racconta la ricerca della perfezione.**

«Per me è più divertente cercare la perfezione piuttosto che trovarla».

**Quindi quel che conta è l'adrenalina?**

«E sempre un bene sfidare se stessi, ti fa sentire grande, vittorioso. Vale anche per gli attori, benché per noi sia più facile rispetto ai piloti. Loro sedevano su bombe volanti, noi arriviamo sul set e ci aspetta la poltrona per il trucco».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

► **In pista**

Matt Damon  
48 anni  
con Nolan  
sul set del film:  
è Carroll Shelby  
il progettista  
della Ford



## Metamorfosi da Oscar

► **Il vice**

Christian Bale  
in *Vice* (2018)  
in cui interpreta  
il vicepresidente  
Usa Dick  
Cheney, film  
che gli è valso  
una nomination



—“—  
*Non è un film  
sulle corse  
ma sulle persone  
sul sentirsi vivi  
sull'amicizia  
Il protagonista  
non è un eroe*

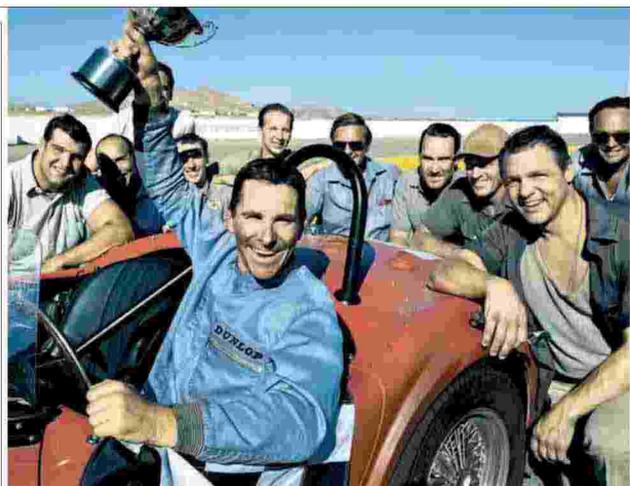
*I piloti  
mi hanno insegnato  
una cosa importante:  
non guardare  
dove stai andando  
ma guarda  
dove vuoi andare*

—”—

# Spettacoli

◀ **Al traguardo**

Christian Bale  
45 anni, in  
*Le Mans '66*, in sala  
dal 14 novembre



# Pupi Avati: uno, cento Dante

## Il poeta, il politico, l'esule...

## Il regista presenta il progetto del film in vista del 2021 e sposa l'iniziativa del Dantedì



di **Ranieri Polese**

**S**i avvicina l'anniversario (settecento anni dalla morte di Dante Alighieri, avvenuta a Ravenna nel settembre del 1321), e fra le altre iniziative in preparazione, il «Corriere della Sera» ha lanciato la proposta di istituire il Dantedì, una Giornata celebrativa in onore del poeta da fissare sul calendario («La trovo una proposta assolutamente da condividere. Dedicate una giornata dell'anno a Dante costringerebbe la scuola italiana a occuparsene con impegno e creatività», dice Pupi Avati). L'anniversario potrebbe anche essere l'occasione buona per Pupi Avati di realizzare un progetto che ha in mente da tempo, un film su Dante.

### Perché Dante?

«Perché ha saputo sublimare le pene e le ingiustizie patite lasciandoci il poema di più alta poesia che mente umana possa concepire».

### Da quanto tempo ha questa passione?

«Alle scuole che ho frequentato debbo insofferenza, noia, diffidenza nei confronti di ogni proposta culturale. Furono solo le arcane illustrazioni di Gustave Doré ad affascinarmi, erano in un grande volume che mia zia Rina mi squadernava sul tavolo di cucina, per potersi appartare con mia madre e confidare le sue pene d'amore. Fu il malsano godimento suggeritomi da quel visionario dispiego di atrocità (non credo di essere mai andato oltre l'*Inferno*), a rendere fin da quella mia remota età seducente la *Divina Commedia*. Ma fu innamoramento che non andò oltre la consapevolezza della fortuna di non essere figlio del Conte Ugolino».

### E quale Dante oggi le interessa di più? Il poeta padre della lingua e della poesia italiana? Il poeta d'amore? L'uomo politico?

«La curiosità che finalmente provai nei riguardi dell'autore di quell'opera si sarebbe appalesata solo molti anni dopo quando mi trovai a realizzare, con spirito rosselliniano, *Magnificat*, un film di ambientazione medievale. Nella sterminata bibliografia alla quale ricorsi per la sceneggiatura mi imbattei nelle cronache di Villani e di Dino Compagni, in quel contesto socio-politico, violentissimo, in cui visse Dante stesso. Incontrai così quel ragazzo che componendo l'incantevole diario che è la *Vita*

*Nova*, scopre amore e poesia allo stato puro in una condizione di ineffabile creatività. Questo è il primo Dante che vorrei narrare».

**C'è il Dante eletto dal Risorgimento come profeta dell'Unità d'Italia. E c'è l'uomo in esilio costretto a vivere lontano dalla sua città, per cui prova nostalgia e odio. Da qui nascono le celebri invettive contro chi lo aveva esiliato, contro i nuovi ricchi corrotti, contro il papa Bonifacio VIII.**

«Nel mio racconto, al Dante che con il sodale Guido Cavalcanti in uno scambio poetico "inventa" il dolce stil nuovo si va a sostituire l'Alighieri pieno di spavento alla Battaglia di Campaldino, e via via l'Alighieri assillato dai debiti che si fa politico, riuscendo a ottenere il Priorato, carica che causerà la sua rovina. Condannato all'esilio per baratteria e quindi al rogo, ecco l'Alighieri che implora Arrigo VII di espugnare la sua Firenze definita Ibra Pestifera, l'Alighieri perennemente in fuga costretto a chiedere protezione alle varie signorie, l'Alighieri vessato dalla Chiesa nella persona del cardinale Del Poggetto. Il quale, non appagato dall'aver bruciato il *De Monarchia* nella piazza del mercato di Bologna, pretenderà dai ravennati le ossa del poeta per destinarle allo stesso vilipendio. L'approccio a un personaggio depositario di tutta la cultura del suo tempo, capace di un'opera poetica di illimitata leggibilità, è da far tremare i polsi. Eppure di quello stesso Alighieri non possediamo un manoscritto, nulla di suo pugno».

**Nell'immaginario cattolico di tanti suoi film (soprattutto gli horror, a cui lei di recente è tornato) c'è sempre il tema del peccato mortale («Il signor Diavolo», che lei ha tratto dal suo romanzo), dei castighi, dei morti inquieti che tornano, della possibilità di passare nell'aldilà («Zeder»). Figure e immagini che forse non sono così lontane dalle visioni dell'«Inferno».**

«Questa idea del male assoluto, come d'altra parte del sommo bene, mi deriva certamente dalle favole contadine, dalla religiosità preconciliare e — perché no? — da quelle illustrazioni di Doré delle quali parlavo all'inizio. L'idea di male è ancora associata, malgrado il passare implacabile degli anni, a quella sorta di sacralità che accompagna tutti i miei film gotici "padani". Sacralità che fa sì che il male si rifletta nel bene e viceversa, che risultino in qualche modo complementari. Temo, e vorrei

non crederlo, che il male esprima una seduttività che il bene difficilmente è capace di eguagliare. Credo che la stessa *Commedia*, monca dell'*Inferno*, difficilmente avrebbe riscosso il successo che ebbe. Temo che lo stesso Dante ne fosse consapevole e che non l'abbia concepita solo per essere riammesso in Firenze e laureato poeta nel "bel San Giovanni", non solo per poter incontrare di nuovo Beatrice o per essere vendicato dei tanti torti subiti, ma abbia anche intuito che il "cast" dei suoi protagonisti dei gironi gli avrebbe garantito un successo popolare immediato».

**Anche se non è nuovo a film in costume di ambientazione storica, come pensa di ricostruire la vita di un uomo del Trecento?**

«Il cinema, contrariamente alla letteratura che lascia spazi all'immaginazione, è la somma di elementi reali, sullo schermo ben poco è lasciato alla creatività dello spettatore. Non mi spaventa la ricostruzione di quell'epoca mentre mi pongo come traguardo quello di rendere verosimile un essere umano così imperscrutabile. Un essere umano che ha lasciato dietro di sé un'infinità di interrogativi. Ritenerlo di poterlo affrontare con le mie sole forze sarebbe stata impresa disperata e presuntuosa. A soccorrermi, a indicarmi la sola, unica soluzione per accostarmi a Dante con un film che lo celebri, è intervenuto Giovanni Boccaccio. Una, con Dante e Petrarca, delle tre corone alle quali dobbiamo la nostra lingua. Fu infatti Boccaccio, già cultore e copista dell'opera dantesca, ventinove anni dopo la morte del poeta, a recarsi a Ravenna per consegnare dieci fiorini d'oro alla figlia monacata con il nome di suor Beatrice, per il tanto male fatto dai fiorentini al genitore. Suor Beatrice era rimasta a Ravenna, contrariamente ai suoi fratelli, come custode della tomba del padre. Fu nel corso di quell'incontro che Boccaccio raccolse le prime informazioni sulla sua vicenda umana, che andrà arricchendo conoscendo via via i ravennati del cenacolo dantesco. Estendendo quindi la ricerca fino a comporre quel *Trattatello in laude di Dante*, la prima biografia di Dante che ci sia pervenuta. Un testo ancora oggi ritenuto fondamentale per la quantità di notizie che ci fornisce sul poeta e la sua tormentatissima vicenda umana, fra le quali come furono ritrovati a otto mesi dalla morte di Dante gli ultimi, fondamentali, canti del *Paradiso*».

**Sulla produzione del suo film su Dante, cosa può dire?**

«Risale al 2001 la prima lettera che la Rai redasse impegnandosi a farci produrre la vita di Dante Alighieri. Da allora dietro le stesse scrivanie si sono succeduti funzionari diversi mentre lo stesso progetto su Dante è rimasto fra gli impegni in attesa di sviluppo. Finalmente, ormai alla vigilia di quelli che nel 2021 saranno i settecento anni dalla morte, pare siamo riusciti nell'impresa. In quella selva di papi, imprenditori, sportivi, santi, cantanti, attori, star del web, malavitosi, poliziotti, magistrati, politici narrati fra documentari, film o serie televisive, sembra che finalmente l'italiano più noto al mondo, l'autore dell'opera più tradotta dopo la Bibbia, si sia meritato una biografia cinematografica. Mi piace pensare che oggi venga apprezzata dalla committenza

per la qualità dell'impianto narrativo, per la sua cura filologica dovuta al più straordinario gruppo di dantisti che oggi si possa assemblare, e soprattutto che questo film venga realizzato per quel senso di riconoscenza che dobbiamo a chi ha saputo dirci l'essere umano nella sua meravigliosa, commovente, universalità».

**Riconoscenza, lei dice. Dunque l'istituzione del Dantedì le piace?**

«Sì, dedicare una giornata dell'anno a Dante rappresenta un atto di riconoscenza che gli è dovuto, e un buon modo per mantenere viva la memoria del poeta».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Al cinema**

● Pupi Avati — regista, sceneggiatore e scrittore — è nato a Bologna il 3 novembre 1938. Tra i suoi film: *Festa di laurea* (1985), *Regalo di Natale* (1986), *Il papà di Giovanna* (2008), *Il signor Diavolo* (2019). Il 20 ottobre a Luino (Varese) riceverà il Premio Chiara alla carriera per «aver saputo giostrarsi su vari livelli espressivi, senza richiami modaioli, guidato da una misura che è qualità dell'animo»

● Nella foto grande: una tavola realizzata da Salvador Dalí (1904-1989) per illustrare il viaggio di Dante. Gli acquerelli furono commissionati all'artista spagnolo dal governo italiano in occasione del settecentesimo anniversario della nascita del poeta, nel 1965. A destra: Pupi Avati





**Il percorso**  
**Giornata celebrativa**  
**L'idea del «Corriere»**



In vista del 700° anniversario della morte di Dante, nel 2021, il «Corriere» ha proposto di istituire una Giornata per il poeta: il Dantedi (nome coniato dal linguista Francesco Sabatini). L'idea, lanciata in aprile dallo scrittore e giornalista Paolo Di Stefano, ha raccolto molte adesioni, tra cui quelle di Accademia della Crusca, Società Dante Alighieri, Società dantesca, Associazione degli italianisti, Comitato delle celebrazioni 2021, città di Ravenna, Società italiana per lo studio del pensiero medievale. Il 4 luglio si è svolto un

incontro organizzato dalla Fondazione Corriere, con gli studiosi Alberto Casadei, Claudio Marazzini, Luca Serianni. Sempre a luglio: l'allora ministro degli Esteri Enzo Moavero Milanesi, in una lettera al direttore del «Corriere» Luciano Fontana, ha dato l'appoggio; è inoltre stata depositata la mozione parlamentare per il Dantedi. Sostegno pure dalla Svizzera: dal Comitato del Forum per l'italiano, dal Locarno Film Festival e dal presidente del Consiglio nazionale (camera bassa), Marina Carobbio. Speciale online su [corriere.it/cultura](http://corriere.it/cultura).



# L'ultima volta di Spaak

Catherine: «Considero questo film il mio definitivo addio al cinema  
Chi è stato il miglior partner di set?  
Mastroianni, mi aiutava in tutto»

**U**na donna ancora bella, ma non più giovane. I primi sintomi di Alzheimer, però tanta voglia di vivere, di giocare, di tornare bambina. L'incontro, al mare, con un ragazzo sbadato che vende bibite sulla spiaggia. Tra loro, la riscoperta dell'amicizia, del rispetto, della solidarietà umana.

Catherine Spaak è Carla nel film *La vacanza* di Enrico Iannaccone di cui è protagonista con Antonio Folletto e con Carla Signoris, Veruschka e Luca Biagini. Prodotto da Mad Entertainment, sarà il 18 ottobre alla Festa del cinema di Roma, nella sezione Alice nella città.

«Carla è un ex magistrato settantenne — racconta Spaak — è stata una donna importante, è estroversa, giocosa, ma viene trattata male dalla famiglia perché non è più quella di una volta: la sua memoria va e viene. Decide di fare una vacanza, la sua ultima vacanza al mare. Nasce l'empatia con Valerio (Folletto), un trentenne con tanti problemi

che sta distruggendo la sua vita. Si aiutano a vicenda e rinascono insieme».

**Perché ha accettato questo ruolo?**

«È stato scritto su di me dal regista e lo ringrazio, è un ruolo difficile, ma il più bello della mia carriera: ho 74 anni, pensavo di non tornare più sul grande schermo, non ne sentivo la necessità perché le proposte che mi venivano fatte non erano interessanti. Stavolta sì e lo considero il mio addio al cinema».

**Come si è preparata?**

«La madre di mio marito è malata di Alzheimer. Prima di sapere che avrei affrontato questo ruolo, sono andata spesso e vado tuttora a trovarla nella casa per anziani: osservo lei e i parenti degli altri malati quando fanno visita, ma poi se ne vanno. Ho riprovato la sofferenza di quando, da bambina, venivo portata in collegio dai miei familiari che poi se ne andavano. Ho risentito il dolore dell'abbandono. Lo stesso che proverà il mio personaggio quando, costretta da marito e figli, entrerà in

una casa di cura».

**Ha avuto coraggio a mettere in gioco i suoi sentimenti.**

«Ammetto che, quando mi sono rivista nel film, distrutta fisicamente, sono stata sciocata. Ma mi è stato concesso il diritto, l'orgoglio di apparire anche più vecchia di come sono nella realtà. Oggigiorno si rincorre la giovinezza, si rifiuta l'invecchiamento femminile: una trappola creata dagli uomini. Mi ribello a tutto questo: c'è una grande bellezza nella vecchiaia».

**Lei è stata una ribelle sin dagli esordi. Come vede le ragazze di oggi?**

«Sono schiave delle diete, delle mode, dei social e finiscono per sembrare tutte uguali. Ai miei tempi volevamo essere diverse, uniche, speciali e soprattutto libere nel rispetto delle regole».

**Il suo carattere le è costato qualche critica.**

«Critica? Vero bullismo. Sul set dell'*Armata Brancaleone* facevano a gara per mettermi in imbarazzo, anche perché non ero ancora padrona della lingua italiana. In una scena,

uscivo dall'acqua come una Venere, venivo accolta da Vittorio Gassman con un telo e dovevo dire la battuta: "Voglio andare a Castrocaro". Lui mi ripete continuamente all'orecchio: "cazzocaro...". Parte il ciack e ovviamente non dico Castrocaro ma... E giù tutti a ridere».

**Chi considera il suo maestro nel cinema?**

«Luciano Salce: gentile, educato, rispettoso. Mi ha insegnato tanto, per esempio i tempi giusti nella recitazione: tendevo a parlare troppo velocemente e a gesticolare».

**Il migliore compagno di scena?**

«Mastroianni. Era generoso, comprensivo, mi aiutava in tutto. Era come un gattone protettivo, sereno, beato... Talmente tranquillo che sul set, mentre lo truccavano, si addormentava».

**C'è qualcosa nel film che le scuote l'anima?**

«Costringere una persona a cure cui non vuole sottoporsi e che non possono guarirla: è disumano».

**Emilia Costantini**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**L'intervista**  
In «La vacanza»  
l'attrice è una  
donna malata  
di Alzheimer



**Invecchiamento**  
Oggi si rincorre soltanto  
la giovinezza mentre  
per me c'è una grande  
bellezza nella vecchiaia



**In spiaggia**  
Catherine Spaak e Antonio Folletto (31 anni) in una scena del film «La vacanza» di Enrico Iannaccone che sarà presentato ad Alice nella Città

**Galleria**



1962 Spaak e Jean-Louis Trintignant in «Il sorpasso»



1966 Vittorio Gassman con Spaak in «L'armata Brancaleone»



1974 Catherine Spaak in «La via dei babuini» di Magni

**Il profilo**

● Catherine Spaak, 74 anni, è un'attrice francese naturalizzata italiana. E il debutto nel nostro Paese è avvenuto nel 1960 in *Dolci inganni* di Alberto Lattuada. Da allora, Spaak ha recitato in decine di film. Si è poi fatta notare anche come cantante interpretando «L'esercito del surf», successo degli anni 60



## La polemica

Scorsese demolisce gli eroi della Marvel: «Non riesco a vederli»

Martin Scorsese ha stroncato i film sui supereroi, in particolare della Marvel. «Non li vedo, non è cinema», ha detto. E ancora: «La cosa più vicina cui riesco a pensare... sono i parchi a tema. Non è il cinema degli esseri umani che cercano di trasmettere esperienze emotive». Immedie le reazioni. James Gunn, regista di *Guardiani della Galassia*, ha twittato: «Scorsese è uno dei miei 5 cineasti preferiti. Mi sono sentito offeso quando la gente ha criticato *L'ultima tentazione di Cristo* senza vederlo. Mi rattrista che ora giudichi i miei film allo stesso modo». Delusione anche per C. Robert Cargill, sceneggiatore di *Doctor Strange*: «Chi la pensa in questo modo è ingiusto e cinico».



Non ci sono più le fiabe di una volta: al cinema e in tv il confine tra eroe e antieroe è sempre più sfumato. La strega Malefica, se non avesse sofferto, sarebbe una fatina. Il Joker è un emarginato che alla fine esplose. E anche Loki ha le sue buone ragioni

# Buoni & Cattivi Cattivi & Buoni

## Il Male dal volto umano

### IL FENOMENO

**E**vissero tutti cattivi e contenti. Il lupo ha perso il vizio: i bambini possono andare a letto tranquilli perché il cattivo, ci dicono le favole contemporanee, non esiste più. O meglio: non è colpa sua se lo disegnano così. Il cuore di tenebra di *Joker*, nella magnifica cine-verzione di Todd Phillips, è un cuore di panna inacidito dall'emarginazione e dall'indifferenza: un uomo molto sfortunato, quello interpretato da Joaquin Phoenix, sulla cui miseria il film insiste per quasi due ore prima di frustrarlo al punto di farlo esplodere. Come a dire: se la vita non lo avesse ferito in quel modo, oggi Arthur Fleck farebbe stand up comedy in qualche quartiere gentrificato di Gotham.

### INGANNO

Lo stesso succede con Loki, dio dell'inganno e arcicattivo nel *Thor* del 2011, disposto a tradire il padre e il fratello per ciò che i cattivi - da sempre - bramano più di ogni altra cosa: il potere. Due anni dopo, in *Thor: The Dark World*, non è più l'invidia del trono a muovere Loki, ma un sentimento di esclusione maturato nel tempo e radicato in una causa esterna: essere il figlio adottivo e incompreso dell'anaffettivo Odino. Dopo essersi addirittura immolato in *Avengers Infinity War*, l'ex cattivo, ormai promosso a quasi buono, tornerà nel 2021 da completo protagonista in una serie su Disney+.

A proposito di Disney: anche in casa Topolino le mele avvelenate non sono più quelle di una volta. Messe da parte generazioni intere di streghe malvagie (Biancaneve), matrigne autoritarie (*La bella addormentata*), egoisti senza appello (Edgard de *Gli Aristogatti*, Crudelia de *La carica dei 101*), Disney porta al cinema dal 17 ottobre la rancorosa strega Malefica, fornendole un alibi perfetto per qualsiasi nefandezza futura: sfruttata, imbrogliata e tradita dall'amante, se Malefica non avesse avuto la sfortuna di innamorarsi della persona sbagliata oggi sarebbe una fatina buona che raccoglie lamponi insieme ai folletti.

«Non mi piacciono i cattivi come Jafar di Aladdin - ha spiegato Linda Woolverton, sceneggiatrice di *Maleficent: Signora del male* - uno che si rigira i baffi con fare minaccioso e non ha alcun apparente motivo per essere così crudele. Preferisco cattivi che abbiano un motivo per comportarsi così». L'idea, insomma, è che tutti nella vita possano scegliere se essere eroi o antagonisti. E se la sfortuna ci si mette di mezzo, non è colpa di nessuno se si capita sul piatto sbagliato della bilancia: se i genitori di Magneto non fossero

stati torturati dai nazisti, cosa avrebbero fatto gli *X-Men*?

### L'ANALISI

Finisce dunque momentaneamente nel cassetto il lavoro dell'antropologo Vladimir Propp, che nel 1928, in un testo che sarebbe diventato il principale riferimento per qualsiasi narratore (*La morfologia della fiaba*), individuava nel cattivo, o antagonista, uno dei sette archetipi fondamentali delle fiabe. «Il cattivo - scriveva Propp - è colui che lotta contro l'eroe, ed è la causa del danno. Punto. Nessun bisogno di dare una giustificazione al male, nessun bisogno di specificare chi sia il bene: «Il buono - dice sempre Propp - è colui che lotta contro il cattivo, sposerà la principessa e trionferà». Ma se non c'è buono senza cattivo, cosa succede in un mondo in cui i cattivi sono così sfumati da non rendersi nemmeno conto di generarlo, il danno? Come minimo, ai buoni si confondono le idee. E così negli ultimi anni agenti segreti come Jason Bourne e James Bond sono diventati sempre più tormentati, meno perfetti e cupi, il Superman di Zack Snyder ha commesso un omicidio, e tutti gli altri supereroi, in *Captain America: Civil War* della Marvel, non fanno che perdere tempo a litigare fra loro e pugnalarsi alle spalle. E questo senza contare ciò che avviene nelle serie tv, in cui i supereroi addirittura si drogano e commettono incesto (*The Umbrella Academy*, Netflix) o abusano mostruosamente dei propri poteri (*The Boys*, Amazon).

### RIMOZIONE

Il cinema e la televisione - o se si preferisce: la fiaba moderna - ci presentano oggi un mondo moralmente sfumato, privo di assoluti, in cui il male è così accettato da essere, letteralmente, rimosso. Per trovare un cattivo autenticamente cattivo non resta che rivolgersi a creature senza anima (gli zombie) o bestie fantastiche (*Predator*). E se il male deve proprio avere un volto umano, che sia quello di un serial killer (*Mindhunter*), di

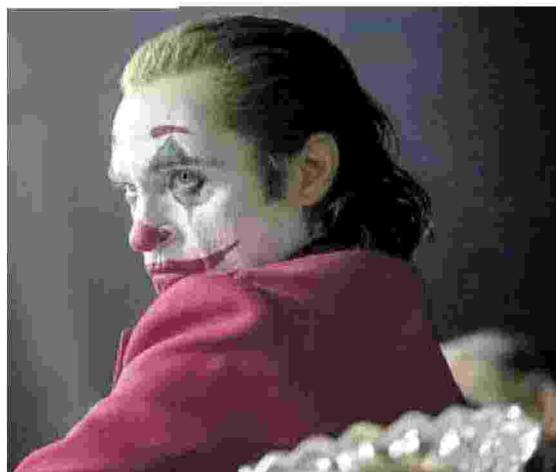
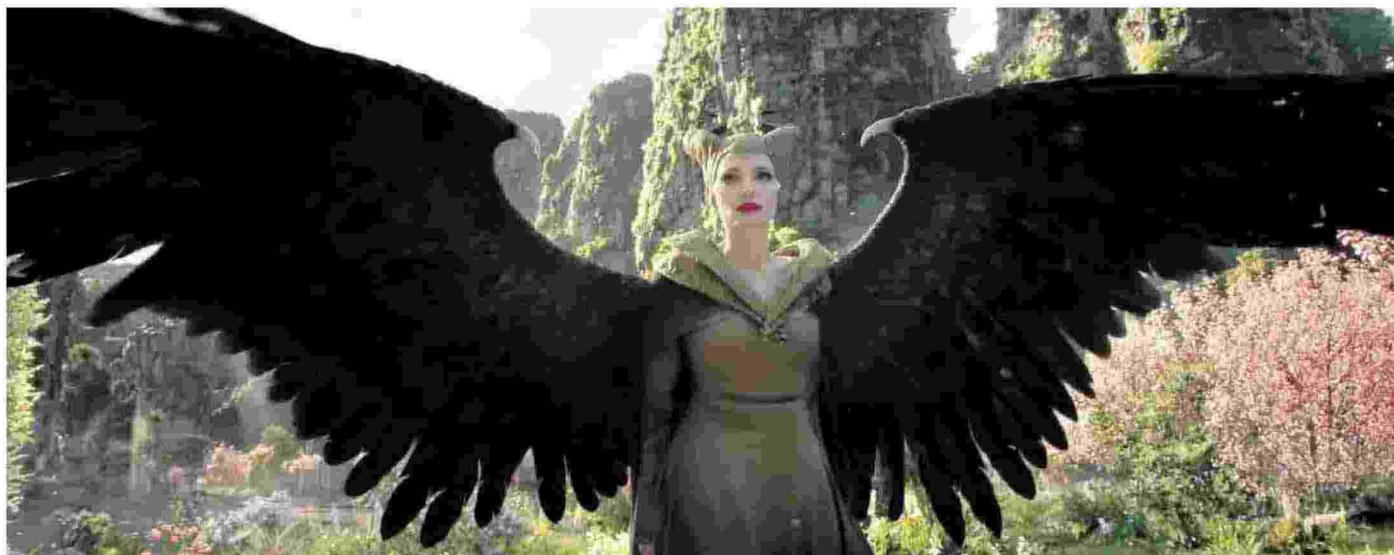
uno psicopatico (*Charles Manson*) o di un nazista (*Bastardi senza gloria*) - qualcuno fisicamente, storicamente, ontologicamente diverso da "noi".

Se nel 1993 il filosofo Karl Popper accusava provocatoriamente la televisione di essere capace di normalizzare, attraverso show e telefilm, il crimine e la violenza, chissà che oggi la scomparsa dal racconto del male assoluto non passi attraverso un'altra "cattiva maestra": la re-

te e i suoi social network, modelli di comunicazione in cui chiunque, dietro a un nickname, può nascondere il proprio lato oscuro. Né buono né cattivo, né lupo né agnello, il modello dell'antagonista moderno allora diventa il troll - il mostro che abita i nostri schermi ricordandoci, ogni giorno, la banalità del male.

**Ilaria Ravarino**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**FINISCE IN SOFFITTA  
IL MANICHEISMO DELLE  
FAVOLE STUDIATE  
DA PROPP E SI SCOPRE  
CHE PERFINO SUPERMAN  
COMMETTE OMICIDI**

In alto, Angelina Jolie (Malefica), che domani sarà a Roma con Michelle Pfeiffer per presentare "Maleficent - Signora del male" e, sopra, Joaquin Phoenix (Joker)





**Cinema**  
**Guido Lombardi:**  
**«Ecco il mio film**  
**on the road**  
**con Scamarcio»**

Satta a pag. 21

Parla il regista napoletano, classe 1975, nella selezione ufficiale della 14esima Festa di Roma con il film "Il ladro di giorni" «È la storia di un padre e un figlio pre-adolescente on the road dal Trentino alla Puglia». Protagonista Riccardo Scamarcio

# Lombardi: «Il futuro si costruisce in viaggio»

**L'INTERVISTA**

**U**n padre e un figlio pre-adolescente on the road dal Trentino alle Puglie. Si sono frequentati poco e imparano a conoscersi durante il viaggio. L'adulto, dopo sette anni di prigione, è appena tornato in libertà. Nel tempo che trascorrono insieme attraverso l'Italia, tra incontri e ricordi, rivelazioni e speranze, fanno i conti con il passato e provano a immaginare il futuro... È questa, in sintesi, la trama di *Il ladro di giorni*, il film diretto da Guido Lombardi, interpretato da un sorprendente Riccardo Scamarcio e atteso alla 14esima Festa di Roma (17-27 ottobre). Insieme con *Tornare* di Cristina Comencini, scelto per la chiusura, è l'unico titolo italiano della selezione ufficiale. E, ispirato all'omonimo romanzo dello stesso regista (Feltrinelli), è destinato a lasciare il segno. Napoletano, classe 1975, sceneggiatore, scrittore e già collaboratore di Abel Ferrara e Paolo Sorrentino, Lombardi appartiene alla new wave partenopea che sta regalando tanta vitalità al cinema italiano. La sua

opera prima *Là-bas - Educazione criminale* nel 2011 è stata premiata in tutto il mondo (anche con il Leone del Futuro a Venezia). Con il secondo film, *Take Five*, sei anni fa il regista partecipò alla Festa di Roma. E sul set de *Il ladro di giorni*, prodotto da Indigo, Bronx Film e RaiCinema (distribuirà Vision), ha ritrovato il suo produttore storico Gaetano Di Vaio, figura emblematica del nuovo cinema napoletano.

**Com'è nata l'idea del libro e poi del film?**

«È scaturita dal mio desiderio di raccontare il rapporto padre-figlio. È poco esplorato sia dalla letteratura sia dal cinema, mentre della relazione simbiotica di un essere umano con la madre si è detto tutto o quasi».

**E perché riteneva importante "correggere" lo squilibrio?**

«Perché il padre ti insegna a stare al mondo con affetto e durezza. E il rapporto di un figlio con lui è sempre un viaggio denso di scoperte. Ricordo lo stupore che mi colse quando, da bambino, andai a trovare in ufficio papà, un giudice, e mi resi conto che aveva una vita al di fuori della famiglia... ma il film è tutt'altro che un trattato psicoanaliti-

co, è una storia avventurosa ricca di sentimenti».

**È stato difficile girarlo, nell'Italia delle mille commedie?**

«Ci ho messo dodici anni! Il soggetto vinse il premio Solinas nel 2007. Da allora ho scritto due libri e diretto altrettanti film. E tutto sommato sono contento di non aver realizzato *Il ladro di giorni* subito, forse non avrei avuto la maturità necessaria».

**Cosa ha aggiunto la presenza di Riccardo Scamarcio?**

«Un'intensità fuori dell'ordinario e qualche intuizione geniale. Riccardo ha sentito immediatamente la storia come sua regalando al suo complesso personaggio scanzonatezza e cupezza feroce accanto ad Augusto Zazzaro, un undicenne esordiente che dopo decine di provini ho scovato a 100 metri da casa mia, a Napoli».

**In Italia c'è spazio per film che, come il suo, non aspirano a far ridere?**

«Senza dubbio. Il pubblico apprezza le storie universali, che potrebbero essere ambientate in qualunque parte del mondo. L'importante è far sapere che esistono».

**Che cosa rende il cinema "ma-**

**de in Napoli” tanto creativo?**

«Forse la facilità di stabilire dei rapporti umani che a Napoli è fortissima, altrove molto meno».

**E secondo lei la sua città viene bene rappresentata dal cinema e dalla tv?**

«Soltanto quando film e serie non inciampino in due stereotipi opposti: la spettacolarizzazione della criminalità o la commedia eccessiva».

**Con Là-bas lei è stato il primo**

**a portare l’immigrazione sullo schermo.**

«Ho raccontato la tragedia dei profughi dal di dentro, per questo sono stato premiato perfino in Corea. Take Five è andato meno bene, forse era troppo anticonvenzionale».

**Che effetto le fa tornare alla Festa di Roma?**

«Sono felicissimo, con Antonio Monda il festival è cresciuto molto e l’assenza di premi giovani al cinema: le classifiche produ-

cono giudizi superficiali. Sono contento anche di un’altra cosa».

**Quale?**

«Di aver lavorato circondato dalle donne: la direttrice della fotografia Daria D’Antonio, la scenografa Eugenia Fernanda Di Napoli, la costumista Nicoletta Taranta. Le avevamo ribattezzate “la troupe #MeToo”. Formidabile».

**Gloria Satta**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Riccardo Scamarcio, 39 anni, con l’esordiente Augusto Zazzaro, 11, in una scena del film “Il ladro di giorni”**



**Guido Lombardi, 44 anni**



**HO IMPIEGATO 12 ANNI PER GIRARE QUESTO LAVORO. MEGLIO COSÌ, FORSE PRIMA NON AVREI AVUTO LA GIUSTA MATURITÀ**



SPAZIO APOLLO 11

## Slow Film Fest L'archeologia industriale e i documentari "sociali"



### LA RASSEGNA

Prende il via oggi lo Slow Film Fest, una kermesse itinerante che anche quest'anno prenderà avvio nella Capitale. Oggi, il festival propone una passeggiata alla scoperta della Capitale, a cura di Irene Ranaldi per "Ottavo Colle Associazione Culturale". Titolo dell'iniziativa: *Sulle tracce dell'archeologia industriale tra Testaccio e Ostiense* (foto). Un viaggio nel primo quartiere operaio di Roma, leggendo passi di Pasolini, cercando riferimenti cinematografici (dal neorealismo italiano a Ferzan Ozpetek). Dopo il successo delle prime quattro edizioni, lo Slow Film Fest continua ad essere un festival itinerante ed esperienziale, "slow" come il concetto alla base dell'iniziativa. Il 7 e 8 ottobre appuntamento nel cuore dell'Esquilino, nello Spazio Apollo 11 (Via Nino Bixio, 80A), con un programma attento

ai nuovi linguaggi e alla produzione cinematografica indipendente. Al centro della manifestazione, organizzata da Maria Luisa Celani e Susanna Stivali per l'Associazione Culturale Muovileidee e diretta da Maria Luisa Celani (con la collaborazione alla programmazione di Florencia Santucho, Ilaria Iovine e Cristina Borsatti), le immagini e i temi, ma anche passeggiate tra storia e cultura, escursioni, degustazioni, incontri e matinée con le scuole. Le proiezioni inizieranno domani con i documentari *Unfractured* della canadese Chenda Chavannes e *Terre di cannabis* di Gianluca Marcon. Martedì 8 ottobre sarà la giornata del pluripremiato documentario *Youth Unstoppable* e *Veleno*, opera prima della napoletana Rosaria Della Ragione. Chiude il cerchio *Overseas* di Irene Felici.

► Spazio Apollo 11, via Nino Bixio 80A.  
Da oggi a martedì

R. S

© RIPRODUZIONE RISERVATA.



**Festival internazionale** Folla di fan per Simone Albrigi: «Nasco con i social, ma la carta è sempre importante»

## Fumetto, cartoon, cinema Romics chiude alla grande con le battute di Sio

di **Antonietta Vergano**

**G**iorno conclusivo di Romics il Festival Internazionale del Fumetto, Animazione, Cinema e Games, che si chiude alla Fiera di Roma. La manifestazione è organizzata da Fiera di Roma e ISI.Urb, in collaborazione con Regione Lazio, Camera di Commercio Roma, Union Camere Lazio.

Tanti i disegnatori protagonisti della manifestazione e se gli adulti cercano firme, e soprattutto disegni, dei grandi maestri presenti come il Romics d'Oro Altan, Cavazzano, Eleuteri Serpieri, «Fantomius» Gervasio e «Zagor» Venturi (Chanbara per Bonelli l'ultimo lavoro appena uscito in libreria), a conquistare il cuore di tanti adolescenti è sicuramente il veronese Simone Albrigi, per tutti Sio.

Questo pomeriggio rappresenterà l'ultima occasione per avere una sua dedica su «Evviva che bello!» (Shockdom editore) la raccolta del 2019, un disegno e, soprattutto, scattare un selfie che più buffo non si può. «Cerco di dare più tempo possibile ai ragazzi che vengono a trovarmi durante le fiere del fumet-



**Personaggi**  
Il veronese Simone Albrigi, per tutti Sio, questo pomeriggio incontra i giovani fan con il suo ultimo «Evviva che bello!» (Shockdom editore)

to - afferma il disegnatore veneto - e mi diverto un sacco, perché sono tutti mega simpatici. Leggono quello che disegno e vuol dire che siamo simili e ci divertiamo nella stessa maniera».

Ma come nasce Sio? «Mio papà e mia mamma si volevano molto bene così poi... e a un certo punto da piccolo ho iniziato a leggere Topolino e mi sono detto: anche io da grande voglio disegnare e

ho fatto un sacco di fumetti che per un bel po' non ha letto nessuno. Poi ho messo le strisce su youtube e sono arrivati in tanti a leggerli. Adesso sono quasi due milioni quelli che mi seguono. Di-



segno da tempo anche strisce giornaliere su Instagram e Facebook. Nasco sicuramente dai social, ma cerco di essere presente dove c'è un nuovo spazio per condividere storie divertenti. La carta ovviamente è molto importante, perché serve un tempo di attenzione diversa rispetto a internet. Chi si siede con un libro o con un magazine da leggere ha sicuramente un'attenzione più lunga e quindi posso scrivere di più».

Il momento in cui hai capito che questo potesse essere il tuo lavoro? «Quando ho iniziato a pagarci le bollette! Ho sempre voluto fare questo. Volevo solo pagarci le bollette, ora posso farci di più e posso sperimentare e fare cose diverse. Per questo sono molto grato a chi legge i miei fumetti. Ho fatto per esempio il libro «Storie migranti», uscito a maggio

per Feltrinelli, realizzato insieme al mio amico fotografo Nicola Bernardi, in cui ho raccontato storie di migranti di un centro di accoglienza in Liguria. Cerco di non limitarmi, ma questo può diventare un problema, perché cerco di fare tutto. Devo darmi una calmata...».

E poi la vignetta per i lettori de Il Tempo, con il solito lampo di genialità. A fare festa nell'ultimo giorno di Romics, tradizionalmente il più affollato della kermesse, saranno anche i tanti adolescenti amanti degli youtuber. Al Padiglione 6 sono infatti in arrivo i Mates (St3pNy, Vegas, SurrealPower e Anima) il gruppo di youtuber più seguito in Italia. Infine in programma le selezioni finali del contest di Cosplay per conquistare il pass per il campionato del mondo.

© FOTOGRAFIA DI ANTONIETTA VERGANO



**Nel Reatino** Il regista Leonardo Celi a caccia di scorci mozzafiato dove fu girato «Forza 10 da Navarone»

## Voglia di cinema sulle sponde del Turano

di Sergio De Benedetti

Nel 1978 apparve sugli schermi il film di Guy Hamilton "Forza 10 da Navarone", tratto dal romanzo di Alistair MacLean ed interpretato da Robert Shaw, Edward Fox, Harrison Ford, Barbara Bach e Franco Nero. In una scena della pellicola si vedono dall'alto alcuni carri armati in posizione che in realtà sono sul percorso di una diga sottostante, del tutto simile a quella che da molti anni vedo da casa mia in campagna: l'impianto idroelettrico sul fiume Turano in Sabina costruito tra gli anni 1937/1938, similmente a quello sul fiume Salto realizzato due anni dopo.

Da sempre ho pensato che l'intero paesaggio di questo bellissimo territorio potesse prestarsi a riprese cinematografiche ed ora grazie alla risonanza di un evento museale sul posto realizzati recentemente, qualcuno ha iniziato ad interessarsi al luogo. Preso appuntamento, nell'abitato quella mattina eravamo quasi tutti presenti e la splendida giornata di sole invitava all'ottimismo, puntualmente concretizzatosi. Mancavano soltanto Paolo e Pietro per ragioni familiari e Stefano, il nostro Vice sindaco, per motivi istituzionali. In più avevamo però Pietro Anibaldi da Longone Sabino, settantenne in splendida forma, gran-

de esperto di asparagi, tartufi, funghi e non solo, pronto alla bisogna ad offrire la sua esperienza di appassionato agricoltore/boscaiolo a tutto tondo. La troupe cinematografica aveva fissato l'incontro per conoscere in dettaglio il Museo Diffuso del nostro Borgo, disseminato lungo le stradine pulite e piene di fiori fino alla sommità, dove un piccolo Museo stabile chiude il percorso. Attrezzi agricoli d'epoca, momenti di vita quotidiana e mestieri artigianali rappresentano la semplicità ma anche l'intensità di questo itinerario, voluto fortissimamente da Stefano ed aiutato manualmente da Angelo, prezioso nella sua riservatezza, Felicetto, Luigino, Mario e Renzo, solo per citare i più assidui, "corroborati" dal ristoratore Gianni e "raccontati" dal sottoscritto.

Professionale ma istintivamente portato alla cordialità, poco dopo noi tutti abbiamo conosciuto Leonardo Celi, cinquantenne regista di importanti documentari, notissimo nell'ambiente cinematografico e, non bastasse, figlio di Adolfo, attore di fama internazionale nella seconda parte del secolo scorso per aver interpretato oltre 100 film tra i quali "007 Operazione Thunderball" di Terence Young con Sean Connery, Claudine Ager e Luciana Paluzzi e "Amici Miei" di Mario Monicelli con Ugo Tognazzi, Gastone Moschin, Philippe Noiret e Duilio Del



Storia Posticcioia, frazione di Rocca Sinibalda: il ponte romano. In alto: Leonardo Celi

Prete. Aiutato dal validissimo collaboratore Edoardo Spallazzi, Leonardo ha mostrato per tutta la giornata un vivissimo interesse all'iniziativa fino a scaldare i nostri cuori. Nulla è stato lasciato al caso ed ogni "tappa" del viaggio museale è stata ripresa in modo da consentire la più ampia scelta di materiale destinato al servizio conclusivo.

Dopo una riuscita pausa "agreste" di ricerca con Pietro, tutti ci siamo ritrovati da Gianni per una breve sosta ristoratrice mentre il pomeriggio è stato dedicato al territo-

rio intorno al Ponte Romano dell'XI secolo, parte integrante del Cammino di San Benedetto da Norcia a Cassino, che attraversa il fiume Turano e che per secoli ha costituito il confine tra il Regno di Napoli e lo Stato Pontificio. Il Fiume nasce in Abruzzo sui Monti Carseolani, forma il bacino dell'omonimo Lago e riprende il suo cammino fino a confluire nel Velino, storico corso d'acqua che crea la celebre Cascata delle Marmore nel contado umbro precipitando nel fiume Nera. Intorno al Ponte, Leonardo ha potuto



verificare lo scorrere della vita di tutti i giorni dei secoli trascorsi, cadenzati dalla presenza di un mulino a ruota (che dovrà essere ristrutturato) alimentato dal Fiume attraverso una ardita costruzione che faceva "dirupare" l'acqua in modo da renderla più vigorosa al passaggio sulle pale. Inutile dire che il buon Edoardo ha svolto, su indicazione di Leonardo, una serie interessante di riprese sempre destinate alla realizzazione del tracciato televisivo che ne scaturirà.

Così, con il tempo che è letteralmente volato, nel tardo pomeriggio un commiato di abbracci e baci tra amici che si sono conosciuti e che, certamente, torneranno ad incontrarsi, ha chiuso la splendida giornata. Siamo nel Lazio, in provincia di Rieti, nel comune di Rocca Sinibalda, in frazione "Posticcioia", confluente di due piccoli Borghi, Posta e Roccucchioia, che diversi secoli fa si sono riuniti forse per socialità, forse per paura, forse per fame o, chissà, per tutte e tre le ragioni. Grazie Maestro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'intervista

# Gabriella Pession

## “Torno alla fiction ma penso a Troisi”

di Ernesto Assante

**ROMA** – Nel 1997, con *Fuochi d'artificio* di Pieraccioni, Gabriella Pession iniziava la sua carriera di attrice. Ventidue anni e molti successi dopo, il bilancio è positivo: «Sono madre, ho 41 anni e non tornerei indietro, è un momento della mia vita molto bello, scelgo progetti che mi aiutano nella crescita personale, professionale e intellettuale». Nelle prossime settimane inizierà a girare con l'attore irlandese John Lynch un film ispirato alla storia d'amore tra Massimo Troisi e Anna Pavignano. A dicembre sarà in teatro con *After Miss Julie*, riscrittura de *La signorina Julie* di Strindberg a opera del drammaturgo Patrick Marber, lavoro che Pession coproduce avendo acquistato i diritti dell'opera. Ma soprattutto torna alla serialità tv da protagonista con *Oltre la soglia*, prossimamente su Canale 5, in cui veste i panni di Tosca, psichiatra infantile alle prese con adolescenti affetti da disturbi psichici. «È un progetto partito più di un anno fa e che ho voluto con tutte le forze», spiega, «mi piaceva l'idea di portare sul piccolo schermo un'antieroina, una dottoressa schizofrenica, complessa ma positiva. Tocchiamo l'argomento della malattia mentale in un ambito particolare, quello degli adolescenti, e lei è una donna imperfetta, scomoda ma dotata di grande intuito e em-

patia».

**Un ruolo all'opposto della sua immagine pubblica: madre, attrice, bella, elegante, sempre perfetta...**

«Detesto la perfezione, la mia missione come madre è dire a mio figlio che uno va bene anche se non è “il più” in tutto. Oggi, con i social, sembra che tutti debbano essere intelligenti, abitare in posti fichi, avere abiti fichi. Questo ti fa sentire sempre inadeguato, un messaggio terrificante. Le eroine romantiche e caramellose le ho fatte in gioventù, mi sono annoiata e non mi interessa farlo ancora».

**Cosa è cambiato?**

«Sono stata ferma diciassette mesi, sono diventata mamma e, tornata, mi proponevano cose che non mi piacevano più. Voglio lavorare a progetti che diano soddisfazioni, non necessariamente successo».

**Ad esempio?**

«Vorrei fare un film, da un'idea mia, sul rapporto padre-figlia. Il rapporto con mio padre era particolare, difficile anche se tenero e intimo, mi piacerebbe raccontare una storia del genere».

**È faticoso fare scelte come queste e mettere insieme maternità e lavoro.**

«Con il bambino di cinque anni sono stata come una chiocciola, la mia famiglia si è mossa con il mio

guscio. Cambierà con le scuole elementari, non ho intenzione di lavorare lontana da lui».

**Con “Da domani mi alzo tardi” sarà protagonista di un film ispirato alla storia d'amore tra Anna Pavignano e Troisi.**

«Il film è diretto da Stefano Veneruso, nipote di Massimo, ha

lavorato in tutti i suoi film, gli è stato vicino fino alla fine. Mi ha cercato, mi è piaciuta l'idea, tratta dal romanzo di Pavignano, la sua musa, cosceneggiatrice di tutti i suoi film. Parla di occasioni perdute, della tenerezza che rimane al di là degli anni, è la loro storia d'amore ma è un romanzo universale, prescinde dalla biografia. Per il ruolo di Troisi ho pensato a John Lynch, un attore irlandese che ho conosciuto sul set della serie *Crossing Lines*».

**Perché lui?**

«Credo abbia la pasta d'animo giusta, la malinconia, la fragilità mescolata a simpatia e charme».

**Portare Troisi sul grande schermo è un compito non facile.**

«Io ho molta paura e anche John. Non cercherà di scimmiettare ma

di coglierne la tenerezza nel rapporto con Anna. Gireremo a San Giorgio a Cremano, abbiamo anche due inediti di Pino Daniele nella colonna sonora, grazie a suo figlio».

**Dal 29 novembre su Sky Arte andrà in onda "Io e Lei", docufiction su Tamara De Lempicka.**

«Mio padre dipingeva, io amo dipingere, non ho mai perso il

sogno di iscrivermi all'Accademia di Brera. Raccontiamo lei, ma racconto anche un po' di me».

**Cosa vuole fare da grande?**

«Più passano gli anni più divento birichina e scorretta, vorrei

continuare a vivere senza dover diventare grande, senza etichette. Essere una narratrice, con tanti mezzi diversi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Novità e successi



### ▲ "Io e Lei"

Dal 29 novembre su Sky Arte il doc su Tamara de Lempicka



### ▲ La porta rossa

Grandi ascolti per le due stagioni della serie di Rai 2



▲ La serie Gabriella Pession, 41 anni, in *Oltre la soglia*, nuova serie di Canale 5



*Gli incassi*

# Da It al Re Leone il cinema vola con i ragazzini

La stagione è iniziata con i record al botteghino  
I giovani dei "film da divano" scelgono la sala

di Paolo Di Paolo

**ROMA** – Miracolo, c'è fila all'ingresso del cinema di quartiere. Il colpo d'occhio, di per sé, è curioso. Ma soprattutto c'è un dettaglio non da poco: fra chi preme per entrare allo spettacolo del pomeriggio, gli under 25 sono insolitamente numerosi. Effetto *Joker*? Un milione di euro d'incasso nel solo giorno di uscita per il film con Joaquin Phoenix. Effetto Tarantino? *C'era una volta a... Hollywood* è a un passo dai 10 milioni. Domando a tre quindicenni, che se la ridono e fumano, per quale film sono lì. «Tarantino» rispondono, come a dire: ovvio! Poi mi chiedono se so quanto costa il biglietto. Segno che non si tratta di habitués? I puntualissimi fan di *Joker* e i «Tarantino kids» a che strana specie di cinefili appartengono? La domanda è interessante.

La nuova stagione, aperta in anticipo da *Fast&Furious* e dal trionfale *Re Leone*, ormai vicino ai 40 milioni d'incasso, ha – con una sequenza di titoli quasi magica, provvidenziale – richiamato nelle sale la platea dei giovanissimi, quella più difficile: bambini, teenager e fratelli maggiori. *Chiara Ferragni Unposted*, il docufilm presentato a Venezia (160 mila biglietti staccati nei tre giorni di programmazione speciale), il duo Pitt/DiCaprio, il sequel di *It* o il nostrano *Mio fratello rincorre i dinosauri* sembrano aver svegliato i più recalcitranti al grande schermo. Difficile trovare un nesso fra le diverse proposte, se non quello

della (insolitamente calorosa) ricezione generazionale. Da una parte il vecchio cartoon trasformato in dolente e iperrealistico filmone computerizzato. Il ritratto – con toni quasi apologetici e la confezione dell'evento unico – dell'influencer trentenne adorata (e detestata) dai giovanissimi; dall'altra, ecco, cosa? Il sorriso inquietante e le gesta criminali di un anti-eroe vietate solo ai minori di 14 anni. Poco fumetto, pochi effetti speciali, pochissimo Batman e tanta disperazione adulta. Grande al cinema, dicono i cacciatori di citazioni, e in effetti vale la stessa considerazione e lo stesso gioco social per l'ultimo film di un regista di culto che, improvvisamente e ironicamente nostalgico, lavora su atmosfere americane di mezzo secolo fa. I centosessanta minuti del racconto di Tarantino così come le due ore di Todd Phillips non hanno il ritmo di un videoclip o di una storia Instagram. E nemmeno vorticosi capitoli pulp stile *Kill Bill*. Prendiamo appunto Tarantino: si mette comodo, indugia sui set western e sulle luci al neon che si accendono al crepuscolo, sulla setta hippie di Charles Manson e sulle promesse che l'industria del cinema non mantiene, su una rigorosa attrice bambina che nelle pause legge una biografia di Walt Disney e sulla minigonna bianca della luminosa Margot Robbie/Sharon Tate. Mi sono voltato almeno ogni mezzora, per contare eventuali sbadigli – e intanto era bellissimo il chiarore dello scher-

mo sulla sala, incredibilmente sold out. I più giovani seguono, colgono, si annoiano? Quando appare l'artista marziale che interpreta Bruce Lee, il brusio fa dedurre che lo hanno messo a fuoco. Ai titoli di coda non scappano via, ma cercano indizi su Google per interpretare il finale.

Il vecchio Quentin è tutto fuorché teen-oriented. Phillips, per il suo *Joker*, si sbarazza degli schemi e dei ritmi da film sui superoi. Cos'è allora che funziona con gli spettatori abituati a Netflix, al cinema sul divano di casa? Che cos'è che improvvisamente li convoca in massa alla fruizione tradizionale? Difficile dirlo. La straordinaria bravura e notorietà degli attori? Anche, ma non basta. Devono aver captato qualcosa: un'alternativa, un'occasione di realtà diversamente aumentata. Non c'entra granché il feticismo del grande schermo o della visione condivisa: c'entra una speciale motivazione, il sentimento di una differenza. Tra film e film, intanto. Qualcosa in più, qualcosa che stacca su tutto il resto: una specie di scintilla, un segno, una promessa adrenalinica non convenzionale, una posta in gioco più alta. Come a dire: caro cineasta, lascio Netflix solo se mi dai un motivo davvero buono per non aspettare, se mi fai sentire – come una vibrazione buona – che è imperdibile, che è speciale, che c'è un clic, una nota più alta, qualcosa che vale otto euro e, senza alcuna nostalgia, una fila fuori da un vecchio cinema.

## I fenomeni

### Horror, influencer e animali: ecco i milionari

DATI CINETEL (IN EURO) DALL'1/08 AL 4/10



# 37.185.970

**Il Re Leone**  
Il film live action targato Disney è in sala dall'8 agosto

# 9.967.982

**C'era una volta a... Hollywood**  
Il nuovo lavoro di Tarantino è arrivato al cinema il 18 settembre

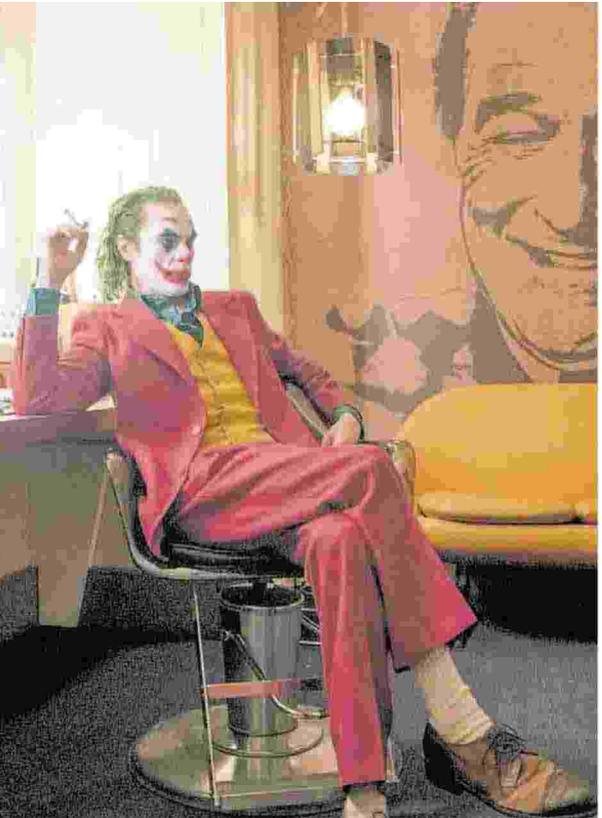


# 9.411.493

**It - Capitolo due**  
Dal 5 settembre nelle sale il sequel del cult da Stephen King

# 1.609.044

**Chiara Ferragni Unposted**  
Boom al botteghino in soli tre giorni, feriali, di programmazione



► **Il più cattivo**  
Joaquin Phoenix  
44 anni, in *Joker*  
Leone d'oro  
alla Mostra  
di Venezia  
Uscito giovedì 3  
ha già incassato  
2.299.404 euro



VISTI DA VICINO

## Dal nazismo all'America Lo sguardo di Polanski

ANTONIO MONDA

L'ho incontrato soltanto un paio di volte, ma poche persone hanno lasciato dentro di me un'impressione più forte e indelebile. Fa impressione quanto sembri giovane, per i suoi 86 anni, e non sono certamente le scarpe da ginnastica o i maglioni colorati. È l'energia fulminante, il sorriso a mezza bocca di chi ha già capito quello che stai per dire, e lo sguardo di chi ha visto l'inferno. -P. 23



Visti da vicino  
da Antonio Monda

## Roman Polanski —

# Dal nazismo al comunismo all'America lo sguardo di chi ha visto l'inferno

ANTONIO MONDA

L'ho incontrato soltanto un paio di volte, ma poche persone hanno lasciato dentro di me un'impressione più forte e indelebile. Fa impressione quanto sembri giovane, per i suoi 86 anni, e non sono certamente le scarpe da ginnastica o i maglioni colorati. È l'energia fulminante, il sorriso a mezza bocca di chi ha già capito quello che stai per dire, e lo sguardo di chi ha visto l'inferno. Ha modi estremamente garbati, sorridenti, ma quegli occhi diabolici da seduttore hanno qualcosa di drammatico, e svelano un'intelligenza profonda, imprevedibile e lontana da ogni conformismo.

È stato lui a chiedermi di chiamarlo Roman, sin dal primo appuntamento al bar L'Avenue su Avenue Montaigne. È di casa, lì, quasi un secondo ufficio, e dal momento in cui è arrivato è stato un susseguirsi di saluti, omaggi, battute. [/CAP1-6SOUL] *Bienvenue, Roman. Comment ça va, Ro-*

*man? Esque-tu veux boire quelque chose, Roman?* Lo chiamavano tutti per nome, e lui rispondeva con gentilezza, non so se felice o semplicemente abituato: a Parigi ha trovato una ennesima patria, ma l'ultima fuga è stata dalla giustizia americana.

Di statura è molto piccolo ed è sempre in movimento, ma nel sorriso scorgi un'assenza, un vuoto senza fondo: è lì che si cela il dolore straziante e incolmabile. Ha avuto una vita tragica sin da quando è nato con il nome di Rajmund Thierry, e la sua esistenza è stata dominata da una violenza assurda ed efferrata. Si è macchiato a sua volta di un atto imperdonabile, mentre continuava a mostrare al mondo un talento straordinario e tra i più originali della settima arte.

Lo avevo incontrato per invitarlo a una serata in suo onore alla Festa del Cinema e lui mi chiese, in perfetto italiano, «Ne sei proprio sicuro?». Gli dissi di sì, con entusiasmo, «Il mio lavoro è celebrare l'arte, sulle questioni private spetta

ad altri esprimere giudizi», e lui scosse la testa, come se una verità così ovvia fosse oggi impronunciabile. «Non credo mi sia possibile», mi disse, «ma sono felice che tu me l'abbia chiesto».

A quel punto cominciammo a parlare di cinema, e iniziai a tormentarlo su *Chinatown*, uno dei miei film preferiti. Quando gli chiesi della duplice matrice giudaica e cristiana del nome del Noah Cross mi ha risposto solo con il sorriso a mezza bocca, ricordandomi che la sceneggiatura è di Robert Towne. Salvo poi aggiungere che ci aveva lavorato anche lui per disposizione del produttore Robert Evans, il quale a una prima lettura aveva detto: «Mi rendo conto che è un grande film, ma non ci ho capito niente». E Roman si mise a lavorare insieme a Towne su quel copione magnifico e misterioso, che metteva insieme storie di omicidi, incesti e tradimenti con lo sviluppo urbanistico di Los Angeles a scapito di agricoltori ridotti in miseria per la privazione dell'acqua.

Mi disse che aveva acconcia-

to Faye Dunaway come la madre, «una donna elegante», ed ebbi l'impressione che Roman si identificasse in tutti i personaggi, anche quelli negativi. Gli citai la scena in cui il carismatico e mostruoso Noah Cross dice: «Certo che sono rispettabile. Sono vecchio. I politici, gli edifici pubblici e le puttane diventano rispettabili se durano abbastanza a lungo». Ancora una volta replicò con un sorriso senza risposta, ma la battuta nasceva dritta dal suo cuore. Per non parlare di «Lascia stare Jack, è *Chinatown*»: non si parla soltanto di un quartiere, ma di una condizione esistenziale di disordine e corruzione. Conosce il cinema come pochi, Roman, e ama i classici, a cominciare da *8 e 1/2* e *Quarto potere*. È severissimo invece sui registi della Nouvelle Vague, «mi sembrano ragazzini che giocano a fare i rivoluzionari. Sono passato anch'io in quella fase, ma vengo da un Paese dove quelle cose sono successe veramente».

Mi chiesi cosa potesse significare vivere con tutto quell'orrore che aveva visto con i propri occhi, e cosa gli dicesse la

sua coscienza ripensando a quello che aveva fatto. Sono molti anni che Samantha Gaileylo ha perdonato: aveva tredici anni quando lui l'ha sodomizzata dopo averla fatta drogare, e quell'atto rimane agghiacciante, anche al netto dell'esuberanza sessuale di quel periodo e delle responsabilità della madre di Samantha, che aveva spinto la ragazzina, aspirante attrice, tra le sue braccia.

Mi chiedi anche cosa avesse significato aver vissuto sotto il comunismo che definisce «peggiore della peggior forma di capitalismo: solo chi l'ha vissuto può dirlo». E sotto il nazismo. Ha assistito da bambino alla liquidazione del ghetto di Cracovia, il cui primo atto fu l'uccisione, con un colpo di pistola nella schiena, di una donna anziana che non riusciva a reggere il passo ordinato dai soldati. La donna morì a pochi passi da Roman, e lui ancora ne ricorda con terrore il san-

gue che usciva a fiotti. Ha visto amici e parenti massacrati sotto i suoi occhi, e i genitori deportati ad Auschwitz, da dove la madre non è più tornata. Ed è stato utilizzato come bersaglio da alcuni cecchini tedeschi: ancora oggi non sa come sia sopravvissuto. Ma forse non esiste niente di più tragico dell'omicidio, molti anni dopo, della moglie Sharon Tate, martoriata a coltellate al nono mese di gravidanza nel massacro di Bel Air.

L'orrore lo aveva seguito anche in America, e niente lo aveva sconvolto come la parola «Pig» scritta dalla famiglia Manson sulle pareti di casa con il sangue della moglie. L'orrore non finiva lì: seguì l'oltraggio di essere dipinto sulla stampa come un possibile responsabile del massacro, in virtù del fatto che aveva girato il sulfureo e magnifico *Rosemary's Baby*. Da allora non legge più nulla che lo riguardi. A rivedere i suoi film, si ca-

pisce come tenti di esorcizzare questi traumi: *Oliver Twist*, nel quale si identifica nel bambino che cerca di sopravvivere alle avversità. O *Il pianista*, pieno di elementi autobiografici. Lo splendido *Macbeth*, avvolto in una luce cupa e disperata, girato poco dopo la morte della moglie.

Non è meno evidente il racconto costante del male puro, come in *Rosemary's Baby* e *L'inquilino del terzo piano*. Persino in *Per favore, non mordermi sul collo* è il maligno a prevalere, eppure è un film giocoso, apparentemente spensierato. Recita con passione e divertimento, in quel film, ma nessuna interpretazione è stata struggente quanto Gregor Samsa dell'adattamento teatrale della *Metamorfosi* di Kafka. Roman riusciva a farti vedere l'uomo diventato scarafaggio, e l'assurdo spasmo di una condizione esistenziale dove si può solo soccombere,

sbagliare e soffrire.

Pochi cineasti gli hanno voluto bene come Gillo Pontecorvo, con il quale ebbe una fidanzata in comune. Quando dirigeva il Festival di Venezia volle onorarlo del Leone alla Carriera nel 1993, e tre anni più tardi lo chiamò come presidente della giuria: oggi sarebbe impensabile, eppure tutto ciò avvenne venti anni dopo lo stupro della minorenni, senza che poi sia successo nulla. Non potrei immaginare due persone maggiormente diverse, anche ideologicamente, ma l'affetto e la stima reciproca era autentica, ed erano accomunati dall'obbedire solamente a quello che Pontecorvo chiamava la dittatura della verità. Oggi, se parli di questo tema, Roman ti guarda con disincanto, rinunciando per una volta a quel sorriso: «Esistono i sogni e le illusioni», mi disse quella prima volta, «fantasmi, come quelli che ho raccontato». —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



## CARTA D'IDENTITÀ

### Nato

Nel '33 a Parigi, in una famiglia ebrea polacca, che nel '36, per sfuggire all'antisemitismo, si trasferì a Cracovia

### Vita privata

Prima di sposare Emmanuelle Seigner ha avuto per mogli altre due attrici: Barbara Lass (1959-62) e Sharon Tate (1968-69)

### Film

Per favore, non mordermi sul collo, *Rosemary's Baby*, *Chinatown*, *Frantic*, *Il pianista*, *Oliver Twist*, *L'ufficiale e la spia*

**“Esistono i sogni e le illusioni: fantasmi, come quelli che ho raccontato”**

**La madre morta ad Auschwitz, lui utilizzato come bersaglio dai tedeschi**

**La moglie Sharon Tate massacrata a Bel Air, lo stupro della tredicenne di cui si è macchiato**

125121

ANSA

## Verdone: nel cinema più anima delle serie tv

«Ognuno se lo guarda come vuole, ma il cinema, con il suo racconto, ha ancora più anima delle serie tv. Nelle serie girano quindici minuti al giorno e c'è molto lavoro di post-produzione. Molte serie sono scritte benissimo, ma il cinema d'autore è un'altra cosa». Così Carlo Verdone al Pistoia Film Festival che gli ha dedicato una retrospettiva.



# «Recito per soldi. E per cambiare il mondo»

Donald Sutherland, 84 anni e 200 film: il cinema è il bastone della mia vecchiaia



di ANDREA MARTINI

SAN SEBASTIAN

**IL PREZIOSO** bastone che, all'occorrenza, fa ruotare nell'aria è piuttosto un vezzo che un sostegno per i suoi 192 centimetri. A 84 anni e con quasi 200 film sulle spalle Donald Sutherland conserva l'elegante e pallido, un po' enigmatico, volto che ha lasciato il segno nella storia del cinema. Colui che fu l'ispettore Klute innamorato della squillo Jane Fonda e l'indimenticabile Casanova felliniano, non ha mai abbandonato il cinema. Oscar alla carriera nel 2018, recentemente lo abbiamo visto nei quattro kolossal *Hunger Games*, nell'avventura americana "on the road" di Paolo Virzì *Ella & John - The Leisure Seeker* al fianco di Helen Mirren (2017), e in questi giorni è sullo schermo come padre di Brad Pitt in *Ad Astra*. Nel suo ultimo film, *The Burnt Orange Heresy* un noir-arty a firma di un altro italiano, Giuseppe Capotondi, è un misterioso pittore deciso a non dipingere più. A San Sebastian è giunto per ricevere il premio alla carriera attribuitogli dal Festival basco.

**Attore da cinque decenni non ha la tentazione di smettere?**

«Continuo a fare l'attore perché mi piace. A questo punto della mia vita posso permettermi di fare quello che voglio. Il giorno in cui non mi chiameranno più, non lavorerò più. In più non ho molti soldi e ho molte bocche da sfamare e forse è questo il vero motivo per cui continuo a fare film».

**Come sceglie i ruoli da interpretare?**

«Scegliere i personaggi ha a che vedere con l'amore. Ti devi innamorare del ruolo leggendo il copione. In genere amo i personaggi che hanno più forza più determinazione di quanta non ne abbia io quotidianamente. Tutti i personaggi che ho interpretato mi hanno dato energia e libertà per vivere una vita che non avrei mai osato vivere essendo semplicemente me stesso.

Ed è la ragione per cui non parlo

mai del mio personaggio prima di averlo interpretato».

**È una risoluzione scaramantica?**

«Molto di più. Molti anni fa alcuni giornalisti sono venuti a trovarmi sul set il primo giorno e mi hanno chiesto del mio personaggio. Gli ho detto tutto: chi era, cosa stava facendo, la mia ispirazione, le mie motivazioni, i miei riferimenti. Tutto. Iniziate le riprese ho scoperto

che non potevo continuare a lavorare: il personaggio era sparito. L'avevo distrutto spogliandolo. Mi sono ripromesso di non farlo mai più».

**Quando e come è diventato attore?**

«Ho deciso di essere attore da adolescente quando in pratica non ero ancora mai stato a teatro. I miei mi hanno costretto a fare studi di ingegneria ma io non li ho finiti e ho cominciato a fare piccole parti in televisione. Aspettavo il teatro e invece è arrivato il cinema. I primi film furono horror di serie b, forse per la mia altezza, era l'epoca di Lee e di Price (uno dei primissimi fu l'italiano *Il castello dei morti vivi*, '64, ndr) poi la fortuna è arrivata con *Quella sporca dozzina* di Robert Aldrich, *M.A.S.H.* di Robert Altman e tutti gli altri»

**Fu uno degli attori della nuova Hollywood.**

«Sono canadese. Non so niente di Hollywood, non mi sento hollywoodiano: abito tra Canada, Mia-

mi e Francia. Sono pronto a innamorarmi dei luoghi che visito e altrettanto pronto a girarvi dei film. Ho fatto cinema ai quattro lati del mondo».

**Quali sono i registi con cui ha preferito lavorare?**

«Adoro tutti i registi con cui ho lavorato. Non posso sceglierne con uno perché sarebbe come tradire gli altri. I registi sono un po' come i figli. Ne ho cinque e se dicessi quale è il preferito gli altri quattro mi assalirebbero. Ma se davvero devo fare un'eccezione la faccio per Fellini. Lavorare con lui al *Casanova* è stata un'esperienza indimenticabile, ma soprattutto un'esperienza che mi ha arricchito. Lo dico oggi perché allora mi capitò di lamentarmi, forse ingiustamente».

**Nell'arco di poco più di un anno, intorno al 1976, ha contribuito all'affermazione del cinema italiano.**

«In effetti non ci avevo mai pensato ma *Casanova* e *Novecento* di Bertolucci sono due tra i più grandi film italiani».

**È conosciuto il suo impegno in ambito ecologico.**

«Ho figli e molti nipoti e il mondo che io rischio di lasciare loro in eredità non mi piace per niente». Qui l'ottantenne laconico e ironico di fa loquace e veemente: «Una cosa è parlare di un film che ho realizzato 30 anni fa e un'altra di Occupy Wall Street, il movimento sociopolitico che ho sostenuto pubblicamente in numerose occasioni. Dobbiamo renderci conto che le cose corrono veloci: in poco più di un anno sono scomparsi due milioni e mezzo di uccelli. Tutti devono sapere che i cinesi impollinano già manualmente perché non ci sono più abbastanza api... Ma davvero non avete notato che non ci sono più insetti sul parabrezza delle vostre auto?».

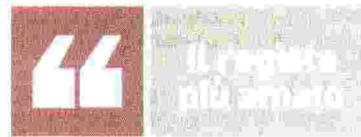
© RIPRODUZIONE RISERVATA

**I PERSONAGGI**

«Ogni interpretazione mi dona energia, libertà e il coraggio di vivere come non oseresti»

**L'IMPEGNO GREEN**

«Ho figli e nipoti, il pianeta che gli lasciamo non mi piace: in Cina non ci sono più api...»

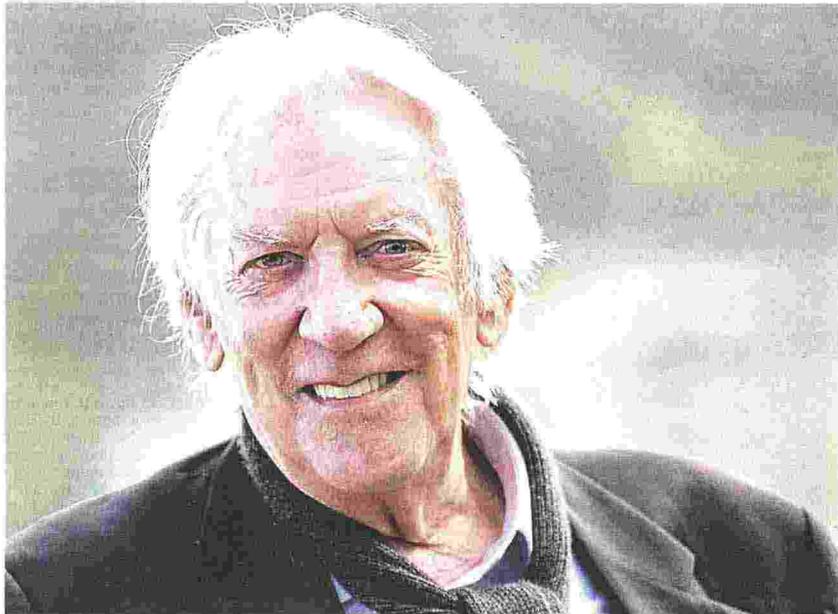


Li ho adorati tutti: ma lavorare con Fellini al *Casanova* mi dato tanto E gli devo le mie scuse



L'album

**Sutherland con Elliott Gould in "M.A.S.H." di Altman (1970), nel "Casanova" di Fellini ('76) e in "Ad Astra", ora nelle sale. Nato in Canada nel '35, si è sposato tre volte: la prima con Lois Hardwick ('59-'66), poi dal 1966 al 1970 con Shirley Douglas ('66-'70): due figli gemelli, Rachel e Kiefer, attore, e dal '72 è sposato con l'attrice Francine Racette, dalla quale ha avuto tre figli: Roeg, Rossif (attore) e Angus**



Donald Sutherland, 84 anni, premiato ora al Festival di San Sebastian: «Io icona di Hollywood? Sono canadese. Non so niente di Hollywood, non mi sento hollywoodiano: abito tra Canada, Miami e Francia»



Rimpianti con ironia

**«Vendetti a uno la prima Ferrari Lui ci guadagnò perché era mia»**

«Il peggior errore della mia carriera? È stato quando ho venduto la mia prima Ferrari. Mi era costata 80.000 dollari. L'ho vista e me ne sono innamorato. Più tardi ho dovuto venderla; stavo iniziando a farmi conoscere e avevo bisogno di soldi. L'ho venduta per un importo estremamente ragionevole. Ho appreso in seguito che l'acquirente l'aveva rivenduta per dieci volte il suo prezzo. Il bastardo ha pubblicato un annuncio che diceva: vendo la Ferrari di Donald Sutherland».

**«Mai fidarsi di John Landis»**

«Un altro mio errore imperdonabile? Aver mostrato il culo in "Animal House". John Landis mi aveva assicurato che era solo un test e che non sarebbe apparso sullo schermo. Invece, sorpresa: il giorno della prima, con mia moglie, in un teatro con duemila persone cosa vedo apparire su quello schermo gigantesco? Il mio sedere...».

## Rassegna

### La Festa del Cinema con Ardant e Travolta

La quattordicesima edizione della Festa del Cinema (17-27 ottobre) ha il baricentro all'Auditorium ma coinvolge ben 18 luoghi della città. Premi alla

carriera a Bill Murray e Viola Davis. Tra le novità annunciate ieri, l'incontro ravvicinato con John Travolta e quello con Fanny Ardant (foto). Confermati *The Irishman* di Martin Scorsese e *Motherless Brooklyn* in cui Edward Norton è regista e interprete. Attesa per *Downton Abbey*. Temi ricorrenti: razzismo,

migranti, cambiamenti climatici. Molta musica (il documentario *Pavarotti* di Ron Howard, quello su Bruce Springsteen o sui Negramaro che si esibiranno dal vivo). Per l'Italia, Cristina Comencini con *Tornare*. Film da 25 paesi, ben 19 le registe, budget di 3 milioni e 800 mila euro.



**GLI INVITATI** Non di ottimo umore il direttore artistico Monda, alle prese con le difficili convivenze e con le infelici battute su Jennifer Lopez. Ma il cartellone è buono e le star pure

# La Festa di Roma sorride, nonostante le spogliarelliste

» FEDERICO PONTIGGIA

**I**l budget è quello dell'anno scorso (3 milioni e 419 mila euro), o poco più: 3 milioni e 800 mila, tra finanziamenti pubblici e fondi privati. La ricetta anche: qualche anteprima mondiale, più di qualche film passato altrove ma assai atteso, gli incontri ravvicinati con star cinematografiche e - in altre edizioni - non. Il programma, vedremo, non è affatto male, ma se la presidente Laura Delli Colli è di buonumore, il direttore artistico Antonio Monda meno.

**PROBLEMA.** Roma è una Festa - "chi cerca un festival rimarrà deluso", *ipse dixit* - e come si conviene a una festa bisognerebbe sorridere. Non Monda: sul palco dell'Auditorium Parco della Musica è accigliato, e *dicunt* il motivo vada ricercato dietro le quinte. Sussurrie grida: la convivenza difficile con la sezione autonoma e parallela Alice nella Città, e non è una novità; le spese elevate per gli ospiti internazionali, e non è una novità; il correlato spauracchio delle dimissioni, e forse è una novità. Monda non riesce a fare buon viso, l'affabulatore affabula meno, il re è nudo, almeno di riflesso: "Jennifer

Lopez (*stripper* in *Hustlers*, ndr) non verrà, ma ci sono tante spogliarelliste". Un fallo di reazione, dopo aver decantato "le diciannove registe donne in cartellone", e la Delli Colli entra in campo: "Prendiamola come una battuta". Monda ne ha anche un'altra, dall'Amleto, "*More matter, with less art*", e questa è buona: la sostanza c'è.

Non nella certificazione dell'usato sicuro di Roma XIV - "Chi di voi è stato a Toronto? E a Londra? E a San Sebastian?" - né nel mantra "i talent qui non vengono a promuovere, ma a condividere", bensì nei numeri - 25 Paesi diversi, 37 prime mondiali, 3 internazionali - e nelle occorrenze: "Negli ultimi tre anni due film della Festa, *Moonlight* e *Green Book*, hanno vinto l'Oscar, prima lo facevano altri festival. Nessuno come noi: +6% di pubblico l'anno scorso, +30% negli ultimi quattro anni". Una Festa più che le torte la fanno gli invitati. Due verranno premiati alla carriera: Viola Davis, la prima attrice nera a mettersi in testa la *triple crown of acting* (Emmy, Tony, Oscar), e Bill Murray, "un grande attore che fa il comico", pronto a essere insignito il

19 ottobre dal sodale Wes Anderson. A incontrare il pubblico anche Fanny Ardant; Olivier Assayas, che discetterà di Nouvelle Vague; Bertrand Tavernier, che riabiterà il vituperato *cinéma de papa*; Ethan Coen; Benicio Del Toro; lo scrittore e sceneggiatore Bret Easton Ellis; Ron Howard, che porta il doc *Paavarotti*; il giapponese Kore-eda Hirokazu, protagonista di una retrospettiva; Edward Norton, che aprirà il 17 ottobre con la regia *Motherless Brooklyn*; John Travolta; la coppia cinese Jia Zhangke (regista) e Zhao Tao (attrice).

Per la Delli Colli la manifestazione ha "una doppia anima: il fascino e l'eleganza di Greta Garbo, scelta per il poster, e la curiosità della quattordicenne che è". Avrà a che fare, l'adolescente, con tanti cari estinti: Max Ophuls, nella seconda retrospettiva, e negli omaggi Piero Tosi; Carlo Vanzina, celebrato nel doc di Antonello Sarno; Pontecorvo, nel decennale della morte, con *Kapò*; Zeffirelli, con *Labisbetica domata*; Ugo & Andrea, nel doc di Rocco Mortelitti, ovvero Gregoretti e Camilleri.

Tra i restauri Fellini *Satyricon*, *Gruppo di famiglia in un interno* di Visconti, *Il mestiere delle armi* di Olmi, in mostra e

nel doc di Marco Spagnoli la famiglia Cecchi Gori, Monda non dissimula "l'orgoglio" per *The Irishman* di Martin Scorsese, "il film dell'anno" che passerà il 21 ottobre, presente il regista e, forse, Al Pacino dato "papabile per l'Oscar".

**LA MUSICA** si farà sentire: trattamento *rockumentary* per Bruce Springsteen (*Western Stars*) e Nick Drake, con *show case* di Manuel Agnelli, i Nirvana in concerto a Marino con *I wish I was like you*, e pure i nostrani Negramaro. Già, l'Italia? Il polso preso da Monda è buono, rivela "segni di rinascita", ma i battiti sono pochi: Cristina Comencini chiude la Selezione ufficiale con *Tornare, starring* Vittoria Mezzogiono; Alessandro Piva con *Santa subito* filma un caso di femminicidio; Guido Lombardi adatta *Il ladro di giorni*, protagonista Riccardo Scamarcio. Nella collaterale Riflessi anche *Bar Giuseppe* di Giulio Base e *Il terremoto di Vanja* di Vinicio Marchioni, l'internazionalità ha i titoli di *Downton Abbey*, *Judy* con Renée Zellweger (non ci sarà) nei panni della Garland, *Vrba* di Milcho Manchevski, *Il peccato* di Andrei Konchalovsky, *Nomad* di Werner Herzog su Bruce Chatwin.

@fpontiggial

© RIPRODUZIONE RISERVATA



*Il patron: Negli ultimi tre anni due film hanno poi vinto l'Oscar. Nessuno come noi: +6 per cento di pubblico nel 2018'*



**Red carpet**  
Tra le star attese Fanny Ardant, John Travolta e Martin Scorsese  
*LaPresse*



Condividi



ITALIANI E STRANIERI

La Festa di Roma, giunta alla 14esima edizione, apre i battenti dal 17 al 27 ottobre.

Tra i titoli della selezione ufficiale: "Hustlers", "Downton Abbey", "Judy" con Renée Zellweger, "Pavarotti" di Ron Howard, "Il ladro di giorni" di Guido Lombardi, il doc "Santa Subito" di Alessandro Piva e "Tornare" di Cristina Comencini



SPETTATORI PER UNA SETTIMANA

# NUOVO CINEMA MANCUSO

scelti da Mariarosa Mancuso

**IO, LEONARDO** di Jesus Garces Lambert, con Luca Argentero, Angela Fontana, Massimo De Lorenzo

I dialoghi di Leonardo sono tratti dai suoi scritti, avvertono i titoli di testa. Lo spettatore già un po' trema. Nessuno, neppure il genio universale che il mondo ci invidia, parla come scrive. Serve per rassicurare le professoresse democratiche che accompagneranno le scolaresche al cinema. Poi arriva un neonato che placido galleggia nell'acqua - uguale alla copertina di "Nevermind", Nirvana 1991 - e sentiamo la voce di Francesco Pannofino. Dà del tu a Leonardo (lo farà fino alla fine) e allude a "La camera oscura dei tuoi pensieri". Da intendersi: là dove prendono forma le idee del mirabile genio, che però visto da fuori - con il parruccone, la faccia di Luca Argentero, l'insopportabile cadenza "artistica" - non sembra aver la luce dell'intelligenza. Lo sforzo creativo (non è neppure una novità, lo insegnano centinaia di film su pittori, scrittori, artisti in genere) sullo schermo viene sempre malissimo: sguardo nel vuoto, metà ispirato e metà invasato, con fronte corrugata per contorno. Ci si chiede come mai



gli sceneggiatori e i produttori italiani abbiano imparato a fare le serie, ma i film ancora no, deve essere il timore reverenziale verso la Cultura. "Io, Leonardo" è diretto da Jesus Garces Lambert, il messicano che girò "Caravaggio - L'anima e il sangue" (da noi fuggito per overdose di Caravaggio). Da Vinci andiamo a Firenze, bottega del Verrocchio, tra gli allievi oltre a Leonardo ci sono Perugino e

Botticelli. Qui per un po' la voce di Pannofino dà tregua, ma poi riprenderà, commentando "l'ombra dell'arresto per sodomia" e gli sforzi per disegnare l'uomo vitruviano, così pop che ne esiste una versione con Homer Simpson, ciambella in una mano e birra nell'altra. "Chi ha fatto le mani? Chi ha fatto la colomba?", urla il maestro mentre gli scolaretti vergognosi si guardano i piedi. Tranne Leonardo s'intende, il primo della classe, che dipinge un angelo leggiadro sotto l'occhio insidioso del Perugino. Ci sono i tormenti della carne, giacché "La verga ha intelletto per sé". Il Cenacolo è "il ritratto di una famiglia riunita, allagata, acquisita". Messa in scena con piglio da regista: tu poggia la coppa, tu alza lo sguardo, qualcuno spostò quel pane.

## Popcorn Roma

La guerra è dichiarata. Pacatamente e con convinzione, ieri mattina all'Auditorium, in apertura di conferenza stampa per la presentazione della prossima Festa di Roma (dal 17 al 27 ottobre prossimo). "Gli ultimi Oscar sono andati a 'Moonlight' e a 'Green Book'", fa notare il direttore artistico Antonio Monda prima di annunciare novità e ghiottonerie dell'edizione numero 14 (da evitare, per favore, le battute sull'adolescenza, stamattina ne sono già flocate più del necessario).

Oltre ai film, arrivano gli ormai tradizionali Incontri Ravvicinati con attori e registi che "non hanno niente da vendere". E anzi perfino ripassano la storia del cinema, per l'occasione. Quest'anno sfileranno Ron Howard e Ethan Coen (con tema segreto, pare di grande spasso). Bill Murray riceverà il premio alla carriera da Wes Anderson, un altro premio andrà a Viola Davis (le pari opportunità sono rispettate anche se la carriera è assai più breve). Olivier Assayas racconterà il cinema della Nouvelle Vague. Per l'ormai tradizionale sconfinamento nella letteratura, Brett Easton Ellis racconterà il cinema degli anni Settanta (si spera con lo stesso piglio zolfo esibito nell'ultimo libro, "Bianco").

Sempre sul versante "cinema parlato", la sezione "Fedeltà/Tradimenti" ospita 15 scrittori che parleranno di altrettanti adattamenti cinematografici. "Duel" invece raccoglierà le scaramucce (e anche qualcosa di più, surviva) adorate dagli amanti del cinema: Matteo Garrone contro Paolo Sorrentino, "C'era una volta in America" contro "Il buono il brutto e il cattivo", Jean-Luc Godard contro François Truffaut.

Per il "cinema guardato" ci sarà l'attesissimo (ma non basta a rendere l'idea, è in lavorazione da anni e svariati festival lo hanno corteggiato) "The Irishman" di Martin Scorsese, con un cast che riassume la storia dei gangster movie. Altrettanto atteso, ma da un po' meno tempo, "Downton Abbey" di Michael Engler: nella tenuta dei Crawley arrivano Giorgio V e consorte, la servitù è in subbuglio, la contessa madre Maggie Smith provvede alle battute acide.

In apertura, "Motherless Brooklyn - I segreti di una città", diretto e recitato da Edward Norton - all'origine, il romanzo di Jonathan Lethem ("Brooklyn senza madre", nei tascabili Bompiani). Il protagonista è un detective con la sindrome di Tourette, condizione neurologica di tic e parole in libertà che un po' inquieta; non dal punto di vista medico, per l'accoppiata regista/attore. Ci saranno 19 registi e tante storie di donne, le opportunità a Roma sono più che pari (altra frecciata alla Mostra di Venezia). Ci sarà "Judy" di Rupert Goold, con Renée Zellweger nella parte dell'infelice Judy Garland. E "Le ragazze di Wall Street", diretto da Lorene Scafaria. Non badate al titolo pudibondo, sono spogliarelliste che truffano i clienti ricchi e spietati.

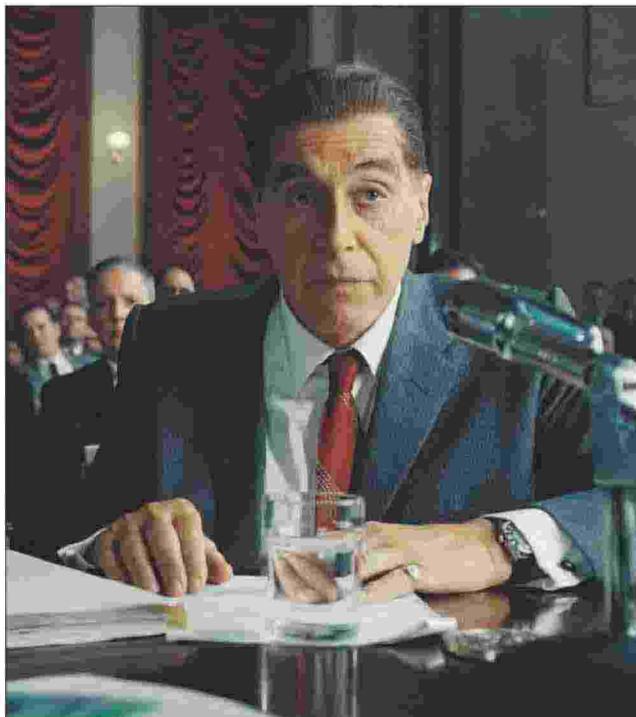
**AD ASTRA** di James Gray, con Brad Pitt, Tommy Lee Jones, Ruth Negga, Donald Sutherland

In tempi di speranze e di conflitto l'umanità scruta lo spazio in cerca di vita intelligente" (maddai, pare un telefilm anni '50). C'è una tempesta magnetica - e ce n'è sempre una per disarcionare dai tralicci il provetto astronauta Brad Pitt. Siamo in un futuro abbastanza lontano da avere turisti anche sulla Luna, pronti a farsi i selfie con l'alieno finto (la faccia nascosta della Luna pare una zona di guerra mediorientale). Missione per Brad Pitt: trovare papà Tommy Lee Jones, partito anni prima per il pianeta Nettuno senza più dare notizia di sé, né alla moglie né al figlio giovinetto (qui è quando il critico che tutto vede - tranne quel che passa sullo schermo - cita il colonnello Kurtz di "Apocalypse Now"). La scelta di casting parrebbe bizzarra, ma Brad Pitt e Tommy Lee Jones hanno davvero un'aria di famiglia. Troppo poco per reggere un film dove la stanza relax ha gli anemoni - o altri fiori poetici, non siamo forti in botanica - proiettati sulle pareti del cubicolo. Preghiamo perché James Gray torni alla "Little Odessa" dei suoi primi film, dove per far tornare la fidanzata che accusa "tu pensi solo al lavoro" non viene scomodato un arsenale di effetti speciali.

**VIVERE** di Francesca Archibugi, con Adriano Giannini, Micaela Ramazzotti, Massimo Ghini, Roisin O'Donovan

Micaela Ramazzotti voleva ballare "Il lago dei cigni", nella dura realtà insegna ginnastica alle culone. Lui fa il giornalista, e come sempre nei film italiani ne viene fuori un numero da circo: scene isteriche perché lo disturbano, lamenti perché non lo assumono e vogliono solo articoli da molti clic. E' Crisi, è Infelicità, è Buio Senza Uscita. Finché in tanta desolazione esistenziale si accende la lucina, sotto forma di rossa baby sitter che esce nuda dalla doccia. E succede quel che deve succedere (ma con molta, molta sofferenza, intendiamoci, mica sono corna, è tutto un tormento anche per le molle del letto). La tradita intanto si confida, sulla pochezza del consorte: "E' una buccia vuota, la banana se l'è mangiata qualcun'altra" (voi non avreste voglia di vedere la morte del cigno danzato da una così? Noi tantissimo). Il vicino di casa Marcello Fonte è lì soltanto per spiegare il (facilissimo) titolo. Che per altro somiglia tanto a "Life Itself", il film - brutto e menagramo, una serie interminabile di disgrazie - diretto da Dan Fogelman della serie "This is Us". Sempre famiglie, ma scritte (e alloggiate) con realismo.

## RIPESCAGGI



Al Pacino in "The Irishman" di Martin Scorsese, che sarà presentato alla Festa del Cinema di Roma

**JOKER** di Todd Phillips, con Joaquin Phoenix, Frances Conroy, Robert De Niro, Zazie Beetz

Il film più deludente dell'anno", titola il Guardian. Un po' alla Fantozzi e un po' con il fastidio di chi scrive dopo aver letto articoli su articoli, quasi tutti di elogi sperticati, e dopo il Leone d'oro alla Mostra di Venezia. Una prima assoluta, hai voglia a dire che non c'entrano i supereroi: c'entrano, e non sono loro a diventare adulti; sono le giurie che hanno accorciato la distanza con il mondo là fuori. Niente meglio di "Joker" dimostra (e sembra incredibile che ci sia ancora bisogno di farlo) che il cinema è un'arte di superficie. Se scendiamo ci perdiamo il meglio, malamente riscaricati da un catalogo di banalità psicosociologiche. Se "Joker" lo guardiamo, salta agli occhi la portentosa recitazione di Joaquin Phoenix, Oscar già prenotato per la risata irrefrenabile che scatta nelle situazioni di pericolo o disagio o stress (tiene in tasca un biglietto di scuse da allungare al prossimo). Scenografia e costumi sono al massimo, come Gotham City anni '80: mucchi di spazzatura e pagliacci che annuncia-



no le svendite. Magnifico il trucco, che mette insieme "L'uomo che ride" (il film di Paul Leni adattato dal romanzo di Victor Hugo, la risata fissa era una cicatrice) e "L'uomo che prende gli schiaffi" di Victor Sjöström, con Lon Chaney, sicuramente la più triste storia di clown mai raccontata. Ottime le citazioni di riferimento, da "Taxi Driver" a "Re per una notte". Quando vogliamo trovare una morale nella favola, tanto splendore un po' si appanna. Ma appunto, non c'è bisogno di altra carne da dibattito, possiamo guardare il film di Todd Phillips (molto salito di grado, dalla trilogia "Una notte da leoni") come se fosse un film e basta. Violento e teso, ma non responsabile delle brutture che accadono nel mondo: le gocce di sangue sulla faccia di Joker sono artisticamente disposte alla Pollock, macchiano un completo viola e arancione da passerella, i passi di danza sono di gran classe. Gli scavatori folli trovano l'infanzia difficile, il risentimento del maschio sfidanzato, i servizi sociali che chiudono. Anche l'artista incapace, ridicolizzato in tv perché YouTube ancora non esisteva. La superficie di Joker è cento volte più attraente.

**IL SINDACO DEL RIONE SANITA'** di Mario Martone, con Francesco Di Leva, Massimiliano Gallo, Adriano Pantaleo

Se avete già visto "C'era una volta a Hollywood", "Il sindaco del rione Sanità" è il film da vedere questa settimana. Attenzione però, trattandosi di "evento" - sono i film che escono per qualche giorno sperando di fare notizia - sarà in sala solo da lunedì 30 settembre. Il testo teatrale di Eduardo De Filippo è più di una garanzia (non c'è dettaglio che non serva, non c'è frase che suoni falsa, o utile soltanto per informare lo spettatore). Mario Martone aveva già messo in scena il testo nel 2017: siccome certe situazioni sono eterne, funziona benissimo anche con un Antonio Barracano più giovane e palestrato, tra Napoli e le pendici del Vesuvio. Ha per soprannome "il Sindaco", perché risolve problemi, dirime litigi, aggiusta situazioni. A cominciare da due idioti che si sono sparati addosso pur non essendo nemici. Francesco Di Leva è bravissimo come il resto del cast, un collettivo di attori indipendenti che lavora sul territorio a San Giovanni a Teduccio (anche noi sospettiamo dei collettivi, ma fidatevi. Serve aggiungere che non siamo mai stati fan di Martone?). Eduardo non ha messo una parola di troppo. Loro non si lasciano scappare un gesto sbagliato.

**RAMBO - LAST BLOOD** di Adrian Grunberg, con Sylvester Stallone, Paz Vega, Sergio Peris-Mencheta

Mandate qualcuno a legarlo, a incatenarlo, a tenerlo lontano dal set o almeno dai combattimenti che schianterebbero un giovanotto. Abbiamo in simpatia Sylvester Stallone (cominciata quando abbiamo guardato - assai in ritardo - il primo "Rambo", per via di un lavoretto sul cinema e la guerra del Vietnam, scoprendo che il macho era magrolino e mosso da ideali patriottici). Ma vederlo armato fino ai denti, in una scena splatter dietro l'altra, non fa più neppure tenerezza. Aspettiamo che qualcuno ci liberi presto dall'incombente (voi però potete stare a casa). Old Rambo ancora la guerra in testa: fa servizio civile nella foresta, per dormire tranquillo si è scavato un labirinto di tunnel sotto il ranch, affila coltelli che spaccia agli amici come tagliacarte. Riparte in azione per salvare una fanciulla in difficoltà - Gabrielle, nipote della fedele donna di servizio Maria - oltre il confine messicano. La trama è così sbrindellata che dire pretesto sarebbe un eufemismo: Gabrielle vuole ritrovare il padre che l'ha abbandonata. Ma basta distrarsi un attimo, i signori della droga che evidentemente hanno molto tempo libero rapiscono la ragazza indifesa. Urge soccorso.

**C'ERA UNA VOLTA A HOLLYWOOD** di Quentin Tarantino, con Brad Pitt, Leonardo DiCaprio, Margot Robbie

Date un Nobel a Quentin Tarantino, scrive molto meglio di Elfriede Jelinek. Così smetteranno di chiedergli perché Margot Robbie - è Sharon Tate, magnifica - ha poche battute. Non hanno visto, ovvio, il meraviglioso primo piano della ragazza che si guarda sullo schermo (dopo aver chiesto lo sconto alla cassa: "Io sono nel film"). La smetteranno di accusarlo per "leso Bruce Lee": famiglia e fan giurano che il campione di arti marziali non era così arrogante come appare nella scena con Brad Pitt, controfigura di Leonardo DiCaprio. Solo un genio del male come Quentin Tarantino poteva immaginare una tale accoppiata, e solo due grandi attori senza paturnie potevano stare al gioco. Un film non è la vita spiatellata sullo schermo, un regista si prende tutte le libertà che vuole. Se vi divertite di più con le figurine e gli stampini e le decalcomanie fate pure, nella stanza dei bimbi, però, e senza rovinare il divertimento agli adulti. Los Angeles, 1969: la madeleine di un ragazzino che allora aveva sei anni, e che ha sempre pensato a quel cinema, anche di serie B, come al paradiso in terra. Charles Manson e la Nuova Hollywood sono dietro l'angolo.

**YESTERDAY** di Danny Boyle, con Himesh Patel, Lily James, Sophia Di Martino, Ellise Chappell

Un mondo senza i Beatles. Questa è l'idea. Un po' sublime: sulla carta, dovrebbe fare da moltiplicatore di incassi, come la pubblicità comparativa: nomi i Beatles e i fan accorrono. Un po' ridicola: chi ha voglia di un film dove le canzoni dei Beatles sono cover eseguite alla chitarra? Aveva avuto un'idea simile Salman Rushdie nel romanzo "La terra sotto i suoi piedi", immaginando un mondo parallelo dove era stato John Lennon a scrivere "Satisfaction". Blackout in tutta la Terra, si spengono la Ville Lumière e le mille luci di New York. Jack, un cantante da pub che prima stentava nella vita, è l'unico a ricordare l'esistenza dei Beatles. Non ci sono neppure su Google. Jack ricorda anche le canzoni, a una a una, e naturalmente non resiste alla tentazione di spacciarle per sue. Ha successo planetario, ovvio, ma non riesce più a guardare negli occhi la sua migliore amica, nonché manager, nonché unica fan. Tenersi il successo, o non dire bugie come una giovane marmotta? Questo è il dilemma, e purtroppo Danny Boyle - indeciso tra "The Millionaire" (il ragazzino è indiano) e "Trainspotting" - non riesce a renderlo appassionante come dovrebbe.

**SHAUN, VITA DA PECORA: FARMAGEDDON** di Will Becher e Richard Phe-  
lan

Le gioie della plastilina, se non le avete provate non potete capire. Ma meritano. La premiata ditta Aardman Animations – quella di “Wallace e Gromit”, non più tanto presenti nella memoria dello spettatore collettivo, gli anni passano e il ricordo di “Galline in fuga” o “La maledizione del Coniglio Mannaro” svanisce – fabbrica a mano i pupazzetti. Qualche correzione al computer è ammessa – in “Giù per il tubo”, per esempio, avendo cura di aggiungere la ditata dell’animatore – ma la sostanza resta. E anche la pecora Shaun: dispettosa con il cane pastore, sfacciata con il contadino scemo che le ha costruito il recinto, trascinate con le compagne che tendono al gregge e alla vita pacifica. La fine del mondo alla fattoria – bell’innesto tra Armageddon e Farm – arriva con un simpatico alieno rosa e azzurro, che con la sola forza del pensiero mette in moto il trattore (e via con i cerchi nel grano). E’ il genere di fattoria dove il gallo mentre canta fa colazione con tè e biscotti. E la marmellata si chiama Roswell Jam. A Roswell, dicono i complottisti, son custodite dal governo americano le spoglie dell’alieno sbarcato nel 1947, a bordo di un oggetto volante non identificato.

**LA MAFIA NON E’ PIU’ QUELLA DI UNA VOLTA** di Franco Maresco, con  
Letizia Battaglia, Ciccio Mira

La giuria internazionale ha zittito gli scettici assegnando a Franco Maresco un Leone d’argento speciale. Magari l’entusiasmo è scattato per la fotografia Letizia Battaglia, ma che importa? E’ un film grintoso e originale, come gli sketch di “Cinico tv”: sublime momento di televisione. Provate qui a restare freddi, quando entra in scena l’imprenditore Ciccio Mira. Un Danny Rose che a Palermo (e non più nella Brooklyn in bianco e nero di Woody Allen) organizza matrimoni, feste di piazza, spettacoli dedicati “agli amici ospiti dello stato” (leggi “carcerati all’Ucciardone”) mentre le “navi della legalità” scaricano scolaresche per commemorare Falcone e Borsellino. Fa la sua parte anche Ciccio Mira, in bianco e nero quando entra in scena, come nel Maresco movie precedente, “Belluscone”. Nello spettacolo “I neomelodici per Falcone e Borsellino”, la star è Cristian Miscel: era in coma dopo un incidente, Falcone e Borsellino gli sono apparsi e gli hanno detto “Alzati e canta”. Per un assaggio, i brani sono su You Tube. Con un audace salto, Ciccio Mira imputa l’omertà palermitana a Ulisse che disse a Polifemo “Il mio nome è Nessuno”.

**IT: CAPITOLO 2** di Andy Muschietti,  
con James McAvoy, Jessica Chastain,  
Bill Hader, Isaiah Mustafa

Nessuno meglio di Stephen King sa raccontare gli spaventi. E nessuno come Stephen King sa raccontare l’intervallo tra infanzia e adolescenza, un attimo prima delle tempeste ormonali (vedi la serie Netflix “Big Mouth”). Il momento in cui i ragazzini all’idea di baciare le ragazzine pensano solo “che schifo”. Altro colpo di genio romanzesco: far tornare i ragazzini ormai cresciuti a Derry 27 anni dopo. Chiunque abbia vissuto in provincia, e sia scappato verso la città, ha un brivido all’idea di tornare indietro. Figuriamoci quando l’occasione della rimpatriata è la lotta contro il Male vestito da clown che attira le barchette di carta nei tombini. Ora siamo al secondo capitolo, con qualche flashback per amor di chiarezza e una lunga entrata in materia, sugli adulti che gli ex ragazzini sono diventati. Il prefisso di Derry già inquieta, uno si suicida prima di partire, sa che non reggerà. Un altro è diventato scrittore, mettendo a frutto le paure sue e quelle degli altri. Bisogna pur spiegare le cose a chi non ha letto il romanzo, ormai cannibalizzato dalla serie tv e dal cinema. Magnifici gli effetti speciali al ristorante cinese, quando il cibo prende vita.

**MADemoiselle** di Park Chan-wook,  
con Kim Min-hee, Kim Tae-ri, Ha  
Jung-woo, Moon So-ri

Cercatelo. Insistete, esce in dodici copie soltanto. Il giapponese Kore-eda Hirokazu ha aperto la Mostra di Venezia con il suo film francese, “La vérité”. Questo è il crossover di Park Chan-wook. All’origine, una storia di Sarah Waters, specializzata in romanzi vittoriani scritti oggi. Come “Il petalo cremisi e il bianco” di Michael Faber: un giro nei bassifondi tra serial killer, prostituzione, droghe. “Mademoiselle” trasporta il romanzo “Ladra” (Ponte alle Grazie) nella Corea degli anni Trenta, sotto il dominio giapponese. La versione originale sfruttava le due lingue, il doppiaggio piaglia le differenze ma restano abbastanza motivi di interesse. A cominciare dalla bellezza delle due attrici Kim Min-hee e Kim Tae-ri (nomi che non ricorderete mai, se non siete specialisti di cinema coreano). Un’ereditiera e la sua dama di compagnia nella magnifica villa “global”, per metà orientaleggiante, per metà sembra uscita da un romanzo gotico. La trama è complicata, richiede attenzione (come i romanzi vittoriani, più che da Dickens, Sarah Waters ha imparato la lezione da Wilkie Collins). Le immagini sono una festa per gli occhi, dopo quest’estate magra se ne sentiva il bisogno.

Diciannove le registe protagoniste al Festival, tra i film in concorso spicca «Il ladro di giorni» del napoletano Guido Lombardi «Ho diretto Scamarcio e un bambino-prodigio del Vomero in un road movie: storia di formazione che inseguo da dieci anni»



**IL PROGRAMMA**  
Viola Davis con l'Oscar. A destra, una scena di «Hustlers - Le ragazze di Wall Street» di Lorene Scafaria. A sinistra, «The Irishmen». Sotto, Scamarcio in «Il ladro di giorni», e, accanto, Guido Lombardi sul set



# Roma, la cinefesta si veste di rosa

## Oscar Cosulich

Il noir «The Irishman» di Martin Scorsese, una contro-storia di 40 anni degli Stati Uniti con Robert De Niro, Al Pacino e Joe Pesci; «Motherless Brooklyn» di Edward Norton, film sul quale l'attore era al lavoro da anni; «Tornare» di Cristina Comencini. E poi «Downton Abbey» di Michael Engler, che porta al cinema i personaggi della popolare serie; il film-scandalo «Hustlers - Le ragazze di Wall Street» di Lorene Scafaria. E tanta musica, con documentari e fiction su e con i Nirvana, Bruce Springsteen, Nick Drake, Pavarotti (regia di Ron Howard), i Negramaro. E tante donne: ben 19 sono le registe in cartellone, molte le dive e le attrici, anche se non arriverà Jennifer Lopez, «ma ci saranno tante spogliarelliste», anticipa il direttore artistico Antonio Monda, parlando delle protagoniste di «Hustlers - Le ragazze di Wall Street» che, capeggiate dalla super-sexy J-Lo, s'industriano a spennare gli squali della finanza americana.

Il cartellone della quattordicesima Festa del Cinema, la prima presieduta da Laura Delli Colli, che si terrà a Roma dal 17 al 27 ottobre, è quanto mai ricco e variegato, con la consueta serie di incontri e due premi alla carriera: Bill Murray, che sarà intervistato in pubblico dal suo regista favorito Wes Anderson, e Viola Davis. Ricchissima la messe di star per gli incontri ravvicinati: con Fanny Ardant, Olivier Assayas, Ethan Coen, Benicio Del Toro, Bret Easton Ellis, Ron Howard, Kore-eda, Bertrand Tavernier e John Travolta. Tra le novità

i rendez vous stile «Duel» (tipo la sfida in famiglia tra Pina Turco, sostenitrice di Eduardo De Filippo, a fronteggiare il marito Edoardo De Angelis, impegnato a sostenere Massimo Troisi) e quelli della serie «Fedeltà/Tradimenti» (con scrittori e sceneggiatori a parlare dei loro libri del cuore e di come questi sono stati affrontati al cinema: Melania Mazzucco, ad esempio, parlerà di *L'ultimo dei Mohicani* e della sua versione cinematografica di Michael Mann con Daniel Day Lewis protagonista). Sul fronte «rosa» si segnalano anche il biopic su Judy Garland interpretato da Renée Zellweger, l'«Antigone» della regista canadese Sophie Deraspe, la storia di Amelia Wren, prima donna che pilotò una mongolfiera nell'Ottocento (in «The aeronauts») la interpreta Felicity Jones), Emma Carelli, prima sovrintendente dell'Opera di Roma («La prima donna» di Tony Saccucci). Immutato il budget, di 3 milioni e 800 mila euro, nel concorso spicca «Il ladro di giorni», che vede il napoletano Guido Lombardi tornare alla Festa, dove nel 2013 aveva presentato «Take Five».

### Lombardi è passato molto tempo dall'ultimo film. Come mai?

«In realtà, nel frattempo, ho girato «Nina e Yoyo» episodio del film «Vieni a vivere a Napoli», cui tengo molto. Era una commedia con uno strepitoso Gianfelice Imparato, un mini-film di cui sono particolarmente fiero. Poi mi sono dedicato alla scrittura: ho scritto *Non mi avrete mai* con Gaetano Di Vaio e *Teste matte* con Sasà Striano, prima di concludere il romanzo *Il ladro di giorni*, pubblicato quest'anno da Feltrinelli».

### Quindi il film è tratto dal romanzo?

«No. In realtà questo è un romanzo su cui avevo iniziato a lavorare dieci anni fa, scrivendolo in forma di soggetto cinematografico. È stato Nicola Giuliano che mi ha suggerito di farlo diventare un romanzo, anche se a lungo l'ho messo da parte, perché ero impegnato nella regia. Mentre scrivevo il romanzo però ho iniziato a pensare alla sceneggiatura e le due cose si sono integrate tra loro, come fossero vasi comunicanti. La differenza fondamentale è che il romanzo l'ho scritto da solo, mentre per la sceneggiatura avevo al mio fianco Luca De Benedittis e Marco Gianfreda».

### Diche cosa parla il film?

«La storia utilizza l'archetipo del road movie, in un viaggio che dal Trentino arriva in Puglia e dove ogni tappa è una scena, per raccontare il difficile rapporto tra un padre e un figlio. Riccardo Scamarcio è il padre: è finito in carcere quando il figlio (Augusto Salvo) aveva 4 anni. Il piccolo è stato dato in affido agli zii in Trentino e quando, 7 anni dopo, il padre esce dal carcere e torna per prenderlo con sé, comincia un rapporto inizialmente conflittuale e via via di complicità, in cui emergono i segreti del passato del genitore».

### Come ha trovato il bambino da affiancare a Scamarcio?

«Dopo un'infinità di provini, fatti tra Napoli, Roma e Bari, l'ultimo giorno arriva Augusto Zazzaro, ma solo per accompagnare un amichetto al provino. Ho subito capito che il mio Salvo sarebbe stato lui. L'assurdo è che l'avevo cercato ovunque e lui abita al Vomero, a 500 metri da casa mia».

### Come è stato il rapporto tra Au-

**gusto e Scamarcio?**

«Riccardo è stato eccezionale: è riuscito ad alleggerire la tensione e la noia del set, facendolo divertire, il che era indispensabile per poter lavorare. Tra l'altro abbiamo girato per sette settimane in sequenza quasi cronologica, quindi è stato più facile rac-

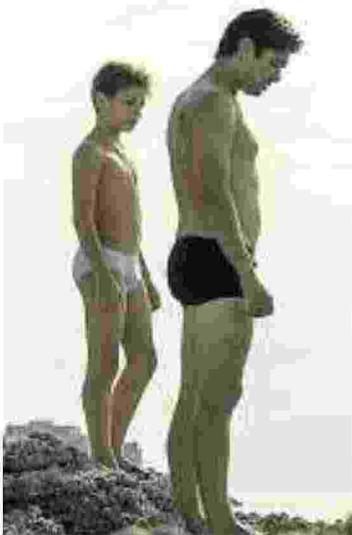
contare il passaggio dalla diffidenza iniziale del piccolo alla confidenza tra i due, man mano che Augusto conosceva meglio Riccardo. Sul set però con Riccardo era come avere due ragazzini invece di uno».

**Quale è stata la cosa più difficile?**

«Questa è una storia densa. Mi ci

sono voluti dieci anni per limarla, spostando l'equilibrio tra azione ed emotività di pochi millimetri. I sentimenti dovevo farli vedere e non raccontarli e mantenere questo equilibrio nel film era la cosa cui più tenevo. Era una questione di sfumature».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**J-LO NON CI SARÀ  
MA ARRIVERANNO  
LE SPOGLIARELLISTE  
DI «HUSTLERS»  
PREMI A VIOLA DAVIS  
E BILL MURRAY**

**GRANDE ATTESA  
PER TRAVOLTA  
«THE IRISHMAN»  
DI SCORSESE  
E «TORNARE»  
DELLA COMENCINI**

**TANTA ATTENZIONE  
ALLA MUSICA  
CON DOCUMENTARI  
E BIOPIC SU NIRVANA  
SPRINGSTEEN, NICK DRAKE  
PAVAROTTI E LA GARLAND**



**Cinema Capitale**  
**Una Festa Travolta**  
**da Scorsese**  
**e da un esercito**  
**di donne registe**

Satta alle pag. 24 e 25



La 14esima edizione della rassegna cinematografica sarà all'insegna delle donne, con 19 registe in gara. Grande attesa per "The Irishman" e "Downton Abbey"

# Roma prepara una Festa rosa

## IL CARTELLONE

**S**arà il festival delle star: da John Travolta a Fanny Ardant, Benicio Del Toro, Edward Norton, Fabrice Luchini, Krystyn Scott-Thomas, Bill Murray e Viola Davis (entrambi destinatari del premio alla carriera), «almeno un talent di prima grandezza calcherà ogni sera il tappeto rosso dell'Auditorium», promette il direttore artistico Antonio Monda presentando la 14esima edizione della Festa di Roma che si aprirà il 17 ottobre con *Motherless Brooklyn - I segreti di una città*, noir diretto e interpretato da Norton, e si chiuderà il 27 con *Tornare* di Cristina Comencini. Sarà anche il festival dei film molto attesi. Come *Downton Abbey*, trasposizione cinematografica della serie cult, regia di Michael Engler. E *The Irishman*, poderosa storia di gangster e grandi eventi della vita americana diretta da Martin Scorsese, prodotta da Netflix e interpretata da Robert DeNiro, Al Pacino e Joe Pesci (uno dei tre attori, non si sa ancora quale, sbarcherà a Roma con il regista). «È proprio aver ottenuto l'attesissimo film di Scorsese la mia soddisfazione più grande quest'anno», rivela

Monda.

## LA CELEBRAZIONE

Ma la Festa 2019 rappresenterà, soprattutto, la celebrazione delle donne: ben 19 sono le registe in cartellone, esulta il direttore artistico, senza contare le storie e i personaggi femminili di peso che scandiscono il programma di questa edizione, la quinta guidata da lui e la prima sotto la presidenza di Laura Delli Colli che parla di «una rassegna ormai quattordicenne e curiosa come tutti gli adolescenti». Immutato il budget di 3 milioni e 800 mila euro (come l'anno scorso), mentre Bnl Paribas mantiene il ruolo di main partner e promuove il premio del pubblico, l'unico assegnato alla Festa. Largo alle signore, dunque, a cominciare dalle spregiudicate spogliarelliste di *Hustlers - Le ragazze di Wall Street* che, capeggiate dalla super-sexy Jennifer Lopez, s'industriano a spennare gli "squali" della finanza americana. La Festa "in rosa" punta anche sulla diva Judy Garland che rivive nell'atteso biopic *Judy* interpretato da Renée Zellweger, sulla vendicativa protagonista di *Antigone* della regista canadese Sophie Deraspe, su Amelia Wren, la prima femmina che pilotò una mongolfiera nell'Ottocento

(in *The Aeronauts* la interpreta Felicity Jones), sulla moglie di un militare al fronte interpretata dalla magnifica Scott-Thomas in *Military Wives* di Peter Cattaneo o ancora su Emma Carrelli, prima sovrintendente dell'Opera di Roma raccontata in *La prima donna* di Tony Sacucci. Un'adolescente ha invece la vita sconvolta quando un suo video hard finisce sul web nell'inquietante *Share* di Pippa Bianco e due anziane lesbiche sono protagoniste di *Deux*, regia di Filippo Meneghetti, mentre *Illuminate* di Maria Tilli celebra la compianta stilista Laura Biagiotti.

## EMOZIONI MADE IN ITALY

Tra gli eventi, si segnalano i documentari *Pavarotti* diretto dal premio Oscar Ron Howard (che lo accompagnerà a Roma), *Cecchi Gori - una famiglia italiana* sulla dinastia dei produttori, *Interdependence* composto da undici storie sull'ambiente dirette da altrettanti registi indipendenti di varie nazionalità, il film *Il peccato* di Andrei Konchalovsky su Michelangelo Buonarroti, *Nomad* che Werner Herzog ha dedicato a Bruce Chatwin. E *Il cinema è una cosa meravigliosa*, il toccante omaggio a Carlo

Vanzina firmato da Antonello Sarno. La bandiera italiana verrà portata da *Tornare* di Cristina Comencini, protagonista un'intensa Giovanna Mezzogiorno che torna a Napoli dall'America dopo una lunga assenza. E dal drammatico *Il ladro di giorni* di Guido Lombardi: già si favoleggia dell'interpretazione di Riccardo Scamarcio nel ruolo di un ex detenuto che "riscopre" suo figlio. «Nel cinema italiano», dice Monda, «ho notato i segni indiscutibili della rinascita. Anche nelle commedie meno riuscite c'è la voglia di affrontare dei temi rivelanti o interessanti». Il di-

rettore ricorda poi l'aumento di spettatori della Festa («il 6 per cento in più nel 2018 e il 30 per cento in più negli ultimi anni»), il fatto che due film delle ultime tre edizioni, *Moonlight* e *Green Book*, abbiano vinto l'Oscar e annuncia l'«espansione» della rassegna: «Saranno 18 contro i 7 dell'anno scorso i luoghi della città che, Auditorium a parte, ospiteranno tappeti rossi ed eventi», dice. Un rimpianto, l'unico: «Non aver ottenuto *J'accuse* di Roman Polanski che ha preferito Venezia». Due le sezioni nuove di zecca, Duel (sulle celebri rivalità del cinema) e Fedel-

tà/Tradimenti sulle trasposizioni cinematografiche dei celebri romanzi. Ma si può imbandire una Festa kolossal come questa nella Roma flagellata dall'immondizia, dall'inadeguatezza dei mezzi pubblici e dal degrado? «Vivo a New York», risponde Monda, «e non so nulla della politica capitolina. Posso solo dire che la sindaca Raggi e l'assessore Bergamo ci sostengono con grande calore, per loro la Festa è un evento irrinunciabile».

**Gloria Satta**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## I titoli



### TORNARE

Giovanna Mezzogiorno, 44 anni, è la protagonista dell'intenso film diretto da Cristina Comencini



### IL LADRO DI GIORNI

Da Riccardo Scamarcio, 39 anni ci si aspetta una grande interpretazione nel film di Guido Lombardi



### THE IRISHMAN

Il film diretto da Martin Scorsese con Robert De Niro, Al Pacino e Joe Pesci è uno dei più attesi del festival



### JUDY

Renée Zellweger, 50 anni, interpreta l'attrice e cantante Judy Garland nel film diretto da Rupert Goold



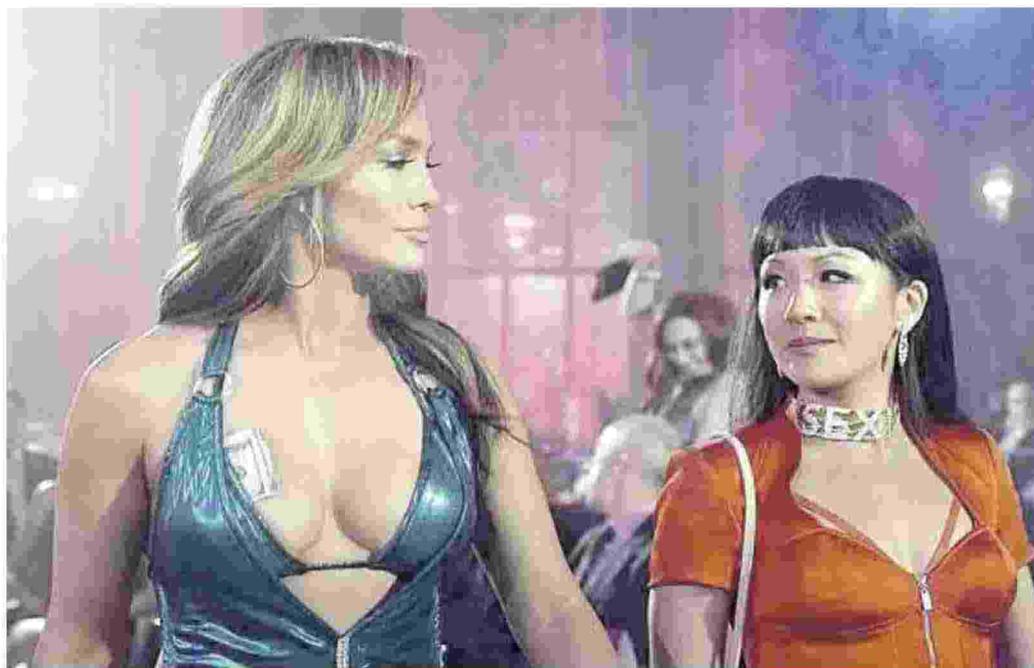
### PAVAROTTI

Ron Howard presenta il documentario sul grande tenore di Modena scomparso nel 2007

**IL DIRETTORE ARTISTICO ANTONIO MONDA: «LA MIA SODDISFAZIONE MAGGIORE? AVER OTTENUTO IL FILM DI MARTIN SCORSESE»**

**SARANNO DICOTTO I LUOGHI DELLA CITTÀ CHE OSPITERANNO GLI EVENTI DELLA KERMESS, OLTRE ALL'AUDITORIUM**





**Qui a fianco, Jennifer Lopez, 50 anni, e Cardi B, 26, in una scena di "Hustlers - Le ragazze di Wall Street". Sotto, una scena di "Downton Abbey"**



Con la grande manifestazione capitolina tornano gli Incontri ravvicinati con i grandi ospiti internazionali Bill Murray e Viola Davis riceveranno il Premio alla carriera, che sarà consegnato dal regista Wes Anderson

# Da Travolta a Easton Ellis faccia a faccia con le star

## L'APPUNTAMENTO

L'immagine scelta per il manifesto della 14esima edizione, Greta Garbo allo specchio, rivela la doppia anima della Festa di Roma: da una parte il glamour, il fascino, il mistero insito in qualunque star, dall'altra la vocazione a scoprire nuovi linguaggi, talenti inediti, territori inesplorati. Ma accanto a mostre, restauri, omaggi e retrospettive che arricchiscono il cartellone della kermesse dal 17 ottobre al 27, gli Incontri ravvicinati con il pubblico continueranno ad essere dei punti di forza del programma, appuntamenti amatissimi dagli spettatori. Tanto più che i faccia a faccia delle celebrità con i romani, moderati da Antonio Monda, avranno quest'anno protagonisti di primo piano, da John Travolta allo scrittore Bret Easton Ellis. Tutti chiamati a parlare della loro passione per il cinema «e non a promuovere film o libri come avviene di solito», spiega il direttore artistico della Festa.

## I RACCONTI

A raccontarsi in libertà saranno innanzitutto i due attori che rice-

veranno il premio alla carriera 2019: Bill Murray e Viola Davis. Bill, 69 anni, uno dei talenti più anticonvenzionali del cinema americano, riceverà il riconoscimento dalle mani del regista Wes Anderson e i due, con l'ausilio di spezzoni di film, ripercorreranno il sodalizio artistico che li ha visti affiancati in opere come *Rushmore*, *i Tennesbaum*, *Moonrise Kingdom - Fuga d'amore*. Viola Davis, classe 1965, è invece la sola attrice afroamericana ad aver ricevuto le fatidiche "tre corone": Emmy, Golden Globe e Oscar. «L'unico ostacolo che separa le donne di colore da chiunque altro è l'opportunità», spiega la

protagonista di *Il dubbio*, *The Help*, *Le regole del delitto perfetto*. Fanny Ardant, icona del cinema francese, parlerà invece della sua lunga carriera e del rapporto sentimentale e cinematografico che la legò a François Truffaut. Un altro mostro sacro transalpino, il regista Olivier Assayas, affronterà (come ex critico) il tema della Nouvelle Vague mentre il collega Bertrand Tavernier difenderà il cosiddetto "cinema di papà" contro cui si scagliavano proprio Jean-Luc Godard e i suoi sodali.

## SIMBIOSI

Proveniente dall'America, Ethan Coen racconterà a Roma la simbiosi artistica con il fratello Joel (protagonista di un Incontro, con la moglie France McDormand, l'anno scorso). L'insospettata passione per l'horror sarà invece il tema della chiacchierata con lo scrittore di *American Psycho* Bret Easton Ellis.

## INOSSIDABILE

Il regista Ron Howard, ex bambino prodigo del cinema approdato all'Oscar (per *A Beautiful Mind*) rivelerà poi i retroscena del suo documentario *Pavarotti*, Benicio Del Toro confesserà i segreti della sua eclettica carriera così come Edward Norton, talento grandissimo quanto schivo, quasi inafferrabile. Protagonisti degli Incontri saranno anche il regista cinese Jia Zhangke in coppia con la sua musa Zhao Tao e il giapponese Kore-eda Hirokazu. L'inossidabile John Travolta intratterrà gli spettatori con il racconto della sua carriera scandita da successi, cadute e rinascite (una per tutte: *Pulp Fiction*). E presenterà in anteprima *The Fanatic*, il thriller di Fred Durst da lui interpretato.

G.I.S.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**I protagonisti**



**VIOLA DAVIS**

L'attrice americana, 54 anni, a Roma riceverà il Premio alla carriera



**RON HOWARD**

Ex attore ("Happy Days") e regista, 65 anni, presenterà il suo doc "Pavarotti"



**BILL MURRAY**

Grande talento, a 69 anni anche per lui c'è il Premio alla carriera (straordinaria)



John Travolta, 65 anni, sarà tra gli ospiti degli Incontri ravvicinati della Festa del Cinema di Roma

## Roma, alla Festa del Cinema film da Scorsese a Vanzina

DI GIANFRANCO FERRONI

Presenza numero 14 per Bnl come main partner della Festa del Cinema di Roma. La rassegna si svolgerà quest'anno dal 17 al 27 ottobre, all'Auditorium Parco della Musica, e coinvolgerà anche altri luoghi e spazi culturali e di aggregazione della capitale: oltre al Maxxi, già presente nelle passate edizioni, per la prima volta alcune iniziative si terranno al Macro. Per il presidente Luigi Abete, «Bnl conferma il suo essere impresa sociale, oltre che economica, impegnata nel sostegno e nella promozione di iniziative di qualità per la diffusione della cultura, dell'arte e del sapere». Anche quest'anno è previsto il Premio del Pubblico Bnl, unico riconoscimento della manifestazione. Come nelle passate edizioni, saranno gli spettatori a decidere a quale opera attribuire il premio attraverso un sistema elettronico di votazione. Anche quest'anno, poi, Rai è main media partner. E sarà ancora una volta Rai Movie la tv della Festa del Cinema. Il canale specializzato proporrà i momenti più significativi in quattro appuntamenti di seconda serata.

In occasione della manifestazione, Ferrovie dello Stato Italiane personalizzerà una sala cinema dove saranno proiettati anche film che avranno per tema il viaggio. A consolidare il legame tra il gruppo Fs Italiane e la settima arte, nella FrecciaRossa Cinema Hall sarà proiettato, prima di ogni film, lo spot tratto dal cortometraggio firmato da Ferzan Ozpetek e girato per festeggiare i dieci anni dell'alta velocità. All'interno della manifestazione sarà inoltre possibile visitare una mostra fotografica che racconta le emozioni di persone, passeggeri e ferrovieri, che ogni giorno viaggiano con Trenitalia.

Sarà una festa con in programma grandi film, primo fra tutti *The Irishman* di Martin Scorsese, sulla saga della criminalità organizzata nell'America del Dopoguerra, con Robert De Niro e Al Pacino, ma anche una festa al femminile, con diciannove registe donne, compresa Cristina Comencini che, con il suo *Tornare*, interpretato da Giovanna Mezzogiorno, chiuderà questa quattordicesima edizione. Da citare Medusa, in collaborazione con Siae, che presenterà *Carlo Vanzina. Il cinema è una cosa meravigliosa*, omaggio al regista scomparso.

© Riproduzione riservata



# Spettacoli

Alla Festa di Roma "Scary stories to tell in the dark"

## Del Toro "Il mio horror per bambini senza paura"

di Silvia Bizio

Sarà uno dei grandi appuntamenti della Festa del Cinema di Roma, subito prima di uscire in sala, il 24 ottobre, *Scary stories to tell in the dark*, regia del norvegese Andre Øvredal e prodotto da una delle personalità più amate di Hollywood, Guillermo Del Toro. Il regista messicano, premio Oscar nel 2018 per *La forma dell'acqua*, ha fortemente voluto quest'horror, tratto dalla serie omonima di racconti per bambini di Alvin Schwartz – un'antologia che va dal mitologico al soprannaturale. Ambientato durante la guerra del Vietnam mette insieme diverse vicende seguendo le avventure di un gruppo di adolescenti che nella piccola città di Mill Valley scoprono un libro misterioso che contiene storie terrificanti che, via via, si trasformano in realtà coinvolgendo i protagonisti. Intanto Del Toro è al lavoro sul nuovo, atteso progetto: un film su Pinocchio.

**Perché un film dai libri di Alvin**

**Schwartz?**

«Sono molto popolari in America. Io li ho scoperti in una libreria di San Antonio in Texas, ho notato quei disegni inquietanti e il titolo, irresistibile: *Storie spaventose da raccontare al buio*. Li ho letti tutto d'un fiato. Fantastici. Come le illustrazioni, realizzate dall'artista Stephen Gammell. Spettrali e spaventose. Ho pensato per anni di sceneggiarli, lo avevo fatto, poi ho ricominciato da zero. Abbiamo pensato anche al periodo migliore in cui ambientarle. Abbiamo scelto il '68-'69 per il clima che si respirava nel paese, la guerra, le storie, le bugie. Ci sono grandi similitudini fra quel periodo e ciò che gli Stati Uniti stanno vivendo oggi».

**È divertente far paura al pubblico?**

«Come regista non mi interessa così tanto mettere paura, uso i miei film più come se fossero delle favole. Ma da produttore, mi piace l'idea di creare empatia con i personaggi,

cercare la complicità del pubblico, che è lì e non aspetta altro che accada qualcosa di orribile. Raggiunta la complicità, tutto funziona a meraviglia».

**Che ruolo hanno i sogni nella sua creatività?**

«A dire il vero non sogno mai niente di interessante, soprattutto quando mi metto quell'orrenda macchinetta che mi serve per combattere l'apnea del sonno e grazie alla quale trascorro notti molto serene. Ma quando sogno ho due incubi ricorrenti: vengo divorato dagli squali o sbranato da orde di zombi. In questo caso, mi rifugio su un tetto e cerco di saltare giù, proprio io che, con il mio peso, faccio fatica anche a fare un saltello minuscolo. Quanto agli squali, deve pensare che nella realtà io nuoto molto bene e spesso mi immergo con le bombole, quindi mi atterrisce l'idea di stare sott'acqua e incontrare un pescecane pronto ad azzannarmi. L'acqua è il mio secondo habitat naturale».

## Il primo?

«Il set, dietro alla macchina da presa o davanti a un monitor. Ma per tornare ai sogni, io sogno soprattutto a occhi aperti, lo facevo anche con i miei bambini quando erano piccoli: spesso, quando eravamo in macchina, guardavamo le persone che passavano e inventavamo le loro vite: da dove venivano, dove stavano andando, come si chiamavano... Ci costruivamo sopra lunghi dialoghi immaginari».

## Il teatro delle vicende narrate dal film è un paesino. Le storie horror sono spesso ambientate in piccoli centri...

«Il motivo è semplice: in Messico c'è un detto, "piccola città, grande inferno". È verissimo. Anche i pettegozzi siventano esplosivi in una piccola città».

## Che cosa ne pensa del dibattito sulla "guerra" tra il grande schermo e lo streaming, accusato di uccidere il cinema?

«Ho 54 anni e la morte del cinema l'ho vista almeno tre volte. Prima con il Cinemascope: il cinema è morto! Chiacchiere. Poi arriva *Easy Rider* e il cinema di contestazione prende il sopravvento. Poi il VHS: e di nuovo si grida alla morte del cinema. Il VHS è sparito ma il cinema è ancora qui, giusto? Ora sta accadendo di nuovo. È un po' come per l'horror: non morirà mai, perché riflette il nostro stato di ansia e inadeguatezza».

## C'è grande attesa per il suo "Pinocchio", del quale sappiamo pochissimo.

«Senza rovinare la sorpresa posso dirvi che sarà autobiografico. Pinocchio per me è come Frankenstein: figli di un padre presuntuoso, soli in un mondo che non conoscono, con la pretesa che si comportino bene e se la cavino da soli, vittime di errori e di lezioni durissime. So che Matteo Garrone sta facendo un Pinocchio molto fedele al libro, per quel che ho visto le immagini sono bellissime. Ma se pure ci fossero altri quattro *Pinocchio* quest'anno, nessuno sarà come il mio. E avrà la musica di Alexandre Desplat».

## Che rapporto ha con il burattino di legno?

«La prima volta che lessi *Pinocchio* da giovane, in Messico, rimasi scioccato per la violenza e la sopraffazione presenti nella storia. Poi quell'incubo, "comportati bene o sarai dannato". Mamma mia che paura! La verità è che Pinocchio è l'archetipo di tutti i bambini che, a un

certo punto, non capiscono più il mondo che hanno intorno. Un libro dal quale i genitori hanno molto da imparare».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



### ▲ Due Oscar

Il regista Guillermo Del Toro, 54 anni, con i due Oscar conquistati nel 2018 grazie al film *La forma dell'acqua*



### ▲ Brutti sogni

Austin Zajur è uno dei giovani protagonisti del film che verrà presentato alla Festa di Roma e uscirà al cinema il 24 ottobre

*Il programma della rassegna al via il 17 ottobre*

## Grande cinema e superstar: è la Festa di Roma

di Arianna Finos

Elegante come Greta Garbo – icona dell'edizione 2019 – curiosa come un'adolescente: del resto la Festa di Roma compie 14 anni. Così la definisce la presidente della Fondazione Cinema per Roma, Laura Delli Colli, mentre il direttore artistico Antonio Monda sottolinea la caratteristica femminile della rassegna, dal 17 al 27 ottobre in oltre 30 luoghi della capitale. «Una festa, non un festival: autori e divi vengono a condividere il loro amore per il cinema. E ci saranno 18 registe». Tanti titoli e star: l'atteso *The Irishman* di Martin

Scorsese (assicura Monda che oltre al regista uno degli attori, Pesci, De Niro o Pacino accompagnerà il film), ma anche *Judy*, il biopic su Garland, *Downton Abbey* accompagnato dagli attori, il doc *Pavarotti* di Ron Howard. Tra gli ospiti Viola Davis, Bill Murray, Wes Anderson, Benicio Del Toro, Olivier Assayas, John Travolta. Nutrito il gruppo degli italiani, nella selezione ufficiale tre titoli: *Il ladro di giorni* di Guido Lombardo con Riccardo Scamarcio, *Santa subito*, doc di Alessandro Piva su un caso di femminicidio. A chiudere Cristina Comencini con *Tornare*, con Giovanna Mezzogiorno. La sezione Riflessi ospita *Bar*

*Giuseppe*, la Natività secondo Giulio Base, poi *La nascita del Gattopardo* di Luigi Falorni, *Vanja e il terremoto* di Vinicio Marchioni. Sullo stato del cinema italiano Monda risponde: «Non so quantificare rispetto a un centinaio di film visti: sento segni di rinascita, la qualità si è alzata. La maggior parte sono commedie, non sempre perfette ma con la voglia di raccontare un tema, dai migranti al razzismo all'ambiente. Tutto questo rappresenta un segno di maturità». Uno dei temi della Festa sarà la musica: Negramaro con un doc, *L'anima vista da qui*, con esibizione finale, Manuel Agnelli, il doc su Springsteen e quello sul concerto dei Nirvana a Marino nel 1994.



▲ **The Irishman**  
De Niro nel film di Martin Scorsese



## Cinema Roma, festa per le donne Sul tappeto rosso 19 registe

FULVIA CAPRARA - P. 27

# Roma, una festa per le donne

## Da "Downton Abbey" a "Judy" e "Hustlers" sul tappeto rosso 19 registe e tante mattatrici

FULVIA CAPRARA  
ROMA

I tempi stanno cambiando e, per lasciare intatto il fascino della dinastia nobiliare e del magnifico castello dello Yorkshire che la ospita da sempre, gli autori della versione cinematografica di *Downton Abbey* hanno dovuto adeguarsi. Nel film, uno dei piatti forti della prossima Festa di Roma (17-27 ottobre) presentata dal direttore Antonio Monda e dal presidente della Fondazione Cinema Laura Delli Colli, gli abitanti della «GreatHouse» saranno investiti dalla responsabilità di accogliere nientedimeno che Sua Maestà Re Giorgio V e la Regina Consorte, una visita che scatterà dinamiche effervescenti tra i protagonisti della saga, ai piani alti gli aristocratici Crawley, a quelli bassi i membri della numerosa servitù.

In una rassegna che ospiterà 19 registe e rivolgerà attenzione speciale alle tematiche femminili, le vicende di *Downton*

*Abbey* sembrano particolarmente in tema. Le mattatrici, nel film di Michael Engler, sceneggiato da Julian Fellowes e ambientato qualche anno dopo l'epilogo della serie tv, nel 1927, sono ancora una volta donne. Dall'ineffabile Lady Violet, interpretata da Dame Maggie Smith, alla granitica Lady Bagshaw, affidata a Imelda Staunton, portatrice del segreto più importante del nuovo capitolo di avventure. Una rivelazione riguardante un'erede inattesa, una ragazza dall'aspetto fragile, una dama di corte che nessuno si aspettava di dover considerare come un'avversaria.

Più decisionista che in passato, appare poi l'elegante figura di Lady Mary (Michelle Dockery) che, alla fine del racconto, mentre volteggia con il marito Henry Talbot (Mathew Goode) durante il ballo reale, dichiarerà la sua scelta di restare a *Downton Abbey*, in nome di un desiderio che ha il sapore di una vocazione. La dinastia non può abdicare, il castello

non può essere abbandonato, non lo vogliono i nobili eredi, ma non lo vogliono nemmeno i servitori che, nei loro compiti eseguiti con massima dedizione, trovano dignità e ragione di vita. Davanti alla prospettiva di cedere le loro posizioni ai dipendenti dei monarchi in arrivo, i fedelissimi domestici dei Crawley si ribellano all'affronto, organizzano una trappola e riprendono i loro ruoli.

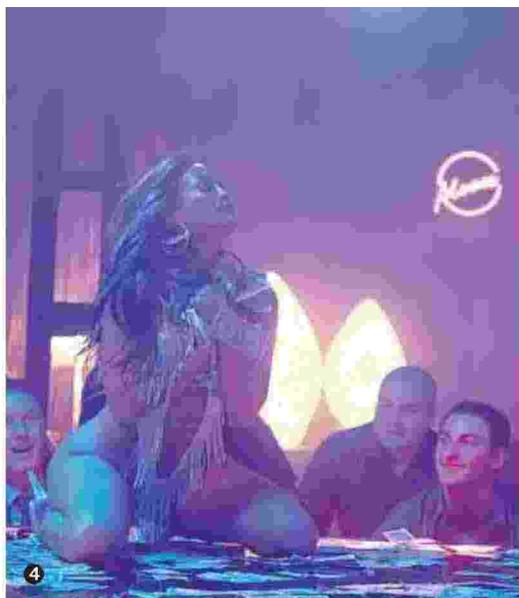
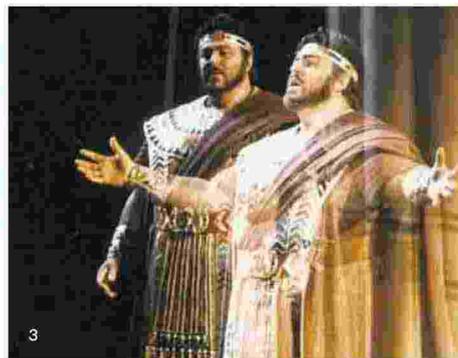
Ognuno è importante, dal maggiordomo in pensione Charles Carson (Jim Carter), richiamato in fretta e furia per l'occasione, all'ultimo dei camerieri incaricato di servire i piatti cucinati dalla cuoca Beryl Patmore (Lesley Nicol) che non perde mai l'occasione di dire la sua. Dietro le quinte della breve permanenza di Re e Regina, Edith Pelham, marchesa di Hexam (Laura Carmichael), scoprirà di essere incinta e sarà molto infelice nell'apprendere che, proprio durante il periodo della gravidanza, suo marito Bertie potrebbe essere lontano, in missione per

conto di Sua Maestà.

Insomma, se il pubblico femminile che ha decretato l'immenso successo della serie ritroverà le proprie eroine al meglio delle loro possibilità, quello che, per la prima volta seguirà le vicende della famiglia, avrà tutte le ragioni per appassionarsi. Dall'outing del cameriere omosessuale Thomas Barrow (Robert James-Collier) con relativo bacio appassionato, all'attentato al Re sventato dal repubblicano irlandese Tom Branson (Allen Leech), gli intrecci ideati per il grande schermo non perdono smalto. Non a caso, al debutto nelle sale Usa, *Downton Abbey*, che arriverà nelle sale il 24 ottobre, ha incassato 31 milioni di dollari, battendo *Ad Astra* con Brad Pitt e *Rambo Last Blood* con Stallone.

I vessilli che sventolano gloriosi tra le torri del maniero, il tono trionfante delle ultime sequenze, gli sviluppi promessi dalla narrazione, fanno immaginare che anche al cinema *Downton Abbey* avrà una vita lunga e felice. —

## LA KERMESSE (17-27 OTTOBRE)



1. Una scena di «Downtown Abbey», il film di Michael Engler spin-off della famosa serie tv; 2. L'atteso «The Irishman» di Martin Scorsese, con De Niro e Al Pacino; 3. Pavarotti nel documentario evento diretto da Ron Howard; 4. Jennifer Lopez spogliarellista in «Hustlers - Le ragazze di Wall Street»

### IL DIRETTORE ANTONIO MONDA

#### “The Irishman di Scorsese il film più bello Attenti a Al Pacino, l'attore è da Oscar”

Secondo il direttore della Festa Antonio Monda, «The Irishman» di Martin Scorsese è «il film più bello dell'anno, una sorta di epica saga della criminalità con tanto di controspionaggio americano sullo sfondo, come l'omicidio Kennedy e lo scandalo Watergate». Oltre che sull'attesissima prova di Scorsese, interpretata da Robert De Niro e Al Pacino, già in odore di Oscar, la rassegna punta sui due premi alla carriera, Bill Murray e Viola Davis, su un lungo elenco di star in arrivo nella capitale, da Edward Norton, per il film d'apertura «Motherless Brooklyn», a John Travolta con «The fanatics», da Isabella Rossellini, ieri



Antonio Monda

in prima fila alla conferenza stampa, a Mira Sorvino, da Fanny Ardant a Helena Bonham Carter. I film italiani della selezione ufficiale sono «Tornare» di Cristina Comencini, «Il ladro di giorni» di Guido Lombardi e «Santa subito» di Alessandro Piva. F.C.

L'analisi

# Il 5G mette il turbo ai videogame ora telefonini come console

ERNESTO ASSANTE, ROMA

Con la banda ultralarga le prestazioni fanno un enorme salto di qualità e per Vodafone è la chiave per far decollare la domanda anche in Italia

**N**el mondo dei videogiochi è in atto un ritorno al passato, una curiosa fusione di tecnologie nuovissime e modelli vecchi, che sta modificando ancora una volta lo scenario di un mercato che è sempre stato in rapida evoluzione. Ma se qualche anno fa, a usare le console portatili più diffuse come il GameBoy, il Nintendo DS o la PSP di Sony, era principalmente un pubblico di bambini e di adolescenti, oggi giocare in mobilità, usando gli smartphone di ultima generazione è un'abitudine che coinvolge anche un numero estremamente alto di adulti. I "mobile games" sono così diventati uno dei principali elementi trainanti del mercato italiano dei videogiochi. Tra questi, i ricavi derivanti dai casual game disponibili sulle piattaforme social hanno superato i giochi tradizionali nel 2018. Gli eSport, ovvero i giochi a livello professionistico e competitivo, continueranno a crescere ad un tasso di crescita composto del +51,6% fino al 2023, anche grazie al contributo e agli investimenti congiunti di grandi player, come Vodafone in qualità di partner della Electronic Sports League con cui ha realizzato la prima finale live in 5G.

**MENO LATENZA PIÙ INTERATTIVITÀ**

Lo spostamento dalla console allo smartphone, è in gran parte generazionale, chi è cresciuto con i videogame negli anni Novanta o Duemila continua a giocare, ma avendo a disposizione meno tempo libero vuole avere un'alternativa sempre disponibile, più semplice e immediata ai videogiochi da console, che richie-

dono tempo, impegno e dedizione per essere portati a termine o giocati a un livello di abilità sufficiente. Complice l'avvento degli smartphone di nuova generazione, che hanno sempre maggior potenza di calcolo e consentono lo sviluppo di giochi sempre più sofisticati accanto a quelli veloci e divertenti che i telefonini hanno sempre offerto, e con l'avvento di reti che hanno maggiore velocità e consentono quindi minore latenza e migliore interattività attraverso Internet, il mobile gaming sta conoscendo una stagione di particolare successo. E la situazione è destinata a migliorare ancora con l'arrivo del 5G, con una serie di offerte che saranno dedicate specificamente al mondo dei videogamers. La prima offerta interamente dedicata ai gamer e una nuova piattaforma di cloud gaming nativa per il 5G in esclusiva per i propri clienti, le propone Vodafone, convinta che quello dei videogiochi è un settore al quale il 5G darà ulteriore slancio. Nel 2018 il mercato ha registrato numeri in rialzo con un fatturato complessivo di 1,7 miliardi di euro. In particolare, il segmento digitale (app e digital download su console e PC) è cresciuto dell'86,6%. In Italia sono 16,3 milioni i video giocatori, di cui oltre 10,1 milioni giocano con tablet e smartphone, mentre i fan che seguono eventi di eSport più volte a settimana sono più di 1,2 milioni (fonte: AESVI). Una crescita confermata anche dal traffico dati per il gaming che nell'ultimo anno è aumentato del 125% e ha visto raddoppiati gli utenti che fanno streaming su

piattaforme gaming (fonte: traffico dati su rete mobile Vodafone). Una situazione destinata a migliorare ancora: «Grazie alla bassissima latenza e alla grande capacità di trasferimento dati della Giga Network 5G di Vodafone, i gamer potranno giocare in tempo reale, senza tempi di attesa per download o aggiornamenti», sottolinea Sabrina Baggioni, direttore programma 5G di Vodafone Italia. I nuovi smartphone e la rete 5G fanno intravedere, quindi, un futuro in cui la qualità dei mobile games diventerà man mano più simile a quella dei giochi per console casalinga o per PC, o addirittura, come è più probabile, a giochi di tipo nuovo: «Quando il mondo dei mobile game designer si renderà conto che si può avere qualità, definizione, nitidezza, reattività e capacità elaborativa non più sullo smartphone ma nella rete tramite edge computing, potranno nascere nuovi giochi che su uno schermo di pochi pollici potranno offrire un'esperienza nuova - dice ancora Sabrina Baggioni - sia ai casual gamer, sia ai giocatori "hard core", per portare in mobilità l'esperienza da console».

Iniziare un gioco su un device e finirlo su un altro, così come è possibile guardare un film o ascoltare la propria musica, giocare sui pochi pollici di uno smartphone ma poter collegare lo stesso smartphone a uno schermo grande in casa e continuare a giocare con la stessa qualità di immagine: «Questo è quello che vogliamo garantire noi con il 5G: la possibilità di giocare allo stesso gioco su tutti i device, dallo smartphone al tablet, dalla smart Tv al Pc. E stimolare così i game designer a sfruttare meglio le possibilità della rete». Lo smartphone si avvia a diventare sempre di più uno strumento per giochi che non risiedono nella macchina, dunque: «Lo scenario è di interazione tra un oggetto e un altro, quello che conta è la piattaforma comune. Se il gioco risiede nella piattaforma in cloud, non ci sono più limitazioni di device».

**RIDURRE IL CONSUMO DI GIGA**

Vodafone ha appena lanciato Vodafone Power Gaming, la prima offerta dedicata interamente ai gamer attraverso la quale è possibile seguire in streaming su Twitch, la piattaforma di live streaming di Amazon, i match di eSport più attesi, senza consumare i Giga della propria offerta base. Oltretutto chi sceglierà l'offerta potrà giocare gratuitamente, per tre mesi, con gli oltre 100 giochi *mobile*

inclusi nel catalogo di Hatch, la Netflix del gaming.

Vodafone ha anche presentato GameNow, una piattaforma di cloud gaming 5G esclusiva, che offre ai giocatori performance evolute per giocare con videogiochi per PC e console scelti da un catalogo con oltre 60 titoli. GameNow è multiplatforma: consente di giocare senza limitazioni di hardware da smartphone, tablet, Tv o Pc. «Abbiamo lanciato queste offerte per primi perché crediamo nella crescita di un mercato già molto dinamico - conclude Sabrina Baggioni - il nostro 5G è già in cinque città, Milano, Roma, Napoli, Torino e Bologna, attorno a Milano siamo già in altri 28 comuni, forti di una sperimentazione che è partita oltre un anno e mezzo fa».



2

**16,3**

**MILIONI**

Sono i giocatori di videogame in Italia, di cui 10,1 milioni su tablet e smartphone

**1,7**

**MILIARDI DI EURO**

È il valore del mercato italiano dei videogame nel 2018 e il trend è in crescita

1 Un'immagine di Fortnite, gioco dai ricavi record

2 League of Legends ha 8 milioni di giocatori al giorno

**L'opinione**

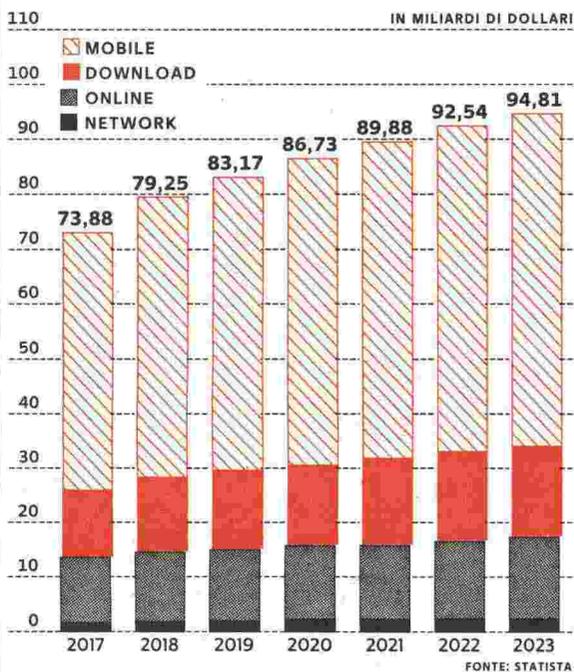


Il nuovo scenario è di interazione tra un oggetto e un altro, quello che conta è la piattaforma comune. Se il gioco risiede nella piattaforma in cloud, non ci sono più limitazioni di device

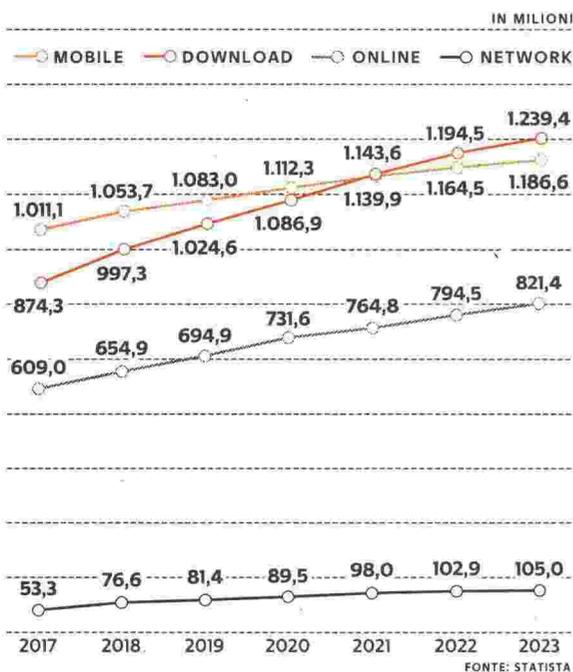
**Inumeri**



**IL BUSINESS DEI VIDEOGAME**  
RICAVI MONDIALI PER TIPOLOGIA DI PIATTAFORMA



**GLI UTENTI DEI GIOCHI DIGITALI**  
NEL MONDO PER TIPOLOGIA DI PIATTAFORMA





Lo scenario

# L'ultima missione delle aziende conquistare la Generazione Z

VITO DE CEGLIA, MILANO

Più difficile per le imprese comunicare con questi nativi digitali. Usano una media di 5 dispositivi contro i 3 dei Millennials e hanno aspettative più alte. Sono sensibili al contatto emotivo e ai temi della sostenibilità

**O**ra che le aziende sanno tutto (o quasi) sui Millennials, devono cambiare obiettivo, guardare oltre e imparare rapidamente a conoscere meglio la Generazione Z, cioè i consumatori del domani, i giovani nati nei primi 10 anni del Duemila. Quelli che entro il 2020, stima la US Chamber of Commerce Foundation, rappresenteranno il 40% del mercato totale retail e che avranno solo in America una capacità di spesa di circa 600 miliardi di dollari. Il problema, per le aziende, è che con questa generazione sembra più difficile dialogarci: innanzitutto, perché i nativi digitali sono per definizione i primi ad essere cresciuti con pieno accesso alla rete e alle nuove tecnologie. Quindi, le loro aspettative sono molto più alte. Come confermano i dati del Global Web Index (Gwi), i quali parlano di giovani che utilizzano una media di 5 dispositivi (contro i 3 dei Millennials) – smartphone, desktop, notebook, TV, tablet e iPod –, ma soltanto 1 su 5 visita le pagine social delle aziende.

**I NUOVI CANALI**

Il Gwi dice anche che i giovani della Generazione Z rappresentano un target di persone con una soglia di attenzione molto bassa, 8 secondi al massimo; comunicano con velocità e soprattutto attraverso le immagini, vedi Insta-

gram, e non più attraverso Facebook; preferiscono veicoli social più attenti alla privacy come Snapchat, Secret e Whisper; prediligono i servizi in streaming come Netflix e possono fare a meno della televisione o del PC, ma non di smartphone e di computer portatile, su cui passano 26 ore la settimana. Pragmatici, iperconnessi e omni-channel sono considerati anche esperti nell'effettuare ricerche online e quindi sono poco propensi ad ac-

quistare nei negozi fisici. E questo significa che brand e retailer dovranno trovare modi innovativi per attirarli nei punti vendita e creare con loro relazioni durature.

Per farlo, ricorda il Gwi, devono però tenere conto che i giovani della Generazione Z sono molto consapevoli e preoccupati per l'impatto dell'uomo sul pianeta, motivo per cui esigono dalle aziende trasparenza nei processi produttivi. Non a caso, parole come "naturale", "sostenibile" e "organico" hanno un forte impatto su di loro.

**STRATEGIE DI COMUNICAZIONE**

È chiaro che se la Generazione Z presenta caratteristiche ben precise che la differenziano da quelle che l'hanno preceduta, come può un'azienda entrarci in contatto? Con quali strategie di comunicazione più efficaci può generare "engagement"? «Partia-

mo da un premessa: la generazione Z è nata in un periodo complicato, senza punti di riferimento – spiega Carlo Alberto Pratesi, professore ordinario di marketing, innovazione, sostenibilità presso l'Università di Roma Tre – Per questo motivo, è una generazione molto aperta ai suggerimenti, anche degli adulti verso i quali non assume un atteggiamento antagonista. Però, quello che non sopporta è di vivere nell'incertezza che spesso le generazioni precedenti gli lasciano in eredità. Il fenomeno Greta è emblematico e, al tempo stesso, paradossale perché a crearlo non sono stati i giovani ma gli adulti».

**CAMBIO DI PARADIGMA**

Le aziende più intraprendenti hanno colto in anticipo queste sfumature caratteriali, cambiando in corsa il paradigma della comunicazione nei confronti dei giovani della Generazione Z che,

a differenza dei Millennials, non amano farsi scoprire ma prediligono piuttosto giocare a viso aperto. «Le aziende che hanno intrapreso questa strada, non si sentono più portatrici del verbo ma sono aperte al dialogo e al confronto con i nuovi consumatori, quasi li sollecitano a suggerirgli le scelte valoriali più utili su cui puntare per una corretta strategia aziendale» sottolinea Pratesi. Il mondo dove si gioca questa partita è quella dei social, che hanno come degli anticorpi per la comunicazione "top down", dall'alto in basso, la più tradizionale e utilizzata nel marketing aziendale.

**MONDO DIGITALE**

«La grande impresa è abituata a mettersi sul palco e di rivolgersi

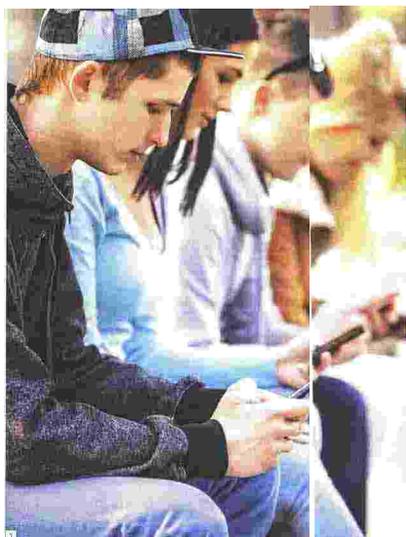
ai suoi clienti con una comunicazione top down del tipo: "Ecco cosa faccio, ascoltatevi" – osserva Pratesi – Con il nuovo pubblico, quello che vive nei social, questo approccio non ha più senso: se i giovani vogliono scoprire qualche informazione, non la subiscono piuttosto la trovano direttamente in modo autonomo. Ma non nel sito dell'azienda, piuttosto nei gruppi che frequentano online, tra le persone che nel loro immaginario rappresentano i simili. Se questi parlano

male di un brand, diventa molto difficile per un'azienda arginare i giudizi negativi che viaggiano nella rete. Più un marchio è grande, storico e accreditato, più aumenta in modo proporzionale la diffidenza dei giovani consumatori nei suoi confronti. La multinazionale è il male, il piccolo agricoltore è il bene. Chi vive nel mondo digitale è più propenso ad ascoltare i piccoli produttori che non le grandi aziende, le quali hanno più la possibilità di parlare attraverso la televisione o la carta stampata».

**RACCONTO EMOTIVO**

Le parole sono slogan, sono vuote se non vengono sostenute da azioni concrete. Ma come si possono trasformare tali azioni in narrazioni autentiche, fedeli e capaci di intercettare l'attenzione dei nuovi consumatori? «Innanzitutto, si deve cambiare la linea narrativa del messaggio che si vuole trasmettere: il tono di voce non è più educativo verso qualcuno, ma di confronto – spiega Giovanni Porro, chief creative office di Havas Milano, la società che ha ideato la nuova campagna di comunicazione di Coop – In sostanza, l'azienda non consiglia più alle persone cosa fare ma quali potrebbero essere gli effetti di un comportamento diverso e consapevole. Per essere efficace, questo messaggio dovrebbe essere tradotto in un racconto emotivo che parta dalla TV, il canale ancora oggi con il più elevato effetto d'urto, per abbracciare poi tutti i media, non ultimo il punto vendita, luogo reale di incontro tra marca e consumatore».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**I numeri**

**8**

**SECONDI**

È la soglia massima di attenzione dei giovani della cosiddetta Generazione Z

**26**

**ORE**

I giovani della Generazione Z passano 26 ore la settimana davanti a smartphone e computer portatile

**40**

**PER CENTO**

La Generazione Z si accinge a rappresentare il 40% del mercato totale retail

**600**

**MILIARDI**

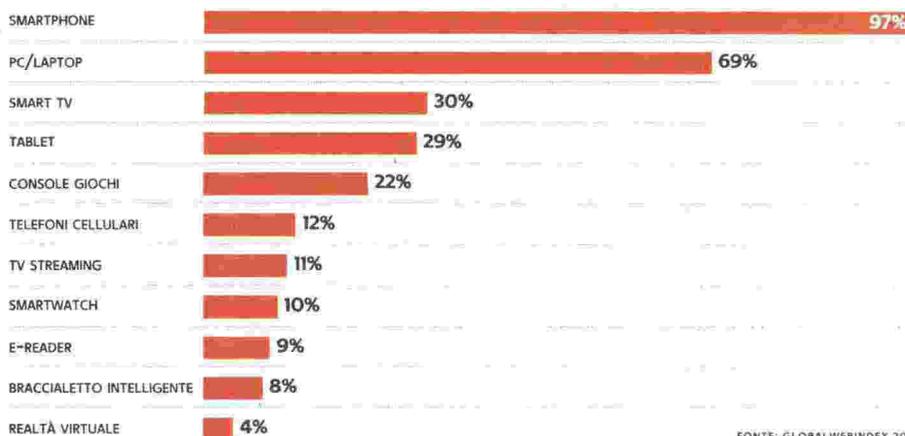
Solo in America la Generazione Z avrà presto una capacità di spesa di 600 miliardi

Lo smartphone è il primo tra i 5 tipi di device usati dai giovanissimi

**I numeri**

**I DEVICE**

PREFERITI DALLA GENERAZIONE Z



## L'annuncio

Netflix arriva su Sky Q:  
parte la collaborazione  
tra le due aziende

Buone notizie per gli abbonati di Sky: da mercoledì 9 ottobre sul decoder Sky Q arriverà anche l'applicazione di Netflix, la piattaforma in streaming di serie tv e film. Andrea Zappia, amministratore delegato per l'Europa di Sky: «Dato che il consumatore ha di fronte un'offerta gigantesca di contenuti, un aggregatore che lo aiuti è fondamentale». Dunque l'Italia si allinea ad altri Paesi che già fruiscono di questa collaborazione come Germania e Inghilterra. Netflix e Sky, con un unico abbonamento, intendono quindi farsi trovare pronti rispetto alla concorrenza offrendo contenuti di qualità, accessibili da più tv, smartphone o tablet, anche in contemporanea.



A FIL DI RETE di Aldo Grasso



# «1994», la fiction dove a sembrare più veri sono i personaggi fittizi

**1**994, l'atto conclusivo della trilogia prodotta da Wildside, dedicata a Tangentopoli e agli anni che sconvolsero la Prima Repubblica, viaggia nella nostra storia recente, nei tentacoli del potere, nell'abisso di donne e uomini sempre sull'orlo dell'ennesima caduta (Sky Atlantic). Leonardo Notte (Stefano Accorsi), ferito al termine di 1993, è sopravvissuto e ha scalato le posizioni fino a diventare il consigliere più fidato di Berlusconi. Lo vediamo muoversi nell'ombra, cinico e senza scrupoli, mentre va in scena lo storico confronto tra il cavaliere e Achille Occhetto, officiato dal cerimoniere Mentana, alla vigilia delle elezioni del '94. Un dibattito complesso, che occupa l'intero primo episodio, tutto consumato nel «dietro le quinte», e che consente di delineare tratti e metamorfosi di uno dei protagonisti. Abbandonata la corallità dei primi atti, 1994 procede verticalmente, soffermandosi a ogni puntata su un personaggio. Depurata dalle storylines meno convincenti, la commistione tra

fiction e non-fiction funziona anche al netto di ansie didascaliche e citazioniste.

I vari Notte, Pietro Bosco (Guido Caprino) e Veronica Castello (Miriam Leone) intrecciano ancor di più le proprie vicende con quelle dei personaggi realmente esistiti: Berlusconi (restituito con grande cura da Paolo Pierobon), Di Pietro (Antonio Gerardi), D'Alema, e ancora Bossi, Maroni, Alessandra Mussolini... 1994 è una galleria di personaggi chiave di quegli anni, che scava nelle contraddizioni del potere e dissimula un distacco che è in realtà uno sguardo senza sconti su una politica trasfigurata in mediocrità, dove a sembrarci più veri sono i personaggi fittizi.

La serie accumula elementi e rimandi, con una colonna sonora che è ritratto maniacale di un'epoca (dai R.E.M. ai Blur, dai C.S.I. alle Hole) e che arricchisce la scrittura pulita di un team consolidato di sceneggiatori (Alessandro Fabbri, Ludovica Rampoldi, Stefano Sardo).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Vincitori e vinti



### ULISSE - IL PIACERE DELLA SCOPERTA

Alberto Angela

Sabato con la divulgazione su Rai1: 3.820.000 spettatori, 19,75% di share



### AMICI CELEBRITIES

Al Bano

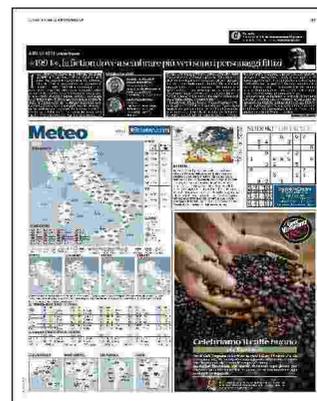
Ospiti e vip per lo show di Canale 5: 3.271.000 spettatori, 19,68% di share



### Sul web

Forum «Televisioni»: [www.corriere.it/grasso](http://www.corriere.it/grasso)

Videorubrica «Televisioni»: [www.corriere.tv](http://www.corriere.tv)



# Dal 9 ottobre su Netflix passando da Sky Q

## L'ACCORDO

**P**artirà fra due giorni la partnership italiana tra Sky e Netflix: dal 9 ottobre i clienti Sky Q, al prezzo di 9,99 euro in più al mese, potranno sfogliare e utilizzare il catalogo di proposte Netflix, mentre da dicembre l'offerta sarà accessibile anche ai nuovi clienti. «Siamo orgogliosi di annunciare oggi l'avvio di questo importante accordo - ha detto Francesco Calosso, Chief Marketing Officer di Sky Italia - Con questa partnership vogliamo offrire ai nostri abbonati la possibilità di vedere le serie e gli show che amano in modo semplice e immediato».

Soddisfazione espressa anche da parte del colosso dello streaming: «Siamo molto contenti di rendere più facile ai clienti Sky e alle famiglie italiane l'accesso all'esperienza Netflix. Desideriamo portare la migliore offerta d'intrattenimento nelle case degli italiani».

**I. R.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**ASCOLTI**

P ADDRESS



*Scienza*

**19,7%**

**3 mln 821 mila spettatori**

Ulisse - il piacere della scoperta **Rai1**

*Show*

**19,68%**

**3 mln 271 mila spettatori**

Amici Celebrities **Canale 5**

*Quiz*

**21%**

**4mln 539 mila spettatori**

Soliti ignoti-Il ritorno **Rai1**



**L'accordo fra i colossi della televisione**

# Tutti per uno, uno per tutti Netflix ora sbarca su Sky: da avversario a partner ideale

Dopo Regno Unito e Germania, da mercoledì l'unione in Italia apre nuovi scenari all'intrattenimento. Sarà possibile sottoscrivere un nuovo abbonamento per i contenuti della piattaforma streaming

**I contenuti della piattaforma streaming saranno disponibili per gli abbonati Sky Q. Avere tutti o buona parte dei player riuniti dietro il pagamento di un solo abbonamento sarà molto probabilmente quello che succederà in futuro**

**Gianmaria Tammaro**

Si sapeva da più di un anno che Netflix sarebbe arrivata su Sky. E dopo il Regno Unito e la Germania, tocca all'Italia. Dal 9 ottobre, i contenuti della piattaforma streaming saranno disponibili anche per gli abbonati Sky Q. O meglio: sarà possibile, per gli abbonati Sky Q, sottoscrivere una nuova offerta, ribattezzata "Intrattenimento plus". Per coloro che hanno già attivato il pacchetto Sky Famiglia, la spesa sarà di 9,99 euro; per coloro che invece non ce l'hanno, parliamo di 15,39 euro. Anche gli abbonati Netflix potranno attivare "Intrattenimento plus" e, almeno sulla carta, un'agevolazione per un prezzo più conveniente, specie nel lungo periodo, sembra esserci. Soprattutto per gli abbonati Sky Q Platinum. Ma parliamo sempre di un'offerta che si rivolge ad un certo tipo di pubblico.

Il fatto che Sky e Netflix siano riusciti a raggiungere un accordo e che siano riusciti a metterlo in piedi in poco tempo è importante. E non solo per i due colossi dell'intrattenimento, che ora possono rivolgersi a nuovi, potenziali abbonati, aumentando l'offerta di serie tv e di film e raccogliendo due degli archivi più

ricchi presenti sul mercato sotto un'unica interfaccia, con Sky Q come aggregatore. Questo accordo è importante anche per gli spettatori e per l'industria. «Con questa partnership» ha dichiarato Francesco Calosso, Chief Marketing Officer di Sky Italia «vogliamo offrire ai nostri abbonati la possibilità di vedere le serie e gli show che amano in modo semplice e immediato. Ora l'intrattenimento con Sky Q diventa ancora più ricco e trovare tanti contenuti in un unico posto non è mai stato così facile».

«Siamo molto contenti di lavorare con Sky» ha aggiunto Filippo Zuffada, Partner Marketing Director EMEA (Europa, Medio Oriente, Africa) di Netflix «e di rendere più facile per le famiglie l'accesso all'esperienza Netflix completa. Desideriamo portare la migliore offerta d'intrattenimento nelle case degli italiani e consentire loro di godere delle serie, film, documentari, programmi per bambini Netflix preferiti».

Prossimamente, in Italia, arriveranno nuove piattaforme streaming e nuove offerte, come Disney+ e Apple tv+. Ed è piuttosto evidente che i costi, per lo spettatore medio, siano destinati ad aumentare vertiginosamente. C'è tanta offerta, intesa come serie e film; e

c'è anche tanto da pagare. Avere tutti i player - o comunque: avere buona parte di essi - raccolti in un unico posto, dietro il pagamento di un solo abbonamento, è molto probabilmente quello che succederà in futuro. Certo, ci vorrà ancora del tempo perché questa offerta di Sky e Netflix possa essere allargata a un pubblico ancora più ampio; i prezzi dovranno essere abbattuti ulteriormente, per avvicinare più fasce di audience, e non è nemmeno così sicuro che anche altre piattaforme vorranno seguire quest'esempio. Ma è un primo passo, ed è un primo passo significativo.

Sky, con "Intrattenimento plus", può parlare a un target totalmente diverso di spettatori: più giovani e più interessati a determinati prodotti. E la stessa cosa, dal canto suo, può farla Netflix: guardare a una fetta di pubblico più interessata a titoli più ricercati. Al momento, più di 1 milione di persone in Italia hanno Sky Q; sarà interessante vedere quante di queste sottoscriveranno grazie a «Intrattenimento plus» l'abbonamento Netflix, e quante di queste, invece, già abbonate a tutti e due i servizi, avranno un risparmio concreto.

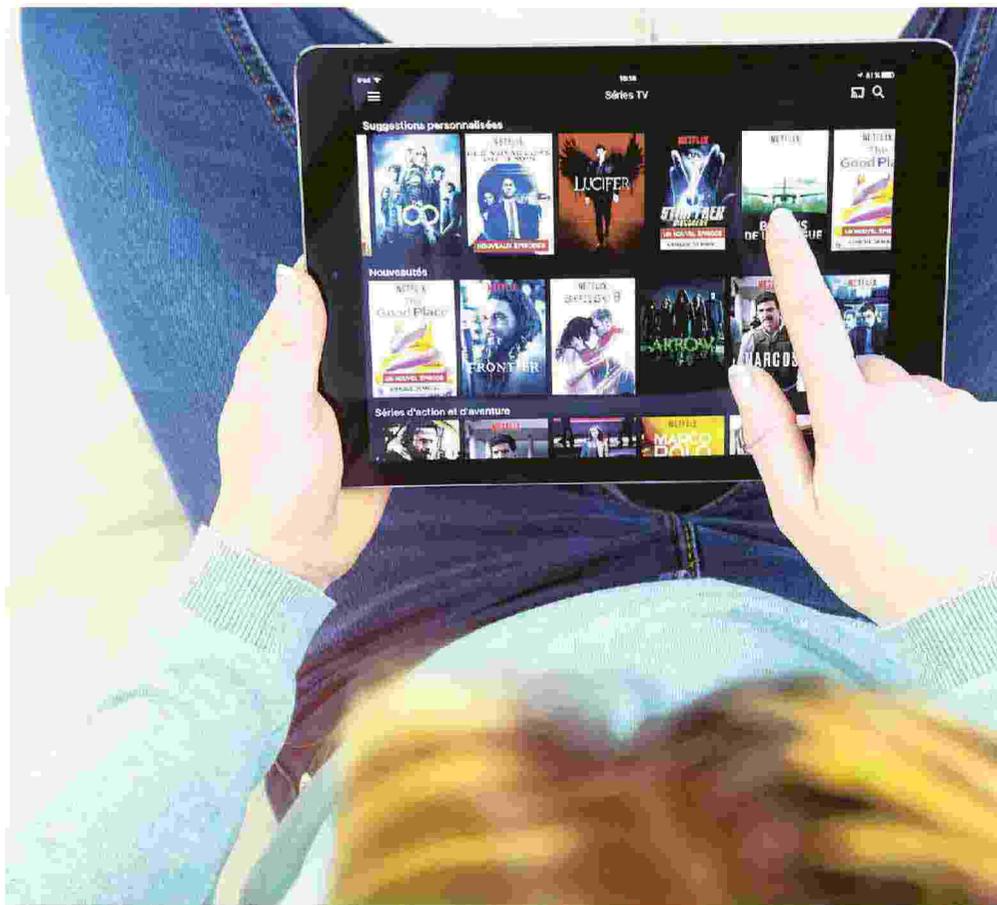
Questo accordo, poi, apre anche ad un'altra prospetti-

va: quella che vede Netflix sempre più presente sul territorio italiano e sempre più vicina ai vari competitor. Adesso tocca a Sky, ma a breve, come hanno rivelato alcuni siti specializzati, tra cui *Variety*,

toccherà a Mediaset, con cui, pare, la piattaforma streaming produrrà diversi film. Sembra quasi che, da nemico numero uno, Netflix sia diventata un partner ideale per molti dei protagonisti del nostro mercato; e che anche i broadcaster siano diventati importanti per Netflix. Il che è un bene sia per l'industria, che può crescere, sia per i singoli player, che possono uniformare la loro offerta, condividere obiettivi e risorse, e soprattutto potenziare, con proposte vantaggiose, la loro base di abbonati. —

CC BY-ND/AL/UN/D/RT/IR/SERVATI

**A breve toccherà a Mediaset: con Netflix dovrebbe produrre parecchi film**



**FRANCESCO CALOSSO**  
CHIEF MARKETING OFFICER  
DISKYITALIA

«Un'opportunità per chi si segue di vedere le serie e gli show che ama in modo semplice, immediato»

**FILIPPO ZUFFADA**  
MARKETING DIRECTOR  
EMEA DI NETFLIX

«Così sarà più facile l'accesso nelle case degli italiani di film, programmi per bambini, documentari»

## 1 milione

e oltre gli abbonati italiani a SkyQ che dal 9 ottobre potranno già sottoscrivere l'offerta

# 9,99

euro è la cifra che gli abbonati dovranno spendere per aggiungere Netflix all'abbonamento SkyQ Famiglia



**IL COMMENTO****MARCO ZATTERIN**

# Le grandi manovre nella nuova stagione sul piccolo schermo

**S**ul piccolo schermo scatta la stagione delle grandi manovre. I capitani italiani della tivù digitale, ispirati dai colleghi europei, muovono i primi piccoli passi concreti sulla strada delle alleanze e delle piattaforme comuni con i rivali internazionali, in vista dell'inverno del possibile scontento globale che potrebbe cominciare quando Disney e Apple scateneranno l'offensiva planetaria all'ultimo telespettatore. Mediaset risulta aver pronto un patto pluriennale per sette film con Netflix da varare domani, stesso interlocutore con cui Sky farà massa critica su un'unica centralina a partire da mercoledì. Vengono presentate come strategie di attacco. Eppure, a ben vedere, sono soprattutto una difesa, almeno per il momento.

I maligni scherzano sugli operatori «in cerca di un cardiotonico». Netflix è la regina dello streaming, tuttavia su alcuni mercati le cose non vanno come auspica-

to, anche per effetto dei recenti ritocchi al rialzo dei listini di abbonamento decisi per compensare l'aumento degli investimenti e l'erosione dei margini. Il mitico 9,99 al mese è diventato 11,99 o più nella versione ad alta definizione. La reazione non è stata quella sperata, il numero dei sottoscrittori ne ha sofferto.

Il gigante americano della tv "a richiesta" si attrezzava così per il duello col canale Disney che si offrirà (12 novembre negli Usa) a un prezzo che si vocifera inferiore, nell'intorno dei 7-8 dollari, per cominciare.

Nel frattempo, Amazon tesse la sua tela ibrida, destinando programmazione a basso prezzo a chi si iscrive al club "Prime" per far shopping online.

È una cavalcata minacciosa che obbliga a ragionare sul consolidamento delle posizioni attraverso progetti comuni con singoli operatori nazionali.

È qui che spuntano le intese con Mediaset e Sky. Il gruppo del Biscione balla

da tempo fra le ombre, ha due piazze di riferimento (Italia e Spagna), ma fatica a scavarci la dimensione europea necessaria per generare gli utili adeguati a non esser tagliati fuori dalla competizione continentale. La stretta di mano per la

co-produzione di fiction con gli americani potrebbe permettere alla tv di Berlusconi una più ampia monetizzazione dei diritti, con gli americani a far da spalla per la commercializzazione dei prodotti fuori dai territori di diretta competenza.

Il fidanzamento di Netflix con Sky ha un profilo differente, ma l'esigenza di fondo non è dissimile. Il grappolo di canali del gruppo Comcast deve affrontare la concorrenza crescente, una domanda di contenuti fortunatamente in aumento, e la perdita di valore del prodotto che una volta era centrale, le "news". L'intesa con Netflix concederà di offrire titoli come "La Casa di carta" e "Gomorra" su una sola piattaforma.

Concentrerà gli interessi ed è questa la chiave. In attesa che il legislatore Ue renda i big americani meno indipendenti dai vincoli che pesano sugli attori del nostro mondo, la via per non soffocare è fare squadra in modo creativo.

Nessuno immagina un'alternativa, per le tv private come quelle pubbliche. In Francia è nata la piattaforma Salto, nel Regno Unito la Bbc ha animato Britbox. In Italia, a partire dalla Rai, c'è chi accarezza l'idea di creare un ambiente unico per lo streaming a richiesta. Anche l'idea di una Santa Alleanza fra le Tv di stato europee, per fare massa e difendere le identità nazionali è oggetto di riflessione costante nel quartiere generale dell'Ebu, l'unione delle "rai" europee, a Ginevra. Tutti sanno che non c'è scelta, che il nemico è alle porte e che la partita è esistenziale, per il business e la cultura. Vuol dire che bisogna agire in fretta. Più di quanto, se si scremano le parole dai buoni auspici, si sta effettivamente facendo. —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

Anche l'idea di una Santa Alleanza fra le Tv di stato europee è oggetto di riflessione

Tutti sanno che non c'è scelta, che la partita è esistenziale, per il business e la cultura

**Onda su onda**

di Stefano Balassone

## Com'è cambiata la gioventù bruciata

**L'***Euphoria*, che funge da titolo alle otto puntate appena giunte su Sky, indica l'umore ottimistico e fattivo di chi si sente molto bene in salute oppure ha assunto qualche potente droga per cancellare intorno a sé il mondo reale e percepirne uno su misura. Il suddetto stato riguarda un gruppo di adolescenti americani che, droga nella sinistra e smartphone nella destra, consumano il video porno, largamente fornito da internet e altro ne mettono in circolo riprendendo le loro ginnastiche di sesso. Da segnalare per l'abbondanza e l'assortimento il protagonismo egualitario affidato, era ora, anche ai genitali maschili in primo piano. Il filo del racconto è costituito dai

percorsi auto deleteri di una ragazza segnata nel profondo perché, a tre giorni dal parto, la futura madre ha subito il trauma epocale indotto dalla vista dei crolli dell'11 settembre. Dal che emerge chiara la metafora riferita agli USA che da allora, persa l'antica sicurezza, si attaccano a ogni droga, come, apprendiamo, Xanax e Fentamil (che se abbiamo capito bene, ti mantiene ucciso mentre sei ancora vivo) e sbandano alquanto eleggendo un Presidente opposto all'altro. Siamo così, anche per i nati nel secolo XXI, alla usuale video rappresentazione della Gioventù Bruciata. Che in letteratura c'è da sempre, da Catilina coi compari suoi viziosi, fino ai Demoni di Dostoevski, sfuggiti di mano e di

senso ai loro padri cresciuti in mezzo alle illuministiche certezze. Nel '55 fu invece il film in cui James Dean si sfidava a chi frenava per ultimo lanciandosi con l'auto verso il ciglio del burrone, a ciò indotto dal sentirsi nulla a fronte dell'immensità dell'Universo riprodotta con le stelle al Planetario, nonché, aggiungiamo, dal terrore dell'atomica, che oggi chissà perché è rimosso ma è più che compensato dalla incombente distruzione dell'ambiente. Nota bene: anche questa serie ricalca un prototipo nato in Israele dove, pur in mezzo ai noti guai, prospera l'industria delle storie.

[ondasuonda@repubblica.it](mailto:ondasuonda@repubblica.it)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



### ◀ Euphoria

La serie creata da Sam Levinson, con Zendaya, è on demand su Sky e in streaming su Now Tv

Tv Netflix da mercoledì arriva su Sky  
E da nemico diventa partner ideale

GIANMARIA TAMMARO - P. 24 - CON UN COMMENTO DI MARCO ZATTERIN - P. 23

I contenuti della piattaforma streaming saranno disponibili per gli abbonati Sky Q. Avere tutti i player, o buona parte di essi, raccolti in un unico posto dietro il pagamento di un solo abbonamento, sarà molto probabilmente quello che succederà in futuro

DOPO REGNO UNITO E GERMANIA IL SODALIZIO ARRIVA IN ITALIA E APRE NUOVI SCENARI ALL'INTRATTENIMENTO

Tutti per uno, uno per tutti  
Netflix da mercoledì arriva su Sky  
E da nemico diventa partner ideale

GIANMARIA TAMMARO

Sapeva da più di un anno che Netflix sarebbe arrivata su Sky. E dopo il Regno Unito e la Germania, tocca all'Italia. Dal 9 ottobre, i contenuti della piattaforma streaming saranno disponibili anche per gli abbonati Sky Q. O meglio: sarà possibile, per gli abbonati Sky Q, sottoscrivere una nuova offerta, ribattezzata «Intrattenimento plus». Per coloro che hanno già attivato il pacchetto Sky Famiglia, la spesa sarà di 9.99 euro; per coloro che invece non ce l'hanno, parliamo di 15.39 euro. Anche gli abbonati Netflix potranno attivare «Intrattenimento plus» e, almeno sulla carta, un'agevolazione per un prezzo più conveniente, specie nel lungo periodo, sembra esserci. Soprattutto per gli abbonati Sky Q Platinum. Ma parliamo sempre di un'offerta che si rivolge ad un certo tipo di pubblico.

Il fatto che Sky e Netflix siano riusciti a raggiungere un accordo e che siano riusciti a metterlo in piedi in poco tempo è importante. E non solo per i due colossi dell'intrattenimento, che ora possono rivolgersi a nuovi, potenziali abbonati, aumentando l'offerta di serie tv e di film e raccogliendo due degli archivi più ricchi presenti sul mercato sotto un'unica interfaccia, con Sky Q come aggregatore. Questo accordo è importante anche per gli spettatori e per l'industria.

«Con questa partnership ha dichiarato Francesco Ca-

llosso, Chief Marketing Officer di Sky Italia - vogliamo offrire ai nostri abbonati la possibilità di vedere le serie e gli show che amano in modo semplice e immediato. Ora l'intrattenimento con Sky Q diventa ancora più ricco e trovare tanti contenuti in un unico posto non è mai stato così facile». «Siamo molto contenti di lavorare con Sky - ha aggiunto Filippo Zuffada, Partner Marketing Director EMEA di Netflix - e di rendere più facile per le famiglie l'accesso all'esperienza Netflix completa. Desideriamo portare la migliore offerta d'intrattenimento nelle case degli italiani e consentire loro di godere delle serie, film, documentari, programmi per bambini Netflix preferiti».

Prossimamente, in Italia, arriveranno nuove piattaforme streaming e nuove offerte, come Disney+ e Apple tv+. Ed è piuttosto evidente che i costi, per lo spettatore medio, siano destinati ad aumentare vertiginosamente. C'è tanta offerta, intesa come serie e film; e c'è anche tanto da pagare. Avere tutti i player - o comunque: avere buona parte di essi - raccolti in un unico posto, dietro il pagamento di un solo abbonamento, è molto probabilmente quello che succederà in futuro. Certo, ci vorrà ancora del tempo perché questa offerta di Sky e Netflix possa essere allargata a un pubblico ancora più ampio; i prezzi dovranno essere abbattuti ulteriormente, per avvicinare più fasce di audien-

ce, e non e nemmeno così sicuro che anche altre piattaforme vorranno seguire quest'esempio. Ma è un primo passo, ed è un primo passo significativo.

Sky, con «Intrattenimento plus», può parlare a un target totalmente diverso di spettatori: più giovani e più interessati a determinati prodotti. E la stessa cosa, dal canto suo, può farla Netflix: guardare a una fetta di pubblico più interessata a titoli più ricercati. Al momento, più di 1 milione di persone in Italia hanno Sky Q; sarà interessante vedere quante di queste sottoscriveranno grazie a «Intrattenimento plus» l'abbonamento Netflix, e quante di queste, invece, già abbonate a tutti e due i servizi, avranno un risparmio concreto.

Questo accordo, poi, apre anche ad un'altra prospettiva: quella che vede Netflix sempre più presente sul territorio italiano e sempre più vicina ai vari competitor. Adesso tocca a Sky, ma a breve, come hanno rivelato alcuni siti specializzati, tra cui Variety, toccherà a Mediaset, con cui, pare, la piattaforma streaming produrrà diversi film. Sembra quasi che, da nemico numero uno, Netflix sia diventata un partner ideale per molti dei protagonisti del nostro mercato; e che anche i broadcaster siano diventati importanti per Netflix. Il che è un bene sia per l'industria, che può crescere, sia per i singoli player, che possono uniformare la loro offerta, condividere

obiettivi e risorse, e soprattutto potenziare, con proposte vantaggiose, la loro base di abbonati. —

© BY NC ND AL CUNO DIRITTI RISERVATI

FRANCESCO CALOSSO

CHIEF MARKETING OFFICER  
DI SKY ITALIA



Un'opportunità per chi ci segue di vedere le serie e gli show che ama in modo semplice, immediato

FILIPPO ZUFFADA, PARTNER  
MARKETING DIRECTOR  
EMEA DI NETFLIX



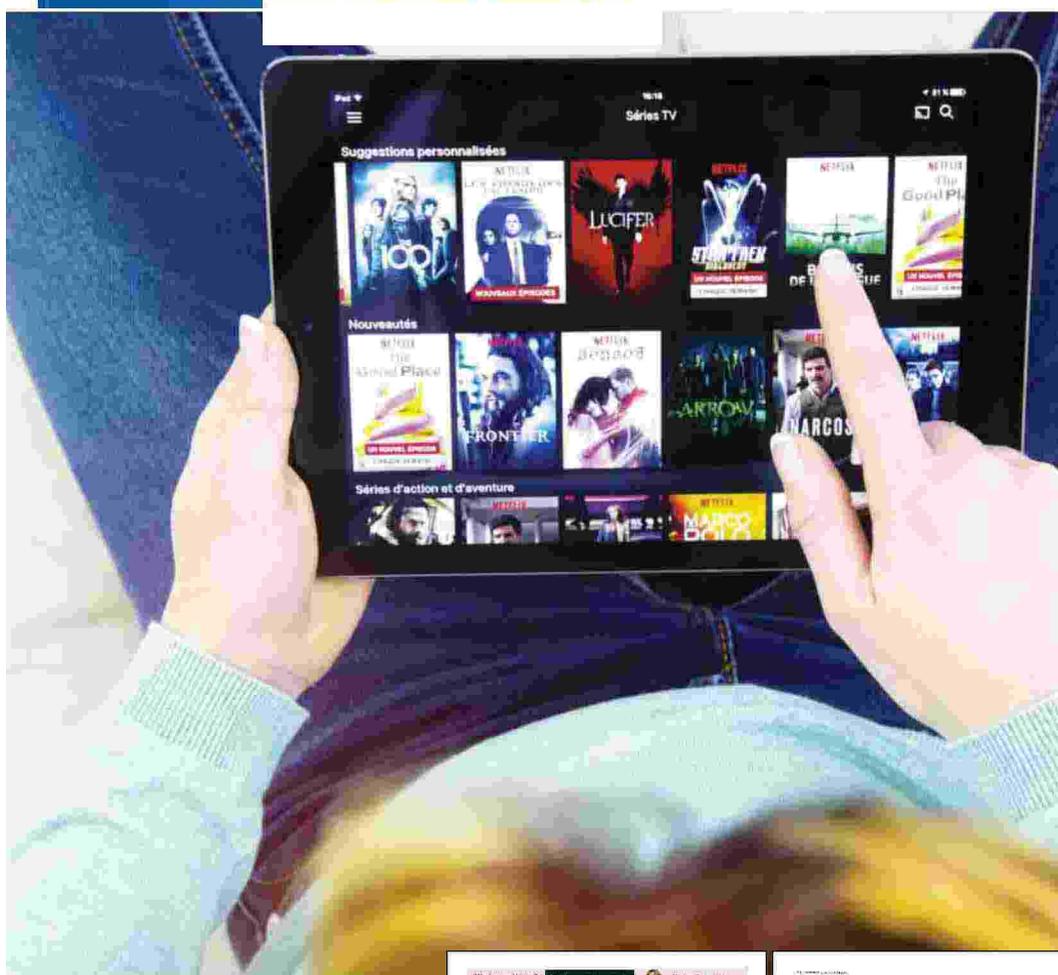
Così sarà più facile l'accesso nelle case degli italiani di film, programmi per bambini, documentari

1 milione

e oltre gli abbonati italiani a Sky Q che dal 9 ottobre possono già sottoscrivere l'offerta

9,99

euro, la spesa per aggiungere Netflix all'abbonamento Sky Q Famiglia



A breve toccherà a Mediaset: con Netflix dovrebbe produrre diversi film



**FRA SKY, MEDIASET E NETFLIX GRANDI MANOVRE SUL PICCOLO SCHERMO**

MARCO ZATTERIN

**S**ul piccolo schermo scatta la stagione delle grandi manovre. I capitani italiani della tivù digitale, ispirati dai colleghi europei, muovono i primi piccoli passi concreti sulla strada delle alleanze e delle piattaforme comuni con i rivali internazionali, in vista dell'inverno del possibile scontento globale che potrebbe cominciare quando Disney e Apple scateneranno l'offensiva planetaria all'ultimo telespettatore. Mediaset risulta aver pronto un patto pluriennale per sette film con Netflix da varare domani, stesso interlocutore con cui Sky farà massa critica su un'unica centralina a partire da mercoledì. Vengono presentate come strategie di attacco. Eppure, a ben vedere, sono soprattutto una difesa, almeno per il momento.

I maligni scherzano sugli operatori «in cerca di un cardiotonico». Netflix è la regina dello streaming, tuttavia su alcuni mercati le cose non vanno come auspicato, anche per effetto dei recenti ritocchi al rialzo dei listini di abbonamento decisi per compensare l'aumento degli investimenti e l'erosione dei margini. Il mitico 9,99 al mese è diventato 11,99 o più nella versione ad alta definizione. La reazione non è stata quella sperata, il numero dei sottoscrittori ne ha sofferto.

Il gigante americano della tv «a richiesta» si attrezza così per il duello col canale Disney che si offrirà (12 novembre negli Usa) a un prezzo che si vocifera inferiore, intorno ai 7-8 dollari, per cominciare. Nel frattempo, Amazon tesse la sua tela ibrida, destinando programmazione a basso prezzo a chi si iscrive al club «Prime» per far shopping online. È una cavalcata minacciosa che obbliga a ragionare sul consolidamento delle posizioni attraverso progetti comuni con singoli operatori nazionali.

È qui che spuntano le intese con Mediaset e Sky. Il gruppo del Biscione balla da tempo fra le ombre, ha due piazze di riferimento (Italia e Spagna), ma fatica a scavarci la dimensione europea necessaria per generare gli utili adeguati a non esser tagliati fuori dalla competizione continentale. La stretta di mano per la co-produzione di fiction con gli americani potrebbe permettere alla tv di Berlusconi una più ampia monetizzazione dei diritti, con gli americani a far da spalla per la commercializzazione dei prodotti fuori dai territori di diretta competenza.

Il fidanzamento di Netflix con Sky ha un profilo differente, ma l'esigenza di fondo non è dissimile. Il grappolo di canali del gruppo Comcast deve affrontare la concorrenza crescente, una

domanda di contenuti fortunatamente in aumento, e la perdita di valore del prodotto che una volta era centrale, le «news». L'intesa con Netflix concederà di offrire titoli come «La Casa di carta» e «Gomorra» su una sola piattaforma. Concentrerà gli interessi ed è questa la chiave. In attesa che il legislatore Ue renda i big americani meno indipendenti dai vincoli che pesano sugli attori del nostro mondo, la via per non soffocare è fare squadra in modo creativo.

Nessuno immagina un'alternativa, per le tv private come quelle pubbliche. In Francia è nata la piattaforma Salto, nel Regno Unito la Bbc ha animato Britbox. In Italia, a partire dalla Rai, c'è chi accarezza l'idea di creare un ambiente unico per lo streaming a richiesta. Anche l'idea di una Santa Alleanza fra le Tv di stato europee, per fare massa e difendere le identità nazionali è oggetto di riflessione costante nel quartiere generale dell'Ebu, l'unione delle «rai» europee, a Ginevra. Tutti sanno che non c'è scelta, che il nemico è alle porte e che la partita è esistenziale, per il business e la cultura. Vuol dire che bisogna agire in fretta. Più di quanto, se si scremano le parole dai buoni auspici, si sta effettivamente facendo. —

© BY NONO ALQUINI/DEBITTERSERVATI



# NETFLIX, LA STRADA PER CRESCERE PASSA ANCHE DAL PICCOLO SCHERMO

Nuovi competitor e calo degli abbonati fanno tremare la piattaforma streaming che pensa a nuove strategie per il mercato europeo. In Italia dopo l'accordo con Mediaset arriva quello con Sky per allargare la base degli utenti

di **Maria Elena Zanini**

**R**ivoluzione. È questa la parola che ha accompagnato nel 2015 l'arrivo di Netflix sul mercato italiano. Una rivoluzione che si era posta come obiettivo «la felicità delle persone più che i numeri», per citare Reed Hastings, fondatore della piattaforma streaming. Ma per vincere le rivoluzioni, a volte, bisogna ricorrere ad alleanze imprevedibili. Succede anche nella «rivoluzione dei contenuti». A trovarsi dalla stessa parte della barricata saranno Netflix e Sky e, anche se su basi diverse, con Mediaset. Di un accordo tra Netflix e Sky si parla già da diversi mesi, ma da questa settimana sarà effettivo e il servizio «a due» sarà a disposizione degli abbonati già questa settimana. Si tratta di un accordo di integrazione e di distribuzione. Netflix entrerà in una piattaforma di contenuti più vasta con una base clienti più stabile e sicura nel tempo, che va oltre il target dei millenials, legata a contratti lunghi nel tempo. Il prezzo conveniente per l'abbonamento alla piattaforma, assieme alla possibilità trovare tutta l'offerta Netflix all'interno di Sky Q, rendono l'acquisto di Netflix più allettante per gli abbonati Sky, costituendo quindi una spinta per gli abbonamenti dell'Ott. Da parte sua Sky arricchisce la propria offerta integrando i propri contenuti con quelli Netflix, offrendo ai clienti Sky Q un abbonamento alla piattaforma a un prezzo più conveniente degli attuali. Con Mediaset invece, indiscrezioni parlano di un accordo per la produzione di sette film e anche se i due gruppi non commentano, si parla già

della messa in onda futura della terza stagione di *Stranger Things* su Italia 1. Domani 8 ottobre Hastings sarà a Roma ed è probabile che svelerà alcuni dettagli di questa alleanza.

Ma facciamo un passo indietro: quali vicende hanno portato a questa svolta? A distanza di quattro anni, dal suo debutto italiano, le aspettative di Reed Hastings non sono state deluse (per quanto riguarda i numeri, per lo meno). Ma la crescita sta rallentando a livello mondiale: a fine giugno Netflix contava 151,6 milioni di abbonati nel mondo, meno dei 153,9 milioni previsti e meno dei 156,5 milioni attesi dal mercato.

## Il calo

A preoccupare è soprattutto la perdita di 130 mila abbonati negli Stati Uniti, il mercato di riferimento, primo calo dal 2011. E i dati finanziari nel terzo trimestre ne hanno, di conseguenza, risentito: nonostante i ricavi in crescita (+26% a 4,92 miliardi di dollari), l'utile è sceso a 270 milioni di dollari dai 384,3 milioni del 2018. In Borsa il titolo ha perso un terzo del suo valore e la fiducia degli investitori sta cominciando a vacillare. Certo non aiuta l'arrivo negli Usa di nuovi competitor come Apple e Disney che stanno per lanciare le proprie piattaforme streaming, competitive sia a livello di prezzo (5 dollari al mese Apple e 7 dollari Disney, contro i 13 di Netflix), sia di contenuti, con Disney in particolare che toglierà dalla libreria Netflix molti suoi film (cartoni animati in primis), impoverendo non poco gli scaffali digitali di Reed Hastings.

## I modelli

Discorso diverso è quello che riguarda l'Europa e l'Italia, dove la diffusione di Netflix, per quanto significativa, non è mai stata ai livelli degli Stati Uniti (fatta eccezione per il mercato del Regno Unito), proprio per la diversità strutturale dei mercati. Se negli Usa la fruizione di contenuti è sempre stata storicamente legata a un abbonamento alla tv via cavo, in Europa non è così. Negli ultimi anni i numeri degli abbonati delle pay tv tradizionali è rimasto pressoché invariato. Gli abbonati Sky in Europa erano 21 milioni nel 2015 e sono 24 milioni oggi, gli abbonati Canal+ erano 5,6 milioni nel 2015 sono 5,7 milioni oggi; in Spagna Movistar aveva 3,7 milioni di abbonati nel 2015 e 4 nel 2018. Il mercato europeo, in sostanza, è diviso tra i consumatori non disposti ad acquistare contenuti a pagamento e consumatori «premium» che integrano, invece, l'offerta free con contenuti a pagamento. Ed è questo il bacino in cui Netflix ha pescato negli ultimi anni, integrando le offerte. Un bacino che sembra però aver bisogno di essere rinvigorito: gli analisti parlano di «saturazione dei mercati», evidenziando quanto potrebbe essere difficile la futura crescita di Netflix.

## La trasformazione

Attualmente in Italia il numero di abbonati è di circa 2 milioni, contro i 6 milioni della Germania e i 10 del Regno Unito. È in questo contesto che nasce l'esigenza di una nuova strategia europea per Netflix, una strategia

che vede negli operatori tradizionali (come Sky, appunto) il ruolo chiave per lo sviluppo futuro. In una duplice direzione: il potenziamento della piattaforma distributiva e l'allargamento della base di clienti. Nell'ultimo anno Netflix ha stretto una lunga serie di accordi strategici sia commerciali sia sul piano dei contenuti con i principali broadcaster europei,

posizionandosi (in anticipo sui competitor) in quella fascia di mercato dove si trova il più alto numero di potenziali abbonati. Contando che l'80% degli utenti Netflix ha meno di 40 anni, la piattaforma ha bisogno di allargare la base e i clienti delle pay tradizionali, tendenzialmente meno giovani e più fidelizzati rappresentano il bacino perfetto per Netflix. Nel Re-

gno Unito Netflix è su Sky da novembre 2018: contenuti integrati e sconto sul prezzo per l'abbonamento a Netflix. Stessa cosa in Germania. In Spagna dal dicembre 2018 i contenuti Netflix sono integrati con quelli di Movistar. In Francia l'offerta combinata Canal+/Netflix partirà dal 15 ottobre.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**New media**

Reed Hastings, 58 anni, ha fondato Netflix nel 1997 come di noleggio di dvd per posta. Dal 2008 il servizio è diventato via streaming

**151,6**

**Milioni**

Sono gli abbonati di Netflix nel mondo calcolati a giugno 2019  
Le attese del mercato erano di 156,5 milioni





**«Eolo missione comune» è il progetto benefico che dona un milione all'anno a 300 piccoli centri per accompagnarli nel processo di digitalizzazione**



**Giuliano Molossi**  
MILANO

**P**ORTA Internet ultra veloce dove gli altri non arrivano, nei piccoli comuni lontani dai grandi centri, nelle zone di campagna. La chiave del successo di Eolo, fra i primi cinque operatori italiani, principale fornitore di banda ultra larga wireless per i segmenti business e residenziale, è tutta qui. I numeri parlano di un successo crescente. Ricavi per 127 milioni (+27% rispetto all'esercizio precedente), più di un milione di persone connesse con una crescita costante di oltre 10 mila nuovi clienti al mese, presenza in 6000 comuni italiani, 470 dipendenti (età media 32 anni). In agosto Eolo è stato il miglior Internet provider, cioè il più veloce, per lo streaming di Netflix, lasciando alle spalle Vodafone, Fastweb, Telecom e Wind. Un operatore wireless che batte tutti i grandi della fibra ottica. Luca Spada, 45 anni, grande appassionato di trail running (corsa in montagna), è il fondatore, presidente e ceo di Eolo.

**Dottor Spada, nella mitologia greca Eolo era il re dei venti. Oggi nel mondo delle telecomunicazioni Eolo che cosa rappresenta?**

«Il re della provincia italiana. Siamo nati nel 2006 per portare la connettività veloce nei piccoli comuni italiani che sono sempre stati dimenticati. Oggi nei comuni sotto i diecimila abitanti ci siamo noi».

**È sempre questa la vostra mission? Andare dove gli altri non ci sono?**

«Sì, oggi grazie ad una rete di collegamenti radio che utilizzano le migliori tecnologie, siamo l'unico operatore in grado di offrire fino a 100 mega anche all'utenza residenziale nei piccoli comuni dove col cavo si arriva a malapena a 4 o 5».

**I collegamenti radio cos'hanno in più di quelli via cavo?**

«Il cavo va bene se è in fibra ottica e arriva fino in casa. Ma la rete in rame, soprattutto fuori dalle grandi città è ormai obsoleta, la velocità in Adsl è inversamente proporzionale alla distanza dalla centrale mentre via radio le frequenze che abbiamo acquisito in maniera esclusiva ci consentono

## Il soffio di Eolo arriva nei piccoli comuni «Connettiamo la provincia con il mondo E il progresso viaggia sulla rete veloce»

di far passare tanti dati in modo sicuro e controllato, senza interferenze, con prestazioni veramente notevoli».

**La concorrenza è molto agguerrita, cosa potete vantare più degli altri?**

«Noi puntiamo sulla qualità dell'offerta».

**Per chi fa il vostro mestiere qualità è sinonimo di velocità?**

«Sì, ma parliamo anche di qualità dell'assistenza».

**E la guerra sui prezzi?**

«Non ci riguarda, sotto un certo limite non si può andare. Per un servizio basilare, essenziale per tutti i componenti di una famiglia, non si può scendere sotto i 30 euro al mese, meno del prezzo di un caffè al giorno. E poi consideri che anno dopo anno i nostri clienti consumano il 60 per cento in più perché si guardano contenuti sempre più pesanti ma il prezzo resta sempre lo stesso».

**Voì siete presenti in tutta la penisola o ci sono ancora aree inesplorate?**

«Al Nord siamo capillari, al Centro siamo ben presenti e dall'anno scorso copriamo anche il Sud. Siamo in tutte le regioni italiane con tremila ripetitori radio».

**Quali sono gli ultimi investimenti?**

«Abbiamo previsto di investire 300 milioni da qui al 2021, gran parte dei quali per sviluppare le reti nel Sud dove abbiamo una fortissima richiesta».

**Immagino soprattutto nei piccoli comuni. A questo proposito, portare Internet veloce**

**↑ CENTO MEGA ALL'UTENZA RESIDENZIALE**

**Luca Spada, 45 anni, è il fondatore, presidente e ceo di Eolo. È un grande appassionato di trail running. «Siamo nati nel 2006 - dice - per portare la connettività veloce nei piccoli comuni italiani»**

**nelle zone più remote è utile per contrastare lo spopolamento?**

«Assolutamente sì. Noi vogliamo arrivare con la connessione ovunque. In molte zone dove siamo andati a portare la rete abbiamo trovato una sorta di 'ghost town', frazioni abbandonate, in un contesto naturalistico bellissimo. Portare la rete veloce in queste zone significa stimolare la riapertura di esercizi commerciali, bar, ristoranti, bed and breakfast, stimolare il turismo. Ne abbiamo avuto la prova. Proprio per questo abbiamo lanciato il progetto benefico 'Eolo missione comune' che donerà un milione di euro all'anno per tre anni a 300 piccoli comuni con meno di 5 mila abitanti in Italia per accompagnare questi piccoli centri nel processo di digitalizzazione, per farli diventare smart cities».

**Come funziona?**

«I cittadini possono registrarsi sul nostro portale e votare il Comune che vorrebbero veder premiato. L'esempio veramente emblematico è quello di Esino Lario, nel Lecchese, che qualche anno fa, grazie alla coraggiosa iniziativa di una bravissima ragazza, ospitò la convention mondiale di Wikipedia. A noi quell'idea piacque molto, gli abbiamo praticamente infrastrutturato il paese, portando fibra ottica, collegando tutti i punti cruciali dell'iniziativa. L'evento ebbe una risonanza mediatica pazzesca. E da quel giorno quel comune che stava morendo è rinato».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Ricavi in crescita a quota 127 milioni**

Rispetto all'esercizio precedente, i ricavi di Eolo sono cresciuti del 27% toccando i 127 milioni. I dipendenti sono 470 (età media 32 anni), più di un milione le persone connesse. L'azienda è presente in oltre seimila comuni italiani

**«Investimenti per 300 milioni»**

«Da qui al 2021 abbiamo previsto di investire 300 milioni di euro - spiega il presidente e ceo di Eolo, Luca Spada -. Gran parte dell'investimento sarà destinato a sviluppare le reti nel Sud dove abbiamo una richiesta molto forte di interventi»



## Serie tv "The walking dead" arriva a undici

Tornano i morti viventi. All'indomani del debutto della decima edizione di *The walking dead* sulla tv via cavo americana AMC (da noi viene trasmessa quasi in contemporanea dal canale Fox) si è appreso che gli

zombie avranno anche un'undicesima serie e che sarà nuovamente Lauren Cohan, che mancava dalla nona stagione, a vestire i panni di Maggie Greene. Nella nuova edizione di *The walking dead* arriverà anche Paola Lazaro nel ruolo della Principessa, personaggio dall'omonimo fumetto ancora assente dalla serie tv.



**Onda su onda**

di Stefano Balassone

## Così l'Italia si racconta al mondo

**I**n *1994* (conclusione della trilogia avviata con *1992* e *1993*) abbiamo rivisto molte scene della "rivoluzione" che, per grosse linee, fu sdoganata dalla caduta del Muro di Berlino e proseguì da noi per varie strade: i referendum contro le preferenze elettorali, Tangentopoli col discorso di Craxi alla Camera, le uccisioni di Falcone e Borsellino, il varo del Mattarellum maggioritario. Intanto la politica si "funarizzava" (da Funari) trapassando Destra e Sinistra mediante la "indignazione", che rendeva le vacche tutte bige ed era, in quanto generica, perfetta per la tv generalista. Fu lì che la politica si confuse con l'arte del talk show. E dunque, detto a posteriori, non è un caso se nel 1994, al primo

vero appuntamento elettorale vinse alla grande la Destra che cominciava proprio allora a dirsi "il popolo", di Berlusconi. Ma essendo ancora aperta la partita dei rapporti di forza fra Lega e Forza Italia, Silvio finì, al primo pretesto, fuori dal governo. Questo è il 1994 della fiction, che tranne per dettagli, è ricalcato con cura sulla Storia, sicché è sicuro che chi seguiva appena un poco la politica ritroverà il se stesso di quei tempi. Chi non c'era e cioè i più giovani e l'eventuale audience estera riconosceranno, è probabile, l'icona di Berlusconi resa intergenerazionale e globale grazie al Bunga Bunga, ma si spera che finisca coinvolto dall'ennesima versione dei meccanismi del potere già

appresi alla scuola dei Borgia e del *Trono di spade*. Va detto che attorno alle fiction più ambiziose si gioca una fondamentale partita economica. Il mondo ne fa grande richiesta e il punto è quanta fortuna troveranno quelle nostre. Qualcosa si sta facendo, raccontando i miti più risaputi circa l'Italia: Roma, Camorra e Papa. Con l'accoglienza del mondo a *1994* vedremo se anche la nostra cronaca politica è divenuta famosa, al punto che altri ne comprino e godano le saghe. Sperando che infine i vari eroi nostrani emulino le glorie del Parmigiano sui mercati.

[ondasuonda@repubblica.it](mailto:ondasuonda@repubblica.it)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



### ◀ Ambizioni

Miriam Leone in *1994*, la serie in onda il venerdì su Sky Atlantic e NowTV e disponibile su Sky on demand

# «Ecco la mia riforma: Rai più simile alla Bbc, ma chiedo coraggio»

L'ad Salini: pressioni politiche? Mi sottraggo



**Gli ascolti**

**Il calo? Mi aspettavo di più, anche a livello di innovazione. A novembre arriva Fiorello**

di **Antonella Baccaro**

**ROMA** Decolla il nuovo piano industriale della Rai firmato dall'amministratore delegato Fabrizio Salini. Ieri il ministro dello Sviluppo economico ha dato il via libera al documento approvato dal consiglio di amministrazione ormai sei mesi fa.

**Salini, col nuovo piano industriale, ispirato, suppongo, alle sue esperienze internazionali, nasceranno nove direzioni trasversali alle reti, ciascuna delle quali dedicata a un contenuto specifico. Può definirli una rivoluzione?**

«Non parlerei di rivoluzione ma di una bellissima riforma che s'ispira a quelle già attuate da altri broadcaster, come la Bbc e France Tv. Usciamo dalle logiche verti-



**Il progetto Nascono nove direzioni trasversali, un piano che ha anche un obiettivo di maggiore efficienza**

calistiche, dalle divisioni a compartimenti-stagni, che producevano sovrapposizio-

ni di contenuti e spreco di risorse. Il piano ha anche un obiettivo di efficienza».

**Cambieranno le vocazioni delle singole reti?**

«No, la differenza è che ora dialogheranno tra loro sui contenuti. L'obiettivo di questa fase 2 è dare nuovo slancio a ogni genere. Bisogna rinnovare i linguaggi se vogliamo davvero raggiungere un nuovo pubblico. Questo sta già avvenendo in parte ma possiamo accelerare, dobbiamo dare una linea più marcatamente innovativa capace di incontrare le nuove esigenze del pubblico e di guardare al futuro oltre che al presente».

**Un esempio di questa innovazione?**

«Ho voluto fortemente la direzione Documentari: era un'anomalia non averla per un servizio pubblico. L'intenzione è attirare nuovi talenti e anche quelli che sono andati altrove».

**Sarà la direzione Distribuzione a decidere sui contenuti?**

«No, non ci sarà un centro decisionale unico ma strutture e direzioni dialogheranno tra loro».

**Fa molto discutere la direzione Approfondimenti. Che rapporto avrà con le testate giornalistiche?**

«Sarà autonoma come le altre. So che questo è un tema sensibile ma voglio assicurare che il rapporto sarà

quello che c'è già adesso tra la direzione di rete e i singoli programmi di approfondimento: massima autonomia. Questo modello porterà a

una maggiore serenità».

**Presto ci sarà un cda straordinario sul calo di ascolti. Può tracciare un suo bilancio fin qui?**

«Il primo semestre non è stato negativo. La Rai ha ceduto una piccolissima fetta di share, meno del competitor però. Ma mi aspettavo di più soprattutto dall'inizio della stagione autunnale. Non parlo solo in termini di ascolti, ma soprattutto di innovazione dei prodotti. Avevo chiesto scelte più coraggiose».

**Con l'approvazione del piano partirà il valzer delle nuove nomine. Come gestirà le pressioni politiche?**

«Ogni nomina in Rai diventa inevitabilmente oggetto di dibattito politico. Quelle che ho fatto per la corporate sono state criticate da molte forze in campo e forse è una garanzia... Una cosa è certa: continueremo con le nomine interne e la valorizzazione delle persone più adatte. È l'unico modo che conosco per sottrarmi a pressioni e critiche».

**Intanto lei gode, grazie alla legge di riforma del 2015, di un potere molto più ampio sulle nomine.**

«Non è un potere assoluto.

Né lo vorrei: è un'azienda pubblica e il cda deve avere voce in capitolo».

**Non cambierebbe niente negli equilibri della governance?**

«Essendo l'attuale ad, qualsiasi cosa dica sembrerà di parte. Ma, insomma, alcune modifiche andrebbero fatte per rendere la Rai più snella. E poi la durata del mandato andrebbe allungata: in tre anni che si può concludere?».

**Intanto però è cambiata la maggioranza. Si sente più forte?**

«Guardi, anche qui. Affrontiamo le situazioni di volta in volta».

**La semestrale Rai si è chiusa in pareggio. Chiederà al governo di lasciare alla Rai l'intero incasso del canone?**

«Assolutamente sì. Quel gettito è della Rai».

**Fiorello sta per firmare?**

«Dal 13 novembre Fiorello su RaiPlay darà vita al primo show live su multiplatforma al mondo che verrà trasmesso per sei settimane, tre volte alla settimana. Intanto dal 4 novembre avrà una finestra dopo il Tg1 delle 20 oltre che in radio. Questa sì, sarà una vera rivoluzione».

**Qual è il prossimo talento che vorrebbe in Rai?**

«Vorrei che ne emergessero di nuovi grazie al lavoro della Rai».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Chi è**

Fabrizio Salini, 52 anni, laureato in Scienze politiche alla Sapienza di Roma, ex direttore di La7 e La7d, dal luglio 2018 è amministratore delegato e direttore generale della Rai



# La tv pubblica

# Rai, c'è l'ok del governo al piano industriale Salini prova a blindarsi

► Il Mise dice sì alla rivoluzione aziendale ora però incombe il pericolo della palude

► L'ad di Viale Mazzini punta a restare in sella anche con la nuova maggioranza rosso-gialla

## IL CASO

ROMA «Oggi comincia una nuova era». Così Fabrizio Salini esulta per il varo, da parte del Mise, del Piano Industriale della Rai, che lui ha fortemente voluto. L'ad di Viale Mazzini annuncia l'inizio di una nuova stagione, addirittura rivoluzionaria a suo dire, eppure è molto tradizionale e ancien régime il modo in cui lui si sta muovendo. Il Piano Industriale appena timbrato dal ministro Patuanelli serve a Salini a blindare se stesso. E si è mosso per questo scopo con il Pd oltre che con i cinque stelle (cena a casa di Emilio Carelli, per dire) che l'hanno messo alla guida della tivvù pubblica. Se prima insomma il suo interlocutore è stato Salvini (rapporto difficile tra i due) adesso la sua rete è cambiata e Zingaretti uber alles in-

sieme al solito Di Maio. L'approvazione di questo progetto che ridisegna l'organizzazione aziendale potrebbe essere però una vittoria di Pirro. Per vari motivi. C'è chi definisce il Piano Industriale «acqua fresca» (ossia l'opposto di una rivoluzione copernicana). E non contiene, questo «nuovo inizio», vere novità sull'informazione e sulle news. Anzi, la riorganizzazione delle testate viene rimandata a quando il mandato di tre anni dell'ad sarà scaduto. Per evitare inciampi, questa la mossa salva-vita.

**PARTIRANNO NOVE SUPER DIREZIONI TEMATICHE E ORIZZONTALI DIMINUISCE IL POTERE DEI DIRETTORI DI RETE**

Anche se in Commissione di Vigilanza, che il 23 dovrà cominciare a dare un parere proprio sulla parte dedicata all'informazione, si prevedono scontri e bufere. «Ma tutto resterà come prima», assicurano i vecchi marpioni che nella palude Rai ci vivono da sempre e che vedono in Salini l'ennesimo navigatore. Che è passato dai giallo-verdi ai rosso-gialli senza colpo ferire. «E la famosa discontinuità che è stata promessa agli italiani? Non se ne vede proprio traccia», è l'affondo di Anzaldi, panzer renziano in Vigilanza.

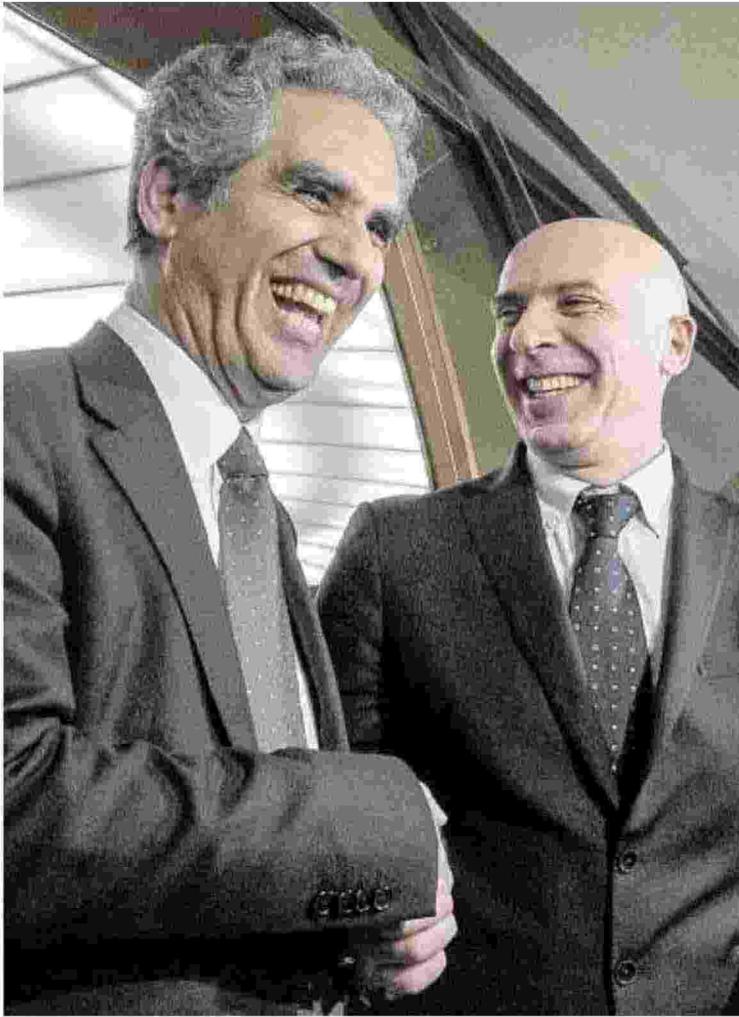
## AGGANCI

Blindato grazie al Pd di Zingaretti che lo ha sempre attaccato quando era giallo-verde, adesso Salini rilancia se stesso. Ma oltre ai renziani, il centrodestra non vuole fare sconti al Piano Industriale. E perfino negli

## L'anticipazione



Sul Messaggero di giovedì l'anticipazione sulla mossa del governo per il futuro di Viale Mazzini: «Rai, il soccorso del governo con l'ok al piano industriale. Il crollo degli ascolti spinge il Mise a puntellare Salini».



**Marcello Foa e Fabrizio Salini** (foto L'ESPRESSO)

uffici intorno a quello dell'ad, il mood ieri - ad approvazione del Mise avvenuta - era questo: «Fabrizio crede che ora comincia la rivoluzione. Ma s'è mai vista una rivoluzione in Rai?».

**IL PRESIDENTE**

Mentre Salini crede di aver vinto, di sicuro sembra rafforzato, in maniera silenziosa, il presidente Foa che era stato preso a simbolo del sovranismo da cacciare via, per mano dei dem, e invece il mirino su di lui pare meno puntato. E del resto è reduce dal successo del Prix Ita-

lia, di competenza del presidente, al quale sono intervenuti esponenti anche dell'attuale maggioranza e questo è un segno d'armistizio. Intanto è stabilito per il 17 ottobre il prossimo Cda. E chissà se Salini riuscirà davvero a far pagare a Teresa De Santis - che sta cercando di blindarsi tramite l'amica Mara Venier e l'amico Beppe Convertini con i 5 stelle e con Rocco Casalino - il flop degli ascolti di Rai1. Rimuovendola. Dopo averne avallato le scelte.

**Mario Ajello**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Parla **Alessandro Saba**, vice president e responsabile dei canali di intrattenimento in Italia

# Fox si concentra sulle serie tv

## Produzioni originali di commedie e drama da esportare

DI **CLAUDIO PLAZZOTTA**

**U**n deciso cambio di passo per il gruppo televisivo Fox in Italia. Ci si prende una pausa dai programmi di intrattenimento alla *Contadino cerca moglie*, e ci si concentra invece sulle produzioni originali cosiddette scripted sia di commedie sia di drama. E tutte, come spiega a *ItaliaOggi* **Alessandro Saba**, vice president e responsabile dei canali di intrattenimento, dell'area research e delle produzioni di Fox networks group Italy, «puntano a sviluppare progetti locali ma con un respiro internazionale. Fino ad ora Fox, in Italia, proponeva o prodotti globali, o localissimi, tipo *Boris*. Vogliamo, invece, intercettare quella zona di mezzo, così come ha fatto Sky che è stata pioniera con *Gomorra*, una serie che più locale non si potrebbe, ma esportata poi in tutto il mondo».

Dopo la fusione a livello internazionale tra Fox e Disney, quelli di Sky (che appartiene invece a Comcast) non sono più parenti, «ma siamo rimasti amici», mentre con Disney, anche in Italia, «per ora rimaniamo due società distinte» nonostante nella prossima primavera inizierà il grande trasloco di Fox dalla

sede romana al quartier generale milanese di Disney.

E comunque «già da tempo», sottolinea Saba, «la metà del palinsesto di Fox è fatta da prodotti Disney, a partire da *Grey's anatomy* e da tutta la library legata a *Shonda Rhimes*».

Insomma, il gruppo televisivo Fox, che dal 1° ottobre ha perso i canali Fox animation, Fox comedy e Nat Geo people, cui Sky non ha rinnovato il contratto, prova a trovare una nuova primavera nelle produzioni originali in Italia: e dopo la seconda stagione di *Romolo+Giuly* (la prima ha avuto gli ascolti più alti di ogni altro contenuto su Fox negli ultimi due anni), adesso arriva *ExtraverGINE*, una commedia da 10 episodi di 30 minuti ciascuno diretta da **Roberta Torre**, co-prodotta da Publispei e in palinsesto su FoxLife (quindi target femminile 20-55 anni) dal 9 ottobre alle 21,15.

Di qui in poi, aggiunge Saba, si andrà avanti in parallelo con produzioni originali di genere comedy (partiti i lavori su una nuova commedia al maschile), e si debutterà, invece, nel genere drama: «Stiamo collaborando con **Ferzan Ozpetek** a una serie ispirata al film *Le fate ignoranti*, e sarà pure una co-produzione turca con un

episodio girato a Istanbul». Allo studio, quindi, ci sono 5-6 progetti nuovi per sviluppare una serialità di Fox made in Italy, ma che possa attraversare i confini.

E anche sul genere factual, con i canali National Geographic, si punta molto a produzioni originali italiane ma di respiro internazionale: «Dopo i prodotti su Totò Riina e su Maradona, molto apprezzati all'estero, nel 2019 abbiamo realizzato il docufilm *Where are you*, dedicato alle storie degli immigrati sul barcone fotografato da **Massimo Sestini**, e il documentario sul crollo del ponte Morandi a Genova. Al momento, invece, stiamo lavorando a *Ocean's breath*, il respiro dell'oceano, con il tema della deforestazione in Amazzonia ma pure della morte dei coralli, partendo dal fatto che le Dolomiti, in origine, stavano sotto il mare e altro non erano che enormi montagne di coralli. Tutti progetti italiani che poi, grazie al network National Geographic, andranno nel mondo».

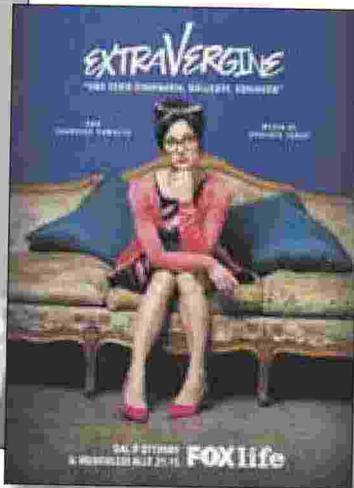
Tornando a *ExtraverGINE*, dove protagonista è **Lodovica Comello**, bisogna evidenziare come la nuova serie tv sia una operazione piuttosto originale nel panorama italiano: dal punto di vista visivo ricorda molto il mondo dei social, si

fa un largo utilizzo degli hashtag, c'è tanto colore, i formati sono piuttosto brevi e di agevole consumo pure sui device digitali (dove Auditel ora rileva gli ascolti). Inoltre esce in tv il 9 ottobre dopo che, lo scorso 19 settembre, è già andato in libreria *ExtraverGINE*, un libro-prequel sulle avventure di Dafne (il personaggio interpretato dalla Comello). E per il lancio della serie tv si sono realizzati pure appositi fumetti veicolati sul web: «Quando lavoriamo ai prodotti scripted», conclude Saba, «partiamo ovviamente dalla idea, dal quid. Poi, però, sviluppiamo un progetto circolare: ovviamente il nostro modello di business resta la pay tv, e quindi *ExtraverGINE* deve piacere in primis agli abbonati di Sky. Ma può avere una sua vita sul digitale, è diventato un libro, potrà diventare un film. Di sicuro *ExtraverGINE* ha già un suo piglio internazionale: lo vedo vicino al mondo di Almodóvar, esportabile in Spagna e nei mercati latinoamericani dove peraltro la Comello è una star (per la serie *Violetta* di Disney channel, ndr)».

© Riproduzione riservata



Alessandro Saba e, a sinistra, la locandina di *ExtraverGINE*



# Le Iene fanno il pieno di ascolti sui device digitali

DI CLAUDIO PLAZZOTTA

La puntata delle *Iene* dello scorso 1° ottobre, in onda su Italia Uno con il commosso ricordo di Nadia Toffa, aveva chiuso con un 10,8% di share, pari a 1.735.000 telespettatori. Ma la nuova Auditel, che intercetta anche gli ascolti dei device digitali (tablet, pc, smartphone, smart tv ecc.), ha messo in evidenza un dato che fa riflettere su come stiano clamorosamente cambiando le modalità di fruizione dei contenuti audiovisivi: tra il 30 settembre, con pillole di lancio, e il 3 ottobre, infatti, le varie clip on demand tratte dalla puntata delle *Iene* del 1° ottobre sono state viste su 2.115.000 device, che, occhio e croce, possono coincidere con oltre 2,1 milioni di persone. Un pubblico, quindi, superiore a quello della messa in onda lineare su Italia Uno. Il picco c'è stato il 2 ottobre, ovvero il giorno dopo

rispetto alla diretta tv, con oltre un milione di device che hanno scaricato on demand i contenuti legati alla puntata delle *Iene* del 1° ottobre. Il 3 ottobre erano quasi 400 mila, mentre il 1° ottobre le clip on demand erano state viste da 567 mila device. Insomma, la consistenza degli ascolti digitali per certi programmi (e *Le Iene*, sin dall'inizio, era stata indicata come una delle trasmissioni che più avrebbe beneficiato della nuova Auditel, essendo strutturata in clip per natura) inizia a diventare molto interessante, e da tenere ben presente quando si vende la pubblicità di un determinato contenuto. Peraltro questi numeri, apparentemente alti, ancora non tengono conto degli ascolti attraverso le app (sarà il prossimo step di Auditel), e quindi il potenziale delle audience digitali è ancora maggiore: pensiamo solo a tutti gli ascolti attraverso, ad esempio,

Mediaset Play, e a quelli attraverso Sky Go, la app di Sky dalla quale passano numerosi appassionati di sport (calcio, Formula Uno, MotoGp) quando vedono eventi live in mobilità. La singola clip più vista delle *Iene*, denominata «Non è importante quanto vivi, ma come vivi», è stata scaricata da quasi 700 mila device tra il 30 settembre e il 3 ottobre. E si colloca al 18esimo posto nella classifica per Amr-d vod contents (ovvero, i device collegati), unico contenuto prodotto da Mediaset nei primi 30 della graduatoria dal 12 settembre al 3 ottobre, dominata invece da Sky, che occupa gli altri 29 gradini. Il broadcaster di Comcast piazza in classifica ben 17 clip tratte da *X-Factor* e a guidare la top30 c'è la performance di Kimono, una delle concorrenti del talent musicale, con oltre 2,5 milioni di device che hanno visualizzato quel contenuto.

© Riproduzione riservata



Nadia Toffa nella clip delle *Iene* «Non è importante quanto vivi, ma come vivi»



## CHESSIDICE IN VIALE DELL'EDITORIA

**Mediaset, recessi per lo 0,042% del capitale sull'operazione Mfe.** Il diritto di recesso legato alla fusione tra Mediaset e Mediaset Espana nell'ambito dell'operazione che porterà alla nascita del nuovo polo europeo della tv (Mfe) è stato esercitato sullo 0,0417% del capitale, pari a 492.691 azioni del Biscione. E quanto si legge in una nota del gruppo guidato dall'amministratore delegato Pier Silvio Berlusconi, che ricorda come il valore di liquidazione corrispondente, calcolato sui 2,77 euro/azione precedentemente annunciati, ammonta a 1.365 milioni. Le azioni oggetto di recesso verranno offerte in opzione ai soci Mediaset, al valore di liquidazione, dall'8 ottobre al 6 novembre compresi. Nell'ambito dell'operazione, Mediaset e Mediaset Espana hanno fissato a 180 milioni di euro il tetto massimo di spesa complessiva per liquidare in contanti i soci recedenti. Il periodo di recesso per gli azionisti di Mediaset Espana terminerà il prossimo 10 ottobre.

**Web, raccolta a +2,2% nei primi 8 mesi.** Secondo i dati rilevati dall'Osservatorio Fcp-Assointernet (Fcp-Federazione Concessionarie Pubblicità) nel periodo gennaio-agosto 2019 il fatturato pubblicitario del mezzo internet ha raggiunto quota 284 milioni di euro, in crescita del 2,2% rispetto ai primi 8 mesi dell'anno precedente. «Il bimestre estivo luglio-agosto evidenzia per la raccolta pubblicitaria sul web un andamento positivo», ha commentato il presidente Fcp-Assointernet Giorgio Galantis.

«I dati dell'Osservatorio Fcp-Assointernet rilevano una crescita rispettivamente del +0,7%, sul mese di luglio e del +12,1% sul mese di agosto. Il dato progressivo ad agosto si attesta quindi al +2,2%. Come da inizio anno, è la componente smartphone a marcare la maggior crescita rispetto al 2018, incrementando negli otto mesi del +28,2%, in valori assoluti superando i 92 milioni di euro di fatturato».

**Domani «Grande Gazzetta» sul derby d'Italia.** In occasione dell'incontro Inter-Juventus a San Siro, domenica 6 ottobre, i lettori troveranno in edicola La Gazzetta dello Sport con tiratura e foliazione maggiorate e con una copertina rovesciata di grande formato. Nelle pagine della «Grande Gazzetta» di domani, oltre alle notizie sportive più importanti della giornata, ci saranno tutte le informazioni sul grande match, con le statistiche, i precedenti, le probabili formazioni,

le interviste ai campioni che hanno segnato la sfida più sentita del campionato oltre alle testimonianze dei tifosi vip.

**Gazzetta, al via il Festival dello Sport.** Il Festival dello Sport 2019, con il titolo «Il fenomeno, i fenomeni» si svolgerà a Trento dal 10 al 13 ottobre,

organizzato da La Gazzetta dello Sport e da Trentino Marketing, con la collaborazione di Provincia Autonoma di Trento, Comune di Trento, Apt di Trento e con il patrocinio del Coni e del Comitato Italiano Para-

limpico. Dopo aver registrato 50 mila presenze nella prima edizione, quest'anno il Festival cresce sia negli spazi sia nel palinsesto con oltre 300 ospiti e 130 eventi tutti gratuiti. Tra le principali novità, gli esport che rappresentano un vero e proprio fenomeno in termini economici e di audience con oltre 200 milioni di giocatori al mondo.

**Radio 24 festeggia 20 anni e rinnova logo e sito.** Radio 24 ha festeggiato ieri i 20 anni di attività con una serata nel corso della quale sono stati presentati un nuovo logo e un nuovo sito multicanale per l'emittente del Gruppo 24 Ore.

**News Mediaset, da cdr del Tg5 solidarietà a colleghi sui 29 trasferimenti da Roma a Cologno Monzese.** Il cdr del Tg5 ha espresso solidarietà ai colleghi di News Mediaset (29 giornalisti di cronaca, esteri e sport) interessati da una richiesta di trasferimento dalla redazione di Roma alla redazione di Cologno Monzese dal prossimo 11 novembre.

**TimMusic, è Battisti-mania.** Nella prima settimana di presenza di Lucio Battisti su TimMusic, i brani dell'artista sono i più ascoltati nella piattaforma di Tim dedicata alla musica in streaming. Nella Top 20 delle new entries i grandi successi della coppia artistica Mogol-Battisti occupano 13 posizioni. Il brano 29 settembre entra direttamente in terza posizione, si prosegue al quinto posto con Emozioni, al settimo e all'ottavo posto rispettivamente Un'avventura e Mi ritorni in mente.

© Riproduzione riservata



Pier Silvio Berlusconi



Giorgio Galantis



Lucio Battisti



*Il ministero dello sviluppo economico: strategia al 2021 compatibile col servizio pubblico*

# Rai, ok del Mise al piano Salini

## Ora si riapre il risiko delle nomine tra dirigenti e direttori

Pagina a cura  
di **MARCO A. CAPISANI**

**F**abrizio Salini incassa il via libera dello sviluppo economico al piano industriale Rai 2019-2021. La sua strategia può fregiarsi del bollino di compatibilità con quanto previsto dal contratto di servizio pubblico. Ma con l'ok della commissione paritetica del ministero (Mise), così come previsto dal contratto di servizio, si parte quindi con almeno due punti della strategia, voluta dall'a.d. di Viale Mazzini, che in passato hanno alimentato dibattito e polemiche (ricordando che il piano è stato approvato il 6 marzo scorso dal cda Rai). Il primo è la creazione delle direzioni orizzontali, il secondo il potenziamento dell'area all news con la nascita di una testata multiplatforma che integri insieme Rainews, rainews.it, Tgr e Televideo. Le direzioni orizzontali (tra intrattenimento prime-time,

quello day-time, culturale, fiction, cinema e serie tv, documentari, ragazzi, nuovi formati e digital, approfondimenti) puntano a focalizzare le energie aziendali pubbliche su produzioni fin dall'inizio incentrate sul prodotto, oltre che pensate anche per il digitale e con il minimo dispendio di risorse. Invece, la nuova testata unica all news è quella che sembrava destinata a essere diretta da **Milena Gabanelli** (da cui poi la sua uscita dalla Rai). Quindi adesso tutto e tutti rientrano in gioco, perché a breve bisognerà nominare ufficialmente i responsabili delle singole direzioni e testate. A dir il vero manca ancora un tassello perché il piano industriale possa navigare tranquillo ed è il via libera della commissione di Vigilanza, che non esprime un parere vincolante ma sicuramente dà un giudizio partendo da motivazioni politiche.

E così si torna allo snodo

principale, quello politico, per il futuro della televisione di stato, proprio lo stesso che ha fatto traballare la sedia di Salini quando il governo era di colore gialloverde mentre, oggi, non solo le tonalità sono diventate giallorosse ma, per l'appunto, alla stabilità del mandato dell'a.d. si è aggiunto l'ok del ministero dello sviluppo economico. Senza considerare gli incontri tra Salini e il segretario dei democratici **Nicola Zingaretti**, ricostruite dalla stampa a conferma di una ritrovata sintonia governo-manager.

Aspettando l'attuazione complessiva del piano industriale, su cui la commissione paritetica dello sviluppo economico compierà verifiche bimestrali, Salini ha commentato il semaforo verde con queste parole: «oggi comincia una nuova Rai. Il piano è l'unica via possibile per poter fare televisione nel futuro. La Rai pensata per comparti, con canali e una programmazione molto rigida, è un modello che

funzionava quando le persone avevano comportamenti e prevedibili e c'era la tv degli appuntamenti. Di fronte a un consumo dei media che cambia in maniera così veloce e imperscrutabile la sfida non è nel prevedere cosa succederà ma nel mettere le strutture di un'azienda televisiva in grado di adeguarsi velocemente a quello che succederà». Ecco perché Salini vuole spingere prima di tutto sul digitale (consiglio del gap accumulato dalla tv pubblica) e su un canale in lingua inglese ma poi, a monte delle produzioni, ha individuato anche la necessità di una direzione distribuzione, per indirizzare, coordinare e armonizzare la programmazione generale. Senza dimenticare l'importanza di un mezzo che sta vivendo da tempo una seconda giovinezza: la radio e un suo riposizionamento attento alla ridefinizione dei vari target di pubblico e a recenti modalità di consumo multimediali.

© Riproduzione riservata



Fabrizio Salini



## Walt Disney rinuncia a 12 milioni di euro pur di non mandare in onda gli spot Netflix

Walt Disney rinuncia a 13 milioni di dollari, ossia poco meno di 12 milioni di euro, perché piuttosto che ospitare sui propri canali tv le pubblicità di Netflix preferisce rifiutare quei soldi. La decisione non rivela solamente screzi tra due aziende concorrenti ma il clima sempre più agguerrito tra le varie società che occupano, o stanno per occupare, l'affollato mercato dello streaming online. E così gli attacchi trasversali si moltiplicano spaziando dalla gara a chi recluta i migliori sceneggiatori o i titoli con maggior seguito di pubblico fino al battage promozionale (e non solo). Ritmi serrati di competizioni perché il tempo stringe: a metà del prossimo mese, infatti, la casa di Topolino lancerà ufficialmente il servizio on demand Disney+. I debutti annunciati proseguiranno poi con WarnerMedia, per il lancio di Hbo Max sul finire di quest'anno, e andranno avanti fino alla prossima primavera almeno, per esempio con Comcast in fase di lancio ad aprile con Peacock.

A conferma della guerra generalizzata tra emittenti, secondo quanto ha riportato il *Wall street journal* (W.s.j.),



Bob Iger

c'è il dettaglio per cui il colosso dell'intrattenimento Usa guidato dall'a.d. Bob Iger avesse comunicato inizialmente alla sua rete vendita di non accettare campagne pubblicitarie da nessun broadcaster concorrente. Poi, c'è stato un cambio di rotta e il divieto è rimasto valido solo per la piattaforma fondata da Reed Hastings. E dire che sugli investimenti pubblicitari ogni media company sta spingendo l'acceleratore.

Stando agli ultimi dati disponibili di iSpot.TV, tra gli altri, Netflix spende complessivamente 99,2 milioni di dollari (90,4 milioni di euro), Comcast 100 milioni di dollari (91,1 mln di euro) mentre WarnerMedia alza l'asticella a quota 300 milioni di dollari (273,4 mln di euro). A questi budget, poi, va aggiunto il valore degli spot pianificato, editore per editore, sui mezzi di proprietà.

Ma allora Disney ha paura, in particolare, di Netflix? Può essere, visto che è stato Hastings a lanciare in qualche modo i servizi on demand verso il grande pubblico. A differenza delle altre editrici, Netflix ha già consolidato la sua posizione con titoli di forte richiamo (da *Stranger things* alla *Casa di carta*). Eppure, secondo molti analisti, il bouquet di Netflix riunisce un elenco lungo ma molto eterogeneo di film e serie tv; tra questi solamente alcuni diventano successi. Invece, Disney ha al suo arco diverse frecce importanti, tra cui gli eroi della Marvel ma anche *High School Musical*. E da ultimo, sarà un caso, Iger

ha trovato di recente un nuovo accordo con Sony per far proseguire gli episodi e spartirsi gli introiti di *Spider man* (ruolo affidato a Tom Holland, che ha fatto da mediatore).

© Riproduzione riservata



**BOX OFFICE: 'JOKER' SMASHES OCTOBER RECORD WITH \$93.5 MILLION DEBUT**

Warner Bros.' "Joker" laughed its way to a new record at the domestic box office. Despite mounting controversy and security concerns, the R-rated comic-book movie scored \$93.5 million over the weekend and now stands as the biggest October launch of all time. Those ticket sales easily crushed the benchmark previously set last year by Sony's [...] View photos More By Dave McNary LOS ANGELES, (Variety.com) - Warner Bros.' "Joker" laughed its way to a new record at the domestic box office. Despite mounting controversy and security concerns, the R-rated comic-book movie scored \$93.5 million over the weekend and now stands as the biggest October launch of all time. Those ticket sales easily crushed the benchmark previously set last year by Sony's superhero tentpole "Venom" with \$80 million. Directed by Todd Phillips and starring Joaquin Phoenix, "Joker" has been the subject of scrutiny in weeks leading up to its release over fears that the disturbing origin story of Batman's infamous foe could inspire violence. However, those anxieties didn't deter moviegoers from turning out en masse to see what all the fuss was about. "Joker" has inspired waves of headlines over apprehensions that its depiction of a mentally ill assassin could incite violence, prompting movie theaters across the country to take extra security precautions. New York and Los Angeles police increased their presence around multiplexes, and exhibition owners outlawed costumes and face masks in some venues. The industry started to make some of these moves the 2012 mass shooting in Aurora, Colo., at a midnight screening of "The Dark Knight Rises" left 12 people dead and 70 injured. Members of families affected by the Aurora shooting had spoken against "Joker." "Joker," co-starring Robert De Niro, Zazie Beetz and Frances Conroy, takes an unconventional approach to the superhero genre. The film follows Arthur Fleck (Phoenix), an aspiring stand-up comedian who descends into madness as his life and career being to spiral. Village Roadshow and Bron Studios co-produced and co-financed the film, which reportedly cost \$55 million before taking global marketing and distribution fees into account. In a surprise victory, "Joker" took home the top prize at this year's Venice Film Festival, with critics lauding Phoenix's borderline unsettling take on Batman's arch nemesis. Audiences gave the film a B+ CinemaScore this weekend. Imax showings accounted for \$7.5 million at 392 venues. As the lone nationwide release, "Joker" received majority of box office spoils, earning more than the rest of the films in the top 10 combined. Last weekend's box office champion, Universal's "Abominable," slid to second place, collecting \$12 million for a domestic haul of \$37.8 million. In third, Focus Features' "Downton Abbey" raked in another \$8 million, boosting North American ticket sales to a strong \$73 million. STX's "Hustlers" landed at No. 4 with \$6.3 million. After four weeks in theaters, the Jennifer Lopez and Constance Wu-led film has generated \$91.3 million domestically. Rounding out the top five is Warner Bros.' "It: Chapter Two," which scared up \$5.4 million during its fifth outing, taking the terrifying sequel past \$200 million at the North American box office. Among specialty titles, Roadside Attractions and LD Entertainment's "Judy" brought in \$4.4 million when it expanded to 1,458 locations from 461. The Judy Garland biopic, starring Renee Zellweger as the legendary entertainer, has made \$8.9 million to date.

**[ BOX OFFICE: 'JOKER' SMASHES OCTOBER RECORD WITH \$93.5 MILLION DEBUT ]**

**KOREA BOX OFFICE: JOKER DOMINATES WEEKEND AHEAD OF CRAZY ROMANCE**

Opening on Wednesday (Oct. 2), "Joker" landed on top of the South Korean box office. The Warner Bros. Korea release earned \$16.2 million from 2.2 million admissions over opening five days, including \$9.57 million earned over the weekend proper. Showing on 1,418 screens nationwide, the Joaquin Phoenix-starring psychological thriller accounted for 52% of the weekend box office. "Crazy Romance" and "Man of Men," two Korean titles that also opened on Wednesday, took second and third places, respectively. Next Entertainment World's "Crazy Romance" earned \$7.62 million between Wednesday and Sunday. Showbox's "Man" earned \$4.62 million over five days. Director Yong Soo's feature debut, the comedy drama revolves around a lawyer who is diagnosed with a terminal illness and asks a low-level hoodlum to help him complete his bucket list. "Battle of Jangsari" incurred an 80% week-on-week tumble and dropped to fourth from the previous weekend's top spot. The Korean war drama earned \$709,000 for a two-weekend total of \$6.9 million. "By Quantum Physics: A Nightlife Venture," another Korean title that opened on the same date as "Jangsari," took a heftier 92% fall in its second weekend and slipped to sixth. It earned \$158,000 over the weekend for a total of \$3.71 million after two weekends. \*

Tyler Perry on Tyler Perry Studios More Videos Volume 0% Press shift  
 question mark to access a list of keyboard shortcuts Keyboard Shortcuts play/pause  
 increase volume decrease volume seek forwards seek backwards toggle captions toggle  
 fullscreen mute/unmute seek to % SPACE ? ? ? ? c f m 0-9 Next Up Relive Diahann  
 Carroll's Most Iconic 'Dynasty' Quotes, Performed by Tiffany Haddish 01:46 0.5x 1x  
 1.25x 1.5x 2x Live 00:00 00:55 00:55

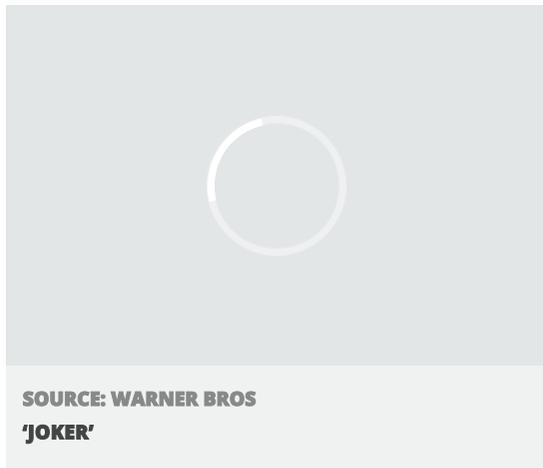
[ KOREA BOX OFFICE: JOKER DOMINATES WEEKEND AHEAD OF CRAZY ROMANCE ]



BOX OFFICE

## 'Joker' scores record October debut at North American box office on \$94m

BY JEREMY KAY



SOURCE: WARNER BROS  
 'JOKER'

Warner Bros scored a record opening weekend for a film in October at the North American box office as it powered to an estimated \$93.5m debut, while *Downton Abbey* continued a superb run to reach \$74m after three sessions.

In the limited arena, Pedro Almodovar's *Pain And Glory* delivered a superb opening as it arrived on \$160,087 for a \$40,022 average.

*Joker* starring Joaquin Phoenix arrived in 4,374 sites for a superb \$21,376 average, and trounced the previous record set by Sony's *Venom* a year ago on \$80.3m from 4,250 venues.

Combined with the \$140.5m international debut, the tentpole directed by Todd Phillips has already raced to \$234m worldwide. *Joker* will soar past \$100m within a day or two, although it will need strong word of mouth to mount a serious resistance to *Gemini Man* when Ang Lee's action thriller arrives this week through Paramount.

Pedro Almodovar's *Pain And Glory* starring Antonio Banderas and Penelope Cruz opened via Sony Pictures Classics at number on \$160,087 from four venues for a

\$40,022 average.

*Lucy In The Sky*, the recent Toronto world premiere and psychological drama starring Natalie Portman as an astronaut who experiences difficulty adjusting to life back on earth, opened at number 29 via Fox Searchlight on \$55,000 in 37 venues.

Warner Bros' *It: Chapter Two* crossed \$200m in its fifth weekend after \$5.4m boosted the tally to \$202.2m. It trails the 2017 original by some way: that film crossed \$300m in its fifth session and finished on \$327.5m.

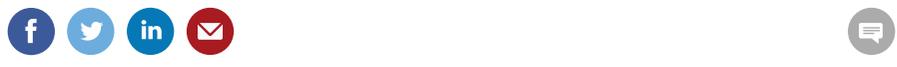
Judy Garland biopic *Judy* starring Renée Zellweger expanded in its second weekend, holding firm at number seven after *Roadside Attractions* increased the theatre count from 461 to 1,458 to boost box office by 52.4% and add \$4.4m to \$8.9m.

*Hustlers* continued its impressive trajectory in its fourth session, dropping 44.7% and one place to fourth on \$6.3m to \$91.3m. *Downton Abbey* slipped one slot to number three and added \$8m for an exceptional \$73.6m through Focus Features after three sessions.

Two foreign films made a splash. Adventure thriller *War* starring Hrithik Roshan and Tiger Shroff opened in ninth place through Yash Raj Films on \$1.6m in 305 sites. Mandarin-language *My Country, My People* arrived at number 11 on \$865,000 in 70 sites through CMC.

• **'Pain And Glory': Cannes Review**

Box Office United States Warner Bros.



RELATED ARTICLES

**News**

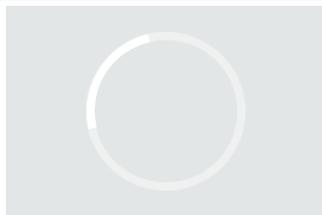
**'Joker' stuns in \$234m global box office launch**

Abominable climbs to \$76m worldwide, Ad Astra crosses \$100m worldwide.

**Reviews**

**'Coming Home Again': Busan Review**

Real-life tale of a Korean-American writer who returns home to care for his terminally ill mother



News

## Fox Searchlight duo talk Disney takeover, streaming and turbulent times

Nancy Utley and Stephen Gilula on how they deal with changing film industry.

LOAD MORE ARTICLES

NO COMMENTS YET



You're not signed in.

Only registered users or subscribers can comment on this article.

SIGN IN

REGISTER

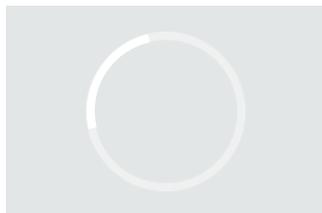
MORE BOX OFFICE



News

## 'Joker' climbs to \$97.1m worldwide box office after three days (update)

Sci-fi Ad Astra crosses \$100m worldwide.



News

## 'Ad Astra' retains international box office crown, North America powers 'Abominable' to global rule (update)

Once Upon A Time... In Hollywood crosses \$350m worldwide, sets South Korean launch record for Quentin Tarantino.



BOX OFFICE

## 'Joker' stuns in \$234m global box office launch

BY JEREMY KAY



Joker rules the world after a stunning \$234m estimated worldwide debut that saw Warner Bros film earn \$140.5m from 73 international markets and a record North American October launch on \$93.5m.

Fox / New Regency's sci-fi *Astra* starring Brad Pitt crossed \$100m worldwide, and *Abominable* from DreamWorks Animation and Pearl Studios has reached an early \$76.3m

worldwide.

### WARNER BROS PICTURES INTERNATIONAL

Todd Phillips' supervillain origins story *Joker* starring Oscar contender Joaquin Phoenix delivered the biggest opening weekends for the studio in 39 markets including South Korea on \$16.3m (Won 19.7bn) for the studio's all-time biggest debut, and the UK on \$14.8m (£12m) for 75% market share of the top five.

The tentpole arrived in Mexico on \$13.1m (Ps 258.9m), Russia on \$10m (RUB 650m), and Brazil on \$7.3m (R\$ 30.2m).

Full results to follow.

### UNIVERSAL PICTURES INTERNATIONAL

Family release **Abominable** from DreamWorks Animation and Pearl Studios brought in \$13.4m from 43 territories as the early running total climbed to \$27.3m, while globally the film earned \$26.6m for \$76.3m. It opened in Russia on \$3.8m and Italy on \$900,000, and added \$1.3m for \$4.1m in Mexico after two weekends, and \$1.2m for \$4.2m in Australia after three.

### WALT DISNEY STUDIOS MOTION PICTURES INTERNATIONAL

Fox / New Regency's sci-fi **Ad Astra** earned \$11m for \$111.4m worldwide, and added \$7.3m from 47 markets for a \$64.7m international running total.

### SONY PICTURES RELEASING INTERNATIONAL

Columbia Pictures' **Once Upon A Time... In Hollywood** added \$3.3m from 55 markets to reach \$224.2m, and \$363.8m worldwide. **The Angry Birds Movie 2** earned \$4.4m from 50 for \$90m with France to come on October 16.

More to follow...

Box Office
International Roundup
United States



#### RELATED ARTICLES



Reviews

#### 'Coming Home Again': Busan Review

Real-life tale of a Korean-American writer who returns home to care for his terminally ill mother

Autonoleggio stz Alta Velocità

Autonoleggio a Breve Termine. Prenota Adesso nella Stazione Ferroviaria Mediopadana AV Noleggia e Parti

APRI

# 'Pain and Glory' Shines, 'Lucy In The Sky' Falls at Indie Box Office

Antonio Banderas and Natalie Portman's latest films find very different results at arthouses this weekend

Jeremy Fuster | October 6, 2019 @ 10:21 AM  
 Last Updated: October 6, 2019 @ 10:30 AM



Sony/Walt Disney Studios

- f
- t
- i
- r
- t
- e

Two top stars in Hollywood had their latest films hit arthouse theaters this weekend, with each finding very different fates at the box office. While Antonio Banderas' "Pain and Glory" earned the top per screen average of the weekend, Natalie Portman's "Lucy In The Sky" fell to Earth after receiving poor reviews.

"Pain and Glory," the latest film from famed Spanish director Pedro Almodovar, has received critical acclaim since its premiere at the Cannes Film Festival, where Banderas received the Best Actor award. Released by Sony Pictures Classics on four screens in Los Angeles and New York, the film grossed \$160,087 for an average of \$40,022. It's the largest per screen average for a SPC release since the Oscar-winning "Call Me By Your Name" in November 2017.



MOST SHARED



MOVIES  
 'Pain and Glory' Shines, 'Lucy In The Sky' Falls at Indie Box Office  
 By Jeremy Fuster | October 6, 2019 @ 10:21 AM

**Also Read:**

[Antonio Banderas Didn't Want to Impersonate Pedro Almodóvar for 'Pain and Glory' \(Video\)](#)

"Pain and Glory" stars Banderas as Salvador Mallo, an acclaimed director whose failing health has paralyzed both his career and his social life. But after a series of encounters leads Salvador to reflect on his childhood and the sacrifices made by his mother (Penelope Cruz), he slowly finds the inspiration to move forward with his life and with a new film. Critics have given the film a 96% score on Rotten Tomatoes.

Meanwhile, "Lucy In The Sky" was released on 37 screens in five cities by Fox Searchlight but only grossed approximately \$55,000 for a per screen average of around \$1,500. Starring Portman as an astronaut who struggles to readjust to life on Earth, the film boasts a strong supporting cast with Jon Hamm, Zazie Beetz and Dan Stevens but was panned by critics with a 27% Rotten Tomatoes score.

It's a tough setback for Fox Searchlight, which found success with their widest release ever, "Ready or Not," which has grossed \$48 million worldwide against a \$6 million budget. Fortunately for the indie wing, they have a chance for a quick rebound in two weeks with "Jojo Rabbit," the winner of the audience award at the Toronto International Film Festival.

**Also Read:**

['Pain and Glory' Film Review: Antonio Banderas Plays Pedro Almodóvar - Sort Of](#)

Also releasing this weekend was "My People, My Country," an anthology collection of seven short films by Chinese filmmakers to commemorate the 70th anniversary of the People's Republic of China. The film was distributed by China Media Capital on 70 screens and grossed \$970,000 for a PSA of \$13,744.

Next weekend will see the release of one of the most acclaimed films of the year: "Parasite," the seventh film from Bong Joon-ho and the first Korean film ever to win the Palme D'Or at Cannes. The film is expected to be the frontrunner for Best International Film at the Oscars and could be a potential Best Picture nominee, currently holding a 100% Rotten Tomatoes score with 118 reviews logged. NEON is handling the film's



**CULTURE**  
 Ginger Baker, Legendary Drummer With Band Cream, Dies at 80

By [Daniel Kohn](#) and [Rosemary Rossi](#) | October 6, 2019 @ 9:27 AM



**MOVIES**  
 'Joker' Beats October Record and 'It: Chapter Two' With \$93.5 Million Opening

By [Jeremy Fuster](#) | October 6, 2019 @ 7:53 AM



**TV**  
 Fox Reaches Carriage Deal With Dish and Sling After Subscribers Miss NFL Games, the 'SmackDown' Debut

By [Tony Maglio](#) | October 6, 2019 @ 5:18 AM



**TV**  
 'SNL': Kate McKinnon's Elizabeth Warren Mocks That Fake Sex Scandal as Her 'Vibe for Sure' (Video)

By [Ross A. Lincoln](#) | October 5, 2019 @ 10:35 PM

**MEMBER POSTS**

1.



The Disney-Amazon Streaming Standoff: Who Holds the Leverage?

>

2.



What's a Storyworld? The Future of Content Development >

limited U.S. release.

Show Comments ▾

### Antonio Banderas, Kerry Washington and 95 More Portraits From TheWrap's Toronto Studio (Photos)



1 of 130

Toronto Film Festival 2019: Robert Pattinson, Renée Zellweger, LaKeith Stanfield and more stop by TheWrap's studio in the Thompson Hotel

[View In Gallery](#)

3.



Director Todd Phillips on Making 'Joker': Art Is 'Meant to Be Complicated' >

4.



Why Ari Emanuel Couldn't Sell Wall Street on Endeavor >

## RELATED CONTENT



MOVIES

'Lucy in the Sky' Film Review: Natalie Portman's Astronaut Cut Loose by Script's Lack of Mission, Control

By Candice Frederick | October 2, 2019 @ 2:37 PM



EDITION United States | INTRODUCING Variety Intelligence Platform | Got a News Tip? | Newsletters | Subscribe to Variety | LOGIN

FILM TV MUSIC TECH THEATER REAL ESTATE AWARDS VIDEO PODCASTS V500

HOME > FILM > BOX OFFICE

OCTOBER 6, 2019 7:39AM PT

# Box Office: 'Joker' Smashes October Record With \$93.5 Million Debut

By **DAVE MCNARY** and **REBECCA RUBIN**



CREDIT: NIKO TAVERNISE

Warner Bros.' "Joker" laughed its way to a new record at the domestic box office.

Despite mounting controversy and security concerns, the R-rated comic-book movie scored \$93.5 million over the weekend and now stands as the biggest October launch of all time. Those ticket sales easily crushed the benchmark previously set last year by Sony's superhero tentpole "Venom" with \$80 million.

Directed by Todd Phillips and starring Joaquin Phoenix, "Joker" has been the subject of scrutiny in weeks leading up to its release over fears that the disturbing origin story of Batman's infamous foe could inspire violence. However, those anxieties didn't deter moviegoers from turning out en masse to see what all the fuss was about.

"Joker" has inspired waves of headlines over apprehensions that its depiction of a mentally ill assassin could incite violence, prompting movie theaters across the country to take extra security precautions. New York and Los Angeles police increased their presence around multiplexes, and exhibition owners outlawed costumes and face masks in some venues. The industry started to

## ★ | Most Viewed



Fox, Dish Resolve Contract Dispute After Football Blackout



Vincenzo Natali, Patrick Wilson on Why 'In the Tall Grass'



Busan: Park Chan-wook to Remake Costa Gavras' Dark

ADVERTISEMENT

VARIETY PREMIER

Your subscription includes:

Access to 22 Special Issues

SUBSCRIBE

## Must Read



make some of these moves the 2012 mass shooting in Aurora, Colo., at a midnight screening of "The Dark Knight Rises" left 12 people dead and 70 injured. Members of families affected by the Aurora shooting had spoken against "Joker."

ADVERTISEMENT

"Joker," co-starring Robert De Niro, Zazie Beetz and Frances Conroy, takes an unconventional approach to the superhero genre. The film follows Arthur Fleck (Phoenix), an aspiring stand-up comedian who descends into madness as his life and career being to spiral. Village Roadshow and Bron Studios co-produced and co-financed the film, which reportedly cost \$55 million before taking global marketing and distribution fees into account.

In a surprise victory, "Joker" took home the top prize at this year's Venice Film Festival, with critics lauding Phoenix's borderline unsettling take on Batman's arch nemesis. Audiences gave the film a B+ CinemaScore this weekend. Imax showings accounted for \$7.5 million at 392 venues.

As the lone nationwide release, "Joker" received majority of box office spoils, earning more than the rest of the films in the top 10 combined. Last weekend's box office champion, Universal's "Abominable," slid to second place, collecting \$12 million for a domestic haul of \$37.8 million.

In third, Focus Features' "Downton Abbey" raked in another \$8 million, boosting North American ticket sales to a strong \$73 million.

STX's "Hustlers" landed at No. 4 with \$6.3 million. After four weeks in theaters, the Jennifer Lopez and Constance Wu-led film has generated \$91.3 million domestically.

Rounding out the top five is Warner Bros.' "It: Chapter Two," which scared up \$5.4 million during its fifth outing, taking the terrifying sequel past \$200 million at the North American box office.

Among specialty titles, Roadside Attractions and LD Entertainment's "Judy" brought in \$4.4 million when it expanded to 1,458 locations from 461. The Judy Garland biopic, starring Renee Zellweger as the legendary entertainer, has made \$8.9 million to date.

ADVERTISEMENT

More to come...



FILM  
 Box Office: 'Joker' Sets \$39.9 Million Opening Day Record for October



FILM  
 Variety Critics Debate 'Joker'



TV  
 Diahann Carroll, First Black Woman to Star in Own TV Series, Dies at 84

Sign Up for Daily Insider Newsletter

Email

SIGN UP >

ADVERTISEMENT

PMC TRENDING



EDITION United States • INTRODUCING Variety Intelligence Platform Got a News Tip? Newsletters Subscribe to Variety LOGIN

FILM TV MUSIC TECH THEATER REAL ESTATE AWARDS VIDEO PODCASTS V800

HOME > FILM > ASIA

OCTOBER 6, 2019 8:59AM PT

# 'Joker' Dominates International Box Office With \$141 Million

By DAVE McNARY



## ★ Most Viewed



**Box Office: 'Joker' Smashes October Record With \$93.5**



**Ginger Baker, Drummer for Cream, Dies at 80**



**Fox, Dish Resolve Contract Dispute After Football**



CREDIT: NIKO TAVERNISE/WARNER BROS.

Joaquin Phoenix showed plenty of worldwide drawing power as "Joker" dominated international moviegoing with \$140.5 million from 22,552 screens in 73 markets for Warner Bros.

Along with the North American results, the worldwide opening weekend totaled an impressive \$234 million, outperforming expectations. Directed by Todd Phillips, "Joker" has been the subject of scrutiny in weeks leading up to its release over fears that the disturbing origin story of Batman's infamous foe could inspire violence — a scenario had not materialized as of Sunday.

"Joker" generated the biggest 2019 opening for a Warner Bros. title in 39 markets including UK, Russia, Italy, Spain, Poland, UAE, Japan, Korea, Indonesia, Brazil, Mexico and Australia. It was also the biggest October opening weekend in 21 markets including Spain, UAE, Brazil, Mexico and Australia and the best opening weekend in half a dozen markets including Holland, Italy, Japan, Korea and Chile.

ADVERTISEMENT

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

125121

"Joker" also became Warner's top opening weekend for the European region in 2019. It launched as fourth highest opening weekend ever for a Warner film in Asia and was the studio's biggest opening weekend in 2019 in Latin America.

South Korea, which opened on Wednesday, was the top performer with \$16.3 million on 1,418 screens, ranking as the biggest opening weekend ever for a Warner Bros. film. Close behind was the UK, which followed with \$14.8 million, Mexico with \$13.1 million and Russia with \$10 million.

"Joker" is directed by Phillips from a screenplay he wrote with Scott Silver about a failed stand-up comedian who becomes a crazed killer in Gotham City. Robert De Niro, Zazie Beetz, Bill Camp and Marc Maron also star. "Joker" won the Golden Lion, the Venice Film Festival's highest prize, on Aug. 31.



LEAVE A REPLY

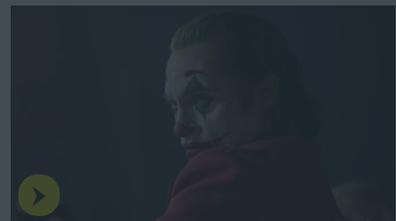
JOAQUIN PHOENIX

JOKER

WARNER BROS.

Want to read more articles like this one? [Subscribe to Variety Today.](#)

Must Read



**FILM**  
 Box Office: 'Joker' Sets \$39.9 Million Opening Day Record for October



**FILM**  
 Variety Critics Debate 'Joker'

Sponsored Stories



Quanto dura 1 milione di € in pensione?

Fisher Investments



Con Carta Oro hai €200 per i tuoi acquisti e il 1° anno di quota gratuita

American Express Gold

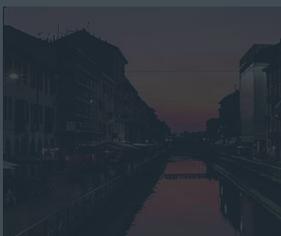


Quanto durano 500.000 € in pensione?

Fisher Investments



**TV**  
 Diahann Carroll, First Black Woman to Star in Own TV Series, Dies at 84



Casavo | Il 1° Instant Buyer Immobiliare | Richiedi un'offerta

CASAVO



Pensi che i servizi della tua banca valgono quello che stai pagando?

Fisher Investments



Renault Captur tuo con nuovi motori benzina TCe da 90, 130 e 150 CV, da...

Renault

Sign Up for Daily Insider Newsletter

Email

**SIGN UP** >

ADVERTISEMENT

**GEMINI MAN : QUE SIGNIFIE LE TITRE DU FILM DE SCIENCE-FICTION AVEC WILL SMITH ?**

Dans "Gemini Man" (en salles cette semaine), Will Smith se retrouve confronté à une version rajeunie de lui-même. Mais savez-vous exactement comment traduire le titre du film? Paramount Pictures Alors que Will Smith est de retour au cinéma cette semaine dans le nouveau long métrage de Ang Lee où il est amené à affronter la version rajeunie de lui-même, certains spectateurs pourraient se demander à quoi peut bien faire référence le premier mot du titre : "gemini". Les latinistes, les astronomes et les férus de mythologie grecque le savent probablement déjà, ce terme latin qui signifie littéralement "jumeaux" et qui correspond au troisième signe du zodiaque (en français, Gémeaux) fait également référence à la constellation du même nom, à l'intérieur de laquelle on trouve notamment les deux étoiles Castor et Pollux. Deux personnages issus de la mythologie grecque, donc, où ils seraient selon certaines versions les fils jumeaux de Zeus, l'un dompteur de chevaux, l'autre pugiliste. Vous l'aurez compris, c'est donc au sens de "jumeaux", de double, d'alter ego qu'il convient d'interpréter le "gemini" du titre. Logique, étant donné que le personnage de Henry Brogan ( Will Smith ) y rencontre une véritable copie de lui-même, une version jumelle de l'homme qu'il était 30 ans plus tôt.

Au-delà du film de Ang Lee, le terme "gemini" a également été utilisé à de nombreuses reprises dans de multiples domaines, notamment à la télévision dans la série Stargate SG-1 (où un épisode centré sur les Répliqueurs s'intitulait "Gemini"), dans les comic books Marvel ou DC, et bien sûr à la NASA, où le deuxième programme de vols spatiaux habités se nommait lui aussi... Gemini. (Re)découvrez la bande-annonce de "Gemini Man", en salles depuis le 2 octobre... Gemini Man Bande-annonce VO

[ GEMINI MAN : QUE SIGNIFIE LE TITRE DU FILM DE SCIENCE-FICTION AVEC WILL SMITH ? ]

**BREAKING NEWS**

## 'Joker' Is Wild On Thursday Night With Around \$10 Million-Plus



HOME INTERNATIONAL BREAKING NEWS

# UK's Modern Films Inks Amazon Prime Streaming Deal On Female-Led Slate Including 'The Perfect Candidate'

By Tom Grater

October 4, 2019 3:37am



"The Perfect Candidate" Director: Haifaa Al Mansour World premiere screening: 8/30 Venice Film Festival

**EXCLUSIVE:** UK-based production and distribution outfit Modern Films has struck a slate deal with Amazon Prime Video for the latter to stream ten of its female-led features.

The films include Haifaa Al Mansour's 2019 Venice Competition title *The Perfect Candidate*, which was recently submitted by Saudi Arabia to the 2020 International Oscar race, Sacha Polak's gritty British drama *Dirty God*, which was a festival hit this year, and Kim Longinotto's Sundance documentary *Shooting The Mafia*.

ADVERTISEMENT

## Trending on Deadline

1 'The Walking Dead' New Spinoff: First-Look Photos Show What Comes Next - New York Comic Con



2 'Joker' Is Wild On Thursday Night With Around \$10M+ - Early Box Office Look



3 Dolph Lundgren-Sylvester Stallone Action Drama 'The International' Lands At CBS As

Amazon has licensed UK and Ireland steaming rights from Modern on the slate and will launch each title following its theatrical release in the territory. Some of the films included from the Modern Films library which have already been in UK cinemas are available on the platform this week.

ADVERTISEMENT

The license on each title ranges from 12-24 months, with the deal set to run its course by October 1, 2021.

Also included are: Alice Rohrwacher's Cannes prize-winner *Happy As Lazzaro*; Emily Atef's multiple German Film Award-winner *3 Days In Quiberon*; Crystal Moselle's Sundance hit *Skate Kitchen*; Pamela B. Green's documentary *Be Natural: The Untold Story Of Alice Guy-Blache*; Sara Driver's *Boom For Real: The Late Teenage Years Of Jean-Michel Basquiat*; Nancy Biurski's *The Rape Of Recy Taylor*; and Laura Buffoni and Giacomo Durzi's *Ferrante Fever*.

"The launch of these films on Amazon Prime Video represents an affirmation of the work Modern Films is doing in the space around women in front of and behind the camera, dealing with pressing social issues through the power of cinema and the lens of storytelling," said Modern Films founder Eve Gabereau on the deal.

Subscribe to **Deadline Breaking News Alerts** and keep your inbox happy.

READ MORE ABOUT: [AMAZON PRIME VIDEO](#) [MODERN FILMS](#)

 **Comments**

ADVERTISEMENT

Put Pilot



4 'Harley Quinn' Animated Series Starring Kaley Cuoco Gets Premiere Date On DC Universe - New York Comic Con



5 'House Of Night': 'ShadowHunters' Producers Adapting YA Vampire Saga For TV



6 'All Elite Wrestling: Dynamite' Is TNT's Biggest Broadcast Premiere In Five Years



7 'The Amazing Race' Host Phil Keoghan Gets 'Tough As Nails' As CBS Hands Physical Competition Format 10-Episode Order



8 'Married At First Sight' Producer Snowman Launches Global Production & Development Division



9 'The Daily Show With Trevor Noah' Says Trump Is Like Homer Simpson, Pence Like Ned Flanders



10 Donald Trump: "We Ought To Start Our Own Network And Put Our Own News Out There"



ADVERTISEMENT

# DEADLINE

## We value your privacy

We and our partners use technologies, such as cookies, and process personal data, such as IP addresses and cookie identifiers, to personalise ads and content based on your interests, measure the performance of ads and content, and derive insights about the audiences who saw ads and content. Click below to consent to the use of this technology and the processing of your personal data for these purposes. You can change your mind and change your consent choices at any time by returning to this site.

DENY ALL

ACCEPT AND MOVE ON

[Manage My Consents](#) | [See Vendors](#)

Powered by **Quantcast**

More From

Comedian Mel  
Disasters'

'West Side Story' Wraps Production; Steven Spielberg Thanks Cast & Says Filming The Musical Was "A Journey Without Precedence"

### No Comments

Comments On Deadline Hollywood are monitored. So don't go off topic, don't impersonate anyone, and don't get your facts wrong.

POST COMMENT

This site uses Akismet to reduce spam. [Learn how your comment data is processed.](#)

### Signup for Breaking News Alerts & Newsletters

Your Email

SIGN UP

### Latest International News

'Mamma Mia!' and 'Gladiator' Star Omid Djalili Set To Host ITV Gameshow From Makers Of 'The Chase'

INTEL. ANALYSIS. ACCESS. COMMUNITY.

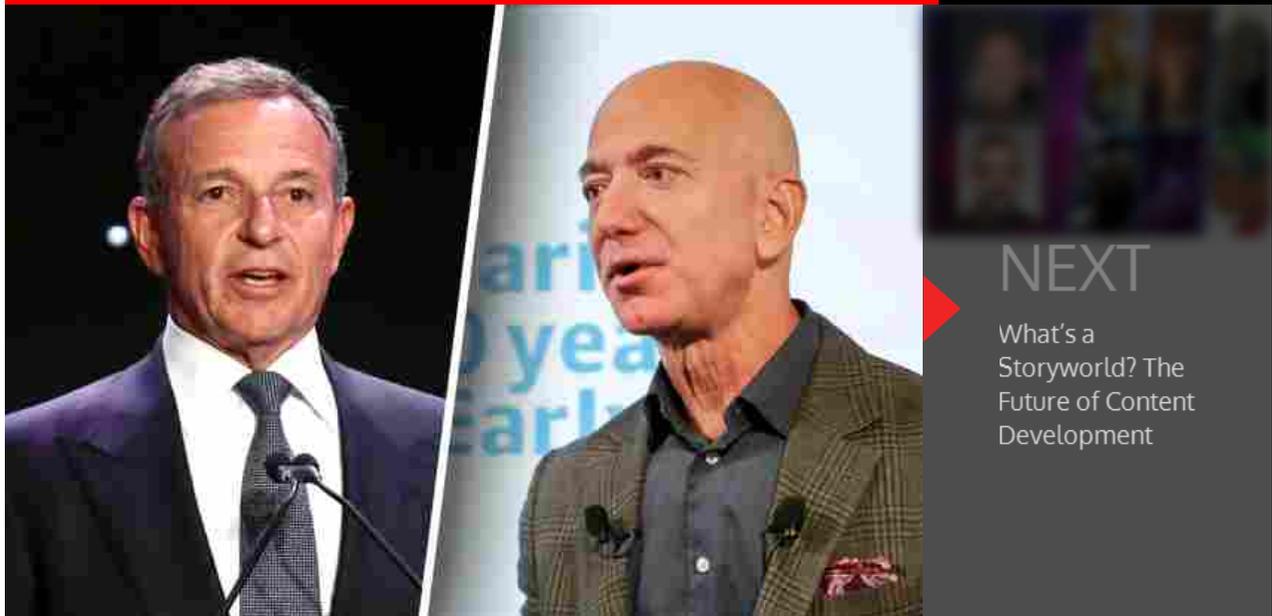
Subscribe to our newsletter LOGIN

# WRAP PRO

Want more from TheWrap? [BECOME A MEMBER](#)>

[THEWRAP](#)
[MEMBERS HUB](#)
[EVENTS](#)
[MEMBERS-ONLY VIDEO](#)
[DATABANK](#)

SEARCH



## The Disney-Amazon Streaming Standoff: Who Holds the Leverage?

by **SEAN BURCH** | October 4, 2019 @ 1:36 PM

The tech giant and the entertainment behemoth both need each other as Disney+ prepares to launch next month

Who holds the cards in the growing streaming squabble between Disney and Amazon? It depends on who you're asking.

The Mouse House and the tech behemoth are currently in a standoff: Amazon wants a cut of Disney's ad inventory — up to 30% — from its array of streaming apps, the [Wall Street Journal](#) reported on Thursday. Disney isn't going for it, and it's the reason Disney+, its upcoming streaming service, currently won't be included on Amazon's Fire TV devices when it launches next month.

[f](#)  
[t](#)  
[in](#)  
[g](#)  
[t](#)  
[e](#)

### MEMBER POSTS

1.



The Disney-Amazon Streaming Standoff: Who Holds the Leverage? >

2.



What's a Storyworld? The Future of Content Development >

3.



Industry experts believe a potential deal, like all others, will hinge on one thing: leverage. And you can make a compelling case for each company having it.

Missing out on Disney+, a service projected to be a hit with subscribers right out of the gate, would be a major whiff for Amazon, according to Bruce Leichtman, president of Leichtman Research Group. Without it, Amazon's streaming-device competitors like Roku and Apple TV would stand to reap big benefits.

"How much leverage does Amazon really have? There are so many other ways people can watch a streaming service," Leichtman said. "Certainly, Disney or anyone else with a streaming service wants..."

**Oops! This is for WrapPRO members only, please sign up or login to view.**

**SIGN UP**

Log In

Director Todd Phillips on Making 'Joker': Art Is 'Meant to Be Complicated' >

4.



Why Ari Emanuel Couldn't Sell Wall Street on Endeavor >

Join WrapPRO for Exclusive Content, Full Video Access, Premium Events, and More!

For Only \$1/Day Members Access:



**IN-DEPTH COVERAGE**

- 5 exclusive members-only stories a week
- Digital Video industry analysis and deep-dive features
- Daily WrapPRO newsletter covering the latest digital video industry news



**EXCLUSIVE VIDEO**

- Access to full length Members-Only Video archive
- Video of notable sessions from TheWrap Events (TheGrill, Power Women Summit)



**VIP ACCESS**

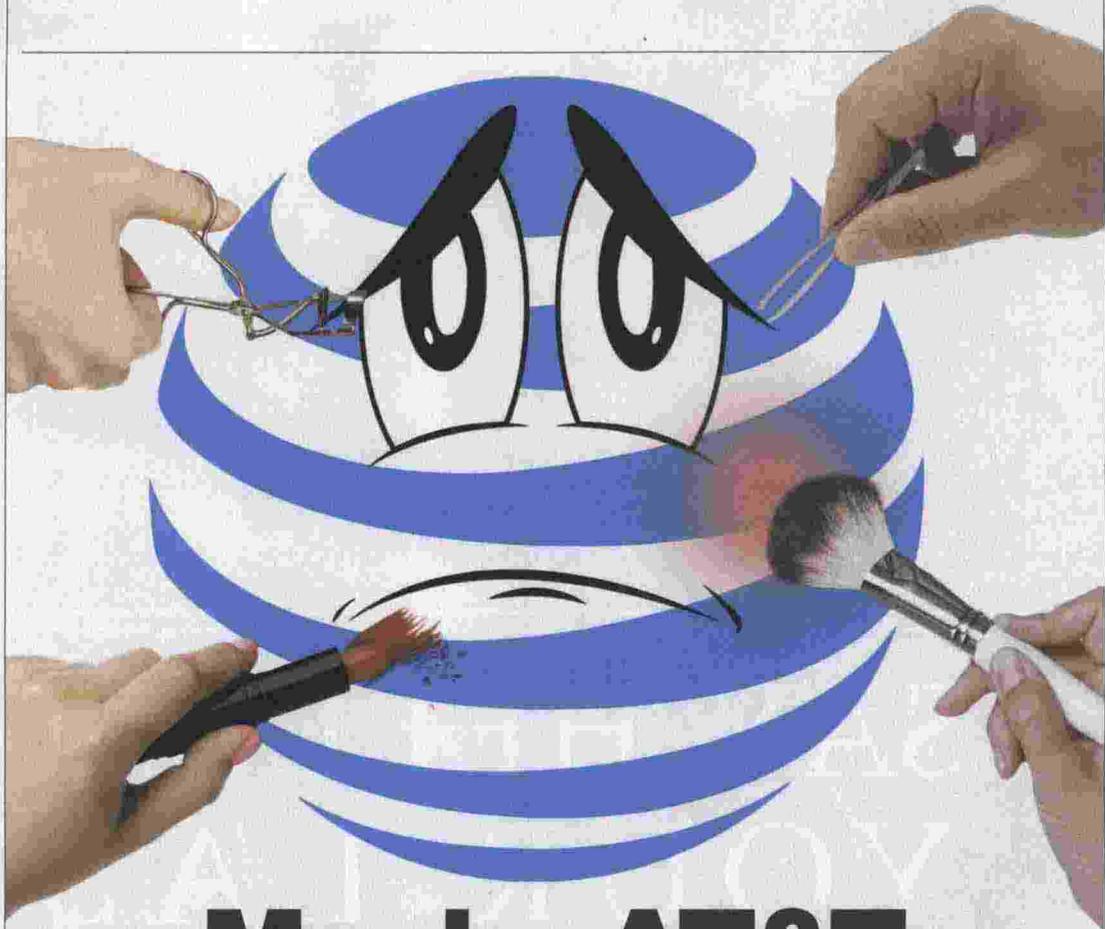
- VIP seating for TheWrap's Screening Series with stars and filmmakers
- Access to 'chill spots' at select industry



**RESOURCES**

- DataBank showcasing key stats and streaming video trends in the OTT market
- In-depth

1  
BUSINESS



# Maybe AT&T Isn't Ready for Its Close-Up

● It's amassed a huge media business, but an entertainment brain drain worries a big investor

Not long ago, an AT&T Inc. executive named Brad Bentley had a novel idea for HBO. Over the years the premium TV network had explored just about every edgy storytelling topic, whether it was the suburban mob bosses of *The Sopranos* or the incestuous and dragon-riding public servants of *Game of Thrones*. But Bentley, according to a person familiar with the matter, told network executives in a meeting that the moment had finally come

for HBO to expose its millions of subscribers to the one thing that had remained taboo during its 46-year history: commercials.

The suggestion didn't go over well. HBO executives were stunned at the idea of larding down the network's prestigious programming with ads, no matter how much money it could generate, and pushed back forcefully. "We will never carry ads on HBO," a company spokesman said.

Bentley, who didn't respond to a request for comment, left AT&T earlier this year. Yet it's the string of longtime Time Warner entertainment executives who've departed since AT&T acquired the media company for \$109 billion last year that has some investors concerned—especially as the

Edited by  
James E. Ellis

deal transformed AT&T into the most-indebted nonfinancial company in the world.

Among those are the heads of Time Warner's three divisions. In September activist investor Elliott Management Corp. called the high rate of leadership turnover "alarming" and a "particularly troubling pattern" given AT&T's lack of experience in Time Warner's business, which now represents almost 20% of its revenue. "This lack of continuity in leadership presents a real concern for investors and should be a key focus for the board," Elliott wrote in a letter to AT&T's board.

Historically, AT&T has focused on things such as spreadsheets and spectrum, whereas Time Warner, now called WarnerMedia, nurtured relationships with celebrities and sports leagues and made creative decisions about shows and movies. Melding those two worlds is a daunting undertaking, especially because AT&T simultaneously knocked down the internal ramparts between Time Warner's HBO, Turner, and Warner Bros. units to get the entire company working together on a new streaming service.

Elliott's criticism has raised the question of what's more important to running a media company: the physical assets that AT&T has acquired or the entertainment executives who left, taking with them decades of institutional knowledge and client relationships? AT&T has said its combination of media creation and distribution assets is crucial to its strategy of taking on Netflix Inc. and disrupting TV advertising, while suggesting that the executives who departed won't hinder those efforts.

AT&T has held on to many of the creative executives at Time Warner, including Casey Bloys at HBO; Toby Emmerich and Peter Roth at Warner Bros.; and Sarah Aubrey, Kevin Reilly, and Jeff Zucker at Turner. The telecom giant has also brought in executives with entertainment experience such as Bob Greenblatt, the former head of entertainment at NBC and Showtime, and struck deals with Hollywood talent such as filmmaker J.J. Abrams and prolific TV producer Greg Berlanti.

Still, in addition to the three division heads at Time Warner, several high-level executives with Turner's ad sales and HBO's distribution operations have departed. Of the top 20 employees at HBO, only a few are left. "There is no HBO anymore," one former executive says. "There's only a brand." A company spokesman said the departures happened partly because the combination of Time Warner's formerly separate divisions of HBO and Turner within AT&T created overlapping roles.

In the letter, Elliott called on AT&T to consider divesting DirecTV, which it bought for \$67 billion in 2015. The satellite-TV company is losing subscribers

at a rapid clip. But an AT&T spokesman said DirecTV remains an important strategic asset, particularly because it will help distribute HBO Max, the company's forthcoming streaming service.

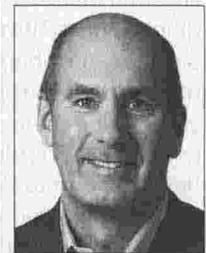
DirecTV is also crucial to AT&T's strategy to use data from viewers within its huge base of cellular and pay-TV customers to serve up targeted advertising that can compete with Google and Facebook Inc. That bid to basically reinvent TV advertising has caused confusion both inside and outside the company, according to people familiar with the matter; one reason is that AT&T has approached ad buyers with two separate teams. Xandr, named after Alexander Graham Bell, the founding father of U.S. phone service, is a new advertising and analytics division that aims to use AT&T's customer data to sell targeted TV advertising. And WarnerMedia's ad sales team continues to sell TV and digital advertising on channels such as CNN, TBS, and TNT.

Until recently, Xandr Chief Executive Officer Brian Lesser reported to AT&T CEO Randall Stephenson, and WarnerMedia's ad sales team reported to WarnerMedia CEO John Stankey, making it harder for the two units to communicate, one person says. Xandr and WarnerMedia's sales team haven't worked closely with each other, preventing AT&T from unlocking their combined potential to serve more targeted TV ads, the people say. Donna Speciale, president of advertising sales at WarnerMedia, left the company in July, and AT&T hasn't yet named a permanent replacement.

A company spokesman disputed that Xandr and WarnerMedia don't work closely together, saying they've made progress in making commercials more relevant on WarnerMedia's cable channels with Xandr's data. Xandr is providing "additional resources and insights" into WarnerMedia's targeted advertising and has created ad products for other media companies, the spokesman said.

The next few months could be critical for AT&T. Xandr and WarnerMedia will be under pressure to present a coherent pitch during the spring Upfront market, where advertisers buy the bulk of their TV commercials for the year. And AT&T will soon introduce HBO Max into a crowded landscape for streaming services. Elliott's letter to AT&T's board has only raised the stakes. "An alarm went off inside AT&T," says John Butler, an analyst at Bloomberg Intelligence. "The urgency here to get this strategy in motion and prove it has legs is probably higher now than it was before the letter." —Gerry Smith, with Anders Melin

**THE BOTTOM LINE** Time Warner was supposed to give AT&T a stream of content to pump through its huge cellular and pay-TV pipeline, complete with targeted ads. Investors aren't so certain.



● Stankey

## Facebook's biggest threat is its chief's fatal self-belief



Pilita Clark  
Business Life

Mark Zuckerberg is one of the world's richest men and he runs one of the world's most important companies. But last week the Facebook boss made an unusually unpleasant discovery. Someone had secretly made two hours worth of audio recordings at internal staff meetings he addressed in July and sent the lot to tech news website The Verge.

This was striking for two reasons, starting with the leak itself. Facebook has about 40,000 employees and Mr Zuckerberg has held weekly Q&A sessions with thousands of them for years. Although news drips out occasionally, it rarely gushes forth in the form of a two-hour recording.

Without knowing who did the leaking or why, it is impossible to know if the disclosure means staff are growing more disillusioned with their leader. But if they were, it would not be a shock.

Mr Zuckerberg has spent the past two years struggling to contain a rising stream of scandals, from fake news and election meddling to privacy breaches and the livestreaming of a gunman's brutal attack in New Zealand. No wonder the Pew Research Center says the share of Americans who think



Founder Mark Zuckerberg has been accused of sacrificing security for clicks — Getty

technology companies have a negative impact on the US has nearly doubled in the past four years. And no wonder the line of people calling for a break-up of his empire, which includes Instagram and WhatsApp, has spread beyond politicians to his old university friend and Facebook co-founder, Chris Hughes.

As Mr Hughes wrote this year, Mr Zuckerberg's focus on growth had "led him to sacrifice security and civility for clicks" and his "staggering" influence was unchecked because he controlled more than half Facebook's voting shares. That underlines a more troubling aspect of the leaked audio. Mr Zuckerberg's staff address inadvertently reveals the extraordinary self-belief that has made him such a remarkable entrepreneur yet threatens to be his undoing. At one point, he was asked how he was able to balance his financial responsibility to shareholders

Under Zuckerberg's rule, the company has earned a reputation for a sluggish response to criticism and even outright denial

with his moral responsibility to society. He answered with a story about a defining moment in his life: the decision he took in 2006 at the age of 22 not to sell his two-year-old social network to Yahoo for \$1bn. Facebook has a market value of \$500bn today but back then his move seemed mad.

As Mr Zuckerberg told his staff, the group's 10m users were dwarfed by the 100m at rival network, MySpace, which was growing faster. "Our board was super upset," he said. "Our whole management team basically quit." He was told by "all these experienced people" he would regret his decision for the rest of his life. Surviving a moment like that at the age of 22, he said, "leaves you with a lot of confidence that you can make long-term decisions and that they can work out over time".

The thing was, he added, if he had not kept control of his company he might have been fired for a decision like that, or others that led to Facebook suffering one of the worst one-day stock market wipeouts in US history.

"We wouldn't even be here if I didn't have control," he said. "Over the long term, it really is profitable to do the right thing." The trouble is, Mr Zuckerberg's definition of the right

thing looks increasingly strained. Under his rule, Facebook has earned a reputation for a sluggish response to criticism and sometimes outright denial. It does not help that he has repeatedly ignored requests to testify before British and Canadian MPs investigating his group's behaviour.

There was a time when his unshakeable confidence could impress the giants of his industry. In his book, *Becoming Facebook*, Mike Hoefflinger, a former executive at the company, tells of a 2009 meeting between Mr Zuckerberg and Silicon Valley statesman Andy Grove, the late head of Intel. One of Mr Grove's first questions was: "How did you turn down Yahoo's \$1bn?"

"I just thought we could do it," said Mr Zuckerberg. In that answer, writes Mr Hoefflinger, "one visionary CEO with willpower recognised another across a chasm of nearly two generations". That was 2009. In 2019, Mr Zuckerberg's willpower remains undimmed. But so does the fact that it has clouded his vision to the point that it may yet lead to his downfall.

pilita.clark@ft.com  
Twitter: @pilitaclark

## DER BETRIEBSWIRT

# Das Internet erfordert neues Marketing

Markenführung in Zeiten der Digitalisierung geht weit über die Produkt- und Imagepflege hinaus. Auch für Investitionsgüter bedarf es heute viraler Marketing-Strategien.

Von Horst Wildemann

Für Marketingspezialisten brachten die vergangenen 30 Jahre traumatische Erfahrungen. Wer hätte sich je eine Welt ohne Nokia-Handys vorstellen können, stand der finnische Konzern doch fast für mobiles Telefonieren überhaupt? Ambitioniertes Fotografieren schien ohne Kodak undenkbar, der Slogan „Share moments. Share life“ galt als Synonym für anspruchsvolle Aufnahmen schlechthin. Und in Deutschland spitzte eine ganze Generation die Lippen zu „Neckermann macht's möglich“ – die Hymne auf Shopping per Karte und Katalog.

Doch es kam, wie es kam; die Weisen der Werber erwiesen sich in vielen Fällen als Lieder vom Tod. Apple verdammt mit dem Smartphone die Handys von Nokia auf die Resterampe, die Digitalfotografie die Filme von Kodak ins Museum und der E-Commerce die Einkaufskataloge in die Altpapiertonne.

Ein ähnliches Schicksal droht erfolgreichen Marken auch jetzt wieder. Diesmal geht die Gefahr allerdings nicht nur von neuen Technologien aus. Stattdessen erweist sich die zweite Hemisphäre der Produkte und Dienstleistungen, nämlich ihre immaterielle Aura, als neue Achillesferse. Denn genau hierauf zielt die Digitalisierung. Um die Wirkkraft einer Marke zu erhalten, braucht es deshalb neue und umfassendere Anstrengungen, die weit über die klassischen Instrumente bisheriger Markenführung hinausgehen.

Vorreiter sind die Konsumgüterhersteller. Ihre Marketingexperten feilen schon länger etwa an viralen Online-Strategien, also an Kampagnen, die sich durch die Mitwirkung der Kunden wie von selbst im Internet verbreiten. Dazu dienen medienwirksame PR-Coups oder Storys, die Gesprächsstoff für die sogenannte Commu-

nity liefern und so Markenbindung schaffen.

In der Investitionsgüterbranche hingegen mangelt es über weite Strecken noch an der Einsicht in solche Notwendigkeiten. Die Transparenz digitaler Märkte, Unternehmenskooperationen über Branchengrenzen hinweg, neue Plattformen und Geschäftsmodelle sowie der Erfolg von Influencern (Beeinflussern) als Markenbotschaftern machen ein Umdenken jedoch auch hier unerlässlich – und dies auf fast allen Ebenen.

## Digitales Kundenerlebnis

Die Kundenzufriedenheit speist sich immer weniger nur aus den physischen Eigenschaften eines Produktes oder Gerätes, sondern zunehmend auch aus seinem digitalen, sprich: datenbasierten Nutzen. Das Markenerlebnis wird dadurch hybrid, das heißt, es entwickelt sich zusätzlich an digitalen Berührungspunkten zum Kunden. Dazu zählen Plattformen, die Konnektivität von Produkten und Dienstleistungen, Apps, persönliche Kontakte. Das erfordert ein Management dieser Berührungspunkte. Eine Flut pauschaler Newsletter reicht nicht aus, nötig ist die gezielte Adressierung konkreter Bedürfnisse.

Deutschlands Montagetechnik- und Schraubenkönig Würth macht dies vor. Das zentrale Bindeglied zu den Kunden, also zu den Handwerkern, bildet die Würth App. Die wartet mit einem bunten Strauß an Features auf, die konkrete Hilfen bieten: Ein Dübel- oder der Klebstoff-Finder führt den Handwerker direkt dorthin, wo die benötigte Ware im Baumarkt liegt. Die Funktion Click & Collect ermöglicht es ihm, den gewünschten Artikel vorzubestellen und innerhalb einer Stunde in der Filiale seiner Wahl abzuholen. Die App misst sogar den Lärmpegel an der Baustelle und schlägt den passenden Ge-

hörschutz vor. All dies stärkt den Kaufanreiz und die Marke.

## Personalisierung der Produkte

Im Gegensatz zu früher liefern Kunden dank der Vernetzung durch das Internet massenhaft Daten, allein indem sie die Produkte und Services nutzen. Das ermöglicht Anbietern, mittels intelligenter Algorithmen ziemlich sicher vorherzusagen, mit welchen Features sie Kunden halten oder zu Käufen animieren können. Auf diese Weise gelingt es etwa dem amerikanischen Filme-Anbieter Netflix, mit einer

ganzen Batterie ähnlicher Formate den Geschmack der Zuschauer zu treffen. Eine so erlangte Personalisierung des Angebots wird zum Schlüssel zu einer stabilen Kundenbeziehung. Zwei Drittel der Deutschen halten laut einer Studie des Marktforschers Forrester zu Marken, die auf ihre Präferenzen besonders zugeschnitten sind. Kunden geben ihre Daten umso bereitwilliger preis, je mehr Nutzen sie darin sehen. Den schmalen Grat zwischen Privatheit und Offenheit zu finden ist die vornehmste Aufgabe des Branding-Managers.

## Maßgeschneiderte Geschäftsmodelle

Markenspezialisten sollten nicht fragen, was das Unternehmen bisher gemacht hat, sondern was die Kunden künftig wollen könnten. Vorbilder sind der Apple-Gründer und Smartphone-Erfinder Steve Jobs sowie sein Kollege von Amazon, Jeff Bezos. Der führte einen Premiumlieferdienst gegen Bezahlung ein, obwohl der Trend in der Branche eher zur kostenlosen Lieferung ging.

Viele Ideen ergeben sich aus den vorhandenen Produkten und Ressourcen, indem diese miteinander vernetzt und deren Daten auf neue Weise genutzt werden. So könnten Autos mit den Umweltdaten, die sie erfassen, zu rollenden Wettermessstationen mit hochpräzisen regionalen Informationen für Landwirte werden. Daten von Einparkhilfen ließen sich für eine digitale Parkplatzsuche nutzen. Mercedes bietet mit seinem App-basierten Service Moovel Kunden die optimalen Verkehrsmittel für eine Reise, vom Car-Sharing-Auto über Taxi und Fahrrad bis

zum Bus oder Schienenfahrzeug. Navvis, eine Ausgründung aus der TU München, hat eine digitale Karte entwickelt, die durch öffentliche Gebäude oder große Firmen führt. Und der deutsche Baumaschinenhersteller Zeppelin betreibt eine Plattform namens Klickrent, die auch Fremdfabrikate verkauft und vermietet, insgesamt 12 000 Geräte.

## Branchenübergreifend denken

Bei der Stärkung der Marke sind den Unternehmen keine Grenzen gesetzt. Der Augsburger Roboterhersteller Kuka tut sich seit Mitte vergangenen Jahres mit dem Rückversicherer Munich Re zusammen. Das Projekt heißt „SmartFactory as a Service“, zu Deutsch: die digitale Fabrik als Dienstleistung, und könnte die Produktionsprozesse in der Industrie revolutionieren. Denn im Verein mit dem weltgrößten Rückversicherer bietet Kuka nicht mehr nur Roboter, sondern deren Einsatz in der Fabrik. Munich Re steuert die Erfahrung mit Störungen, Risiken und Schadensfällen bei Industrieanlagen bei, Kuka die Daten der roboterisierten Fertigung, aus denen sich attraktive Versi-

cherungspakete gegen den Betriebsausfall schnüren lassen. Pay-per-use heißen solche Modelle: Die Marke Kuka steht also nicht mehr nur für Roboter, sondern auch für deren Betrieb.

## Kommunikation im Umbruch

Kurt Tucholsky sagte, wer auf andere Leute wirken wolle, der müsse auch deren Sprache sprechen. Für die Markenführung im Investitionsgüterbereich bedeutet dies eine Umstellung. Denn die Digitalisierung verändert die Absatzkanäle und bringt andere Kunden. Das zeigt die Allgäuer Landmaschinenmarke Fendt des amerikanischen Agco-Konzerns. Schafften die Landwirte sich früher selbst Geräte an, kaufen sie diese inzwischen auch in Form von Dienstleistungspaketen, die Serviceanbieter im Programm haben.

Das spart den Bauern die Anschaffung selten benötigter Spezialmaschinen und mindert den Kapitalbedarf. Fendt bekommt es dadurch mit ganz neuen Kunden zu tun, den Maschinenflottenbetreibern. In die andere Richtung entwickelt sich das Geschäft im Sanitärbereich. Der kalifornische Thermostat-Hersteller Nest wendet sich mit seiner selbstlernenden, kinderleicht zu installierenden und per App bedienbaren digitalen Heizungssteuerung nicht mehr primär an die Handwerker sondern an die Endkunden, die Haus- und Wohnungsbesitzer. Die verlangen eine andere Ansprache und Markenführung als der Klempner in der Werkstatt.

## Neue Nomenklatur

Noch immer wird im Marketing die seit 50 Jahren gängige 4P-Systematik gelehrt mit den vier Instrumenten „Product“ (Produktpolitik), „Price“ (Preisgestaltung), „Place“ (Vertrieb) und „Promotion“ (Kommunikation und Werbung). Die Digitalisierung erfordert jedoch eine neue 4P-Systematik: „Platform“, „Purpose“ (Legitimation), „Passion“ (Leidenschaft) und „Play“ (spielerische Elemente).

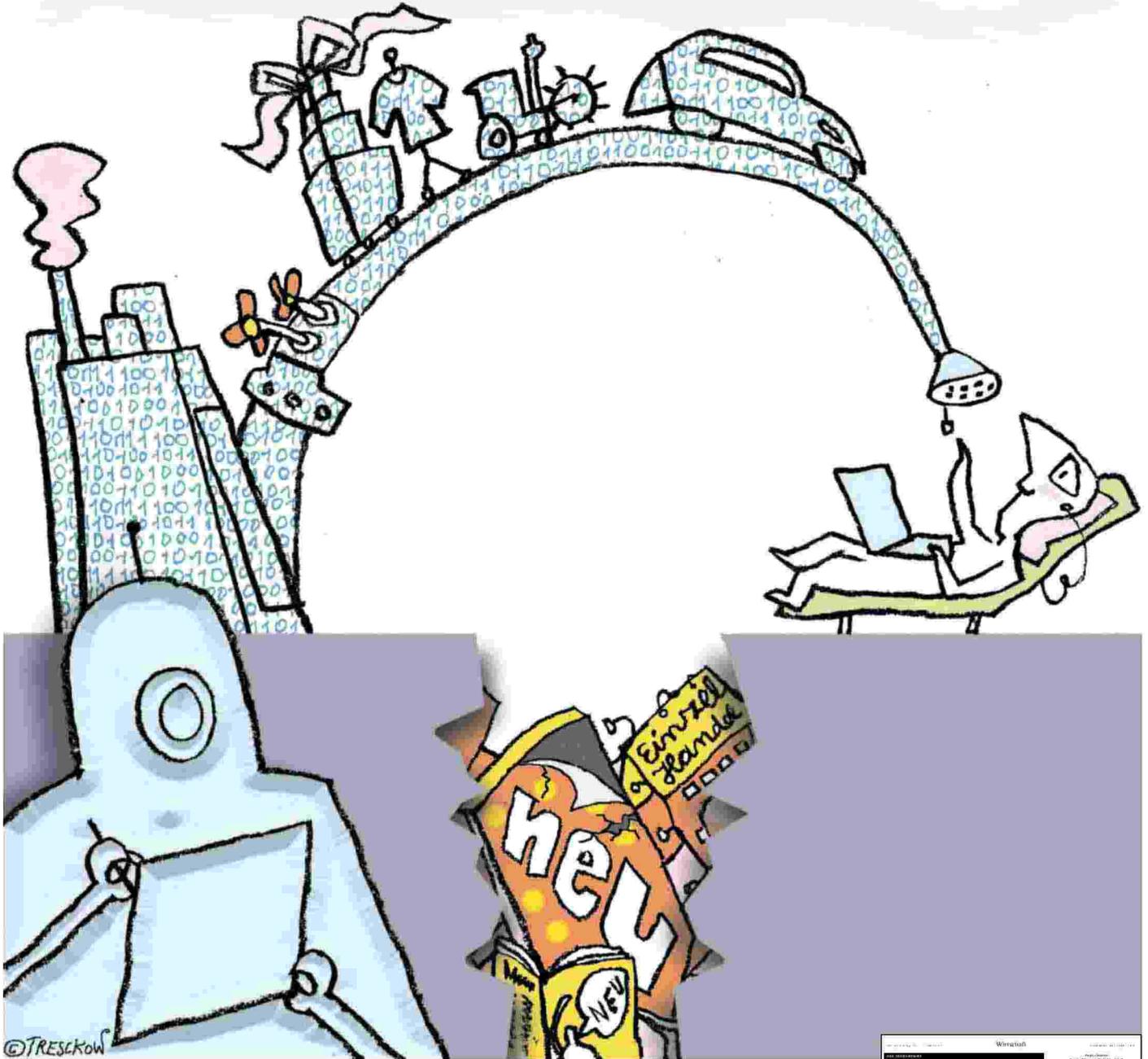
Das Plattformdenken bedeutet wie im Fall Zeppelin die Konzentration auf den Nutzen des Kunden statt auf den Erwerb durch den Kunden und eröffnet neue Geschäftschancen. „Passion“ steht für die neue Bedeutung emotionsgeladener Distributionsstrategien. Beispiele sind Slogans wie „Freude am Fahren“ von BMW oder „Taste the feeling“ von Coca-Cola. „Purpose“ beschreibt den wachsenden Legitimationsdruck, dem Unternehmen ausgesetzt sind. Der amerikanische Outdoor-Hersteller Patagonia empfahl 2011 in Anzeigen mit dem Slogan „Don't buy this jacket“ sogar, wegen des Ressourcenverbrauchs seine Artikel nicht sofort neu zu kaufen, sondern bot an, beschädigte Exemplare kostenlos zu reparieren. Der Umsatz hat sich bis 2015 verdreifacht. „Play“ schließlich steht für den Einsatz spielerischer Elemente zur Markenpfle-

ge. Kundenbindungsprogramme wie Payback oder Miles & More exerzieren dies vor.

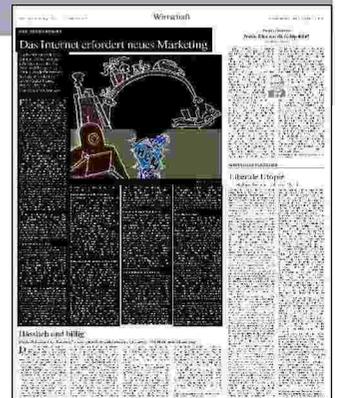
Auch im Investitionsgütergeschäft werden Kaufentscheidungen von Menschen getroffen, deren Erwartungshaltung von

Digitalisierung geprägt ist. Daran kommt auch hier die Markenführung nicht mehr vorbei. Wir haben die Menschen in den vergangenen Jahren darauf konditioniert.

Horst Wildemann ist Professor an der TU München und leitet die Unternehmensberatung TCW.



©TRESKOW



**N**achdem er morgens seinen achtjährigen Sohn zum Schulbus begleitet hat, ist er der Erste im Büro. Und wenn Fred Kogel, 58, abends seine beiden Söhne ins Bett gebracht hat, arbeitet er gern bis tief in die Nacht weiter. Kogel ist seit rund 30 Jahren im Mediengeschäft. Er war in führenden Positionen in Leo Kirchs Medienreich, aber auch beim ZDF oder im Rundfunk. Jetzt will er's noch mal richtig wissen: Seit einem knappen Jahr baut er mit Unterstützung eines Geldgebers ein neues Medienreich zusammen. Die Goldgräberzeiten sehen heute noch spannender als einst in den Achtzigerjahren des vergangenen Jahrhunderts, als in Deutschland das private Fernsehen startete, sagt Kogel - und skizziert nun erstmals seine Strategie.

**Herr Kogel, gemeinsam mit dem US-Finanzinvestor KKR schmiedeten Sie gerade ein Film- und Fernsehimperium, das nicht nur dem Namen nach an den einstigen Medienunternehmer Leo Kirch erinnert: Leonine. Nostalgie oder Größenwahn?**

Da muss ich Sie komplett enttäuschen. „Leonine“ heißt „löwenartig“, das ist Beschreibung und Ausdruck unserer Haltung: souverän, stark, im Team, auch mit Mut. Diese Eigenschaften reflektieren auch unsere Unternehmenswerte. Der Name entstand auch, weil unser Managementteam hier in München nahe der Leopoldstraße künftig seinen Hauptsitz beziehen wird. Und er erinnert zudem an den Löwen im bayerischen Wappen.

**Immerhin haben Sie selbst wichtige Jahre Ihrer Karriere bei und mit Leo Kirch verbracht. Was haben Sie von ihm gelernt?**

Leo ist Geschichte, lange her. Leonine ist die Gegenwart - und die Zukunft. Elementar ist es heute, mit den Produktionen, Film- oder TV-Rechten, die man besitzt, eine stimmige Wertschöpfungskette zu bilden. Für uns geht es dabei um Kino, TV, Fiction und Entertainment fürs digitale Zeitalter.

**Sie beschreiben Kirchs altes Geschäftsmodell.**

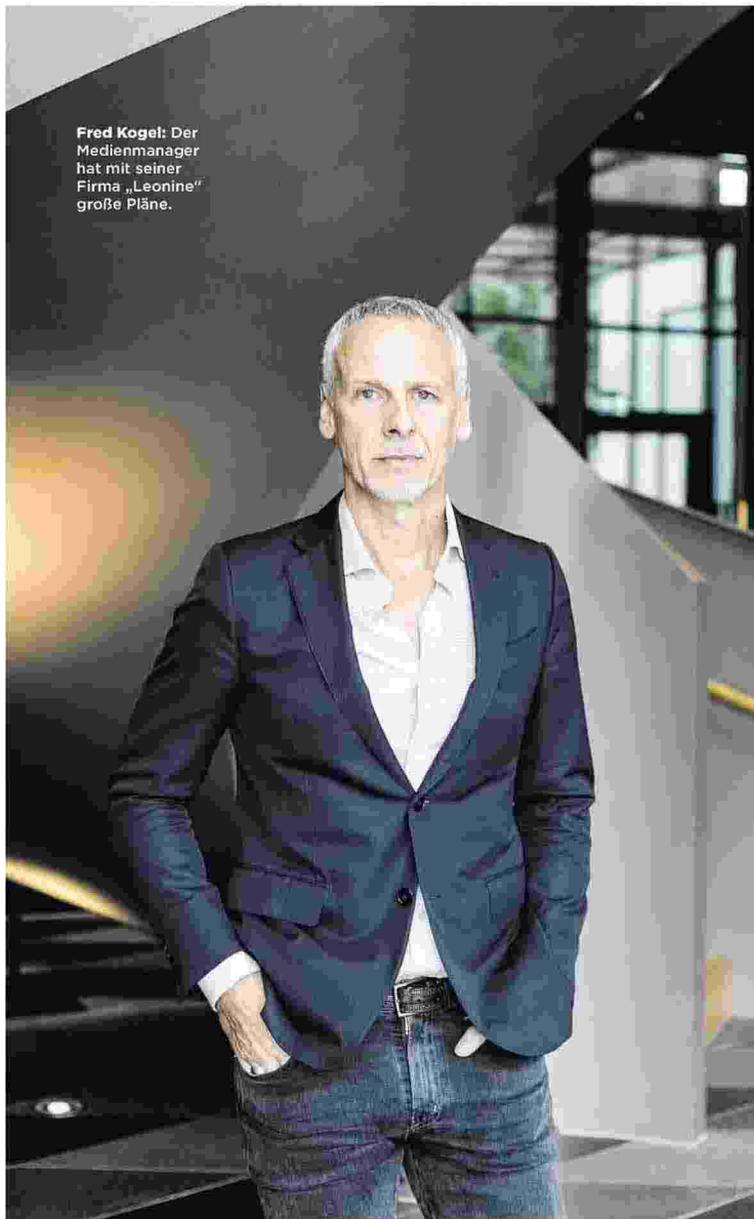
Nein, wir beschreiben ein gültiges Zukunftsmodell. Und: Die Zukunft ist digital. Wir sehen klar die Chancen, die die disruptiven Umbrüche im Markt bieten, und wollen sie konsequent nutzen. Sie kennen die Marktsituation ja so gut wie ich: Aktuell ändert sich die Art und Weise, wie die Konsumenten den Content nutzen, radikal und irreversibel. Alle Veränderungen bergen nicht nur Risiken, sondern eben auch große Chancen. Diese Chancen zu nutzen, aber auch den Markt zu gestalten, ist unser Ziel.

**Was reizt Sie, es Kirch nun gleichzutun? Macht? Geld?**

Vergessen Sie die alten Stereotypen! Die heutige Situation ist noch viel faszinierender als die Anfangszeit des privaten Rundfunks in den Achtzigerjahren. Jeder kann überall zu jeder Zeit Medieninhalte auf jeder Art von Gerät anschauen. Und genau für diesen Markt haben wir uns aufgestellt.

**Wer kam auf die Idee?**

Seit vielen Jahren kenne ich Johannes Huth und Philipp Freise von KKR sehr gut. Damals stiegen sie bei Pro Sieben Sat1 ein. Wir blieben in Kontakt. Es war immer klar, dass KKR eine wohlüberlegte Investition im Medienmarkt tätigen wollte. Für die digitale Zeit braucht man mehrere Zu-



Fred Kogel: Der Medienmanager hat mit seiner Firma „Leonine“ große Pläne.

Fred Kogel

## „Die Zukunft ist digital“

Der TV-Manager spricht erstmals über den neuen Medienkonzern Leonine, den er mit dem amerikanischen Finanzinvestor KKR aufbaut - und die Goldgräberzeit in der Bilder-Branche.

taten: alle Inhalte für alle Kanäle, die besten Talente, neue Formate, Angebote für nationale Player sowie internationale Plattformen. Hinzu kommt der Lizenzhandel. Es geht uns um einen „One-Stop-Shop“ für Premiuminhalte aller Art. Wir haben zum ersten Mal die Chance, aus Deutschland heraus nachhaltig für den Weltmarkt zu produzieren.

**So kauften Sie bereits die Tele-München-Gruppe, die Produktionsfirma I & U von Günther Jauch, das Kinogeschäft des Duos Wiedemann & Berg sowie Universum Film aus der RTL Group. Haben Sie genommen, was gerade auf dem Markt war?**

Nein, im Gegenteil. Keine Firma war auf dem Markt. Es war ein systematischer Plan, genau diese Firmen zu erwerben. Sie wollten auch dabei sein, wenn diese Leonine entsteht. So entstand gemeinsam mit KKR im ersten Halbjahr 2018 das Konzept.

**Leute, die in großen Konzernkonglomeraten den Kontakt zur operativen Basis verlieren, wurden von Ihnen vor wenigen Jahren noch als „Strukturhengste“ beschimpft. Werden Sie jetzt selbst so einer?**

Wir sind noch ein großes Start-up, da werde ich den Kontakt zur Basis so schnell nicht verlieren. Die von uns gekauften Firmen werden derzeit voll integriert. Das ist eine große Aufgabe, für die ich ein tolles Team vereinen konnte.

**Wie viel haben Sie selbst investiert?**

Ich rede nicht über Summen, kann Ihnen aber bestätigen, dass ich einen für mich persönlich durchaus sehr hohen Beitrag investiert habe. Es muss ja auch wehtun können. Ich war in meinem Leben immer Unternehmer, nicht nur in der gemeinsamen Firma mit Harald Schmidt.

**Könnte auch Kirchs einstiger Vize Dieter Hahn eine Rolle spielen?**

Nein, absurd, solche Sachen mache ich schon allein.

**Wie viel wurde bislang investiert?**

Das hieße nichts anderes, als Kaufpreise zu nennen. Hier herrscht Vertraulichkeit. KKR ist ein ebenso potenter wie professioneller Ansprechpartner, aber auch nur der eine Teil unseres „dualen Systems“. Auf der anderen Seite sind das unsere geschätzten Ansprechpartner bei den Banken: Unicredit, DZ Bank und Kölner Sparkasse sowie im weiteren Kreis Bayerische Landesbank, Münchener Sparkasse und Erste Bank aus Österreich.

**Aktuell dürfte der Umsatz von Leonine bei 300 bis 400 Millionen Euro liegen. Wo wollen Sie hin?**

Derzeit machen wir keine Angaben zum Umsatz. Wir stellen bis Jahresende unser Budget fürs Jahr 2020 zusammen. Es gibt für uns aktuell keinen Anlass, über Zahlen zu sprechen.

**Aber ein Milliardenkonzern soll Leonine schon werden?**

Das ist - Stand heute - zu hoch gegriffen. Dafür müsste man von vornherein ein europäisches Konzept verfolgen. Noch konsolidieren wir. In den nächsten zwei Jahren wollen wir in Deutschland, Österreich und der Schweiz organisch wachsen. Zunächst einmal müssen wir liefern. Dann kann man sich eine Ausweitung in Europa vorstellen. Wir bleiben schön brav am Boden und arbeiten - mit Spaß, aber hart.

**Sie wollen sicher weiter akquirieren. Wie sind in einem bewegten Markt**

und schauen uns täglich alles an. Nach neun Monaten müssen wir diese heiße Phase von Mergers & Acquisitions aber auch abschließen.

### Wird es 2019 noch zu einem Zukauf kommen?

Ich kann das nicht grundsätzlich ausschließen. In diesem Bereich ist immer alles möglich.

### Auf dem Reißbrett kann man einen Konzern wie Leonine prima zusammenbasteln. Aber wie schafft man eine gemeinsame Firmenkultur?

Wir wollen ein integriertes Unternehmen werden. Das kommunizieren wir auch nach innen. Unsere Haltung ist, den digitalen Wandel aktiv zu gestalten. Dafür haben wir ein erstklassiges Team und herausragende Mitarbeiter. Dem Markt wollen wir mit Bescheidenheit begegnen, das ist Teil des kreativen Prozesses. Und wir bauen etwas für die Zukunft, fügen nicht einfach Altes zusammen.

### Bescheidenheit?

Ich habe allein 19 Jahre Late Night mit Harald Schmidt produziert. Da gab es jeden Morgen nur ein weißes Blatt Papier. Das dann mit Inhalt zu füllen hat auch mit Bescheidenheit und Demut zu tun - und das ist übrigens die einzige Kleinigkeit, die ich aus meinen vielfältigen früheren Jobs vermisste. Dieses tägliche Arbeiten am Inhalt.

### Warum sollen die besten Nachwuchskräfte ausgerechnet zu Ihnen kommen? Andere wie die Ufa und erst recht Amazon oder Netflix winken mit viel Geld und Freiräumen.

Natürlich war der Kampf um Talente nie so heiß wie heute. Aber wir haben schon jetzt einige der Besten des Geschäfts gewinnen können. Und der Markt weiß: Bei uns kann man für jeden Sender und jede Plattform seine Ideen verwirklichen. Das ist der Vorteil eines unabhängigen Anbieters, wie wir einer sind. Es wird bereits realisiert, dass wir das „Home for Talents“ der Branche sind.

### Der Aufbau eines solchen Unternehmens ist schon stressig genug. Warum haben Sie persönlich noch das Lizenzgeschäft übernommen?

Ich mache das nicht allein - ich habe ein herausragendes Team. Aber seit 20, 30 Jahren bewegt mich der Lizenzmarkt. Wir haben nun eine Rechtebibliothek mit 7.000 Filmen, gut 3.000 kommen von Tele München, der Rest von Universum Film. Wir verwerten hier Top-Filme wie „Dirty Dancing“ oder haben internationale Rechte an „Terminator“ oder „Basic Instinct“. Den jüngsten Kauf des US-Blockbusters „Hustlers“ mit Jennifer Lopez haben wir sieben Monate lang verhandelt. Jährlich kaufen wir 20 bis 25 neue Hollywood-Filme ein. Da kann ich meine Erfahrung und meine Kontakte gut einbringen.

### Und wer sind die künftigen Kunden von Leonine?

Mit unseren etablierten Partnern wie ARD, ZDF, RTL Group und Pro Sieben Sat1 machen wir gutes Geschäft. Große Auftraggeber und Kunden sind heute aber auch Amazon Prime und Netflix. Wir arbeiten mit Joyn und der Deutschen Telekom. Disney und Apple drängen auf den Markt. Zudem produzieren wir mit unserer Digital Unit im nächsten Jahr für YouTube. Für gute Ideen und ein gutes Produkt gibt es einen großen Markt.

### Jeder US-Medienkonzern will heute mit einer eigenen Plattform das



„Wir arbeiten mit Spaß, aber hart!“ Fred Kogel beim Handelsblatt-Interview in München.

Streamingpublikum bedienen. Sind die Kunden wirklich bereit für all den Inhalt, der in den nächsten Jahren auf sie herniederprasseln wird? Zunächst einmal ist es eine sehr spannende Entwicklung. Disney kommt im November mit Disney plus - ich traue ihnen sehr viel zu, und Disney tritt in direkte Konkurrenz zu Netflix. Ich mache mir wirklich keine Sorgen über den Bedarf an Inhalten.

### Produzenten haben also noch viele Jahre Grund zur Euphorie?

Ich sehe eine sehr positive Entwicklung. Der digitale Trend verändert den Markt radikal und irreversibel. Das hinterlässt Spuren. Wir haben aktuell mehr als 500 Produktionsfirmen in Deutschland. Jeder kämpft. Man muss da entweder als kleiner, freier, kreativer Anbieter Außergewöhnliches bieten oder eine bestimmte Größe haben, um im Markt flexibel reagieren zu können...

### ... wie Leonine?

Genau. Die mittelgroßen Produzenten können in Probleme geraten. Auch der Kinomarkt ist von Umbrüchen betroffen: Die Zahl der jährlichen Filmstarts ist mit 800 viel zu hoch. Total verrückt!

### Hat Kino überhaupt noch Chancen?

80 Prozent der Filme verschwinden heute sofort nach ihrem Start wieder, da sich entweder kein Konsument dafür interessiert oder sie nicht sichtbar sind. Das Kino hat eine große Chance, wenn es sich extrem wandelt. Für uns ist es wichtig, mit Filmen wie „Hustlers“ anständig umzugehen. Das bedeutet, genügend Kopien am Start zu haben und sie mit hohem Werbe- und Marketingdruck zu begleiten. Kino ist kein Durchlauferhitzer, sondern sollte eine Veredelungsstelle für Filme sein.

### Wie wichtig ist es für Sie, eigene Fernsehkanäle zu haben?

Wir werden das Feld rund um unsere eigenen Digitalkanäle Filmastic, Home of Horror und Arthouse CNMA ausbauen. Tele 5 und die Beteiligung an RTL II sind und bleiben strategisch interessante Assets.

### Zu Ihren vielen Aktivitäten gehört auch „Stern TV“ - ein Exot unter all Ihren Filmen und Serien?

Ganz im Gegenteil. Ich glaube, dass sich Fernsehsender über gutes Infotainment profilieren können und - verstärkt - müssen. Die Zahl der YouTube-Videoabrufe haben wir bei „Stern TV“ innerhalb von drei Monaten von 3,5 Millionen auf 20 Millionen steigern können. In kurzer Zeit können wir mit unseren Redaktionen und Archiven den Sendern „Brennpunkt“-ähnliche Spezialsendungen und Einschätzungen liefern. Das ist für mich ein Zukunftsmarkt.

Mit solchen Ideen empfehlen Sie sich für „Bild TV“, das neue Lieblingskind des Konzerns Axel Springer, an dem Ihr Partner KKR neuerdings ebenfalls groß beteiligt ist.

Bei KKR ist es zwar dasselbe Team, das uns und Springer betreut, trotzdem handelt es sich um getrennte Investments. Aber natürlich wäre Springer ein interessanter Kunde.

### Private-Equity-Firmen wie KKR sind Unternehmer auf Zeit und leben von einem gewinnbringenden Exit. Wie soll der bei Leonine aussehen?

Die Frage ist berechtigt, aber ein bisschen früh gestellt. Der Exit wird erst in fünf bis zehn Jahren aktuell.

### Verglichen mit einem patriarchalischen Unternehmen wie Kirch: Wie fordernd ist eine Finanzfirma wie KKR als Gesellschafter?

Ich habe viele Gesellschaftersituationen erlebt, in denen alles andere als gekuschelt wurde. Meine jetzige Aufgabe ist sehr unternehmerisch ge-



Die heutige Situation ist noch viel faszinierender als die Anfangszeit des privaten Rundfunks.

Fred Kogel  
Medienmanager

prägt. Wir haben Pläne für 100 Tage, 250 Tage, 365 Tage - und wir wissen genau, was wir uns jeden Tag vornehmen. Wir sind agil und schnell. Das ist mir sehr wichtig. Die Arbeit mit KKR ist für mich persönlich noch mal ein Upgrade. Und eine intellektuelle Herausforderung. Eine herausragende Partnerschaft mit einem extrem professionellen Team.

### Wie sieht eigentlich Ihr persönlicher Lebensplan aus? Dass Sie mit 65 in Rente gehen, glauben wir nun eher nicht.

Ich habe mir nie zeitliche Limits gesetzt. Ich danke meiner Frau, dass Sie mir das ermöglicht. Wir beide wissen: Wenn ich morgen aufhöre zu arbeiten, haut's mich um.

### Herr Kogel, vielen Dank für das Interview.

Die Fragen stellten Hans-Jürgen Jakobs und Thomas Tuma.

### Vita Fred Kogel

**Der Manager** Der studierte Jurist hat viele Stationen im Mediengeschäft absolviert, unter anderem als ZDF-Unterhaltungschef, Programmchef von Sat1, Manager bei Kirch Media und Chef von Constantin Film sowie Produzent der Late-Night-Show von Harald Schmidt.

**Das Unternehmen** Heute ist Kogel, 58, CEO von Leonine, wo Firmen wie die Tele-München-Gruppe, Universum Film, I&U von Günther Jauch sowie Wiedemann & Berg (Kino) vereint sind. Hauptgesellschafter ist KKR.



# Desnudos en la economía digital

El cliente pierde privacidad y todos sus datos, incluida su geolocalización, quedan en manos de las plataformas



Netflix está en 148 millones de hogares. WOLFGANG RATTAY (REUTERS)

POR S. L. L.

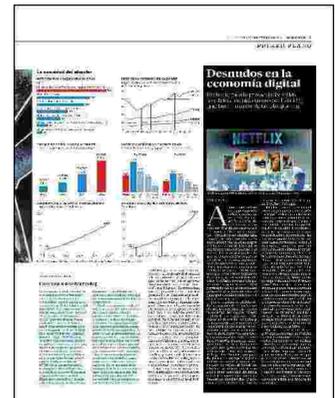
A muchos jóvenes no se les pasa por la cabeza comprar un coche teniendo la opción de suscribirse a un Fiat 500 híbrido por tres meses —a razón de 249 euros mensuales— para después alquilar una scooter por 150 euros al mes. Si llueve puede que decidan pagar por los servicios de Uber o Cabify (coche con conductor). Y si hace sol es más que probable que se decanten por coger un patinete o una bici porque justo están aparcadas bajo su casa. Quizá montar en patinete son palabras mayores, pero lo cierto es que no solo los más jóvenes dan muestras del cambio de hábitos. Los *baby boomers* y la generación X (nacidos entre 1946 y principios de los años ochenta) ya han integrado en sus vidas el pago por escuchar música, ver cine y leer libros.

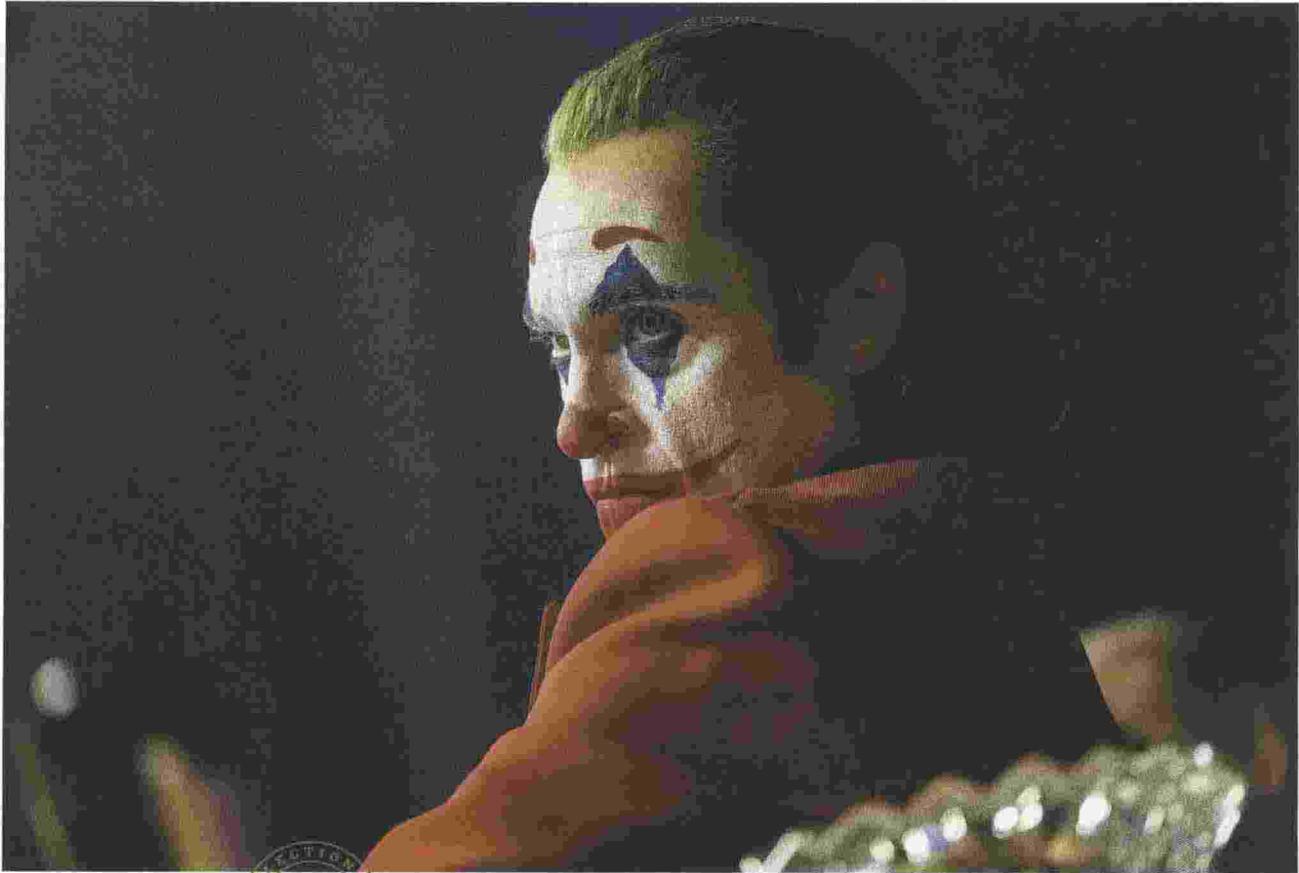
Por el camino se pierde toda la privacidad. Todo lo que el usuario hace, dice o piensa en la sociedad del alquiler queda registrado en algún lugar. “Vivimos en la era de los datos y la información, que además se encuentra en constante movimiento, ya que cada vez tendemos a aumentar nuestra presencia en comunidades *online* de *carsharing*, patinetes, etcétera. Este tipo de aplicaciones recaba una gran cantidad de información personal, además de la geolocalización, que puede poner en riesgo la seguridad de los usuarios puesto que, en caso de vulnerabilidad, un cibercriminal tendría acceso a una gran cantidad de datos sensibles, como credenciales bancarias, contraseñas y ubicación”, señala Eusebio Nieva,

director técnico de Check Point en España y Portugal.

Muchos usuarios caen en el error de pensar que no ocurre nada por ceder sus datos o no tienen en cuenta toda la información personal que comparten cuando aceptan las políticas de privacidad al registrarse en un servicio o descargar una aplicación. Ahora bien, “las empresas pueden utilizar todos esos datos personales, como el correo electrónico, la dirección de facturación, el método de pago o preferencias y gustos, para comercializarlos a terceros o realizar otros análisis de mercado, obteniendo así un rédito de ellos. De esta forma, los usuarios ceden sus datos a las empresas sin obtener nada a cambio”, explica Sergio Maldonado, consejero delegado de Privacy-Cloud. Pero es que, además, la empresa puede verse expuesta a una fuga de información y que esos datos sean robados por ciberdelincuentes, perdiendo así el control de ellos. Nieva recuerda que incluso en servicios muy utilizados y de vocación y nacimiento puramente digital han surgido multitud de brechas de seguridad que han expuesto las contraseñas de los usuarios o sus tarjetas de crédito.

Por esto, es conveniente seguir ciertas normas de higiene digital al conectarse a estos servicios. Por ejemplo, “no utilizar doble factor de autenticación, tener especial cuidado al incorporar datos de pago, no usar alguna contraseña o usuario que ya tengamos en otros servicios (especialmente en el correo o el acceso a la entidad financiera)”, expone Nieva. En definitiva, se trata de minimizar el impacto en el caso de que uno de estos servicios tenga una brecha de seguridad.





CINÉMA

## JOAQUIN PHOENIX SORT SON JOKER

*Derrière le sourire de l'emblématique personnage de comics, l'acteur américain se révèle toujours plus impressionnant.*

Récompensé du prix d'interprétation au Festival de Cannes 2017 pour « You Were Never Really Here », de Lynne Ramsay, Joaquin Phoenix pourrait bientôt ajouter à son palmarès l'oscar du meilleur acteur pour sa performance en Joker...

**A**près Jack Nicholson, Jared Leto ou l'inoubliable Heath Ledger, il fallait un acteur de la trempe du Phoenix pour faire renaître le Joker de ses cendres. Si Todd Phillips a choisi de revenir aux sources du mal pour brosse un portrait de haut vol de l'ennemi juré de Batman, Joaquin Phoenix se taille dans l'habit du clown un costume sur mesure : en plus de lui prêter ses traits amaigris et son regard fuyant, il offre à cet homme toutes ses fragilités et sa force de jeu, bref toute sa folie et son génie. Résultat : grâce à sa performance éblouissante, mais aussi à l'exaltante partition qui lui a été donnée de jouer, on suit avec admiration, excitation et une tension extrême le parcours d'Arthur Fleck, homme entier et sombre dont le rire incontrôlable – mélange de rage et de fou rire nerveux qui résonnera longtemps dans la mémoire des spectateurs – est à la fois la cause et la conséquence du mal dont il souffre. Les humiliations subies, la solitude dans laquelle il s'enferme, la violence qui ne demande qu'à jaillir et les moments de grâce accordés par la rêverie rythment ce film \* éblouissant dont la qualité de l'image, des lumières et de la bande-son atteignent un niveau comparable à celui d'un chef-d'œuvre comme *Taxi Driver*. Ici d'ailleurs, l'esprit scorsesien est partout, jusque dans la présence de Robert de Niro qui incarne un animateur de télévision arrogant proche du personnage campé par Jerry Lewis dans *La Valse des pantins*. Mais c'est bien Phoenix qui brille dans ce film récompensé du lion d'or à la Mostra de Venise... en attendant la course aux Oscars où il fait déjà figure de favori. D'ici là, le comédien ira se fondre dans d'autres univers, notamment celui de Mike Mills, le réalisateur de *Beginners* et de *20th Century Women*, dont il rejoindra bientôt le plateau. *Clara Géliot*

\* En salles le 9 octobre.

QUARTIERS LIBRES / ÉCRANS

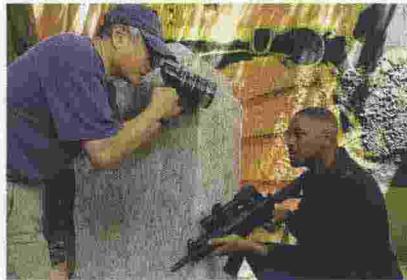
**L'APOSTROPHE  
DE JEAN-CHRISTOPHE  
BUISSON**

## WILL SMITH FAIT LE CLONE

*Dans « Gemini Man », film d'action magistralement mis en scène et interprété, c'est toute une critique du progrès scientifique sans limites qui affleure.*

**C**HER ANG LEE, on ne saurait trop vous remercier d'apporter de la plus esthétique des manières une pierre à un édifice intellectuel d'apparence austère et fragile : la méfiance pour le progrès. Car on le sait : bien qu'ils dénoncent volontiers les ravages des OGM et les caisses automatiques robotisées qui se substituent aux vendeurs des magasins, les thuriféraires de la « transition technologique » – qui ne sont pas à une contradiction près – n'ont pas de mots assez enthousiastes pour saluer les expériences scientifiques qui permettent de fabriquer des enfants sans père ni mère voire, un jour, sans maladie, anomalie ni défaut. Et malheur à ceux, pauvres ringards, qui dénoncent les conséquences philosophiques, morales ou anthropologiques qu'entraînent ces manipulations génétiques.

Or, c'est ce que vous faites justement, *volens nolens*, dans *Gemini Man*. Certes, il s'agit avant tout d'un film d'action très réussi. La mise en scène est époustouflante, et l'interprétation au diapason. Notamment celle de Will Smith, comme toujours parfait, et ici à double titre, puisqu'il incarne deux personnages ; ou plutôt deux fois le même ; mais avec vingt-huit ans d'écart (oui, c'est compliqué à expliquer mais c'est très clair dans le film, qu'on se rassure). De même Mary Elizabeth Winstead se



révèle-t-elle une superbe promesse dans un rôle aux airs de faire-valoir. Mais comme dans *Hulk*, *Tigre et dragon*, *Chevauchée avec le diable* ou *Raison et sentiments* (il y a déjà vingt ans !), autant de films qui, au-delà de leurs qualités purement visuelles, plongeaient parfois le spectateur dans des abîmes de réflexion sur l'homme, son rapport à l'Histoire, son identité et sa place dans une société évoluant très (trop ?) vite, vous pointez l'horreur de l'homme-démiurge postcontemporain. A travers une course-poursuite échevelée entre deux tueurs à gages, de la Géorgie américaine à Budapest via Carthagène, vous glissez cette évidence : si l'homme peut un jour parvenir à cloner son prochain, n'en déplaise aux Bisounours rousseauistes qui nous gouvernent, il y a plus de chances que ce soit un sale type que Mandela qui serve de modèle. Un homme capable de tuer sans état d'âme

72 de ses semblables dans une seule vie. Un ancien marine maniant si bien les armes qu'il en est devenu une. Une marionnette aux mains de son gouvernement pour lequel il aura sacrifié une vie normale entourée de femmes, d'enfants et d'amis afin de servir... mais quoi, au juste ?

Post-apostrophum : quel esprit génial et dérangé a pu concevoir un duel de plusieurs minutes entre un homme et une moto ? Et imaginer qu'il pourrait être aussi bien réalisé ?

## The day in the markets

### What you need to know

- Relieved Wall Street climbs after job report allays recession fears
- Rallying tech groups help boost bruised European stocks
- Hong Kong shares dip as political crisis deepens

An inconclusive employment report from the US concluded a week where global markets swung back and forth as discouraging service sector data followed grim manufacturing numbers.

The S&P 500 index, which had been under pressure after a manufacturing survey showed the US sector shrinking, rebounded with the release of a "not too hot and not too cold" jobs report.

The 136,000 rise in non-farm payrolls last month, which slightly missed economists' forecasts, resulted in a US unemployment rate of 3.5 per cent, its lowest since December 1969.

Wall Street welcomed the data, with the S&P 500 up almost 1 per cent despite the jobs report also revealing a slowdown in US wage growth in September.

"Markets tend to like economic data that's not too hot and not too cold. [The] payrolls report fits that criteria," said Jai Malhi, global market strategist at JPMorgan Asset Management. "With the lowest unemployment rate in 50 years, the latest jobs report provides investors with some comfort that growth is slowing, not stalling."

Such slowdown fears had seen Treasuries rally on Thursday, with 10-year yields falling as much as 7 basis points, but by yesterday the moves were more

### Tech groups shore up rise in European shares

Indices rebased



Source: Bloomberg

muted, with the yield on the benchmark slipping only 1bp to 1.52 per cent.

On Wall Street the technology-heavy Nasdaq Composite was up 0.7 per cent, boosted by a rise in Apple shares.

Across the Atlantic, the iPhone maker also played a role in underpinning a climb in European stocks. The Nikkei Asian Review reported that Apple had asked suppliers to raise production for its latest iPhone in response to strong sales.

An uptick in chipmakers linked to the Cupertino group, such as Dialog Semiconductor and STMicroelectronics, helped European tech stocks rise 1.3 per cent higher, outpacing the wider Stoxx Europe 600 that closed 0.7 per cent up.

The lift in the Stoxx ended a tough five days for European bourses that saw London's FTSE 100 suffers its biggest drop since January 2016.

Poor UK manufacturing and construction surveys of purchasing managers preceded a sharp slowdown in domestic service sector activity earlier in the week. The FTSE 100 managed to close 1.1 per cent higher yesterday although it was still down 3.27 per cent for the past five days.

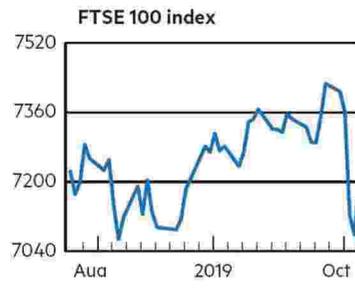
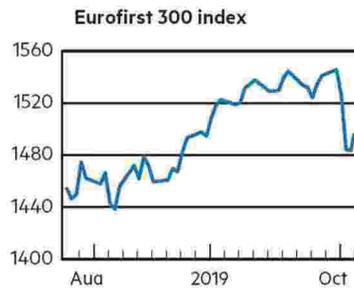
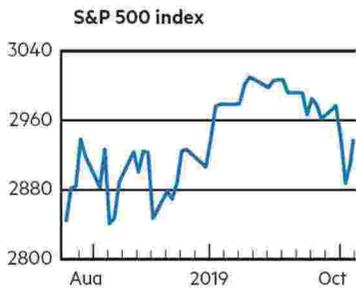
In Asia the Hang Seng index closed 1.1 per cent down as the territory's political crisis deepened, with Carrie Lam, chief executive, invoking powers to stop protesters wearing masks. **Ray Douglas**

### Markets update

	US	Eurozone	Japan	UK	China	Brazil
<b>Stocks</b>	<b>S&amp;P 500</b>	<b>Eurofirst 300</b>	<b>Nikkei 225</b>	<b>FTSE100</b>	<b>Shanghai Comp</b>	<b>Bovespa</b>
Level	2936.73	1495.42	21410.20	7155.38	2905.19	101359.73
% change on day	0.90	0.80	0.32	1.10	-0.92	-0.15
<b>Currency</b>	<b>\$ index (DXY)</b>	<b>\$ per €</b>	<b>Yen per \$</b>	<b>\$ per £</b>	<b>Rmb per \$</b>	<b>Real per \$</b>
Level	98.822	1.098	106.885	1.230	7.138	4.058
% change on day	-0.042	-0.091	0.183	-0.886	0.000	-0.860
<b>Govt. bonds</b>	<b>10-year Treasury</b>	<b>10-year Bund</b>	<b>10-year JGB</b>	<b>10-year Gilt</b>	<b>10-year bond</b>	<b>10-year bond</b>
Yield	1.520	-0.588	-0.216	0.357	3.143	7.043
Basis point change on day	-1.620	0.500	-2.170	-2.800	0.000	-4.000
<b>World index, Commods</b>	<b>FTSE All-World</b>	<b>Oil - Brent</b>	<b>Oil - WTI</b>	<b>Gold</b>	<b>Silver</b>	<b>Metals (LMEX)</b>
Level	338.85	58.09	52.49	1517.10	17.60	2759.10
% change on day	0.70	0.82	0.31	1.64	1.97	0.07

Yesterday's close apart from: Currencies = 16:00 GMT; S&P, Bovespa, All World, Oil = 17:00 GMT; Gold, Silver = London pm fix. Bond data supplied by Tullett Prebon.

## Main equity markets



### Biggest movers

	US	Eurozone	UK
<b>Ups</b>			
	Skyworks Solutions 4.08	Stmicroelectronics 3.14	Scottish Mortgage Investment Trust 4.03
	Charter Communications 2.89	Orkla 3.10	Smurfit Kappa 3.18
	Qorvo 2.64	Bayer 2.74	Melrose Industries 3.10
	Dr Horton 2.55	Rwe 2.32	Smith (ds) 3.01
	Kla 2.43	Kpn 2.31	Experian 3.01
<b>Downs</b>			
	Hp -9.78	Lufthansa -3.20	Nmc Health -1.46
	Apache -6.80	Commerzbank -2.28	Imperial Brands -1.05
	Noble Energy -2.56	Casino Guichard -2.13	Taylor Wimpey -0.70
	Corteva -2.05	Edf -1.95	Hargreaves Lansdown -0.66
	Marathon Oil -2.03	Heidelbergcement -1.40	Informa -0.65

Prices taken at 17:00 GMT

Based on the constituents of the FTSE Eurofirst 300 Eurozone

All data provided by Morningstar unless otherwise noted.

## Wall Street

**Apple** gained on a Nikkei report that the company was increasing production of the iPhone 11 by up to 10 per cent, or 8m units.

Parts suppliers for iPhones including **Qorvo** and **Skyworks** matched the rally. **HP** dived after the printer maker set out a plan to charge more for hardware and squeeze out the third-party ink suppliers.

"Raising prices into a mature market will be tough, particularly if competitors choose not to follow," said Credit Suisse.

Full-year 2020 earnings per share guidance given at HP's analysts' day was above consensus expectations but largely reflected share buybacks, whereas free cash flow targets were held back by a tough PC market as well as a \$1bn restructuring charge.

**Snap**, the Snapchat owner, rose on the back of a Morgan Stanley upgrade to "equal weight".

New products and original content were improving Snapchat's advertising revenue growth while margins will be helped by management taking a tighter grip on operating expenses, the broker said.

**Avaya**, the telecoms equipment provider, jumped after announcing an exclusive partnership with RingCentral.

**SmileDirectClub**, the recently floated tooth alignment maker, fell after short seller Hindenburg Research criticised its safety standards. *Bryce Elder*

## Eurozone

**Puma** was in demand on the back of a positive recommendation from Exane BNP Paribas.

In contrast to the general retailers, sportswear makers were enjoying "unambiguously positive" structural growth in areas including emerging markets and womenswear, said Exane. Puma is "the most fashion-forward of the brands" with strong womenswear sales and an improved profile in US basketball, it said.

"We expect Puma to continue to deliver constant currency sales growth that is faster than at both Adidas and Nike."

Optimism around recent iPhone sales helped lift Apple suppliers including **Dialog Semiconductor**, **AMS** and **STMicroelectronics**.

**Huhtamaki**, the Finnish packaging maker, rose after Berenberg started coverage with "buy" advice.

**BMW** led the auto sector lower on UK car sales data for September that was weaker than expected.

"Overall, we believe that the third-quarter results season will be supportive for European autos stocks, but we think many of them have enjoyed a strong rally and locking in some profits in the short term would possibly be a good strategy to follow," said JPMorgan Cazenove.

Feedback from the industry suggested sales volumes would remain weak next year, with everything riding on the Chinese market, it added. *Bryce Elder*

## London

**HomeServe**, the Home repairs group, dropped in response to proposals from the Financial Conduct Authority to ban loyalty penalties. The watchdog said the market for the pricing of home and motor insurance products was "not working well for all consumers", particularly those who did not shop around for renewal quotes.

Restrictions on price increases for renewing customers, curbs on automatic renewal and incentives to switch could all affect HomeServe's UK business, which provides about 35 per cent of operating profit, said analysts. Among conventional insurers, **Saga** and **Direct Line** slipped on worries about their exposure to home insurance, which tends to have a wider gap between teaser and renewal prices than auto insurance.

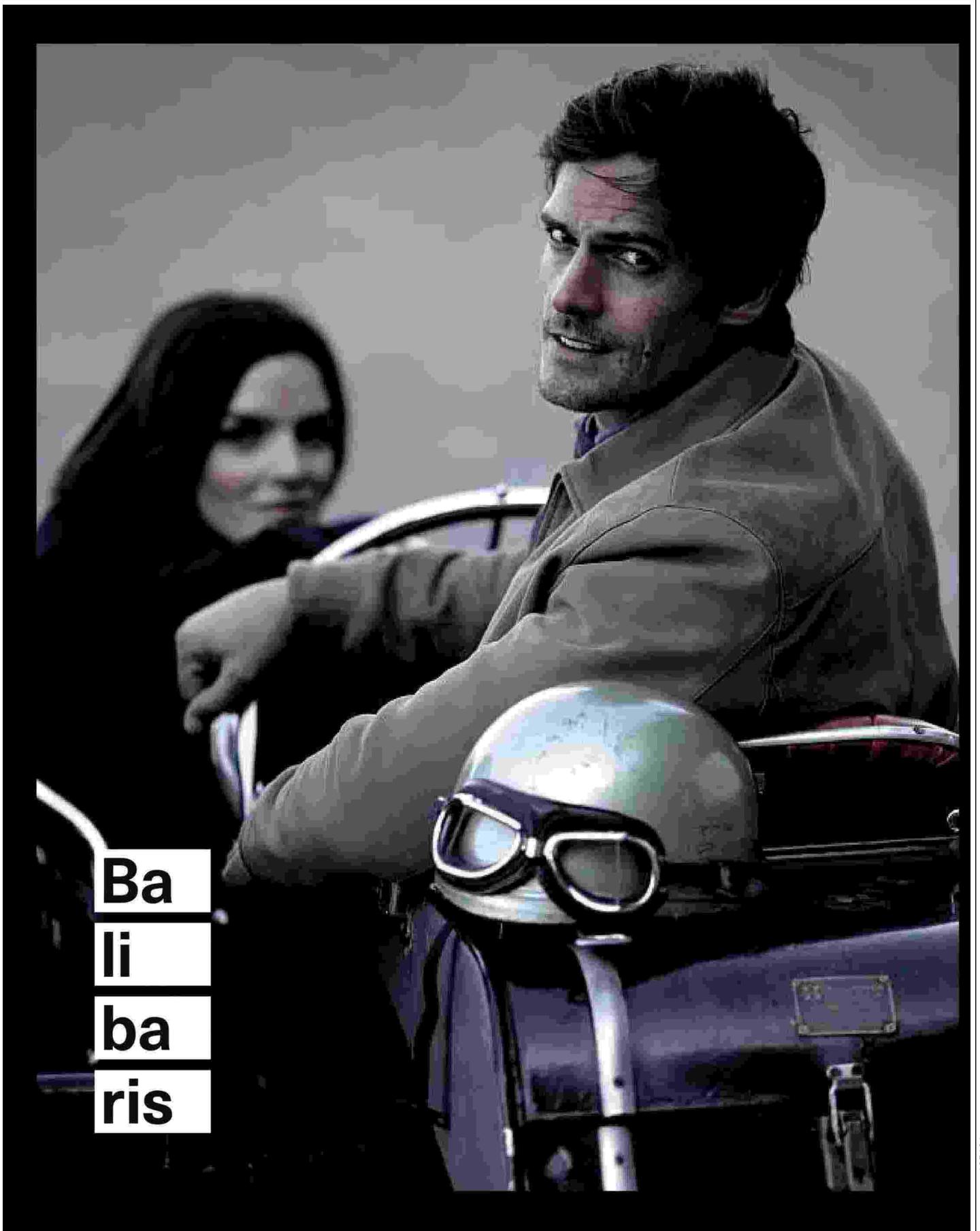
Power station owner **Drax** led the FTSE 250 gainers on a report that the European Commission would approve a UK energy back-up scheme. The EU was likely to give a go-ahead for power companies to receive £1bn of funding to cover maintenance costs in case of outages, Reuters reported.

**Marks and Spencer** slipped on the back of an HSBC downgrade to "reduce". A capital markets day this week showed how far away M&S was from turning around its clothing and homewares division, HSBC said. The broker argued that management had failed to develop a point of difference capable of drawing in mainstream customers. *Bryce Elder*

## NETFLIX ET MEDIASET SIGNENT UN ACCORD

□ Selon Bloomberg, la plateforme américaine et le groupe audiovisuel italien ont signé un accord de coproduction pluriannuel portant sur sept films.





Ba

li

ba

ris

AVEC "JOKER", SON NOUVEAU FILM, LE RÉALISATEUR DE "VERY BAD TRIP" DÉVELOPPE UN REGISTRE SOMBRE, AUX ANTIPODES DU GENRE QUI A FAIT SON SUCCÈS. SA VERSION DU PSYCHOPATHE CLOWNESQUE, INTERPRÉTÉ PAR JOAQUIN PHOENIX, A OBTENU LE LION D'OR À LA MOSTRA DE VENISE.

# Todd Phillips joue son JOKER.

Texte  
Samuel BLUMENFELD  
Photos  
Matthieu DELBREUVE

**APRÈS AVOIR REÇU**, le 7 septembre dernier, le Lion d'or à la Mostra de Venise pour son nouveau long-métrage, *Joker* (en salle le 9 octobre), Todd Phillips s'est assis dans un coin. Le cinéaste voulait comprendre ce qui venait de se passer. Comment, dans une manifestation où les productions des multinationales américaines se retrouvent rarement au tableau d'honneur, son film avait-il pu recevoir une telle distinction ? Au milieu des autres réalisateurs sélectionnés dans cette édition du festival vénitien, Todd Phillips se savait différent, lui qui a mis en scène des comédies : *Road Trip* (2000), *Retour à la Jac* (2003), *Starsky & Hutch* (2004), *Very Bad Trip* (2009) – la meilleure comédie américaine des années 2000 –, *War Dogs* (2016). Un genre plébiscité par le public, mais regardé de haut par les festivals. « *Je me suis fait une autre remarque, ajoute-t-il. J'ai commencé ma carrière au début des années 1990, et il m'apparaissait logique de progresser d'un film à l'autre, de passer des paliers. Toutes proportions gardées, je vois une grande différence entre le Martin Scorsese d'Alice n'est plus ici, celui du début des années 1970, et le maître qui continue de produire toujours des chefs-d'œuvre. Si vous ne comprenez pas que c'est en réalisant des films que*

*vous progressez, vous ne comprenez pas grand-chose.* » Le soir de la remise des prix à Venise, Todd Phillips a regardé le chemin parcouru. Non pas depuis son premier long-métrage, mais depuis l'enfance. Quand son père avait quitté le domicile conjugal, le laissant seul avec sa mère et ses deux sœurs, le futur réalisateur avait récupéré l'appareil photo de son géniteur. Un héritage fortuit, puisqu'il s'agissait d'un objet oublié. Phillips l'avait conservé, puis un jour utilisé, pour ne plus jamais l'abandonner. Une vocation était née. Les clichés de ses camarades de lycée pris tout au long de sa scolarité, assemblés dans un album qui racontait la noirceur de l'adolescence, avaient permis à Todd Phillips d'être accepté à l'école de cinéma de New York University. Pour y entrer il fallait réaliser un film, il n'en avait pas les moyens, ou rédiger un scénario, mais il n'écrivait pas encore. Restaient ces photos d'adolescents dépressifs qui lui ont ouvert les portes de l'école. L'étudiant a arrêté sa scolarité en milieu de cycle pour réaliser son premier documentaire, *Hated*, consacré au musicien punk GG Allin. Un travail qui montrait autant le côté sombre de cet artiste, au comportement violent et aux excès sur scène, que celui du cinéaste. « *Je n'avais pas d'autre choix que de terminer* ○○○

Todd Phillips,  
le 25 septembre,  
à Paris.



125121

“À l'ère du politiquement correct, l'irrévérence est devenue impossible. J'ai revu récemment *Very Bad Trip* : il y a plusieurs scènes qui ne passeraient plus aujourd'hui. Alors, en attendant des jours meilleurs, j'arrête la comédie.”



Matthieu Delbreue pour M Le magazine du Monde

## LE GOÛT

○○○ *ce projet, je n'avais plus les moyens financiers de finir ma scolarité à l'université. Des années plus tard, lorsque Very Bad Trip a remporté le Golden Globe de la meilleure comédie, le doyen de New York University m'a écrit : "Je vous en supplie, arrêtez de raconter que vous avez interrompu votre scolarité quand vous étiez étudiant chez nous." À l'intérieur de l'enveloppe se trouvait mon diplôme.* »

Si Todd Phillips est différent de ses confrères, son nouveau film se révèle encore plus à part. Il met en scène le personnage de méchant le plus célèbre de l'univers des comic books, le Joker de Batman, souvent propice à des interprétations hors du commun. Ce psychopathe maquillé en clown, aux cheveux teints en vert et au sens de l'humour déformé, a été incarné à l'écran par Jack Nicholson dans *Batman* (1989) de Tim Burton, Heath Ledger dans *The Dark Knight* (2012) de Christopher Nolan, Jared Leto dans *Suicide Squad* (2016) de David Ayer. C'est aujourd'hui Joaquin Phoenix qui reprend le flambeau, et il le fait de la plus sensationnelle des manières. Il faut dire que Todd Phillips propose une approche différente de celles de ses prédécesseurs. Son œuvre, certes centrée sur un personnage issu d'un comic book, est étrangère à l'univers des superhéros : Bruce Wayne – le futur Batman – y apparaît certes, mais il n'est encore qu'un enfant, loin du justicier en cape qui deviendra l'ennemi juré du Joker.

Pour réaliser ses meilleures comédies, Todd Phillips s'est appuyé sur des corps comiques : Will Ferrell (*Retour à la fac*), Zach Galifianakis (*Very Bad Trip*), Jonah Hill (*War Dogs*). Dans *Joker*, c'est le corps émacié de Joaquin Phoenix, dans un emploi de comique contrarié et disruptif, qui devient le véritable effet spécial du film. « *Je parle souvent de gens qui avancent du pied gauche, d'individus qui ne parviennent pas à être à l'unisson avec les autres. Quand vous voulez par exemple serrer la main de telle personne, elle vous embrasse. Ces personnages sont indispensables dans une comédie* », explique le réalisateur. Joaquin Phoenix appartient-il à cette catégorie ? « *Joaquin est le type le plus gauche que l'on puisse imaginer*, poursuit Todd Phillips. *À chaque fois que je voyais qu'il accédait à quelque chose de bizarre, je lui suggérais d'emprunter une direction encore plus étrange. C'est ainsi que nous sommes parvenus à modeler son interprétation sur celle du cinéma muet. Notre modèle était Conrad Veidt dans L'Homme qui rit, de Paul Leni.* »

**LE FILM** débute durant l'été 1979, à Gotham City, ville imaginaire modelée sur la New York d'avant sa gentrification, lorsque le cinéma, de *French Connection* à *Taxi Driver* en passant par *Un après-midi de chien*, la présentait comme une antichambre de l'enfer. Avant de devenir le Joker, Arthur Fleck est un stand-upper raté, vivant chez sa mère, méprisé par ses employeurs occasionnels, régulièrement agressé dans la rue, dont le rire obéit moins à un ressort comique qu'à un désordre psychique. Le malaise du personnage puis sa folie s'inscrivent dans une ville rongée par la misère en plein climat insurrectionnel. « *On me demande souvent pourquoi je ne réalise plus de comédies et comment j'en suis venu à réaliser un film aussi sombre. C'est très simple. La comédie était un moyen de faire des films bon marché pour des revenus confortables.* » Mais Todd Phillips le sait : pour réaliser une comédie, il faut de la noirceur. « *J'ai grandi dans l'irrévérence, qui est l'essence de ce genre. Sauf qu'à l'ère du politiquement correct, cette irrévérence est devenue impossible. J'ai revu récemment Very Bad Trip : il y a plusieurs scènes qui ne passeraient plus aujourd'hui. Pour être drôle, il faut pouvoir dire la vérité, mais la vérité est désormais considérée comme une offense. Alors, en attendant des jours meilleurs, j'arrête la comédie.* » (M)

JOKER (2 H 02), DE TODD PHILLIPS. AVEC JOAQUIN PHOENIX, ROBERT DE NIRO, ZAZIE BEETZ. EN SALLE LE 9 OCTOBRE.

# Amazon, Disney Clash Over TV

Dispute on apps for tech giant's media player spotlights streaming power struggle

By DANA MATTIOLI, SAHIL PATEL AND PATIENCE HAGGIN

Amazon.com Inc. and Walt Disney Co. are at loggerheads over terms for carrying the entertainment giant's apps in Amazon's Fire TV devices, a dispute that highlights the new power struggles emerging in the streaming economy.

Amazon is pushing for the right to sell a substantial per-

## Amazon, Disney in Struggle

*Continued from the prior page* when they negotiate carriage of streaming apps, such as a portion of the content company's advertising or subscription revenue.

One big difference: Cable operators in the U.S. each cover a specific geographic footprint, and TV programmers must negotiate with each of them, under the threat that if a deal isn't reached channels could be blacked out in those areas. In streaming, channels can distribute their programming through a number of set-top box players, and new entrants recently joined the fray, including Comcast Corp.'s Flex and a Facebook Inc. device called Portal.

"The traditional negotiations between cable operators and media companies are the most vicious negotiations that

percentage of the ad space on Disney apps, and Disney has so far resisted, people familiar with the situation said. Some of these people said they are optimistic the companies will reach an agreement. If they don't, Disney apps could be removed from Fire TV, the second-largest distributor of streaming-TV apps. Disney has several apps, including for networks such as ABC, ESPN and Disney Channel.

The dispute is one reason Fire TV has no deal in place to carry Disney+, a coming Disney streaming-video service set to launch Nov. 12, the people familiar with the situation I've ever been exposed to. And now you see that world colliding with these tech behemoths," said Steve Shannon, chief executive of Tetra TV, which operates a marketplace for ads on streaming video.

People close to the Disney-Amazon situation said it isn't as acrimonious as a traditional cable-carriage dispute. Spokeswomen for Amazon and Disney declined to comment.

Streaming-media device makers have had fights among themselves for several years. Until this year, for example, Fire TV devices didn't have Google's official YouTube app.

Now, the battles are taking on higher stakes as entertainment companies such as Disney, facing stagnating pay-TV businesses, place greater importance on reaching audiences on digital platforms and increasingly are competing with tech giants. Disney+, for example, will go up against Amazon's Prime Video in the marketplace, as will forthcoming streaming services from AT&T Inc.'s WarnerMedia and Comcast's NBCUniversal.

When Fire TV was launched, it allowed a number

said. The deadline for the talks wasn't clear.

Amazon's Fire TV is an internet-connected streaming-media player that lets users stream content to their television sets from a range of apps, including Amazon's own Prime Video, Netflix Inc., Sling TV and offerings from TV networks. It had 29% of the U.S. market for streaming-media boxes in the second quarter, according to Strategy Analytics, behind only rival Roku Inc.

The dispute spotlights the complicated and sometimes tense relationships between streaming-video distributors and content providers. Fire TV,

of media companies to have apps on its platform without sharing any advertising revenue, people familiar with the situation said. But Amazon has been tightening its proposed terms in talks with certain programmers, the people said.

Amazon's push for more ad revenue from its partners is part of a wider effort to better monetize businesses outside of the company's profit engine, cloud-computing arm Amazon Web Services.

Now, Amazon often starts out asking for about 40% of the ad inventory from programmers, and negotiations often bring it down to 30% or 20%, said people with knowledge of the company's deals.

Well-known apps have the leverage to barter for more favorable terms. Disney believes its popular apps—and the coming launch of Disney+—give it substantial clout, and the company hasn't been eager to give up any ad inventory to Amazon, people familiar with the company's deliberations said. Recently, the two sides have discussed a proposal in which Disney would give up 10% of its ad in-

Roku and other companies offering such set-top boxes or plug-in sticks have become hubs for reaching consumers who stream media, and are increasingly playing the role cable companies have played in traditional television.

For years, cable providers have worked out arrangements with TV channels to carry those networks. The channels get a portion of consumers' monthly cable fees and the cable providers often get access to a portion of the ad time on the networks. Likewise, the new-era streaming distributors have their own requests

*Please turn to page B2*

ventory, the people said.

Roku does business in a similar way. It often asks for 30% of the ad inventory in channels it carries, said a person familiar with the matter. YouTube, the second most-watched channel on Roku, shares none of its ad inventory with Roku, according to people familiar with the matter.

Some subscription-oriented services pay Roku a one-time "bounty" when people sign up for the service through a Roku app. Hulu, the Disney-controlled streaming service, gives Roku about 15% of the subscription revenue from customers who signed up for the service through Roku, a person familiar with the arrangement said.

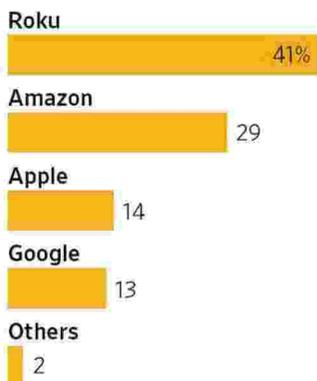
Though Disney+ won't have ads, the discussions with Amazon to carry it on Fire TV gave the tech giant an opportunity to revisit advertising terms for various other Disney apps. Disney won't want to have the service's distribution curtailed at the launch, and Amazon won't want to miss out on offering a service that will include classic Disney movies, a lineup of Star Wars and Marvel content, the full catalog of "The Simpsons" and more.



20TH CENTURY FOX/ASSOCIATED PRESS

The entertainment giant's service will include the full catalog of 'The Simpsons' and more.

Share of U.S. streaming-media device shipments, 2Q 2019



Note: Figures don't equal 100% due to rounding.  
Source: Strategy Analytics

