

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica Anica				
17	Corriere della Sera - Ed. Roma	20/11/2019	VIDEOCITTA' RIPARTE DAL MAXXI TANTI OSPITI ALL'INAUGURAZIONE (R.Petronio)	4
23	Leggo - Ed. Roma	20/11/2019	VASCELLARI IN CORSA PER LA VIDEOART WEEK (V.Arnaldi)	5
Rubrica Anica Web				
	Affaritaliani.it	19/11/2019	CONFINDUSTRIA CULTURA: CIPOLLETTA NUOVO PRESIDENTE	6
	Cinecitta.com	19/11/2019	MARKETING E CINEMA: COME SI PROMUOVE DAVVERO UN FILM?	7
	Cinematografo.it	19/11/2019	MARCO MENGONI A MOVIE MAG	10
	Mondonotizie.it	19/11/2019	LA REALTA' CHE NON ESISTE, AL VIA LA SECONDA EDIZIONE	12
	Corriere.it	18/11/2019	CONFINDUSTRIA CULTURA ITALIA, CIPOLLETTA E' IL NEO-PRESIDENTE	13
Rubrica Cinema				
18	Corriere della Sera - Ed. Milano	20/11/2019	UN FILM TURCO NELLA GIORNATA DELLA VIOLENZA CONTRO LE DONNE	15
1	Corriere della Sera - Ed. Roma	20/11/2019	IL CINEMA AMERICA, UN ESEMPIO (P.Conti)	16
23	Il Fatto Quotidiano	20/11/2019	CETTO C'E', MA "SENZADUBBIAMENTE" ORMAI LA REALTA' HA SUPERATO LA FANTASIA (F.Pontiggia)	17
30	Il Mattino	20/11/2019	LOREN "LA CIOCIARA" E JULIA ROBERTS LE LOCANDINE DEI FILM CONTRO I BRUTI (G.Covella)	18
1	Il Messaggero	20/11/2019	CETTO, UN RE CAFONE TRA I SOVRANISTI "E RESTO MODERATO RISPETTO ALLA REALTA'" (G.Satta)	19
35	Il Messaggero - Cronaca di Roma	20/11/2019	IL RESTAURO COSI' RINASCE LA SALA TROISI: TANTO CINEMA E AULA STUDIO (M.Pasqua)	21
36	Il Secolo XIX	20/11/2019	LE SALE DEI CINEMA DI FERRERO CAMBIANO ANCORA AFFITTUARIO	23
1	La Repubblica - Cronaca di Roma	20/11/2019	SALA TROISI, LA CONQUISTA DELL'AMERICA (M.Favale)	24
17	La Repubblica - Cronaca di Roma	20/11/2019	PASSERELLA FERRAGNEZ L'INFLUENCER (COL MARITO) CONQUISTA ANCHE ROMA (A.Paolini)	27
1	La Stampa	20/11/2019	NEW YORK GRAZIE A NETFLIX RIAPRE IL CINEMA AMATO DA WOODY ALLEN (S.Siri)	29
1	La Stampa	20/11/2019	TUTTO L'ORO DEL MONDO IL FILM ATTO D'AMORE PER IL TICINO (E.Santolini)	31
88/89	Panorama	20/11/2019	"SOLO IN PERIFERIA CAPISCI DAVVERO COS'E' LA VITA" (T.Marocco)	33
27	QN- Giorno/Carlino/Nazione	20/11/2019	BELLOCCHIO ALLA CONQUISTA DEL BRASILE	35
Rubrica Audiovisivo & Multimedia				
25	Avvenire	20/11/2019	L'ANTITELEVISIONE E IL DIRITTO ALL'ASCOLTO (A.Fagioli)	36
2	Corriere della Sera	20/11/2019	PATUANELLI SULLA RAI: IL CANONE SI PUO' RIDURRE (A.Bac.)	37
32	Corriere della Sera	20/11/2019	MEDIASET, UN EXTRA-DIVIDENDO PER FARE LA PACE CON VIVENDI (F.De Rosa)	38
18	Il Messaggero	20/11/2019	PROSIEBENSAT, LE TRE OPZIONI PER L'ALLEANZA CON MEDIASET (L.ram.)	39
28	Il Messaggero	20/11/2019	ASCOLTI	40
4	Il Secolo XIX	20/11/2019	PATUANELLI CHIEDE SCONTI SUL CANONE E ALLA RAI E' BUFERA	41
19	Il Sole 24 Ore	20/11/2019	VIVENDI-MEDIASET, NON RINVIABILE L'UDIENZA DEL 22 (A.Olivieri)	42
1	Italia Oggi	20/11/2019	ECCO COME VENDONO I GIORNALI REGIONE PER REGIONE (M.Capisani)	43
20	Italia Oggi	20/11/2019	ZINGARETTI REGISTA A TEMPO DEL COMMISSARIO MONTALBANO (G.Ponziano)	45
21	Italia Oggi	20/11/2019	CHESSIDICE IN VIALE DELL'EDITORIA	47
31	Italia Oggi	20/11/2019	AL DECOLLO IL BONUS TV	48

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica Audiovisivo & Multimedia				
27	La Repubblica	20/11/2019	LE SCELTE DEI BERLUSCONI FARE PACE CON BOLLORE' E UN ASSE CON KRETINSKY (S.Bennewitz)	49
29	La Repubblica	20/11/2019	ARRIVA PER NATALE IL BONUS FINO A 50 EURO PER DECODER E TV	51
35	La Repubblica	20/11/2019	IL TEMPO CANCELLATO DA UNA APP (R.Luna)	52
39	La Repubblica	20/11/2019	CHINATOWN LA SERIE PREQUEL SU NETFLIX	54
1	MF - Milano Finanza	20/11/2019	PER PROSIEBENSAT OLTRE A MEDIASET SPUNTA L'INTERESSE DEL PRIVATE EQUITY AMERICANO KKR (A.Montanari)	55
Rubrica Internazionale Web				
	TheWrap.com	20/11/2019	WILL FROZEN II' SNAP NOVEMBER'S BOX OFFICE COLD STREAK?	56
	Broadwayworld.com	19/11/2019	THE 2019 PHILIP K. DICK EUROPEAN SCIENCE FICTION FILM FESTIVAL ANNOUNCES AWARD WINNERS	59
	Mediabiz.de	19/11/2019	AMAZON MUSIC BOHRT KOSTENFREIES STREAMING AUF	61
	Variety.com	19/11/2019	HOLLYWOOD BANKS ON STAR WARS,' JUMANJI 2' FOR BIG BOX OFFICE FINISH	63
Rubrica Internazionale				
46	El Pais	20/11/2019	'LA CASA DE PAPEL' Y LA 2 TRIUNFAN EN LA GALA DE LOS PREMIOS IRIS DE LA TELEVISIÓN	66
15	Financial Times	20/11/2019	SAMSUNG EYES SLICE OF APPLE'S \$50BN- A-YEAR SERVICES MODEL (E.White)	67
22	Financial Times	20/11/2019	FINANCE CANNOT REMAIN IMMUNE TO US-CHINA TRADE FRICTION AND DEGLOBALISATION (J.Plender)	69
22	Financial Times	20/11/2019	THE DAY IN THE MARKETS (A.Gross)	70
1	Le Figaro	20/11/2019	"LES MISERABLES ", FILM CHOC SUR LES BANLIEUES (N.Simon)	72
28	Le Figaro	20/11/2019	AUX ETATS-UNIS, LES GRANDS STUDIOS AURONT LEURS SALLES (P.Dugua)	74
43	Le Figaro	20/11/2019	AUTOPSIE DE L'AFFAIRE GRE'GORY (C.Jamet)	75
45	Le Figaro	20/11/2019	ALEXIS MANENTI, LES NERFS A' VIF (F.Aube)	76
1	Le Monde	20/11/2019	LA JUSTESSE DE L'OEIL DE LADJ LY SUR LA BANLIEUE DES "MISE'RABLES" (T.Sotinel)	77
26	Le Monde	20/11/2019	LADJ LY : "ON VA SE BATTRE POUR QUE LE FILM SOIT AUX OSCARS"	79
30	Le Monde	20/11/2019	APPLE TV + RATISSE GROS ET LARGE POUR SA SE'RIE GRAND PUBLIC	80
1	Les Echos	20/11/2019	LES STUDIOS AMERICAINS POURRONT DE'TENIR LEURS SALLES DE CINEMA (V.Le Billon)	81
8	Les Echos	20/11/2019	DES GAFA A' WALL STREET, LES MESURES QUI HE'RISSENT LES BANQUIERS ET LES GRANDS GROUPES (V.l.r.)	83
15	Les Echos	20/11/2019	LE PE'RE NOEL N'EST PAS UNE ORDURE (T.g.)	84
27	Les Echos	20/11/2019	POURQUOI LES DE'CRETS PARAMOUNT SONT OBSOLE'TES (N.Madelaine)	85
10	The New York Times - International Edition	20/11/2019	THE TECH GIANTS' BIGGEST FOE GETS TOUGHER (A.Satariano)	86
1	Wall Street Journal Usa	19/11/2019	BUSINESS & FINANCE - FCC BACKS PUBLIC AUCTION OF 5G AIRWAVES	88
1	Wall Street Journal Usa	19/11/2019	BUSINESS & FINANCE - SONY BECOMES SOLE OWNER OF GAME SHOW NETWORK IN A DEAL WITH AT&T.	89
1	Wall Street Journal Usa	19/11/2019	BUSINESS & FINANCE - T-MOBILE CEO SET TO HAND OVER REINS NEXT YEAR	91
1	Wall Street Journal Usa	19/11/2019	BUSINESS & FINANCE - U.S. TO LIFT '40S LEGAL CURBS ON HOLLYWOOD	92
1	Wall Street Journal Usa	19/11/2019	TIKTOK EXPLORES REBRANDING TO SHAKE OFF CHINESE ROOTS	94
12	Wall Street Journal Usa	19/11/2019	HEARD ON THE STREET	96

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
---------------	----------------	-------------	---------------	-------------

Rubrica	Internazionale			
----------------	-----------------------	--	--	--

58/63	Bloomberg Business Week	18/11/2019	<i>HOW BOLLYWOOD</i>	99
-------	-------------------------	------------	----------------------	----

Da Emma Marrone a Benedetta Porcaroli: artisti e attori per la performance di Nico Vascellari

Videocittà riparte dal Maxxi Tanti ospiti all'inaugurazione

La VideoArt Week riparte dal Maxxi. Ieri inaugurazione per il festival della visione ideato da Francesco Rutelli (già molto attivo come presidente Anica) sotto il segno di Nico Vascellari e della sua opera «Natura vs tecnologia» proiettata in un Auditorium piennissimo di artisti, collezionisti, mescolati a volti e professionalità del cinema e della produzione culturale, dopo il talk con Bartolomeo Pietromarchi e Vittoria Matarrese. Un parterre che detta anche le regole del look autunnale: cappelli di feltro, cappotti e mantelle, stoffe tartan, tra il british metropolitano e lo stile Maremma. La sintesi è Delfina Delettrez Fendi, arrivata in via Guido Reni con la mamma di Vascellari, Paola Zanardo. Nel foyer accolta da Giovanna Melandri, ecco Silvia Venturini Fendi, stilista e presidente di Altaroma, che chiama accanto a sé per una foto l'attrice Benedetta Porcaroli. Alessandro Roja arriva con la moglie Claudia Ranieri. Emma Marrone è una bella sorpresa fra gli ospiti della prima serata della rassegna curata da Damiana Leoni e Lorena Stamo. In platea trovano posto anche Giovanna Caruso Fendi, Antonio Monfreda, Enzo Cucchi, il curatore Pier Paolo Pancotto, Iacopo Ceni (Treccani Arte), Federica Pecci Ruggieri, Clementina Montezemolo, Yvonne Sciò, Camilla Filippi, Antonina Alexeeva con il regista Emiliano Montanari, Michel Martone, Sofia Odescalchi, Eugenio Mastrandrea.

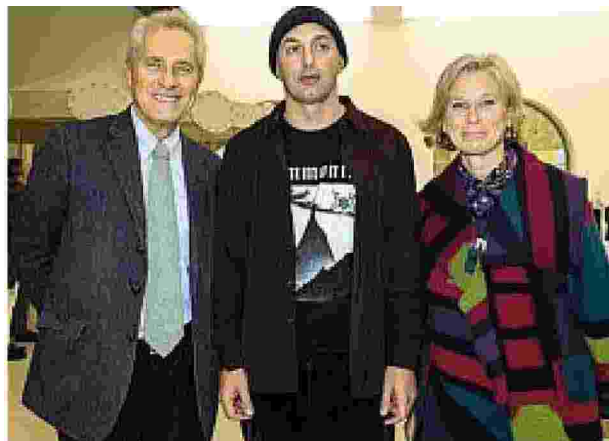
Roberta Petronio
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Cantante
Emma Marrone (foto Guaitoli)



Parterre
Benedetta Porcaroli e Camilla Filippi



Protagonisti Francesco Rutelli con Nico Vascellari e Giovanna Melandri



MUSEO MAXXI - VIDEOGALLERY

Vascellari in corsa per la Videoart Week

Valeria Arnaldi

Horse Power. Si intitola così l'ultimo lavoro di Nico Vascellari, prodotto per la Biennale di Lione 2019 e proiettato ieri in anteprima nazionale al Maxxi: è il racconto di un esperimento di tre giorni e tre notti in cui, alla guida di auto il cui cofano è stato rimosso e sostituito con sculture in cera di animali a grandezza naturale, nove stuntman hanno adottato velocità diverse, secondo i comportamenti dell'animale simbolo del veicolo. Introdotta da Giovanna Melandri, presidente Fondazione Maxxi, e Francesco Rutelli (foto), presidente Anica e ideatore di *Videocittà*, la proiezione è stata seguita da un talk con l'artista, cui sono intervenuti Vittoria Matarrese, direttrice arti performative, Palais de Tokyo, Parigi, e Bartolo-



meo Pietromarchi Direttore Maxxi Arte. L'evento segna l'apertura di *Videoart Week* - fino al 24 al Maxxi - rassegna a cura di Damiana Leoni e Lorena Stamo, dedicata alla video arte italiana e internazionale nell'ambito della seconda edizione di Videocittà. Ricco il programma, tra film d'artista, video, incontri. Ieri, anche un omaggio all'arte di Chris Burden, *Documentation of Selected Works 1971- 1974*.

Gli eventi avranno tutti ingresso gratuito fino a esaurimento posti.

● **La versione integrale su Leggo.it**

2019

AMADEUS FAMILY
«In comune? La dedizione all'arte»
Colonna: Paolo Sgobbi in visita per il Maxxi a Roma con l'artista

Vascellari in corsa per la Videoart Week

COMPRO ORO
COLLI ALBANI
ORO FINO A 420 €/GR
ARGENTO A 315 €/KG

MAXXI
L'ago del colli Albani n.6
06-75345426 3465804005

Home > Canali Regionali > Libri & Editori > Confindustria Cultura Italia, Levi (AIE): "Con Cipolletta crescita più solida"

LIBRI & EDITORI

A⁻ A⁺

Lunedì, 18 novembre 2019 - 14:57:00

Confindustria Cultura Italia, Levi (AIE): "Con Cipolletta crescita più solida"

Confindustria Cultura Italia, Levi (AIE): "Con la nomina di Cipolletta alla presidenza si consolida una crescita in cui abbiamo sempre creduto"



Innocenzo Cipolletta è il nuovo presidente, eletto per il prossimo triennio, di Confindustria Cultura Italia, il sistema federativo delle Associazioni di Confindustria che rappresentano le industrie culturali e creative.

"Con la nomina di Innocenzo Cipolletta alla presidenza si consolida un percorso di crescita, in cui abbiamo sempre creduto, di Confindustria Cultura Italia (CCI)" ha dichiarato il presidente dell'Associazione Italiana Editori (AIE) Ricardo Franco Levi.

"Con il ritorno dell'Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Multimediali (ANICA), dell'Associazione Produttori Audiovisivi (APA) e di UNIVIDEO

(home entertainment) e l'adesione dell'Associazione Imprese Culturali e Creative (AICC) - ha sottolineato Levi, ricordando che con oltre 3 miliardi di fatturato complessivo quella del libro è la prima industria culturale del Paese -, CCI si conferma definitivamente come la Federazione rappresentativa delle industrie culturali italiane".

"Insieme - conclude Levi - abbiamo da portare avanti battaglie decisive per il nostro settore, a partire dalla difesa del diritto d'autore e del copyright".

Loading...

Commenti

TAGS:

onfindustria cultura italia levi aie cipolletta

Questo sito utilizza *cookie* tecnici e di terze parti, gestiti da siti di altre organizzazioni. Se accedi a un qualunque elemento sottostante questo banner accconsenti all'uso dei *cookies*.

Per disabilitare l'utilizzo dei cookies puoi visualizzare il paragrafo 'Disabilitazione totale o parziale dei cookies' della nostra privacy & cookies policy cliccando su Informazioni. Informazioni

Marketing e cinema: come si promuove davvero un film?

19/11/2019 / redazione



Si possono innovare i modi e le forme con cui i film vengono promossi e comunicati? Con questa riflessione importante e non più procrastinabile si apre il numero di novembre di **3 1/2**, il bimestrale dedicato a numeri, visioni e prospettive del cinema italiano, edito da **Istituto Luce Cinecittà** in collaborazione con la **DG Cinema del MiBACT** e **Anica**. Pur riconoscendo al marketing un ruolo secondario rispetto a quello di primaria importanza attribuito al valore intrinseco del film, il magazine scandaglia le ragioni per cui l'attività di promozione delle

ALTRI CONTENUTI

12:20
Cetto La Qualunque: il ritorno tra fiaba e monarchia

21:06
"Polanski perseguitato dalle accuse nell'era della post verità"

11:30
Catherine Deneuve, immemore di 'Tutti i ricordi di Claire'

10:28
Woody, la pioggia e la giornalista groupie

CINECITTÀ VIDEO NEWS

Aspromonte, Calopresti e la poesia del Sud

pellicole in Italia è ancora vista come una comunicazione di routine e non un lavoro di spicco al pari della produzione stessa dell'opera. Nonostante le strategie web abbiano fatto passi da gigante in tutti i settori e il marketing non venga più guardato come una Cenerentola, l'impressione è che da noi non si possa ancora parlare di marketing cinematografico vero e proprio. A cercare di spiegare le difficoltà del mestiere sono stati chiamati i responsabili marketing di tre importanti realtà: **Massimo Proietti** di Universal, **Sonia Dichter** di 01 e **Damiano Ricci**, Bim. Tutti concordi che sia la rete Internet il palcoscenico su cui giocare la partita della promozione in Italia.

Cercano di offrire un quadro diverso a cui potersi ispirare, invece, le strategie comunicative utilizzate per quattro titoli molto diversi tra loro che il bimestrale organizza in *case history*. Se per l'ultimo capitolo del franchise *Avengers*, la Disney ha potuto contare su una fan-base solida e ampissima pronta a comprare tutto il commercializzabile a marchio Avenger, dai cosmetici alle bibite; *Juno*, delicata commedia su una ragazza madre diretta da Jason Reitman è entrata nel cuore della stampa grazie al telefono a forma di hamburger che la Fox regalò ai giornalisti alla fine della proiezione. Lo stesso utilizzato dalla protagonista, Ellen Page. Atmosfere fantasy d'antan per la nuova serie Netflix, *Luna Nera* che già stuzzica la curiosità di molti volendo mettere insieme il genere drammatico in costume con il soprannaturale. A fare da cornice, la caccia alle streghe in Italia del XVII secolo. Infine il titolo usato come chiave di fruizione di *Loro 1 e 2*, il film di Paolo Sorrentino su Silvio Berlusconi in cui "loro", plurale per il popolo, si contrappone al singolare "lui", l'oggetto vero di indagine del film. Quali siano le strategie di lancio delle distribuzioni italiane lo spiegano poi altri protagonisti della nostra filiera cinematografica come la produttrice Indigo **Francesca Cima**, il responsabile marketing Fox **Andrea Cuneo**, lo head of theatrical distribution and marketing Lucky Red **Gabriele D'Andrea** e la senior vice president of joint marketing Warner Bros. **Barbara Pavone**. Mentre Alessandra Tieri riflette sul fenomeno degli influencer, Nicole Bianchi stila una sorta di decalogo del trailer sbagliato attraverso le testimonianze di tre professionisti del settore: **Paolo Balestrazzi**, **Federico Mauro** e **Edoardo Massieri**.

Tema portante dell'Inchiesta del periodico, di cui Gianni Canova è direttore editoriale, è **Lo sport nel cinema italiano**. Da sempre i film italiani faticano a raccontare il gesto atletico preferendogli la parodia, la satira e la nostalgia. Dopo un breve excursus che va dai film degli anni '10 al nuoto sincronizzato raccontato in *Cloro* di Lamberto Sanfelice, 10 nomi autorevoli svelano qual è il loro film sportivo nazionale preferito e perché. Fanno parte della compagine **Fausto Brizzi**, **Francesco Patierno**, **Laura Delli Colli**, **Pietra Detassis**, **Antonio Monda**, **Alessio Maria Federici**, **Antonietta De Lillo**, **Mario Martone**, **Andrea Purgatori**, **Alessia Barela**. Quattro sportivi dicono la loro sul tema: sono il pallavolista Andrea Lucchetta, la calciatrice Rosalia Pipitone, il pugile Patrizio

CERCA NEL DATABASE

SELEZIONA UN'AREA DI RICERCA

RICERCA

NEWSLETTER

LA TUA EMAIL

- Accetto che i miei dati vengano utilizzati secondo la politica di trattamento della privacy consultabile cliccando su [questo testo](#)



NEWSLETTER

ISCRIVITI

CANCELLATI

Oliva e il tennista Adriano Panatta.

Ma il numero 47 rende anche omaggio, nella rubrica Ricordi, a due importanti intellettuali recentemente scomparsi: 'O professore **Luciano De Crescenzo** e **Andrea Camilleri**, lo scrittore, drammaturgo, regista nonché padre del Commissario Montalbano. Senza dimenticare lo sceneggiatore **Mattia Torre**, e gli attori **Ilaria Occhini** e **Carlo Delle Piane**. Un tocco di leggerezza lo porta la cine ricetta numero 5 quella della rubrica **Il gusto del cinema**, dedicata al rapporto tra cinema e cucina, stavolta a cura di **Rocco Papaleo**. Più che un piatto, ovvero la pasta e fagioli sfritta, l'artista racconta la filosofia dello sponz, quando due persone o cose entrano in contatto per un tempo così lungo da contagiarsi a vicenda. Si "sponzano", appunto.

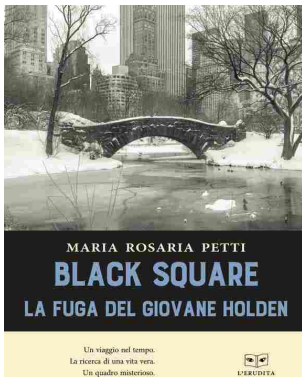
Ricca di aneddoti la sezione Anniversari, in cui a essere analizzato, a 50 anni dall'uscita è **La caduta degli dei** di Luchino Visconti, film di ardua produzione di cui viene ripercorsa la faticosa genesi. Occhi puntati su Hong Kong per il Focus che mette da parte la drammatica situazione di proteste civili per fotografare lo stato dell'industria cinematografica nazionale e svelarne la scena indipendente, dove il genere documentario ha rafforzato la sua importanza negli ultimi anni. Un altro genere, il poliziottesco è invece al centro dell'articolo di Cristiana Paternò dal titolo **L'Apocalisse a Roma** che partendo dal saggio di **Matteo Santandrea**, "E' stata Roma", allarga la riflessione tra la storia criminale delle Capitale e la rappresentazione che il cinema ne dà nei film di genere più datati fino ad arrivare alle serie tv come *Romanzo criminale* e *Suburra*. Per lo spazio dedicato a Internet e Marketing questa volta Carmen Diotaiuti illustra la nuova app di **Italy for Movies**, nata per festeggiare l'apertura del portale anche al pubblico di viaggiatori e non solo a produttori e location manager. Ora infatti i luoghi del cinema italiano sono a portata di smartphone e catalogati all'interno di itinerari di viaggio tematizzati. Infine Pro e Contro analizza, tra il serio e il faceto, la mania per le classifiche cinefile, classico gioco di fine anno.

A curare il progetto grafico della testata, nella versione cartacea e online, è **19Novanta Communication Partners**. Sul sito www.8-mezzo.it è possibile curiosare tra cinque sezioni: homepage, redazione, download del magazine, reprint e contatti.



VEDI ANCHE

EDITORIA



Black Square: il cinema in un romanzo

Tra *Forrest Gump* e *La 25ma ora* si muove il romanzo 'Black Square. La fuga del giovane Holden', in uscita il 15 novembre...



'Totò con i 4' a Rione Alto

Primo appuntamento del ciclo 'Un Totò al giorno' il **14 novembre** con incontro dedicato a **Totò con i 4**, parodia 'crime' di Steno a cui è dedicato anche l'omonimo volume di Domenico Livigni e **Ciro Borrelli**



100DM: un progetto per raccontare la fine della DDR

I curatori **Tommaso Bonaventura** ed **Elisa Del Prete** presentano a Palazzo Merulana in anteprima il 17 novembre il loro libro **100DM**, realizzato con il contributo di **Istituto Luce Cinecittà**, **Archivio Storico Luce** e co-editato da **Istituto Luce Cinecittà** e **Silvana Edizioni**. Uno sguardo diverso...

Marco Mengoni a Movie Mag

"Tu dai gentilezza e ricevi gentilezza. È il mio mantra: me lo sono anche tatuato", confessa il cantante. Protagonista del magazine di Rai Movie: mercoledì 20 novembre alle ore 23.30

19 Novembre 2019

Al cinema, In evidenza, Personaggi, Tv

CONDIVIDI



"Tu dai gentilezza e ricevi gentilezza. È un po' il mio mantra: me lo sono anche tatuato" così Marco Mengoni intervistato da Federico Pontiggia in occasione della presentazione del film Klaus. Nella prossima puntata di Movie Mag, in onda su Rai Movie mercoledì 20 novembre alle 23:30 e lo stesso giorno nella programmazione notturna di Rai Uno troverete anche Alessandro Gassman e Sofia Loren, Sara Serraiocco e Antonio Albanese, Emanuelle Seigner, Jean Dujardin e Louis Garrel.

Questa settimana Federico Pontiggia ha intervistato Marco Mengoni, alla sua terza esperienza di doppiatore, questa volta nel ruolo del postino di Babbo Natale nel film Klaus. Nel dichiarare il suo sostegno ai film con messaggi positivi, il cantante ha detto che quando *"dai gentilezza, ricevi gentilezza. È un po' il mio mantra: me lo sono anche tatuato"*. Ha poi continuato parlando delle sue passioni cinematografiche e della sua ammirazione per Gudagnino al quale manda un messaggio molto diretto. Interrogato sul suo apparire come pessimista si è definito *"un realista tendente all'impressionismo"*.

ARTICOLI CORRELATI

Michelle Hunziker a Movie Mag

Renato Zero a Movie Mag

Claudio Santamaria a Movie Mag

Lorenzoni docet

Loretta Goggi a Movie Mag

ULTIME NEWS

La terza volta di Cetto

I 70 anni del CSC

EFA 2019, i primi 8 vincitori

Cinema Troisi: operazione sbloccata

Cartoon Christmas Lights



Movie Mag vi presenta quattro film in uscita: **The report**, di Scott Z. Burn, nel quale Adam Driver interpreta un membro del Senato degli Stati Uniti che indaga sulle brutalità messe in atto dalla CIA all'indomani dell'undici settembre; in **Light of my life**, diretto e interpretato da Casey Affleck, ci troviamo in un mondo post-apocalittico dove una malattia ha sterminato la quasi totalità delle donne e un padre si trova costretto a nascondersi per proteggere la figlia undicenne; il caso Dreyfus è invece al centro de **L'ufficiale e la spia**, il nuovo film di Roman Polanski tratto dal romanzo di Robert Harris co-autore della sceneggiatura con il regista. Abbiamo intervistato i protagonisti: **Jean Dujardin**, **Louis Garrel** ed **Emmanuelle Seigner**. Ma questo caso di cronaca di fine ottocento è anche l'oggetto della rubrica di **Alberto Farina See You Next Wednesday** nella quale scoprirete che altri grandi maestri del cinema si sono cimentati con la storia dell'ufficiale di origine ebraica accusato ingiustamente.

Di antisemitismo tratta anche **Non odiare**, il film con **Alessandro Gassmann** e **Sara Serraiocco** del quale vi proponiamo il dietro le quinte. Girato a Trieste, questa storia affronta la discriminazione rovesciando i punti di vista: cosa succede quando un medico ebreo si rifiuta di curare un giovane estremista di destra? Gassmann, protagonista della pellicola diretta da **Mauro Mancini**, racconta del suo coinvolgimento personale in questo film, ricordando le origini ebraiche dei suoi nonni paterni, vittime delle persecuzioni razziali.

Sophia Loren, icona vivente del cinema italiano, con il film di Vittorio De Sica **La Ciociara**, vinse nel 1962 l'Oscar come miglior attrice. Dal backstage del film al momento nel quale riceve la notizia del premio, le immagini di quei momenti indimenticabili provenienti dalle teche della Rai.

Francesca Medolago Albani, responsabile pianificazione e strategia dell'Anica, e **Mirco Mencacci**, Sound Designer, ci presentano un'iniziativa dedicata ai ragazzi ipovedenti nell'ambito del programma Cips (Cinema per la scuola) con un focus sui mestieri dell'audio in ambito cinematografico. Tutto questo nel notiziario realizzato in collaborazione con l'associazione nazionale industrie cinematografiche audiovisive.

Per concludere il Cineoroscopio firmato **Simon & The Stars** con i film della programmazione di Rai Movie

Movie Mag è un programma di Gida Salvino, Alberto Farina, Federico Pontiggia e Gianluca Russo, con la collaborazione di Katia Nobbio. Regia di Paolo Porcaro.



Redazione





- Varie
- Scienza E Tecnologia
- Esteri
- Cultura
- Salute
- Cronaca
- Politica
- Gossip
- Viaggi
- Sport
- Ampstories
- Calcio
- Ambiente
- Persone
- Spettacoli Musica
- Scienze
- Scuola
- Cucina
- Animall
- Economia E Finanza

Tutte le categorie



“La realtà che non esiste”, al via la seconda edizione



19/11/19

“La Realtà che non Esiste”: al via la seconda edizione del contest che One More Pictures e Rai Cinema Channel lanceranno mercoledì 20 novembre alle ore 11 nella sede dell’Anica (Viale Regina Margherita, 286). In tale occasione i componenti della giuria selettiva discuteranno sul tema “La Realtà Virtuale: Lo storytelling ...Vai all’articolo originale Fonte: Corriere [...]

The post “La realtà che non esiste”, al via la seconda edizione appeared first on Nuova Rassegna .

10 SECONDI PER L'ARTICOLO COMPLETO

WEB MARKETING A 360°
 servizio di sviluppo siti web
web marketing
e-commerce
grafica

Clicca Qui
 per saperne di più

MONDOSITIWEB.IT

STESSA TESTATA

30 minuti fa
Come vedere i replay su Fortnite
 Ultimamente stai giocando molto a Fortnite, il noto titolo Battle Royale di Epic Games, e stai diven...

30 minuti fa
Toyota C-HR Hybrid: tutti i dettagli di un'auto capace di stupire
 Il restyling del modello che in tre anni ha incantato Europa e Italia migliora nelle forme e con il ...

30 minuti fa
Capacità e potenza lipidica, come allenarle per gestire le gare di endurance
 Moltissimi runner hanno sentito parlare (o vissuto in prima linea) il “muro del maratoneta” dopo...

30 minuti fa
Ufficiale, Luis Enrique torna ct della Spagna
 MADRID - “Luis Enrique torna sulla panchina della Spagna”. Questo l’annuncio...

30 minuti fa
Rimini, esonerato Cioffi. Colella nuovo allenatore
 RIMINI - Rivoluzione in casa Rimini. Il club infatti ha annunciato “di aver sollevato da...

30 minuti fa
MotoGp, test a Valencia: Quartararo comanda, Rossi ottavo
 VALENCIA - La MotoGP si proietta

Sport

NOTIZIE CORRELATE



Questo sito utilizza cookie tecnici e di profilazione propri e di terze parti per le sue funzionalità e per inviarti pubblicità e servizi in linea con le tue preferenze. Se vuoi saperne di più o negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie [clicca qui](#). Chiudendo questo banner, scorrendo questa pagina o cliccando qualunque suo elemento acconsenti all'uso dei cookie.

Accetto

CORRIERE DELLA SERA / CULTURA



NOMINE

Confindustria Cultura Italia, Cipolletta è il neo-presidente



Il manager ed economista (ex presidente delle Ferrovie dello Stato) propone tra i primi punti su cui lavorare la difesa del diritto d'autore e la tutela della filiera culturale



di IDA BOZZI



Innocenzo Cipolletta

Tra i primi punti su cui lavorare, evoca la difesa del diritto d'autore e la tutela della filiera culturale: Innocenzo Cipolletta, manager (tra gli altri incarichi di vertice, è stato presidente delle Ferrovie dello Stato dal 2006 al 2010), economista e docente, è il nuovo presidente di Confindustria Cultura Italia (Cci), sistema federativo delle associazioni di Confindustria delle industrie culturali: un comparto che crea valore per circa 24 miliardi di euro l'anno, impiegando 343 mila persone.

«Cci costituisce uno strumento fondamentale per rafforzare l'industria culturale nel suo complesso — ha affermato Cipolletta, nato a Roma nel 1941 —. In questa direzione lavoreremo per individuare punti comuni di intervento, a partire dalla difesa del diritto d'autore». E ha concluso: «Stiamo parlando di un patrimonio immenso fatto di tradizioni, storia, ma soprattutto di una filiera che garantisce valore aggiunto e sviluppo sul territorio e che oggi più che mai va sostenuta e tutelata, soprattutto alla luce degli ultimi accadimenti che hanno colpito Venezia, esempio di eccellenza culturale».

In Cci, di cui fanno parte Aie, Associazione italiana editori, e altre associazioni come Afi, Fimi e Pmi, entra da quest'anno anche Aicc, l'Associazione imprese culturali e creative, mentre tornano Anica, Apa e Univideo. «Con la nomina di Cipolletta si consolida un percorso di crescita in cui abbiamo sempre creduto» ha



Le **Newsletter** del Corriere, ogni giorno un nuovo appuntamento con l'informazione

Riceverai direttamente via mail la selezione delle notizie più importanti scelte dalle nostre redazioni.

ISCRIVITI



CORRIERE TV I PIÙ VISTI



Acqua alta a Venezia, diretta da piazza San Marco. Paura pe...



dichiarato Ricardo Franco Levi, presidente di Aie, ricordando che il comparto del libro, con 3 miliardi di fatturato, è la prima industria culturale del Paese. E Levi ha concluso, commentando i nuovi ingressi e ritorni: «Cci si conferma definitivamente come la Federazione rappresentativa delle industrie culturali italiane».

18 novembre 2019 (modifica il 18 novembre 2019 | 21:06)
© RIPRODUZIONE RISERVATA

TI POTREBBERO INTERESSARE

Raccomandato da **Outbrain**



SPONSOR

Intestino: dimentica i probiotici e piuttosto fai questo.
(NUTRIVIA)



SPONSOR

Drammatica situazione in Yemen: Save the Children interviene
(SAVE THE CHILDREN)



SPONSOR

Citroën C3 con 33 combinazioni di colore. Da 9.950€ con...
(CITROËN C3)



SPONSOR

Volkswagen Multivan 6.1 finanziamento TAN0% fisso
(VW-VEICOLICOMMERCIALI.IT)



SPONSOR

Scopri Nuova SEAT Tarraco. Il family SUV.
(SEAT)



SPONSOR

La scelta di Henkel: packaging sostenibile
(HENKEL)



«Happy days», il cast riunito 45 anni dopo la serie culto americana



Catania, chi è Agata «A Liuna»: la cantante neomelodica che aveva il...



Patty Pravo: «La droga da Schifano e i miei 6 mariti: sono stata anche trigama»

LEGGI I CONTRIBUTI 0

SCRIVI

ALTRE NOTIZIE SU CORRIERE.IT

I PIÙ LETTI

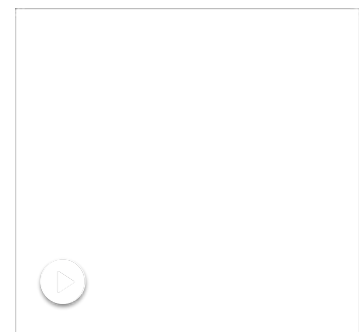
Controlli di sicurezza più facili negli aeroporti milanesi: ...



La Poesia è di tutti, quando i versi aiutano a vivere meglio



Maltempo in Val Martello: il video della valanga che avanza



Ex Ilva, la protesta dei lavoratori dell'indotto La diretta ...



Corriere della Sera



Mi piace

Piace a 2,6 mln persone. [Iscriviti](#) per vedere cosa piace ai tuoi amici.

Metropolis 2.0

Un film turco nella Giornata della violenza contro le donne

Giornata internazionale della violenza contro le donne, lunedì 25 novembre, con anticipo questa sera a Paderno Dugnano per un interessante film nel multisala Metropolis 2.0 (via Oslavia 8, tel. 02.29.18.91.81, ore 21, ingresso libero). In Sala Chaplin si recupera il riuscito «Mustang» (2015) della regista turca Deniz Gamze Ergüven. Titolo premiato in tutto

il mondo con 44 riconoscimenti fra cui 4 César e anche la candidatura all'Oscar come miglior lavoro straniero. Un intenso affresco di gioventù femminile con cinque sorelle che a fine anno di studi osano divertirsi coi coetanei maschi, entrando in acqua. Sebbene tutti avessero le divise scolastiche, il fatto scandalizza la comunità di un villaggio turco, e

porta a conseguenze tragiche. Lunedì 25, altro evento all'Auditorium Tilane (piazza Divina Commedia 3/5), sempre a ingresso libero dalle 21 per la serata «Il nascosto che si vede» con proiezione del video-racconto di Leslie Morgan su violenza di genere.

Giancarlo Grossini

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Adolescenti «Mustang» (2015)



La forza dei giovani

IL CINEMA AMERICA, UN ESEMPIO

Paolo Conti

Che parabola piena di significati, quella dei Ragazzi del Cinema America. Tutto comincia nel 2012. Un gruppo di giovanissimi decide di salvare dalla demolizione la sala di Trastevere. E' solo il primo passo verso «una storia incredibile» (El Pais) e «qualcosa di importante per Roma e per l'Italia» (New York Times). Quel drappello movimenta Trastevere, inventa una formula di cinema estivo all'aperto in piazza San Cosimato esplicitamente mediata dall'intuizione di Renato Nicolini.

Li applaudono migliaia di romani e tanti cineasti non solo italiani. Ma ne passano anche di tutti i colori, per esempio una lunga (e tuttora francamente incomprensibile) frattura con l'amministrazione comunale guidata dal M5S. Ma tutto è bene ciò che finisce bene. Si realizza il progetto di una sala interamente gestita dai ragazzi, già a loro destinata dall'ex sindaco Ignazio Marino. E' notizia di ieri il definitivo affidamento dell'ex Sala Troisi, di proprietà comunale, ai Ragazzi del Cinema America. Un milione di finanziamento per i lavori con la prospettiva di costituire di fatto, col vicino Sacher di Nanni Moretti, una «cittadella del cinema» nel cuore di Trastevere ricca di potenzialità.

Morale: cari ragazzi romani spesso demoralizzati, non tutto è perduto. Ci vuole volontà, ostinazione, fede nel progetto, capacità di affrontare anche le aggressioni fisiche dei violenti filofascisti. Ma i sogni, sì, talvolta diventano realtà. Persino a Roma.



IL FILM Albanese e il suo personaggio fin troppo perbene

Cetto c'è, ma "Senzadubbiamente" ormai la realtà ha superato la fantasia

▶ **SENZADUBBIAMENTE**, non è un film riuscito. Vuoi perché, da antagonista che era, la satira si è ormai trasformata in attributo del potere stesso, in abbeveratoio di consenso, diretto (i meme di Salvini) o acquisito (*Io sono Giorgia*). Vuoi perché la promozionale – siamo un Paese che non intende #adv, ovvero *advertising* – discesa in campo del savoiaro Emanuele Filiberto ha già levato lo scettro al borbonico Cetto Buffo di Calabria. Vuoi perché protagonista, Antonio Albanese, e regista, Giulio Manfredonia, sono troppo perbene, troppo signori per lordare *La Qualunque* come si converrebbe. Vuoi perché se il primo *Qualunque* (2010) fu un caso, già del secondo *Tutto tutto, niente niente* (2012) non si sentiva la necessità, di questo terzo



Da domani in sala Cetto-Albanese

nemmeno si ravvisa l'opportunità. Vuoi perché da domani in sala *Cetto c'è, senzadubbiamente*, ma non ci fa più ridere. Vuoi perché "fare il comico è sempre più difficile, la realtà supera ogni forma di immaginazione". Vuoi perché siamo assuefatti a tutto, ec-Cetto la normalità.

FEDERICO PONTIGGIA



Loren «la ciociara» e Julia Roberts le locandine dei film contro i bruti

IL PROGETTO

Giuliana Covella

Ci saranno «La ciociara» con la scena cult dello stupro a Sofia Loren e alla figlia; «A letto con il nemico» con Julia Roberts; «Non ti muovere» con Penelope Cruz e Sergio Castellitto e tanti altri titoli che hanno fatto la storia del cinema sul tema della violenza di genere. Un modo per invitare alla denuncia non solo le vittime che arrivano al Cto, ma anche medici e infermieri che ogni giorno guardano in faccia quella violenza. Questo il senso dell'iniziativa che sarà presentata il 7 dicembre con l'inaugurazione della «Stanza rosa» all'ospedale dei Colli, alla presenza tra gli altri del regista Alessandro D'Alatri, dell'attrice Rosaria De Cicco, dello scrittore Maurizio De Giovanni. Un progetto di cui è artefice Mario Guarino, primario del pronto soccorso dal 2017.

Nella «Stanza rosa» ogni donna può sentirsi libera di raccontare il suo mondo interiore. E a far sentire ancora di più a suo agio chi arriva all'ospedale dei Colli - Cto perché ha subito una

violenza è un uomo. O meglio «l'uomo che salva le donne», come lo chiamano. Ma Mario Guarino, 56 anni, docente al master di Medicina d'urgenza e area critica alla Sapienza, non ama sentirsi definire così. Lancia piuttosto un messaggio alle vittime che sarà stampato sulle t-shirt che il personale indosserà il 7 dicembre: «Se un uomo ti maltratta devi venire al Cto, se un uomo ti ha maltrattato deve finire al Cto». Questo il senso del progetto sul tema della violenza nel cinema.

LA STORIA

«Ho iniziato a occuparmi di violenza nel 2009 al San Paolo grazie a Elvira Reale. Non sapevo nulla - ricorda il medico - Mi accorsi che alle donne che arrivavano da noi con un livido non avevamo fatto la giusta diagnosi. Se referti solo quello e non tutto ciò che c'è dietro non hai fatto il tuo lavoro». Insignito di vari riconoscimenti per l'impegno profuso contro la violenza, Guarino ha portato al Cto dal giorno dell'inaugurazione (23 aprile 2018) l'esperienza del percorso rosa del presidio di Fuorigrotta. All'ospedale dei Colli arrivano vittime da Napoli e dalle altre province, ma anche da straniere (alcune sono compagne di vip e

professionisti). Tra le ultime, una donna ucraina calpestata coi piedi dal compagno e una statunitense picchiata dal marito su una nave da crociera. Dall'aprile 2018 sono 55 le donne giunte al percorso rosa del Cto, di cui 4 hanno portato a provvedimenti giudiziari e 2 arresti. L'età media è 30-50 anni. «Abbiamo una stanza rosa anche al Cto sulle pareti le immagini di stupri e scene cult al cinema

mo avuto 10 ricoveri in Osservazione breve intensiva, cioè per le pazienti non dimissibili né protette perché ad alto rischio femminicidio. Di queste il 100% ha subito violenza psicologica, il 40% fisica, il 60% economica», aggiunge Guarino. Arrivato nel 2017 al Cto, il medico ha lavorato con specialisti e tecnici «per realizzare un pronto soccorso basato su tecnologia e accoglienza», spiega. A partire dal pavimento e dai rivestimenti le zone di attesa hanno onde per evitare spigoli e ridurre lo stress. E nella «Stanza rosa» dal 7 dicembre ci saranno locandine originali di film sulla violenza: «Per riflettere».



AL CTO Un'area con le locandine dei film, nel tondo Mario Guarino



Il film di Albanese
Cetto, un re cafone
tra i sovranisti
«E resto moderato
rispetto alla realtà»

Satta a pag. 26



Esce domani "Cetto c'è senzadubbiamente", nuovo film di Albanese su Laqualunque, il politico più ignorante e maschilista della storia della comicità che ora diventa re. «Abbiamo temuto che il mio personaggio rischiasse di apparire troppo moderato rispetto alla realtà»

Cetto, il sovrano cafone nell'era del sovranismo

LA MASCHERA

«**H**o il dovere di annunciare ufficialmente il ritorno della Famiglia reale»: quando, nei giorni scorsi, in rete ha cominciato a impazzire il video-proclama di Emanuele Filiberto di Savoia, e prima di scoprire che si trattava dello spot per la serie Netflix *The Crown*, Antonio Albanese ha avuto una reazione sconsolata. «Sono caduto dalla sedia di fronte a una simile mancanza di dignità. Ho pensato che la realtà supera anche la fantasia di noi comici», racconta l'attore 55enne che, «a furore di popolo», sette anni dopo *Tutto tutto, niente niente* torna nei panni del politico più cafone, ignorante, amorale e maschilista della storia: Cetto Laqualunque. Con una novità clamorosa: nel nuovo film, intitolato *Cetto c'è senzadubbiamente* (prodotto da Vision, Wildside e Fandango, sarà in sala da domani), scritto da Albanese con Piero Guerrera e diretto da Giulio Manfredonia, il Nostro scopre di essere un discendente illegittimo dei Borbone e, pilotato da un machiavellico aristocrati-

co (Gianfelice Imparato) si autoinveste re d'Italia. Ecco a voi Cetto I Buffo delle Due Calabrie.

L'UMORISMO

«Se volete il sovranismo vi beccate anche il sovrano», è la frase-chiave del film. Che si snoda attraverso grottesche lezioni di bon ton, improbabili cacce alla

L'ATTORE: «QUANDO LO PORTAVO IN SCENA MI VERGOGNAVO. MA È NATO PER DENUNCIARE LA MOSTRUOSITÀ CON CUI CONVIVIAMO»

volpe, matrimoni dinastici, battute imperdibili («uno scettro si aggira per l'Europa, il mio»), letti «a baldracchino», dame di compagnia seminude, fucilate («la storia la fai se sei il primo a sparare»), concubine vendicative, congiure di palazzo fino al rap finale intonato da Cetto con Gué Pequeno. Al grido di «Sono la minchiata giusta al momento giusto», sua maestà Cetto cavalca dunque con l'umorismo paradossale di Albanese l'attualità politica di questa Italia «pronta a dare credito a chiunque pro-

metta l'impossibile», spiega l'attore. «La svolta sovranista ci è venuta in mente quando abbiamo temuto che il mio personaggio rischiasse di apparire troppo moderato rispetto alla realtà di un'Europa che va sempre più a destra, è sempre più violenta e non manca di spaventarci». Arma di sopravvivenza? «L'energia della comicità con le sue provocazioni e i suoi paradossi».

Albanese assicura che l'impresentabile Cetto, suo cavallo di battaglia sia al cinema (il primo film, *Qualunquemente*, è del 2011) sia in teatro, «rappresenta quanto di più distante ci sia da me. Quando lo portavo in scena, mi vergognavo come una bestia. Ma l'ho inventato per denunciare la mostruosità, sempre attuale, con cui conviviamo. Cetto è alimentato dalla politica, racconta la realtà che ci circonda. Il fatto che sia diventato una maschera è il mio più grande successo». Nessuno gli ha mai chiesto di scendere in campo in politica, rivela l'attore, «e quasi quasi mi dispiace». Il suo personaggio finirà magari per rendere più popolare un sovranista vero come Matteo Salvini? «Spero proprio di no», è la secca risposta.

LA PIATTAFORMA

Albanese afferma poi che tra le

cose «più comiche» della politica italiana c'è la Piattaforma Rousseau inventata dai 5 stelle per alimentare il dibattito della base: «Possibile che 20mila persone possano determinare il futuro del Paese?», si chiede l'attore che, con i Guerrera e Manfredonia, ha deciso di rispondere con la Piattaforma Pileau in omaggio al famoso "Partito du Pilu" fondato da Cetto: «Si sono già iscritti in migliaia e ai primi cento abbiamo regalato un preservativo».

LA SERIE

Dice che la comicità rischia di perdersi: «Per colpa dei permessi sempre più difficili e degli altissimi costi, stanno scomparendo i cabaret dove i nuovi talenti si facevano le ossa». Ad aprile tornerà nell'irresistibile serie di Rai3 *I topi*. Oggi cosa lo indigna di più? «La stupidità e l'illegalità ormai istituzionalizzata». Si sente parte della sinistra? «Qualche anno fa rispondevo "Non me lo ricordo", e fui premiato per la battuta». Oggi preferisce fare suo l'umorismo del vignettista

Stefano Bucchi: «Stai con la sinistra? No, sono single».

Gloria Satta

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«I CABARET, DOVE I GIOVANI TALENTI SI FACEVANO LE OSSA STANNO SCOMPARENDO PER COLPA DEGLI ALTI COSTI DI GESTIONE»

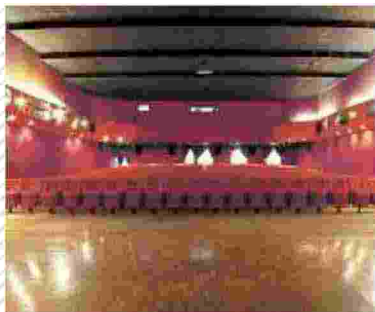


Qui sopra e a fianco, Antonio Albanese, 55 anni, in due scene del film



Il restauro
Così rinasce
la Sala Troisi:
tanto cinema
e aula studio

Pasqua all'interno



Dopo anni di stallo, partono lunedì i lavori di restauro della storica sala a Trastevere. I ragazzi dell'America gestiranno il locale polifunzionale che aprirà nell'autunno 2020

Così rinasce il Troisi: cinema e aula studio

IL FOCUS

La locandina dell'ultima proiezione in programma, "Lincoln", di Steven Spielberg, è ancora al suo posto. Scaramanzia, forse, dei ragazzi dell'America, che da quando, nel gennaio del 2018, hanno firmato con il Campidoglio l'accordo per la gestione del cinema Troisi, hanno dovuto attendere che si risolvessero una serie di ricorsi contro l'aggiudicazione della gara del Comune, che risaliva a due anni prima. Alla fine quel momento è arrivato, i fondi necessari a ristrutturare questa sala trasteverina costruita nel 1933 sono arrivati, e lunedì potranno iniziare i lavori di demolizione. L'obiettivo è davvero ambizioso: perché oltre al cinema, verrà inaugurata, nell'autunno del 2020, un'aula studio, la più grande della capitale, aperta 24 ore su 24 e ad ingresso gratuito.

LA STORIA

Il cinema nasce all'interno dell'ex Casa GIL (Gioventù italiana del Littorio), commissionata all'architetto Luigi Moretti dall'Opera Nazionale Balilla. Negli Anni Cinquanta diventa sala parrocchiale, con il nome di Cinema Induno, salvo passare poi a Cecchi Gori (1997), che la dedica all'attore Massimo Troisi. Qualche anno dopo, Ferrero ne

rileva la gestione fino a quando, nel 2012, la sala viene chiusa. Nel 2015, la struttura viene messa a bando e ad aggiudicarsene la gestione è l'associazione Piccolo America.

LE RISORSE

La rinascita di questa sala è stata resa possibile da un finanziamento pari ad oltre 1.400.000 euro, messo a disposizione, in larga parte, dal Mibact, nonché dalla Regione, dalla Siae e dai fondi propri dell'associazione. Al centro del cinema ci sarà uno schermo da 13 metri, digitalizzazione 4K, con 298 poltrone (più due postazioni per disabili). Oltre al foyer bar, un info-point, e questa è la novità principale del nuovo Troisi – un'aula studio-biblioteca da 40 postazioni, con un'area esterna negli spazi della terrazza. Merito di un progetto, firmato dagli architetti Claudia Tombini e Raffaella Moscaggiuri – che è riuscito a spostare gli impianti di areazione e a ricavare questo nuovo spazio di 150 metri quadrati.

L'ISPIRAZIONE

«Ci lasceremo ispirare alla multiprogrammazione e dalle iniziative proposte dalle sale indipendenti – spiega Valerio Carocci, presidente del Piccolo

America – diventate catalizzatori di nuovi spettatori, riescono a dare visibilità e voce anche alle

opere più piccole e meno conosciute. E' da loro che abbiamo trovato spunto per dare spazio sia alla prima che alla seconda visione, ma anche alla retrospettiva». «Il Troisi dimostrerà, nei fatti, che le iniziative gratuite non sono affatto in contrasto con le sale a pagamento – fa notare Federico Croce, tra i leader dell'associazione – perché continueremo a portare avanti le arene, a Trastevere e in periferia: per noi sarà motivo di arricchimento». Gli interventi previsti, da qui al luglio del 2020, quando si concluderanno i lavori, prevedono l'adeguamento delle uscite di emergenza; la demolizione e ricostruzione dell'impianto di areazione, idrico ed elettrico; il rifacimento di tutte le pareti insonorizzanti; la sostituzione di ogni materiale tessile e d'arredo, la digitalizzazione della cabina di proiezione.

I SERVIZI

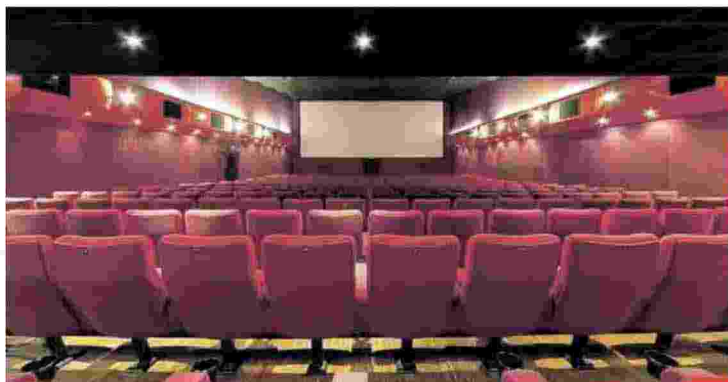
«Servizi diversi e complementari affiancheranno l'attività cinematografica, permettendo a una cittadinanza eterogenea di attraversare e vivere lo spazio, con l'obiettivo di coinvolgere nuovi potenziali spettatori tra coloro che non frequentano più il grande schermo o forse, nel caso dei più giovani, che non lo hanno mai frequentato», spiega dal Piccolo America.

Marco Pasqua

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Di lato, il rendering della facciata d'ingresso della Sala Troisi restaurata. Più a sinistra, la sala cinema da 300 posti



“ IL PRESIDENTE VALERIO CAROCCI: DAREMO SPAZIO ALLE PRIME VISIONI E ALLE SECONDE, MA ANCHE ALLE RETROSPETTIVE. L'OBBIETTIVO È OFFRIRE UNA GIUSTA VISIBILITÀ ALLE OPERE PIÙ PICCOLE



Sopra, la nuova sala studio e biblioteca da 40 posti con terrazza



PROSEGUE LA RISTRUTTURAZIONE DEL GRUPPO

Le sale dei cinema di Ferrero cambiano ancora affittuario

Il presidente dovrebbe arrivare a Genova nella giornata di oggi per stare vicino alla squadra in vista del match molto delicato contro l'Udinese

Come era trapelato nelle scorse settimane, Massimo Ferrero e la sua famiglia stanno procedendo alla ristrutturazione del loro gruppo. Negli ultimi giorni è stata ufficializzata una significativa novità, che ha coinvolto il ramo d'azienda dei cinema. Dallo scorso 15 ottobre la società Eleven Finance in liquidazione ha concesso in affitto a un'altra società le sale che i Ferrero avevano rilevato dal fallimento del circuito Cecchi Gori. Si tratta della Palazzo Adriano srl costituita recentemente, nel 2017, ma attiva solo dallo scorso settembre. Comunque riconducibile sem-

pre alla Eleven Finance dei Ferrero (anche la sede legale è la stessa). I cinema sono Adriano, Atlantic, Admiral, Arlecchino e Ambassade a Roma, più il cineplex di Pontedera. Nel "verbale d'accordo per esame congiunto", alla presenza di tutte le rappresentative sindacali (il passaggio coinvolge anche 64 dipendenti), è specificato che questa operazione di trasferimento del ramo d'azienda viene fatta «nell'intento di una gestione ottimizzata e coordinata della crisi che ha colpito la società ed in genere il mercato».

Come noto, il bilancio al dicembre del 2018 di Eleven Finance è stato chiuso con un passivo di 55.488.195 euro, una situazione di crisi irreversibile che ha portato alla delibera dello stato di liquidazio-

ne e alla predisposizione di un piano di risanamento dell'esposizione debitoria per il periodo 2019-2022. Piano che prevede l'integrale liquidazione degli assets societari «garantendo l'integrale soddisfazione dei creditori sociali».

Massimo Ferrero oggi è atteso a Genova. Come sempre ama restare vicino alla squadra quando si approssima un impegno agonistico, a maggior ragione se particolarmente significativo. Come quello di domenica pomeriggio contro l'Udinese. Il livello di contestazione da parte della tifoseria blucerchiata nei suoi confronti resta comunque alto, Ferrero continuerebbe anche a ricevere minacce e a essere preoccupato per la sua incolumità. Come ha denunciato alla Digos nelle scorse settimane.—



Massimo Ferrero, 68 anni, alla Sampdoria dal giugno 2014 PEGASO





UN PROGETTO DA 1,4 MILIONI

Sala Troisi, la conquista dell'America

Il coraggio dei ragazzi di San Cosimato: "Abbiamo un cinema"

di **Mauro Favale** ● a pagina 9

IL PROGETTO

La sala dei ragazzi dell'America "Riapriamo il cinema Troisi"

Piano da 1,4 milioni
per ristrutturare
lo stabile di Trastevere
Primi film tra un anno

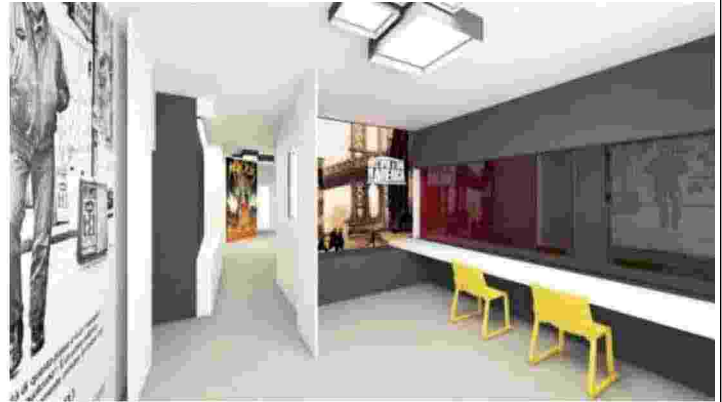
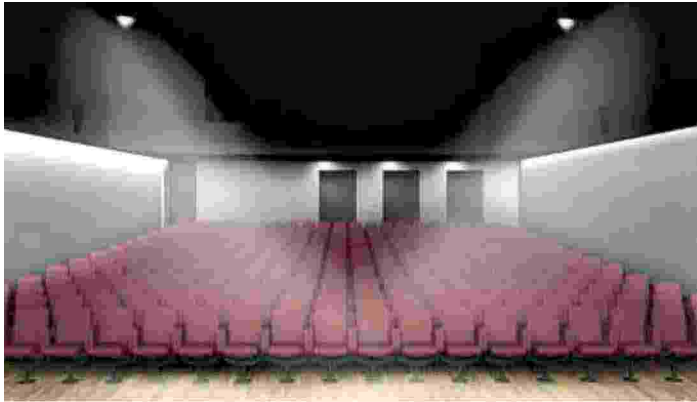
di Mauro Favale

La locandina dell'ultimo film proiettato è ancora lì, all'ingresso, dietro una teca di vetro, a ricordare gli anni passati. "Lincoln", diretto da Steven Spielberg uscì in Italia a fine gennaio del 2013. Il Cinema Troisi spese il proiettore poche settimane dopo, il 27 febbraio. Da allora, "buio in sala" per il cinema di via Induno fu sinonimo di abbandono. Ora, sei anni, tre sindaci, un commissario prefettizio, tre ministri della cultura e svariati intoppi burocratici dopo, finalmente c'è una data che segna la seconda vita di quella sala. Lunedì 25 novembre prenderanno il via i lavori di riqualificazione della struttura che puntano a restituire alla città il cinema Troisi nell'autunno 2020. Nella capitale delle 50 sale chiuse (e abbandonate), dove gli esercenti dei piccoli cinema in centro rischiano di essere fagocitati dalle multisale di periferia, un gruppo di under 30 ha avuto la pazienza e il coraggio di investire in cultura a Trastevere.

Loro sono i 23 ragazzi e ragazze del "Cinema America" che dopo lo sgombero della sala occupata nel 2012 in via Natale dal Grande e dopo l'esperienza delle arene estive allestite prima in piazza San Cosimato, poi anche a Ostia e a Tor Sapienza, hanno ottenuto un cinema tutto per loro, vincendo nel 2016 un bando comunale per quell'immobile di proprietà del Campidoglio. Da allora un calvario di ricorsi, di verifiche di conformità statica, urbanistica ed edilizia, di bandi per ottenere i finanziamenti, di ritardi nell'erogazione dei fondi. Fino a ieri, quando Valerio Carocci, anima dei ragazzi dell'America, ha dato l'annuncio: «Il progetto di riapertura del Troisi è stato definitivamente sbloccato», ha spiegato fornendo i dettagli del progetto di restauro: un sala da 300 posti completamente rinnovata, un unico schermo da 13 metri, digitalizzazione 4k di ultima generazione. Ancora, un foyer bar. E, soprattutto, un'aula studio-biblioteca da 40 postazioni, aperta 24 ore su 24. «Sarà la prima esistente a Roma – spiega con una punta d'orgoglio Carocci – quelle della Sapienza soddisfano soltanto il 2% degli iscritti all'università». Quello dell'aula studio dentro al cinema è un vecchio pallino dei ragazzi dell'America. Negli anni dell'occupazione della sala a due passi da piazza San Cosimato al primo piano del cinema era stata allestito uno spazio dedicato agli studenti, oltre a una biblioteca con de-

cine di testi donati dai residenti di Trastevere che avevano adottato quell'occupazione "sui generis". «Questi servizi diversi e complementari – prosegue Carocci – affiancheranno l'attività cinematografica, permettendo a una cittadinanza eterogenea di attraversare e vivere lo spazio, con l'obiettivo di coinvolgere nuovi potenziali spettatori tra coloro che non frequentano più il grande schermo o forse, nel caso dei più giovani, che non lo hanno mai frequentato».

Prima di tornare a vivere, però, il Troisi ha bisogno di numerosi lavori: il progetto degli architetti Claudia Tombini e Raffaella Moscaggiuri verrà realizzato attraverso un investimento di 1,4 milioni di euro, la gran parte (1 milione circa) ottenuti attraverso la partecipazione al bando del "piano straordinario cinema" del Mibact. Un altro finanziamento di 100 mila euro è targato Regione Lazio e altrettanti arrivano da Siae e vari sponsor. «Infine – aggiunge Carocci – i restanti 185 mila euro provengono dai nostri fondi e da donazioni ricevute dai sostenitori, raccolte durante le arene estive e da contributi offerti da personalità del mondo dello spettacolo». Ancora un anno, poi il proiettore tornerà a girare: «Daremo visibilità e voce alle opere più piccole e meno conosciute. Ma non solo. L'obiettivo è quello di creare pubblico anche grazie al lavoro quotidiano svolto sul territorio. Non vediamo l'ora – conclude Carocci – di staccare i biglietti al pubblico delle arene estive».

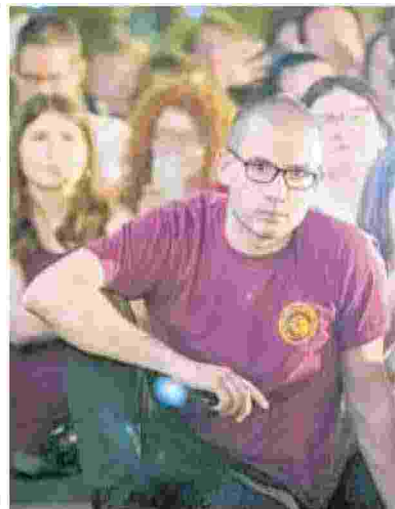


📷 I rendering
Come appare la sala del Troisi nel rendering del progetto. Accanto, sopra e sotto, la sala studio e la biblioteca

Le tappe Dall'occupazione alla sala di via Induno

1 Il blitz
Nel 2012, un gruppo di giovani con alle spalle l'esperienza del movimento dell'Onda occupa una sala abbandonata a Trastevere, il cinema America, per salvarlo dall'abbattimento e dalla speculazione

2 Lo sgombero
Nel 2014 l'esperienza del Cinema America viene sgomberata dalle forze dell'ordine. La sala da allora è ancora chiusa ma il progetto di abbattimento è stato sventato e grazie allo sforzo dei ragazzi l'edificio è stato vincolato dal Mibact



▲ **Il leader**
Valerio Carocci, 28 anni, presidente dell'associazione Cinema America

3 Le arene estive
Nel frattempo, i ragazzi del cinema America organizzano prima delle proiezioni "pirata", non autorizzate. Poi ottengono i permessi e aprono un'arena in piazza San Cosimato a Trastevere. Dal 2018 le arene diventano tre, anche a Ostia e Tor Sapienza

4 Il bando
Il cinema Troisi, chiuso nel 2013, torna a disposizione del Comune che nel 2015 avvia un bando, vinto nel 2016 dai ragazzi del Cinema America. Dopo tre anni di ricorsi e intoppi, ieri l'annuncio: lunedì al via i lavori di restauro

La serata

Passerella Ferragnez l'influencer (col marito) conquista anche Roma

Folla di follower
fuori dall'Auditorium
Conciliazione
per il docufilm
"Unposted"

di **Alessandra Paolini**

Arriva in abito lungo nero monospalla con spacco vertiginoso, coda di cavallo e marito al braccio, la cupola di San Pietro illuminata sullo sfondo e tutto intorno un mare di ragazze agitate pronte a rubare una foto col cellulare e magari

qualche segreto per diventare come lei: Chiara Ferragni, influencer da 17 milioni di follower, una che ogni cosa che tocca, anzi "posta" diventa oro e a cui anche Forbes ha dedicato pagine e pagine.

Rosa, invece, è il red carpet allestito in via della Conciliazione che lei attraversa sorridente e soddisfatta, in formazione Ferragnez, per mano al marito Fedez con cui si scambia anche, su richiesta dei fotografi, un fugace bacio. Chissà, forse a renderla così di buon umore avrà contribuito anche la bella "cacio e pepe", che qualche ora prima, ha mangiato alla "Matricianella", ristorante dal menu tipicamente romano in pieno centro. E rosa è anche il cerchietto in testa, che indossa nella prima immagine che la ritrae, tenerissima bimbetta, in bici col papà. Sequenza che finita la passerella, scorre sul grande schermo dell'Auditorium do-

ve 1500 persone hanno trovato posto per vedere il documentario "Chiara Ferragni - Unposted", film sulla sua vita. «Ho avuto haters dalla prima foto che ho cattato in vita mia - dice Chiara qualche minuto prima dell'inizio della proiezione - cerco però di trasformare quell'odio in qualcos'altro. Cerco di far capire loro che si può ridere insieme».

Il film è uno spaccato sul fenomeno influencer nella moda: sorta di pagine pubblicitarie in carne, ossa e paillettes capaci di spostare le vendite con un semplice "like". Diretto da Elisa Amoruso, è stato presentato all'ultima Mostra del Cinema di Venezia, ha fatto il pieno al box office e ora festeggia il suo arrivo dal 29 novembre su Amazon Prime video. Su via della Conciliazione, le tante che "se rinasco faccio la Ferragni" salutano, tra una foto e l'altra, gli invitati: Laura Chiatti, Michela Quattrocioche, Ludovico Fremont, Diana Del Bufalo, Maria Luisa De Crescenzo, Valentina Romani, Massimiliano Barrese, Claudio Castrogiovanni.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Flash

Celebrità e no



▲ **Laura Chiatti**

È tra le attrici che hanno visto Unposted. Nella foto grande, Chiara e Fedez in passerella



▲ **Momento selfie con i fan**

Chiara si ferma con i suoi fan fuori dalla sala. Sotto, Michela Quattrocio



125121

Passerella Ferragnez Influencer (col marito) conquista anche Roma

Open day
paper mind

30 novembre 2019
Università Cattolica, Largo S. Vito 1 - Roma

- ECONOMIA E GESTIONE DEI SERVIZI
- MEDICINA E CHIRURGIA
- MEDICINA DENTARIA
- ODONTOLOGIA E PROTESI DENTARIE
- FARMACIA
- LAUREE TRIENNALI E DELLE PROFESSIONI SANITARIE

New York Grazie a Netflix riapre il cinema amato da Woody Allen

SIMONA SIRI - P. 26

IL CINEMA PIÙ FAMOSO DI NEW YORK ERA CHIUSO DA AGOSTO, IL GIGANTE DELLO STREAMING POTREBBE RILEVARLO

Chi si rivede, il Paris Theatre

La sala amata da Woody Allen riapre per un mese grazie a Netflix

SIMONA SIRI
NEW YORK

«Sfortunatamente, il nostro contratto di locazione è terminato e il Paris Theatre è chiuso. Vorremmo estendere il nostro sincero apprezzamento a tutti i nostri ospiti nel corso degli anni. Grazie per il vostro patrocinio e ci dispiace di non poter continuare a servirvi». Annunciava così la sua chiusura - lo scorso agosto, dopo aver ospitato la prima del documentario *Pavarotti* di Ron Howard - lo storico cinema amato da Woody Allen che appare brevemente in *Io e Annie*, quando Alvy, tornato single, esce da una proiezione da solo (un'altra scena, quella in cui Alvy viene importunato da un fan, è stata girata davanti a un altro cinema storico, il Beekman, sulla Seconda Avenue, chiuso anch'esso). Simbolo dell'anima intellettuale di New York, la prima sala del dopoguerra costruita a Manhattan, chiusa nell'estate nello sgomento generale.

La settimana scorsa, invece, la sorpresa: il Paris Theatre ha riaperto, grazie a Netflix. Il colosso di streaming lo ha affittato per un mese, per proiettarci *Marriage Story*, il film di Noah Baumbach con

Scarlett Johansson e Adam Driver di cui è produttore e di cui era prevista una tappa sul grande schermo prima di approdare sulla piattaforma il 6 dicembre. Alla première del film, il 6 novembre, è stato il regista Baumbach a dare la notizia, confermata poi da Ted Sarandos, Chief Content Officer di Netflix che ha parlato della volontà dell'azienda di trovare «una soluzione più permanente». Che cosa significhi, se Netflix intende affittarlo, gestirlo o addirittura comprarlo, ancora non si sa, ma è abbastanza per sperare. «È un bel gesto, per un tipo di film che una volta avrebbe avuto una lunga vita al Paris», dice Bilge Ebiri, critico cinematografico del *New York Magazine*. «Se è solo un colpo ad effetto o una reale volontà di preservare l'esperienza teatrale non lo so. Alcuni sostengono che l'unica ragione per cui Netflix fa cose del genere è di tenersi buoni i registi che sono ancora legati al cinema vecchia maniera. Ma se davvero pensano di comprarlo, potrebbe essere possibile per Netflix creare un nuovo tipo di abbonamento che ti consenta di vedere anche uno dei loro film a teatro? Chissà?».

Stretto tra il Plaza e Bedford Goodman, in uno dei pezzi di real estate più prestigiosi di Manhattan, il Paris Theatre fu inaugurato il 13 settembre 1948, con Marlene Dietrich a tagliare il nastro alla presenza dell'ambasciatore in Francia. Il gestore cinematografico ori-

ginale, la casa di produzione francese Pathé, lo ha diretto fino al 31 agosto 1990, quando è subentrato Loews che lo tenne fino al 1997 con il nome di Loews Fine Arts Theatre. Tornando nel 2009 al suo nome originale, il cinema è diventato di proprietà del magnate immobiliare Robert Solow e dato in gestione alla catena City Cinema che ne ha conservato le caratteristiche di sala d'essay. «Il primo film che ci vidi fu *Casa Howard* di James Ivory», continua Ebiri. «Ricordo di averci visto *Moulin Rouge!* e di aver pensato che era l'unica sala che poteva riprodurre l'energia del film», racconta l'attore Kelly AuCoin, ora in tv con *Billions*.

Lussuoso ma con tocchi vintage anche grazie alla scritta gialla in corsivo che fa tanto Pigalle, il Paris è sempre stato considerata un'ottima sala, con buona acustica, intima: 421 posti a sedere più 150 nella balconata, tutti ricoperti di velluto blu. «È il più newyorkese dei cinema della città - dice Antonio Monda, direttore artistico della Festa del Cinema di Roma, a New York da 26 anni - Se rimane in vita, resta l'unico cinema con una sala sola della città». Se Netflix salverà davvero il Paris Theatre sarà una storia bellissima, come un film. —

Simbolo dell'anima intellettuale della città, compare in una scena di "Io e Annie"



La prima di «Remember Me» di Allen Couler al Paris Theatre il primo marzo del 2010



Woody Allen nella scena del suo film *Io e Annie* (1977) girata davanti alla biglietteria del Paris Theatre



LE STORIE

EGLE SANTOLINI

Tutto l'oro del mondo Il film atto d'amore per il Ticino

P. 28

MILANO

Derby tra Lombardia e Piemonte in un film omaggio al Ticino

Il documentario "Tutto l'oro del mondo" negli stessi giorni partecipa al Tff e a Filmaker, sfidando la rivalità fra le due città

EGLE SANTOLINI
MILANO

Non è un documentario, non è un film di finzione; è, insieme, tutt'e due le cose, ed è soprattutto un atto d'amore per il Ticino. S'intitola «Tutto l'oro del mondo» e, negli stessi giorni, partecipa al Torino Film Festival (proiezione per il pubblico sabato mattina) e a Filmaker di Milano, sfidando la rivalità fra i due capoluoghi. Il regista Andrea Caccia (pittore di formazione, diplomato all'Accademia di Brera, poi cineasta al quarto lungometraggio) non riesce a considerarlo un caso.

«Sono nato a Novara e da ragazzo ho abitato a Romentino sulla sponda piemontese - spiega -. Ora, da papà, sto a Cuggiono, su quella lombarda, vicino a Magenta: dopo 15 anni a Milano, volevo un posto dove il Ticino fosse a cinque minuti di bicicletta. Con mio figlio tiro i sassi

nell'acqua come facevo da bambino. Questo fiume non sono mai riuscito a considerarlo come un confine. È qualcosa che unisce. Mi pare un'idea poetica, mi piace proprio. Da novarese, sono abituato a sentirmi considerare non proprio piemontese e non ancora lombardo. I confini sono fattori labili».

Nel film si muovono cinque personaggi: un ragazzino (Filippo, che è il figlio del regista), un cacciatore, un cercatore d'oro, un carabiniere e un naturalista. Non ci si sottrae all'ambiguità, perché i temi della caccia al cinghiale e degli incontri fra nudisti non sono fatti per piacere a tutti. A un certo punto viene il sospetto di una deriva gialla, perché Caccia dissemina la storia d'indizi, e può anche darsi che voglia ingannarci. Spiega: «Tutto è nato dai miei ricordi infantili e da come li ho visti rispecchiati nel presente di mio figlio. Poi ho conosciuto Rinaldo, l'anziano cercatore d'oro: un'ossessione che negli Anni 60 fece notizia ma che ora sto vedendo tornare. Lui ci ha guidati in negli anfratti più belli del fiu-

me: da lì è nata l'idea di trovare altri personaggi che si affacciassero sul Ticino, altre vie narrative che potevano spostarsi come il corso dell'acqua».

Con il supporto del Parco lombardo del Ticino e di quello piemontese hanno girato per sei mesi, dal Passo della Novena in Svizzera, dove il fiume nasce, a Pavia dove va a unirsi al Po: passando per Vigevano, Motta Visconti, la Lanca di Bernate così generosa di flora e fauna protetta, Vizzola Ticino.

Sul versante piemontese, a Romentino, Galliate, Cernusco, Caccia ha trovato «le piante, i fiori e gli animali che cercavo», c'è voluta pazienza: molti giorni, per esempio, per un martin pescatore troppo timido. Il film affascinerà gli amanti della natura, ma ha scelto un approccio intimista, «con l'idea che tutta questa meraviglia è a disposizione di tutti noi, ma va cercata», trattata con delicatezza. È una questione di sguardo, di cogliere il respiro. Non c'è bisogno di effetti speciali. —

© BY NINO ALQUINIDIRITTI RISERVATI



Un fotogramma del film «Tutto l'oro del mondo» del regista Andrea Caccia



PIACERI_CINEMA

Una scena di *A Tor Bella Monaca non piove mai*, sugli schermi dal 28 novembre.



«SOLO IN PERIFERIA CAPISCI DAVVERO COS'È LA VITA»

L'attore **Marco Bocci** debutta come regista con una storia su Tor Bella Monaca, l'estrema «frontiera» a Roma, dove la quotidianità è una lotta. Ma dove anche l'umanità mostra il volto più vero.

di Terry Marocco

Sostiene Philip Ó Ceallaigh, scrittore irlandese, che «se ti vuoi fare un'idea di come se la passa una città devi andare a vedere i suoi margini. Il centro ti dirà che va tutto bene. La periferia ti dirà il resto». Lui per capirlo si trasferì a Bucarest in un monocale umido al decimo piano di una palazzina d'epoca comunista. Marco Bocci, attore sexy e «sauvage», mitico commissario Scialoja nella serie *Romanzo criminale*, ha deciso invece di andare a Tor Bella Monaca. Il confine di Roma. Il nome dell'equivoco e della cattiva coscienza. Grandi caseggiati, malavita, degrado. Ma oltre quelle

torri grigie ci sono le colline e i papaveri in primavera. Bocci lo racconta nel suo esordio da regista *A Tor Bella Monaca non piove mai* (nei cinema dal 28 novembre) tratto dall'omonimo romanzo, scritto dall'attore nel 2016 per DeA Planeta. Una famiglia si dibatte in una vita amara. Due fratelli, due storie diverse, ma alla fine lo stesso destino da vinti. «Aspettando l'uscita del film sale l'adrenalina, la tensione» racconta. «Ho voluto mettermi allo scoperto. E anche se faccio un lavoro dove vengo giudicato a vita, ora ho paura. È come affrontare un esame».

Perché ha scelto Tor Bella Monaca?
Ero appena arrivato a Roma, vent'anni

fa, e andai a vivere lì. Ci sono tornato anni dopo, andavo a scrivere in macchina parcheggiato sotto le torri. Non era cambiata. È la metafora di ogni periferia, per questo l'ho scelta. È un quartiere estremamente difficile, dove però vive una marea di gente onesta. Sognatori, lavoratori marchiati solo perché ci abitano. Volevo raccontare questo pregiudizio.

Le periferie sono diverse da come ce le raccontano?

Sono luoghi immutati nel tempo, solo sempre più vecchi. Senza supporto, nessuna manutenzione. Questi quartieri erano nati con l'intenzione di farne dei modelli: abitazioni, centri commerciali, luoghi di aggregazione. Progetti rimasti gusci vuoti. Quei centri commerciali non sono mai stati costruiti, restano i portici disabitati, i piani terra abbandonati. Qui c'è il degrado, la povertà. Per fortuna non è così in tutto il quartiere. Intorno al teatro resiste una zona riuscita, vivibile. Ho passato belle giornate mentre giravo. Ci porterei anche i miei bambini.

La droga?

C'è, ma non è ovunque. Ci sono zone di spaccio, di criminalità e altre invece che si salvano. E poi ormai la droga è in tutta Roma.

Quanto è stato difficile girare?

All'inizio le persone ci guardavano con un certo distacco. Poi lentamente si sono avvicinati. Hanno cominciato a portarci da mangiare. Aspettavano l'ora di pausa e buttavano giù la pasta per più di quaranta persone. Senza che chiedessimo nulla, a spese loro. Ci siamo sentiti a casa, non mi era mai successo. Uno dei set più belli che ho vissuto. La gente è stata di una dolcezza e gentilezza meravigliosa.

Eppure nel suo film nessuno si salva.

I miei protagonisti sono in una situazione di estremo disagio. Non



Daniilo Marocchi

Marco Bocci, 41 anni, per la prima volta dietro la macchina da presa in qualità di regista. La storia del film è tratta da un suo libro.

trovano un lavoro, come Mauro, che tenta ancora di sognare un futuro. Annegano tra tasse e affitti non pagati. Romolo è stato un criminale, ora è cambiato, ma alla fine la sua storia lo schiaccerà.

Si è ispirato a *Brutti sporchi e cattivi* di Ettore Scola o agli ultimi film di Ken Loach?

Oddio, mi vergogno anche solo a fare questi nomi. Vorrei riuscire a raccontare con leggerezza difficoltà e disperazione. La mia grande passione è da sempre Lina Wertmüller. Ho fatto questo mestiere per i suoi film. *Pasqualino Settebellezze* mi ha cambiato.

Si sente più vicino a Mauro,

il fratello buono, o Romolo, l'ex rapinatore?

Io sono entrambi. In me c'è una sorta di sdoppiamento. Tutti abbiamo anime contrastanti. Romolo è l'istinto, ciò che avrei voluto essere: non avere troppi scrupoli, non farmi domande. Mauro invece è quello che sono sempre stato. Il ragazzo che aiuta gli altri, non cerca scorciatoie e trova il positivo in chiunque. Spesso mi sono chiesto: «Se un giorno un buono andasse contro la sua natura, si spingesse aldilà, cosa potrebbe succedere?»

Allora cattivi si nasce o si diventa?

Si nasce. Se non sei cattivo, non riesci ad andare fino in fondo.

A Laura Chiatti, sua moglie, è piaciuto?

Molto.

L'anno scorso ha avuto un problema di salute, un herpes arrivato al cervello. Come ha influito sul film?

La prima riunione telefonica con l'organizzatore la feci mentre stavo ancora in ospedale. Vado avanti e dimentico le cose brutte. La vita non è il lavoro, ma emozioni, famiglia, casa, semplicità.

A chi dedica la sua opera prima?

Alle stesse persone cui ho dedicato il romanzo. A tutti gli sfruttati, malpagati e frustrati, che non smettono mai di lottare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

20 novembre 2019 | Panorama 89

MUSEO DI SAN PAOLO

Bellocchio alla conquista del Brasile

Il Museo dell'immagine e del suono di San Paolo (Mis), in Brasile, ospiterà una mostra dedicata al regista Marco Bellocchio. L'evento fa parte della 14^a edizione del Festival del cinema italiano: la selezione dei film di Bellocchio inizia il 28 novembre, con la proiezione de *I pugni in tasca*. La sessione contemporanea della manifestazione si svolgerà invece da domani al 27 novembre e presenterà una serie di produzioni italiane attuali, che si contenderanno un premio del pubblico e della critica. Festa di apertura con *Il traditore*, con Favino.



Schermaglie

L'antitelevisione e il diritto all'ascolto

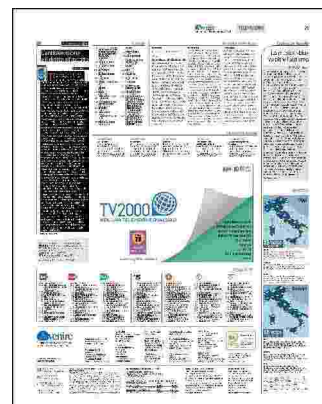
ANDREA FAGIOLI



Fuori la voce e appare un microfono. Per di più, proprio una voce, quella

fuori campo, annuncia «visioni, opinioni e storie tutte da ascoltare». Allora è radio, altro che televisione. Invece, oltre all'audio, ci sono le immagini, con la loro forza, anche se statiche o quasi. Insomma, il nuovo programma di laF (canale 135 di Sky), in onda da lunedì alle 21.10, può all'apparenza sembrare un esperimento, in realtà è una sorta di antidoto alla tanta tv gridata, verrebbe da dire vociata, perché forse dà meglio l'idea di quanto siano sguaiati e volgari certi show o talk show grazie a personaggi volutamente e furbescamente sguaiati e volgari invitati apposta per interpretare il cafone in un gioco delle parti stucchevole di cui non ci scandalizziamo nemmeno più, dietro al quale c'è quasi sempre la promozione di un libro o di qualcos'altro. Proviamo solo pena per loro e dispiacere per chi ancora li sta a guardare. Esempi clamorosi non sono mancati nemmeno negli ultimi giorni. *Fuori la voce* vuole essere in questo senso l'opposto, ovvero, come recita ancora la voce fuori campo, «uno spettacolo di parola, lontano dai discorsi urlati, dall'arroganza verbale», per riprendersi «il diritto all'ascolto» in un tempo in cui tutti vogliono dire la loro senza ascoltare gli altri. Ogni puntata è introdotta dalla "copertina" di Stefano Massini, un drammaturgo, uno che ha fatto della parola un mestiere, ma anche un impegno sociale. Efficace il suo modo di raccontare la cittadinanza e la bellezza, temi delle prime due puntate, tra le dodici previste, ognuna delle quali propone due monologhi di una quindicina di minuti. A parlare in piedi, in un pianobar pieno di libri con le persone sedute a ridosso, si alternano sul tema stabilito personaggi della cultura, del giornalismo e dello spettacolo. Non ci sono cambi di scena e il montaggio si limita all'inquadratura di qualche volto tra il pubblico. Molto dipende dal narratore. I primi quattro se la sono cavata tutti bene, anche se Beppe Severgnini, da "vecchio" stratega della tv, se l'è giocata meglio di altri. In realtà è bravo, anche se racconta della bellezza dei propri luoghi di vita e di lavoro, che non sono esattamente gli stessi degli operai dell'ex Ilva.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il 28 le nomine (senza tg)

Patuanelli sulla Rai: il canone si può ridurre

Si riunirà il 28 novembre il cda Rai che varerà le nuove nomine. Due giorni prima l'amministratore Fabrizio Salini sarà ascoltato dalla Vigilanza. Tra le nomine non rientrerebbero i Tg. Luigi Di Maio avrebbe blindato la direzione del Tg1. In Vigilanza il ministro Stefano Patuanelli non ha escluso una riduzione del canone. Quanto al rischio di «bulgarizzazione» dell'informazione con la newsroom unica, paventato dall'opposizione, non l'ha negato ma ha promesso vigilanza.

A. Bac.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Mediaset, un extra-dividendo per fare la pace con Vivendi

Cologno comprerebbe subito il 10% e il resto tra un anno. La scadenza di venerdì

A tre giorni dalla scadenza fissata dal Tribunale di Milano, Mediaset e Vivendi restano ferme sulle proprie posizioni, allontanando la possibilità di trovare un accordo. Dopo il confronto di lunedì scorso, tra gli avvocati (Giuseppe Scassellati-Sforzolini e Ferdinando Emanuele di Cleary Gottlieb per Vivendi, Sergio Erede e Carlo Montagna di BonelliErede per Mediaset) è sceso il silenzio. Le posizioni delle parti sono ormai cristallizzate: il Biscione ha offerto 2,77 euro ad azione per ricomprare il 20% del proprio capitale in mano ai francesi (trasferito a Simon Fiduciaria). Vivendi però vuole di più,

visto che il prezzo di carico dei titoli Mediaset è di 3,6 euro, e chiede un nuovo statuto di Media for Europe, più favorevole alle minoranze.

Al momento la distanza resta, sebbene nel corso dell'ultimo incontro sarebbe spuntata un'ipotesi per avvicinare le parti, che consisterebbe nel pagamento delle azioni a Vivendi — 2,77 euro l'una, prezzo di recesso concesso a tutti i soci —, in due tempi: il 50% subito e l'altro 50% coperto da garanzie dopo un anno, nel corso del quale matureranno gli interessi per il pagamento dilazionato e verrebbe staccato un dividendo straordinario per tutti gli azionisti. A Parigi

avrebbero accolto con freddezza la proposta di Mediaset, la quale dal canto suo ritiene di aver fatto tutti gli sforzi possibili per arrivare a un accordo e superare i contenziosi con i francesi, rispettando il principio di equità tra tutti gli azionisti.

Se nelle prossime 48 ore non dovesse arrivare un'apertura venerdì prossimo, 22 novembre, si andrà in udienza. Lo spazio è stretto, ma c'è ancora un cauto ottimismo sulla possibilità di fare l'ultimo metro. Di questo infatti si tratta. Sul principio c'è pieno accordo: non conviene a nessuno fare la guerra. Vivendi ci ha rimesso oltre 200 milioni

(su circa 800 investiti) mentre Mediaset ha dovuto fermare il piano di riassetto per ordine dei giudici. Anche sulla modalità della pace c'è accordo: il riacquisto parziale delle azioni Mediaset rastrellate da Vivendi. Oltre che il prezzo, qualche incertezza riguarda l'eventuale fase successiva alla pace, ovvero la modifica dello statuto di Mediaset, e quindi di Media for Europe. Statuto che Vivendi ha impugnato e che vorrebbe fosse più favorevole ai soci di minoranza, a detta dei francesi penalizzati anche dai criteri per l'assegnazione del voto multiplo.

Federico De Rosa

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Duellanti

● Vivendi, che ha il 28% di Mediaset, è oggetto di una contesa legale con Fininvest e di un'inchiesta della magistratura, si oppone al progetto Media For Europe, la creazione di un polo europeo della tv tra Mediaset, la controllata spagnola e la quota nella tedesca ProSiebensat1. Un accordo ora sembra vicino



Da sinistra, Pier Silvio Berlusconi, 50 anni, numero uno di Mediaset; Vincent Bolloré, 67 anni, è primo azionista di Vivendi



ProsiebenSat, le tre opzioni per l'alleanza con Mediaset

► Le ipotesi operative nel rapporto di Oddo Bhf Berlusconi Jr: atto di coraggio imprenditoriale

LA SCALATA

ROMA Ieri ProsiebenSat è stata tra i protagonisti della giornata di Borsa a Francoforte: il titolo del gruppo tv tedesco è arrivato a sfiorare un guadagno del 3% fino a 13,35 euro per poi reclinare in chiusura. Curiosamente, mentre le case di investimento ragionano su possibili alleanze, le quotazioni restano inferiori ai livelli precedenti gli annunci di acquisto di Mediaset che ormai possiede il 15,1%. Va detto che l'ingresso di Mediaset si aggiunge a quello dell'investitore ceco Daniel Kretinsky che nei mesi scorsi, attraverso Czech Invest Media e il veicolo Ruby Equity Investments, ha acquistato il 3,6%; CMI, che Kretinsky controlla insieme allo slovacco Patrik Tzak, ha fatto scalpore un anno fa con l'entrata nel capitale del quotidiano Le Monde.

UNA LOCOMOTIVA

Quanto a Mediaset, «si tratta di una mossa coraggiosa - ha ribadito ieri al *Messaggero* Pier Silvio Berlusconi - perché per una volta è un'azienda italiana che intende

guidare un processo di crescita internazionale. Noi con il progetto di MediaForEurope - ha aggiunto - vogliamo fare da locomotiva, stiamo lavorando per creare la Casa comune di tutti i principali broadcaster europei. Non a caso una settimana fa abbiamo effettuato un altro passo importante investendo nuovamente in ProsiebenSat, prima media company tedesca, diventandone primo azionista. E visto come vanno i mercati e quanto è complicato essere editore oggi, il nostro investimento è vero atto di coraggio imprenditoriale».

Proprio la presenza di due soci forti nel capitale del broadcaster tedesco abituato a essere una public company con un flottante al 100% potrebbe rendere concreto uno dei quattro scenari speculativi ipotizzati dagli analisti di Oddo Bhf.

La prima ipotesi guarda a Mediaset: viene esclusa un'Opa da parte del gruppo italiano, anche per l'elevato impegno finanziario; ciò non esclude nuovi acquisti di ProsiebenSat anche oltre il 20% magari inizialmente costruendo una minoranza di blocco in asse

con lo stesso Kretinsky. In seconda battuta, per gli esperti di Oddo l'appeal deriva anche dalle mosse di Kretinsky che potrebbe puntare a diventare partner di Mediaset, magari rilevando parte delle quote di Vivendi: la disponibilità finanziaria non manca al magnate ceco. In terza ipotesi, Oddo Bhf non esclude l'interesse di fondi di private equity per ProsiebenSat, a cominciare da Kkr, che è già stato socio di controllo insieme a Permira: in caso di Opa da parte di un private equity, Mediaset potrebbe decidere di rimanere nell'azionariato con il suo 15% e puntare a costruire inizialmente una collaborazione industriale per poi giocare le sue carte all'exit del fondo dopo 3-4 anni.

L. Ram.

RIPRODUZIONE RISERVATA



ASCOLTI



Sport

21,7%

5 mln 730 mila spettatori
Italia - Armenia Rai1

Show

15,14%

2 mln 532 mila spettatori
Live - Non è la D'Urso Canale 5

Rubrica

9,1%

2 mln 179 mila spettatori
Report Rai3



LA POLEMICA**Patuanelli chiede sconti sul canone
E alla Rai è bufera**

Esplode sul canone Rai la contraddizione che porta i 5S a sconfessare le decisioni già prese e a mettere in difficoltà chi hanno voluto ai vertici dell'azienda pubblica. Ieri il ministro dello sviluppo Economico (che vigila sulla Rai) Stefano Patuanelli in commissione di Vigilanza ha detto: «Credo che il passaggio del canone nella bolletta elettrica con la riduzione dell'evasione debba portare a una riduzione del canone dalle fasce più deboli». Parole che hanno fatto indignare l'Usigrai, che ha evidenziato la contraddizione del ministro che ha firmato il piano triennale. Intanto l'ad della Rai Fabrizio Salini ha fatto sapere che risponderà in Vigilanza a fine mese.



Vivendi-Mediaset, non rinviabile l'udienza del 22

LA CONTESA

Non si sblocca la trattativa Sulla scalata chiusura delle indagini il 5 dicembre

Antonella Olivieri

Per tre volte si è stati a un passo dal chiudere l'accordo tra Vivendi e Mediaset e per tre volte non se ne è fatto niente. Anche questa volta la strada è tornata tutta in salita. Tecnicamente, non risulta possibile chiedere un rinvio dell'udienza di venerdì al Tribunale di Milano in attesa di raggiungere un "accordo tombale" che ponga fine a tutto il contenzioso, dal momento che in quella sede si sta discutendo il ricorso d'urgenza dei francesi per sospendere la delibera dell'assemblea Mediaset dello scorso 4 settembre, che aveva approvato la fusione nella holding olandese Media for Europe. E così, a meno che il braccio di ferro si concluda con la resa di una delle due parti entro il 22 mattina, è probabile che la discussione davanti al giudice Elena Riva Crugnola si concentrerà sulla possibilità o meno di emendare solo una parte della delibera.

Mediaset ha già accettato di elimi-

nare dallo statuto di Media for Europe le parti ritenute "censurabili" dal giudice perché in chiave chiaramente anti-Vivendi. I legali dei francesi si erano invece riservati di sottoporre la proposta al cliente. Il tavolo negoziale - col tentativo di raggiungere un accordo "tombale" - ha però mostrato che le distanze sono ancora incolmabili sul nodo del prezzo d'uscita di Vivendi. Mediaset è irremovibile sui 2,77 euro del prezzo di recesso, perché è l'unico modo per evitare la rivolta degli altri azionisti. Vincent Bolloré, cui spetta l'ultima parola, non vuole uscire in perdita e sebbene Vivendi abbia svalutato la partecipazione del 28,8% nel Biscione a 2,69 euro per azione, per allinearla ai prezzi di mercato, la richiesta dei francesi è ferma ai 3,7 euro del prezzo medio del rastrellamento. La distanza è di 1 euro, come ha confermato lunedì sera il presidente Mediaset Fedele Confalonieri.

La differenza rispetto al recesso, al quale i francesi non hanno aderito, è che con un accordo si metterebbe una pietra sopra al passato, cancellando il contenzioso sorto per il contratto non onorato su Mediaset Premium (la richiesta danni tra Mediaset e il suo azionista Fininvest è lievitata a 3 miliardi) e sullo scippo dei contenuti da parte di Dailymotion che fa parte del gruppo transalpino (altri 240 milioni).

Resterebbe aperta la questione penale, con la chiusura delle indagini da parte della Procura di Milano sulle modalità del rastrellamento del dicembre di tre anni fa prevista per il 5 dicembre. Fermare l'iter penale non si può, ma in caso di accordo Mediaset potrebbe dichiararsi non più "parte lesa", alleggerendo il quadro della procedura che chiama in causa lo stesso Vincent Bolloré e il ceo di Vivendi Arnaud de Puyfontaine.

In caso di fumata nera, Mediaset conta comunque di rifare le assemblee in Italia e Spagna solo per la parte che riguarda la modifica dello statuto di MfE. I legali dei francesi sostengono invece che la delibera è unitaria e va sospesa o accettata in toto. Toccherà al giudice decidere.

In ogni caso pare improbabile che Bolloré cambi idea accettando i 2,77 euro sul piatto, dal momento che a fusione avvenuta nella holding olandese, senza più "pillole avvelenate", ci sarebbe più flessibilità anche sulla prospettiva di spuntare un prezzo più alto. Potrebbe maturare per esempio un interesse da parte del magnate ceco Daniel Kretinsky, che è entrato recentemente in ProSiebensat dove Mediaset è salita al 15,1%, che sicuramente non c'è tempo di sondare entro la scadenza di venerdì, dato che a Colongo non lo conoscono.



GLI ADS 2018

Ecco come vendono i giornali regione per regione

Capisani a pag. 18



Regioni, tutti i giornali contro tutti
La Vestra piace in Friuli e Veneto, il Fatto in Toscana e Sardegna. Le altre 18 regioni per arrivare da fine a fine

Regione	170	170	170	170
Abruzzo	170	170	170	170
Basilicata	170	170	170	170
Calabria	170	170	170	170
Campania	170	170	170	170
Emilia-Romagna	170	170	170	170
Friuli Venezia Giulia	170	170	170	170
Liguria	170	170	170	170
Lombardia	170	170	170	170
Marche	170	170	170	170
Molise	170	170	170	170
Piemonte	170	170	170	170
Puglia	170	170	170	170
Sardegna	170	170	170	170
Sicilia	170	170	170	170
Toscana	170	170	170	170
Trentino-South Tyrol	170	170	170	170
Umbria	170	170	170	170
Valle d'Aosta	170	170	170	170
Veneto	170	170	170	170

Nuovi dati territoriali Ads 2018. I locali che resistono? Stampa, Carlino e Corsera in Lombardia

Regioni, tutti i giornali contro tutti

La Verità piace in Friuli e Veneto, il Fatto in Toscana e Sardegna

DI MARCO A. CAPISANI

Non ditelo a Stefano Bonaccini ma l'Emilia-Romagna non è davvero così rossa come sembra. Almeno a ben guardare le diffusioni medie dei giornali letti dagli emiliano-romagnoli, a ridosso delle prossime elezioni regionali del 21 gennaio 2020 (quando il candidato di Pd-Centrosinistra sfiderà la candidata Lucia Borgonzoni della Lega-Centrodestra). A dirlo sono gli ultimi aggiornamenti Ads 2018, suddivisi per regione, che hanno aggiunto le rilevazioni delle testate a carattere più politico ai dati di quelle locali e nazionali (vedere ItaliaOggi del 25/8/2019). Tra questi ultimi spicca, per l'appunto, *La Verità* di Maurizio Belpietro che tallona in Emilia-Romagna, assieme a *Libero* di Pietro Senaldi e *Vittorio Feltri*, gli altri giornali tra cui il *Fatto Quotidiano* di Marco Travaglio. Certo, le copie sono contenute rispettivamente a quota 2.396, 2.640 e 3.780. E davanti a queste tre testate ci sono, salde, le varie *Gazzette* locali ma soprattutto il *Resto del Carlino*. Il dorso locale di *Quotidiano Nazionale* è tra le pubblicazioni territoriali che maggiormente difendono la loro diffusione rispetto alla concorrenza di altri quotidiani territoriali, nazionali e in particolar modo degli sportivi. Infatti, le pubblicazioni sportive si confermano in Italia, pure in questa tornata di rilevazioni, tra le più diffuse e presenti almeno con una testata nella top five di ogni regione (in primis la *Gazzetta dello Sport*).

Tornando invece ai quotidiani con un posizionamento più politico, *La Verità* riesce a entrare nella top ten in Friuli-Venezia Giulia, fa bene anche in Trentino e Veneto (dove supera il *Fatto Quotidiano*). Quest'ultimo, però, ha la rivincita posizionandosi nella top ten sarda e toscana, oltre a emergere nel Lazio. Non solo, in media il *Fatto Quotidiano* si attesta in 11ª posizione, distanziando in 16ª *La Verità*. In entrambi i casi, si tratta di due posizioni in evidenza, considerando che i due giornali sono stati lanciati più recentemente rispetto alla media dei concorrenti (il *Fatto* ha appena compiuto 10 anni, *La Verità* è nata nel settembre 2016), ricordando la scarsa media di lettura tricolore e che la prima scelta di lettura (se c'è) resta spesso un quotidiano nazionale più grande o un locale più radicato.

A questo proposito, il caso dell'Emilia-Romagna è emblematico (ma non l'unico). Nella regione il primo giornale

Le prime 5 testate per diffusione da Nord a Sud

Abruzzo	
Centro	12.074
Messaggero	7.800
Corriere Sport Stadio Lun.	6.774
Corriere Sport Stadio	6.600
Gazzetta Sport	2.391

Basilicata	
Gazzetta del Mezzogiorno	1.494
Messaggero	991
Gazzetta Sport	849
Corriere della Sera	805
Repubblica	781

Calabria	
Gazzetta del Sud	11.844
Quotidiano del Sud	3.930
Corriere Sport Stadio Lun.	3.632
Corriere Sport Stadio	3.394
Repubblica	2.147

Campania	
Mattino	29.869
Corriere Sport Stadio Lun.	9.964
Repubblica	9.817
Corriere Sport Stadio	8.888
Corriere della Sera	5.948

Emilia Romagna	
Qn-Resto del Carlino	75.171
Gazzetta di Parma	26.111
Repubblica	19.180
Gazzetta Sport Lun.	18.004
Libertà	17.828

Friuli V. Giulia	
Messaggero Veneto	37.036
Piccolo	20.437
Gazzettino	6.463
Gazzetta Sport	5.763
Gazzetta Sport Lun.	5.241

Lazio	
Messaggero	46.704
Repubblica	28.303
Corriere Sport Stadio Lun.	19.822
Corriere della Sera	19.262
Corriere Sport Stadio	17.542

Liguria	
Secolo XIX	37.493
Stampa	11.516
Repubblica	7.485
Gazzetta Sport Lun.	6.915
Gazzetta Sport	6.446

Lombardia	
Corriere della Sera	91.036
Gazzetta Sport Lun.	45.669
Gazzetta Sport	41.476
Qn-Giorno	33.097
Eco di Bergamo	32.875

Marche	
Qn-Resto del Carlino	14.441
Messaggero	12.756
Corriere Adriatico	12.654
Gazzetta Sport	5.321
Gazzetta Sport Lun.	5.088

Molise	
Messaggero	1.283
Gazzetta Sport Lun.	766
Gazzetta Sport	762
Corriere della Sera	676
Giornale	634

Piemonte	
Stampa	93.201
Tuttosport Lun.	11.664
Repubblica	10.689
Tuttosport	10.218
Gazzetta Sport Lun.	9.999

Puglia	
Gazzetta del Mezzogiorno	17.447
Messaggero	11.562
Nuovo Quotidiano di Puglia	9.820
Gazzetta Sport	7.923
Gazzetta Sport Lun.	7.347

Sardegna	
Unione Sarda	35.150
Nuova Sardegna	30.664
Corriere della Sera	4.548
Repubblica	4.211
Corriere Sport Stadio Lun.	3.623

Sicilia	
Sicilia	18.125
Giornale Sicilia	13.981
Quotidiano Sicilia edizione sabato	12.993
Gazzetta del Sud	7.995
Quotidiano Sicilia	7.006

Toscana	
Qn-Nazione	58.352
Tirreno	35.427
Repubblica	15.766
Corriere della Sera	11.704
Gazzetta Sport Lun.	11.651

Trentino A. Adige	
Dolomiten	38.252
Adige	18.204
Alto Adige/Trentino	14.346
Corriere della Sera	5.196
Gazzetta Sport Lun.	4.232

Umbria	
Corriere Umbria/Vt/Ri/Sabina/Ar/Si	4.972
Messaggero	3.553
Qn-Nazione	3.517
Gazzetta Sport Lun.	2.159
Corriere Sport Stadio Lun.	2.146

Valle d'Aosta	
Stampa	3.549
Gazzetta Sport Lun.	617
Gazzetta Sport	565
Corriere della Sera	456
Tuttosport Lun.	293

Veneto	
Gazzettino	39.813
Arena	25.911
Giornale di Vicenza	24.897
Corriere della Sera	22.159
Gazzetta Sport Lun.	19.145

le nazionale (*Repubblica*) non va oltre il terzo posto, lo sportivo (il lunedì della *Gazzetta dello Sport*) si ferma al quarto e solo al decimo c'è una testata regionale non emiliano-ro-

magnola (*Stampa*). Il primato del quotidiano regionale col tesoretto di copie maggiore va, però, alla stessa *Stampa* in Piemonte con 81.537 copie di distacco da tutti gli altri.

Solo dopo emergono *Resto del Carlino* (49.060) e il lombardo *Corriere della Sera* (45.367). Ma chi sono gli italiani che leggono solo giornali della propria terra? I siciliani, che

concedono a *Repubblica* un sesto posto extra top five, peraltro seguita solo dalla *Gazzetta dello Sport* (al lunedì e in settimana).

© Riproduzione riservata

TELE-VISIONI

Zingaretti regista a tempo del Commissario Montalbano

DI GIORGIO PONZIANO

Luca Zingaretti non solo è (ovviamente) il protagonista della nuova serie del *Commissario Montalbano* ma ne sarà anche il regista. Infatti la saga del commissario è ora priva sia del suo autore, **Andrea Camilleri**, che del suo storico regista, **Alberto Sironi**, entrambi scomparsi la scorsa estate. Così Zingaretti ha deciso di mettersi dietro la macchina da presa, saranno tre episodi che Rai1 trasmetterà il prossimo anno. Lui è euforico: «Ventun anni di successi, con il 45% di share. Siamo l'unica serie televisiva che ha conquistato i mercati di tutto il mondo. Il segreto è la profondità dei messaggi che manda: eros, pathos, che senso ha la vita e tanto altro».

Mara Venier (*DomenicaIn*, Rai) è nata a Venezia ed è in apprensione per la sua città: «Ho il cuore spezzato e sono a disposizione per qualsiasi tipo d'iniziativa di solidarietà. Ho vissuto la marea nel 1966 quando l'acqua alta arrivò a 194 centimetri. Mi meraviglio che ancora siamo messi così, sono sconcertata». Quindi se Rai1 deciderà di organizzare una serata per raccogliere

fondi, Mara Venier è pronta.

Alessandro Siani chiamato da Sky Uno per il periodo natalizio. Animerà il programma *Stasera felicità*, tra alberi di Natale e atmosfere festaiole. Dice: «Sarà una sorta di cinetv: il cinema e la tv si abbracceranno in uno show che vuole condividere, con leggerezza, la magia del Natale».

Giovanni Floris (*DiMartedì*, La7) alla corte di **Nicola Zingaretti**. È stato lui infatti a fare gli onori di casa e intervistare il segretario Pd alla tre giorni del partito che si è svolta a Bologna. Zingaretti sarà anche l'ospite della nuova stagione del *Maurizio Costanzo Show*, che riaprirà il sipario questa sera in seconda serata su Canale5.

Bruno Vespa (*Porta a porta*, Rai1) scommette su **Matteo Salvini**: «Il leader leghista non è solo un politico promettente ma un goleador al quale non si vuol far giocare la partita delle elezioni. Neanche la sinistra crede davvero

che possa tornare il fascismo, quando si è in crisi si addita sempre un nemico. Spero che la commissione Segre non alimenti equivoci».

Antonella Clerici è già a Bologna per le prove dello *Zecchino d'oro*, il festival canoro per ragazzi organizzato da 62 anni dai frati dell'Antoniano nel loro teatro nella città emiliana. A condurre insieme alla Clerici sarà **Carlo Conti**. La serata finale, il 7 dicembre, andrà in onda in prima serata su Rai1.

Domenico Iannaccone torna a parlare di periferie. Dal 2 dicembre su Rai3 (seconda serata) la nuova serie (4 puntate) di *Che ci faccio qui* dedicata a due periferie-simbolo del Sud, Scampia (Napoli) e San Basilio (Roma). Testimonianze e storie di vita per spiegare i problemi di territori che non pare ci sia la volontà di recuperare con interventi radicali.

Massimo Gramellini, vicedirettore del *Corriere della Sera*, in giro per l'Italia a presentare il suo libro (*Prima che tu venga al mondo*) e in tv con *Le parole della settimana* (Rai3), è scorticato dalla critica televisiva dell'*Espresso*. **Beatrice Dondi**: «Nonostante i suoi ospiti in tv siano quanto di meglio possa offrire il panorama culturale di questi tempi, lui sgonfia l'emozione delle loro parole con un copione infiocchettato di luoghi comuni, cercando in ogni risvolto dialettico di puntare i riflettori su di sé».

Fabio Sanfilippo, caporedattore al *Giornale radio Rai*, è stato sospeso sette giorni dal lavoro e dallo stipendio. Motivo: ha pubblicato sul suo profilo Facebook un post contro le politiche di **Matteo Salvini**. In sua difesa è intervenuta l'Usigrai, il sindacato dei giornalisti Rai: «Ciò che troviamo non tollerabile è che la Rai ancora una volta si muova con due pesi e due misure. Nei mesi scorsi il presidente della Rai, **Marcello Foa**, ha rilasciato un'intervista a un giornale israeliano nella quale ha accusato un'intera delegazione dell'europarlamento di essere finanziata da **Soros**. Una notizia falsa. Dalla frequenze di Isoradio, **Maurizio Costanzo** ha usato, in maniera esplicita

e reiterata, un linguaggio vergognoso nei confronti di un radioascoltatore. Ma in questi casi, come in diversi altri, tutto è caduto nel vuoto».

Valeria Bilello è la protagonista di *Curon*, nuova serie italiana che Netflix proporrà nella prima parte del prossimo anno. Curon è una località in provincia di Bolzano, città natale di Anna (interpretata dalla Bilello) dove lei ritorna insieme a suo fratello e sorella, gemelli. I quali dovranno cercare di capire perché a un certo punto lei è sparita e tentare di ritrovarla. Sette episodi diretti da **Fabio Mollo** e **Lyda Patitucci**.

Sigfrido Ranucci (*Report*, Rai3) è stato vittima di hacker: «Hanno violato i miei account aziendali, cellulare, email, dati anagrafici, indirizzo e mi è stato detto che gli hacker hanno agito da un Paese dell'Est europeo. Io mi sento libero ma un po' più fragile, inutile negarlo, anche se questo non fermerà il mio lavoro». C'entrano qualcosa i suoi servizi sul Russiagate?

Fiorello è omaggiato dai vertici Rai per il suo programma su RaiPlay, giustamente perché il numero di visualizzazioni è alto ma secondo Auditel non è riuscito a superare, sul web, *Le Iene* (si veda *ItaliaOggi* del 16 novembre) che rimangono saldamente al primo posto (al secondo si trova *Uomini e donne*). Non solo. Lui si colloca in 15esima posizione. Ma dalla Rai ribattono che Auditel non censisce l'app Rai, che nel caso di Fiorello è parallela a RaiPlay e aumenterebbe sensibilmente il totale dell'ascolto.

Iain Glen (ha recitato nel *Trono di spade*, Sky) è l'ispettore Jack Taylor nell'omonima serie che approda domani sera su Giallo (canale 38). Saranno tre episodi: Taylor è un ex poliziotto espulso dal corpo di polizia a causa del suo temperamento e dei suoi modi di fare trasgressivi e torna nella sua città come investigatore privato.

Teresa de Santis, direttore Rai1, ha messo in palinsesto dal 2 dicembre la terza serie de *I Medici*, quattro puntate, protagonista **Daniel Sharman**, regista **Christian Duguay**. Una curiosità: comparirà pure **Girolamo**

Savonarola, interpretato da **Francesco Montanari**.

Eleonora Andreatta, a capo di Rai Fiction, a Napoli per festeggiare la fine delle riprese della seconda stagione de *Lamica geniale*, tratto dai romanzi di **Elena Ferrante**. Dice: «Portiamo l'immaginario italiano nel mondo tenendo sempre al centro della narrazione il vissuto del nostro Paese. Una sfida narrativa, produttiva e culturale in piena coerenza con il ruolo di servizio pubblico della Rai». Protagonisti sono **Gaia Girace** e **Margherita Mazzucco**. Sarà la fiction di punta della prossima primavera di Rai1.

Francesca Fialdini (*Da noi, a ruota libera*, Rai1) si toglie un sassolino dalla scarpa a proposito de *La Vita in Diretta*, trasmissione che ha condotto per due stagioni prima di non essere riconfermata (ora al timone ci sono **Loirella Cuccarini** e **Alberto Matano**): «*La Vita in Diretta* da diversi anni ormai è un gigante dormiente incapace di bilanciare temi e argomenti. Il racconto della cronaca nera è legittimo ed è motivo di interesse per il pubblico (anche se non ci sono da un po' casi che scuotono l'opinione pubblica) ma non deve sfociare in un'impaginazione complessiva troppo seriosa, talvolta cupa».

Sergio Castellitto, **Gior- gio Panariello** e **Irene Ferri** trionfano domenica sera con la fiction *Pezzi Uniti* (Rai1, 4,6 milioni di telespettatori, 20%) che lascia le briciole all'altra fiction, con **Mega Montaner**, *La caccia* (Canale5, 2,1 milioni, 9,4%), superata anche da *Le Iene* (Italia1, 2,2 milioni, 12,8%). Bene **Fabio Fazio** (*Che tempo che fa*, Rai2), trascinato da **Francesco Guccini** e **Antonio Albanese** (2,1 milioni, 8,4%). Sabato è **Belen Rodríguez** a vincere la serata con *Tù si que vales* (Canale5, 5,4 milioni, 29,5%) ma Rai1 si avvicina con *Una storia da cantare* (4,1 milioni, 21,1%) dedicato ai grandi cantautori (si è incominciato con **Fabrizio De André**) e condotto da **Enrico Ruggeri**. Delude invece **Federica Sciarelli** che con *Dottori in corsia* (Rai3) racimola appena 666 mila telespettatori (3,2%).

Massimiliano Ossini, Giu-

lia Capocchi e Lino Zani tornano con *Linea bianca*, su Rai1 dal 30 novembre (fino a metà aprile). Tra i temi che saranno affrontati nelle prime puntate: il cambiamento climatico, il dissesto idrogeologico, la sicurezza in montagna. Oltre, ovviamente, all'aspetto vacanziero. Si parte con

Courmayeur e la Thuile.

Alfonso Signorini è al lavoro per raggiungere l'obiettivo del rilancio del *Grande fratello Vip*, da gennaio su Canale5 (nel ruolo di opinionisti: **Wanda Nara** e **Pupo**). L'ultima edizione del programma è inciampata su ascolti non en-

tusiassimanti, Signorini cercherà di ravvivare il copione un po' stantio del reality, giunto alla quarta edizione. Perciò salterà (o quasi) le vacanze di Natale.

Veronica Pivetti (*Amore criminale*, Rai3) neo-femminista, o quasi. Ha scritto un

nuovo libro *Per sole donne* (Mondadori) e assicura che è un po' autobiografico. Spiega: «Quando una donna tocca il traguardo dei 50 anni viene in mente solo la menopausa e il crollo del desiderio, toccare l'argomento del sesso è un tabù. Invece no: il desiderio cambia ma non muore».

— © Riproduzione riservata —



CHESSIDICE IN VIALE DELL'EDITORIA

Mondadori: Pozzi, verso anno estremamente positivo. «Chiuderemo un anno in modo estremamente positivo, raggiungendo tutti i target dati a inizio anno. Nel 2019 a livello omogeneo i ricavi saranno stabili. Lebitda continuerà a crescere a singola cifra». Lo ha dichiarato ieri il cfo di Mondadori Oddone Pozzi, interpellato da MF-Dow Jones in occasione dell'evento Mid e Small Cap, aggiungendo che «un altro aspetto» da evidenziare «è la generazione di cassa molto importante. L'indebitamento nel 2019 sarà pari a 60 mln rispetto ai 150 mln del 2018. Strategicamente continuiamo a rafforzare il business Libri. Abbiamo inoltre la capacità e la disponibilità finanziaria per ulteriori investimenti. Sarà quindi un anno estremamente positivo». Pozzi ha poi aggiunto che «c'è un interesse, come noto, per il settore dell'editoria professionale. Stiamo lavorando con l'obiettivo di finalizzare un'operazione per fine 2019-inizio 2020».

Mise, arriva il Bonus tv per nuovi apparecchi e decoder. Via libera alla erogazione dei contributi a favore dei cittadini per l'acquisto di tv e decoder di nuova generazione. È stato pubblicato l'altro ieri sulla Gazzetta Ufficiale il decreto interministeriale Mise-Mef (anticipato da ItaliaOggi lo scorso 13 novembre) che disciplina le modalità per l'erogazione dei contributi a favore dei cittadini per l'acquisto di tv e decoder di nuova generazione, con l'obiettivo di supportare la transizione

del sistema radiotelevisivo verso la nuova tecnologia Dvbt-2/Hevc. Per la misura, che rientra nell'ambito delle numerose azioni messe in campo dal Mise per accompagnare il processo di trasformazione digitale del settore tv sono state stanziati nella legge di Bilancio 2019 risorse finanziarie per circa 150 milioni di euro. Gli utenti beneficiari del Bonus tv, che avrà un valore fino a 50 euro, saranno le famiglie con reddito Isee fino a 20 mila euro. Il contributo sarà disponibile dal

18 dicembre 2019 al 31 dicembre 2022, anno in cui si concluderà il processo di transizione alle reti digitali terrestri in Dvbt-2, e sarà riconosciuto sotto forma di sconto praticato dal venditore dell'apparecchio sul relativo prezzo di vendita.

Readly e Condé Nast, insieme per la lettura delle riviste digitali via app. Readly, servizio europeo di abbonamento digitale a riviste e disponibile in Italia dal 28 maggio scorso, amplia ulteriormente la platea delle testate presenti nella sua piattaforma. Entrano infatti Condé Nast Italia e i suoi nove magazine. Sono così cento i mensili e i settimanali italiani attualmente accessibili tramite app, che si vanno ad aggiungere agli oltre 4.500 periodici internazionali. Ogni utente può attivare su Readly fino a cinque profili, utilizzabili in contemporanea su diversi dispositivi. Oltre al canone mensile, pari a 9,99 euro, Readly non prevede spese extra, compresa l'eventuale disdetta che è gratuita.

Big data, mercato da 1,7 mld con media e Itc in pole position. Il mercato italiano dei big data analytics è cresciuto quest'anno del 23%, fino a raggiungere la soglia degli 1,7 miliardi di euro. E tra i settori più attivi ci sono anche i media insieme alle telecomunicazioni, con una quota di mercato complessiva del 14%, preceduti solo da banche (28%) e comparto manifatturiero (24%). Secondo uno studio dell'Osservatorio Big Data Analytics-Business Intelligence della School Management del Politecnico di Milano, le principali voci di spesa nell'analisi dei big data sono i software (47%), le risorse infrastrutturali (20%) e la personalizzazione degli stessi software (33%). Nel 2019, «una grande impresa su due ha già inserito in organico almeno un data scientist», ha dichiarato Alessandro Piva, responsabile della ricerca dell'Osservatorio Big Data Analytics-Business Intelligence. «Grazie a questi profili, oggi riescono a elaborare progetti più complessi

dedicati a machine learning, dati non strutturati, analisi in tempo reali».

Iervolino Entertainment, accordo per l'acquisto di Arte Video. La società, attiva nella produzione di contenuti cinematografici e televisivi per il mercato internazionale e quotata sull'Aim Italia, ha sottoscritto un accordo per l'acquisizione di Arte Video, azienda attiva nella realizzazione ad alto livello qualitativo di produzioni e post produzioni video, cinematografiche, animazione e multimediali.

Wind, on air la nuova campagna di Natale con Fiorello. Wind Tre, azienda guidata da Jeffrey Hedberg, è on air con il primo spot della nuova campagna natalizia del brand Wind, che vede Fiorello protagonista nell'inedita veste di un Babbo Natale alle prese con regali improbabili. Al centro della comunicazione, l'offerta Wind «100 Giga in regalo» ogni mese, fino al 1° marzo 2020, per i nuovi clienti «All Inclusive Easy Pay», anche nelle versioni «Smart», «Young» e «Senior», disponibile a partire da 9,99 euro al mese. Il nuovo spot (regia di Senegal, casa di produzione Alto Verbano) è programmato, nei formati da 30, 20 e 15 secondi, sulle maggiori reti tv nazionali.

Antitrust, istruttoria su pratiche scorrette verso clienti Treccani. L'Antitrust ha avviato un procedimento istruttorio nei confronti delle società Progetto archivio storico (Pas) e Assegnazione Arte per accertare due presunte pratiche commerciali scorrette, avviate nell'ambito della promozione e vendita di prodotti e servizi a consumatori già acquirenti di prodotti Treccani. In particolare, secondo l'Autorità, l'ipotesi è che soggetti riconducibili a Pas e Assegnazione Arte contattino i clienti indicando loro ingannevolmente di operare in collegamento con Treccani e proponano servizi di valorizzazione delle opere Treccani in loro possesso, quando invece lo scopo del contatto è il collocamento di propri prodotti editoriali.



Al decollo il bonus Tv

Al via il bonus per acquisto smart Tv e decoder. Il decreto del ministero dello sviluppo economico 18 ottobre 2019 è stato pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n. 270 del 18 novembre 2019. Per la misura sono state stanziare nella legge di Bilancio 2019 risorse finanziarie pari a circa 150 milioni di euro, spiega una nota ministeriale. Gli utenti beneficiari del Bonus Tv, che avrà un valore fino a 50 euro, saranno le famiglie con reddito Isee fino a 20 mila euro. Il contributo sarà disponibile dal 18 dicembre 2019 al 31 dicembre 2022 e sarà riconosciuto come sconto praticato dal venditore.



RISIKO DELLE TV

Le scelte dei Berlusconi fare pace con Bolloré e un asse con Kretinsky

Vivendi può vendere
un 19% di Mediaset
ma i nodi sono il prezzo
e il compratore

di Sara Bennewitz e Ettore Livini

MILANO – La strada per la pace tra Mediaset e Vivendi, a due giorni dal termine per l'intesa fissato dal tribunale, resta ancora in salita. La guerra degli ultimi tre anni ha lasciato cicatrici - specie sul fronte dei rapporti personali - dure da cancellare. E a dividere Arcore e Parigi, interessate entrambe a un armistizio, ci sono tre nodi difficili da sciogliere: a quale prezzo si può fare la pace, il futuro di Media For Europe (Mfe) - la nuova holding olandese del Biscione "congelata" dalla guerra giudiziaria dei francesi - e chi acquisterà il 20% circa delle tv di Berlusconi che Bolloré sarebbe pronto a vendere. Obiettivo: chiudere la partita con Cologno dopo la guerra sulla pay-tv e il tentativo di scalata che gli è costato carissimo anche sul fronte Telecom.

I termini generali dell'intesa, in

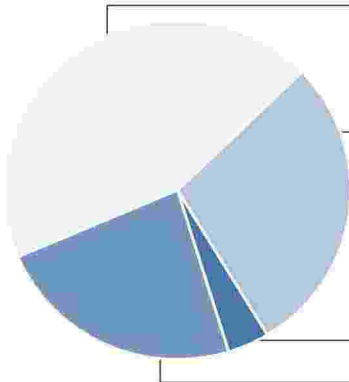
*Fininvest ha aperto
un canale con il ceco
per unire le forze su
ProsiebenSat*

teoria, sono la parte più semplice del trattato di pace. E non a caso sarebbero stati in qualche modo già concordati dai legali delle parti: Mediaset rinunciarebbe a tutte le richieste danni contro Vivendi mentre i transalpini cederebbero il 19% delle tv, tenendo in tasca il 10% circa. Il problema sono i soldi: il titolo di Cologno vale a Piazza Affari 2,66 euro. Se Bolloré vendesse il 20% al prezzo offerto per il recesso di 2,77 euro, la perdita rispetto a quello medio di acquisto (3,7 euro) sarebbe di 205 milioni, anche se nel bilancio Vivendi il valore dei titoli "disponibili per la vendita" è stato svalutato a 2,69 euro (cioè 18 milioni in meno dell'offerta e più dei valori di Borsa). Il gioco vale la candela? Sì, dicono ad Arcore, perché l'intesa farebbe decadere tutte le cause (le richieste di danni dei Berlusconi superano i 3 miliardi) rendendo più agile anche quella penale, dove l'udienza per la chiusura delle indagini è fissata al 5 dicembre.

Ammesso e non concesso che si trovi la quadra sulla cifra, resta il problema di scovare un compratore disposto a spendere 618 milioni per le azioni conferite alla fiduciaria Simon. Di sicuro non possono farlo i Berlusconi, per non essere

costretti all'Opa. Le indiscrezioni parlavano di una trattativa di Peninsula e Credit Suisse. Peninsula però si sarebbe tirata indietro e in pista ci sarebbe rimasta solo la banca elvetica (già garante dei diritti di recesso di Mediaset Espana). Il rimescolamento di carte nell'azionariato di Mediaset potrebbe essere l'occasione per aprire il capitale a nuovi soci. Uno tra gli indiziati è il tycoon ceco Daniel Kretinsky, già entrato nel capitale di Le Monde, di Elle e Marianne in Francia e spuntato nelle scorse settimane con il 4,1% in ProsiebenSat, il network tedesco dove i Berlusconi hanno il 15,1%. Praga e Arcore avrebbero già aperto un canale di comunicazione per studiare come unire le forze in Germania e insieme creare un'alleanza europea nelle tv generaliste, magari sotto il cappello di Mfe, la holding olandese - bloccata dai ricorsi di Vivendi - dove confluiranno Mediaset e Telecinco. Un'eventuale fusione tra le due aziende controllate da Arcore e ProsiebenSat vedrebbe i Berlusconi come primo socio al 33% circa. E nella partita potrebbero entrare anche i network di Kretinsky nel resto d'Europa. Ma pare che Vincent Bolloré veda con sospetto il finanziere ceco, a cui peraltro Vivendi ha ceduto la sua quota in Fnac. © RIPRODUZIONE RISERVATA

Le azioni Mediaset



44,18%

Fininvest

28,80%

Vivendi

3,73%

Azioni proprie

23,29%

Mercato

I numeri

205

La perdita

Se Simon, la fiduciaria dove Vivendi ha messo il suo 19% di Mediaset, cedesse azioni a 2,7 euro, perderebbe 205 milioni

3

La richiesta danni

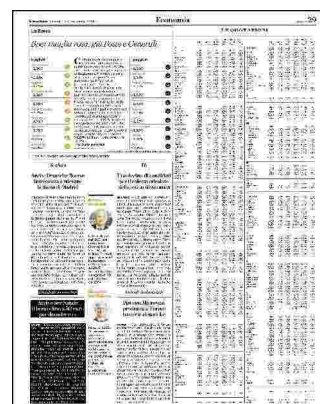
I Berlusconi rinuncerebbero a oltre 3 miliardi di risarcimenti



Digitale terrestre

Arriva per Natale il bonus fino a 50 euro per decoder e tv

ROMA – Il bonus per comprare tv e decoder di nuova generazione – capaci di ricevere i canali trasmessi con la tecnologia Dvb-T2 – sarà disponibile dal 18 dicembre. Il bonus – che garantirà uno sconto fino a 50 euro – è riservato alle famiglie che hanno un reddito complessivo (Isee) pari a 20 mila euro o inferiore. Un componente della famiglia dovrà andare al negozio con il codice fiscale, un documento d'identità e una autocertificazione per attestare che il nucleo familiare rientra nella fascia di reddito indicata dal decreto (ieri in *Gazzetta*). I televisori e i decoder idonei riceveranno il segnale Dvb-t2 con codifica Hevc Main 10. Questa nuova tecnologia di trasmissione (Dvb-T2) partirà dal 30 giugno 2022. Per il bonus, stanziati 151 milioni tra 2019 e 2022.



NUOVI MEDIA

Il tempo cancellato da una app

TikTok è la più scaricata dell'anno. Serve a postare video di 15 secondi senza data né ora. Perché l'unica misura del futuro è l'algoritmo

di Riccardo Luna



C'è qualcosa di ironico, e di sinistro, nello scegliere di chiamarsi TikTok, come il ticchettio di un orologio, e nell'aver abolito il tempo. Non il tempo meteorologico, ma la linea del tempo, quella che va dal passato al futuro dando perciò un senso più profondo alle nostre esistenze. Da dove veniamo, dove andiamo: per capire chi siamo. Su TikTok il tempo non esiste. È forse l'unico luogo al mondo, sicuramente l'unico della rete, in cui non ci sono riferimenti temporali. Che giorno è? Che ore sono? Quando è stato postato questo video che sto guardando? Ieri, oggi, un anno fa? Non si sa, non importa. Basta che faccia ridere. Ma se è importante parlarne è perché TikTok è stata la app più scaricata del 2019; la usano, con gran divertimento si direbbe, più di un miliardo di persone; è di proprietà di un gruppo cinese, basato a Pechino e valutato recentemente 75 miliardi di dollari, di cui si sa pochissimo; e cresce così in fretta, soprattutto fra adolescenti e adulti che non vogliono crescere, che gli Stati Uniti la considerano addirittura una minaccia alla sicurezza nazionale. E forse tutte queste cose - il successo, il mistero, l'inquietudi-

ne che molti avvertono - sono legate da questa scelta così radicale: il tempo non esiste. O meglio esiste un altro tempo. Non cronologico. Il tempo algoritmico.

Questa cosa TikTok non l'ha inventata, l'ha portata alle estreme conseguenze. Sono stati Twitter e Facebook, e poi YouTube e Instagram i primi a convertirsi a una rappresentazione del mondo che mette in testa quello che l'algoritmo ritiene che catturerà la nostra attenzione, il nostro tempo, infischiansene dell'ordine temporale.

Ma nei post, nei video, nei tweet, resta sempre ben visibile una data, con un'ora precisa, quella in cui quel contenuto ha iniziato la sua vita. Il segno del tempo. Nessuno replica a un tweet di una settimana prima. Non ha senso. È scaduto. Su TikTok invece nulla scade perché non c'è modo di sapere quando qualcosa è accaduto. E questo ha una serie di conseguenze per nulla banali: la più evidente è la scomparsa delle notizie. Non hanno senso, al punto che il profilo del *Washington Post*, che pure è il quotidiano del Watergate, qui mica parla dell'impeachment di Trump, ma è popolato di video buffi in cui i giornalisti fanno la parodia di sé stessi. Con le notizie vere scompaiono anche quelle false, le fake news, e scompaiono la propaganda, l'*hate spee-*

ch e le zuffe quotidiane a cui assistiamo sugli altri social network. TikTok non è il paradiso, ma certo vive fuori dal nostro complicato tempo.

Eppure poche cose come TikTok riescono a farti sentire vecchio, obsoleto. A farti dire: dio come passa il tempo. Quando debuttò, un paio di anni fa, venne liquidata come la app del karaoke degli adolescenti. Non avevamo capito nulla. Il karaoke non c'entra, anche se quasi tutti i video che gli utenti postano hanno una base musicale e in molti c'è questa funzione che sincronizza le labbra con le parole della canzone.

Gli adolescenti invece sì, c'entrano eccome. All'inizio la usavano solo loro. Poi, quando si è capito quanto fosse divertente fare i cretini senza essere messi all'indice, l'età degli utenti si è alzata. È la voglia di leggerezza che prevale sulla voglia di crescere. Era facile: chi ha davvero voglia di andare incontro al futuro con quello che c'è in giro? Meglio fare gli scemi. In fondo su TikTok si tratta di fare questo: cose sciocche, imbarazzanti. *Cringey*, è la parola esatta. Scatenare una risata. C'è un'età per tutto, si diceva un tempo. Ma il tempo qui non conta. Conta fare video buffi di quindici secondi, la durata delle clip su TikTok.

Da un certo punto di vista, entrare in questo mondo senza tem-

po è liberatorio. È come avere sul telefonino il villaggio vacanze dove muoveva i primi passi Fiorello (che qui infatti si trova da dio), il Bagaglino con le battute da avanspettacolo, i talenti sgangherati e generosi della *Corrida* di Corrado e un talent show di barzellettieri. A tua scelta. Tutto in quei video di 15 secondi serviti da un misterioso algoritmo che non ha avuto bisogno di chiederti chi sei, che amici hai, che interessi ti appassionano. Sembra saperlo già, appena entri. La differenza con gli altri social network è immensa: è stato osservato che Facebook si comporta come quei camerieri che ti chiedono cosa vuoi mangiare e ti propongono quello che hanno nel menu; il ca-

meriere di TikTok, grazie all'intelligenza artificiale, ti serve la cena senza che tu dica nulla, in base a come hai guardato la vetrina del cibo. Il problema è che continui a mangiare fino a quando non ne puoi più. E anche allora vorresti restare un altro po', in quel paese dei balocchi, perché hai perso la cognizione del tempo. Infatti non dici «resto altri cinque minuti poi smetto», ma «guardo ancora tre video e stop». L'unità di misura del tempo algoritmico.

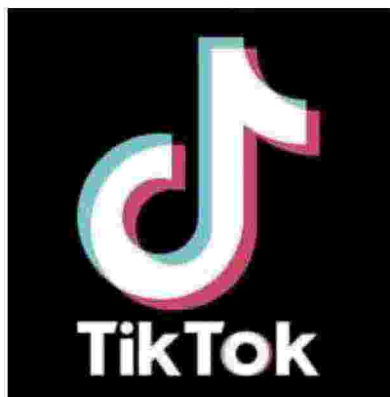
Non si sa come sia nata questa storia dei quindici secondi, ma non deve essere stato per caso. Qualche anno fa Twitter aveva lanciato una app che consentiva di fare video di sei secondi. Trop-

po poco. Quindici invece funziona: è la durata di una barzelletta, di una battuta fulminante, di un capitombolo, la mossa di un balletto. Nel 1968 Andy Warhol disse (o gli fu fatto dire, non importa), che «in futuro chiunque sarebbe stato famoso per quindici minuti». Pensava alla televisione, ma in fondo quella era la profezia degli youtuber, le micro-celebrità.

Qui siamo oltre, siamo alle nano celebrità: basta una clip azzeccata ed è fatta. Oggi puoi essere famoso per quindici secondi. O quantomeno divertirti. A quale prezzo lo scopriremo. Ma con il tempo scompaiono anche i sogni, il futuro, il senso di quello che siamo davvero. Forse persino la felicità.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

*All'inizio la usavano
solo gli adolescenti
Ma poi l'età
degli utenti si è alzata
Perché la voglia
di leggerezza prevale
su quella di crescere*



▲ Il logo

Il simbolo della nuova applicazione amata dai più giovani



Chinatown La serie prequel su Netflix

David Fincher dirigerà una nuova serie Netflix che racconterà le prime investigazioni del detective privato J.J. Gittes, protagonista del film del 1974 *Chinatown*, interpretato allora da Jack Nicholson



TELEVISIONI

Per ProSiebenSat oltre a Mediaset spunta l'interesse del private equity americano Kkr

(Montanari a pagina 11)

*Il gruppo tv tedesco fa gola a tanti player, compresi Viacom e Discovery
Il Biscione sarà l'ago della bilancia*

IL PRIVATE EQUITY AMERICANO POTREBBE ENTRARE IN CAMPO, MAGARI A FIANCO DI MEDIASET

Su ProSiebenSat ora spunta Kkr

DI ANDREA MONTANARI

I numeri Mediaset dei nove mesi dell'azienda non sono stati positivi. Inoltre il mercato pubblicitario, che vale oltre 20 miliardi, è in flessione. Ma ProSiebenSat.1 resta una potenziale preda. Perché è l'unica public company europea nel settore televisivo. Anche se ora ha un socio forte come appunto Mediaset che, mettendo sul piatto 500 milioni, ha acquistato il 15% e punta ad arrivare al 20%. Il network guidato dal ceo Max Conze, attivo in 13 mercati del Vecchio Continente, catalizza l'attenzione di tanti investitori, industriali e finanziari. A partire dal fondo americano Kkr, che in Germania negli ultimi anni ha inanellato una serie di acquisizioni nel settore media: dal 43,6% di Gfk al 100% di Tele Munchen, a Universe Film, a Wiedemann&Berge Film e da EndemolShine (prima della fusione con Banijay) di Weidemann&Berg Tv e, infine, il costoso 43,5% di Axel Springer. Così, come sostengono gli analisti di Oddo-Bhf, non è da escludere che Kkr muova pure su ProSiebenSat.1 per dare vita a un big nazionale.

Di recente il settore è stato interessato da altro shopping dei fondi: Blackstone ed Hellman&Friedman hanno acquistato Scout24 e Silver Lake si è aggiudicata Zoopla. Ma Kkr può essere un nemico o un alleato del gruppo guidato da Pier Silvio Berlusconi? Ovviamente la bilancia propende a favore del colosso Usa. Tanto più che semmai i Berlusconi puntano alla fusione carta contro carta con ProSiebenSat.1 per farla confluire nella newco olandese Mfe. Per Oddo-Bhf, potrebbe nascere un asse Kkr-Mediaset per conquistare ProSiebenSat.1 (l'opa costa circa 3 miliardi) e

poi lavorare allo sviluppo, anche del digitale. Business nel quale è forte la stessa Axel Springer. Tra l'altro il fondo Usa si ritroverebbe in mano azioni della quotata Mfe da valorizzare. Più difficile, invece, prevedere un intervento massiccio di Daniel Kretinsky che ha rilevato il 4% del network tedesco ma che, secondo Oddo-Bhf, non ha le disponibilità economiche per fare il grande balzo. Semmai potrebbe bussare al Biscione e cercare un'alleanza, anche se in tanti considerano l'imprenditore ceco vicino a Vincent Bolloré, che con Vivendi ha il 28,8% di Mediaset e che sta valutando la diluizione attraverso una vendita, del 10-15%, a fondi e investitori in qualche modo vicini ai Berlusconi. Ieri, però, è emerso che Cmi, la holding che fa riferimento a Kretinsky, non è interessata al momento ad acquistare azioni Mediaset. Lo ha dichiarato il consigliere di Cmi, Daniel Castvaj, che ha aggiunto che non ci sono stati. Infine, come evidenziano gli analisti di Oddo-Bhf, la quota della società di Cologno Monzese in ProSiebenSat.1 può fungere da baluardo rispetto alle mire espansionistiche di player quali Viacom, Discovery, Cbs e Disney. (riproduzione riservata)



cdp MF cdp

Trappola d'acciaio per Mittal
Il governo trema anche sul fondo salva-Stati

Wicicchie di diavole dalla Lega. Perde il calcio
Le novità, i protagonisti e tutti i numeri del politico

INVESTIAMO NEL DOMANI

170

cdp

MONTANARI

Su ProSiebenSat ora spunta Kkr
Mentre scende nel digitale e continua i lanci 2019

A chi il controllo dell'ombudsman Isabella Piretti?

MOTORE ITALIA

Per il consorzio il 95% di Profepi



Will 'Frozen II' Snap November's Box Office Cold Streak?

"A Beautiful Day In the Neighborhood" and "21 Bridges" also hit theaters

Jeremy Fuster | November 19, 2019 @ 5:24 PM
 Last Updated: November 19, 2019 @ 5:25 PM



Photo credit: Walt Disney Studios



MOST SHARED

After weeks of successive box office flops, Disney is once again coming to movie theaters' rescue with the release of "Frozen II," a long-awaited sequel expected to bring 2019's biggest opening weekend since the release of "The Lion King" back in July.

Releasing on 4,300+ screens, "Frozen II" is projected by independent trackers for a \$105-115 million opening, which would make it the first animated film to open above \$100 million outside of the summer. Analysts who spoke with TheWrap say that they believe an opening as high as \$130 million is possible.

Expectations for this sequel are through the roof. It's not an exaggeration to say that "Frozen" has become *the* Disney classic for today's generation of kids in the way that "The Lion King" and "Beauty and the Beast" were for kids of the 90s. That has made "Frozen" into a brand nearly as valuable for Disney as Marvel or "Star Wars," worth well beyond the \$1.26 billion that the first film grossed in the winter of 2013.



Also Read:

[Will the Box Office Rely on Disney Again This Holiday Season?](#)



MEDIA

Denver Post Owners Alden Global Capital Become Major Shareholder of Tribune Publishing

By [Jeremy Fuster](#) | November 19, 2019 @ 5:22 PM



MOVIES

'Legion' Creator Noah Hawley in Talks to Write And Direct Next 'Star Trek' Film for Paramount

By [Umberto Gonzalez](#) | November 19, 2019 @ 3:28 PM



TV

Kevin Mayer Explains Why Disney+ Had Technical Problems at Launch

By [Tim Baysinger](#) | November 19, 2019 @ 4:23 PM



TV

How Dan Fogelman Finally Convinced M Night Shyamalan to Guest Star on 'This Is Us'

By [Jennifer Maas](#) | November 19, 2019 @ 2:54 PM



But "Frozen II" is expected to have a different trajectory during its theatrical run than either the first "Frozen" or the Pixar summer films that have been surefire hits for Disney over the past few years. "Frozen" was a slow burner, opening to \$93 million and earning weekend totals above \$10 million until its 10th weekend. The film didn't fall out of the top 5 on the weekend charts until mid-February and finished with a \$400 million total.

"Frozen II" is unlikely to have such legs, as the release of fellow Disney blockbuster "Star Wars: The Rise of Skywalker" and other Christmas releases will likely slow down the later stages of its theatrical run. But at the same time, analysts are ruling out a \$150 million-plus opening despite record presales on Atom and Fandango because they believe that "Frozen II"'s key audience, families, will probably wait until Thanksgiving weekend to see the film.

"Animated movies in the summer can be frontloaded because there's nothing holding families back from seeing it on opening weekend," Boxoffice Pro analyst Shawn Robbins told TheWrap. "With a long holiday weekend coming up, the turnout from families might be a bit more spread out than usual."

Also Read:

[5 Reasons 'Charlie's Angels' Tanked at the Box Office - And Why Elizabeth Banks Isn't Fazed](#)

Regardless, "Frozen II" is expected to quickly rise up to join the 2019 top 10 box office list, and not a moment too soon. While Warner Bros.' "It: Chapter Two" and "Joker" provided some strong ticket sales in September and October, the weak numbers of the last few releases have left 2019's domestic totals to date down 6.4% from last year. If the windfall holiday season analysts and theater owners have been hoping for is going to come true, it has to start now with Anna and Elsa.

"Frozen II" is set three years after the events of the first film, as Arendelle is threatened by a new danger from far beyond. Anna, Elsa, Kristof, Olaf and Sven journey out into the unknown, and in doing so may uncover a secret connected to Anna and Elsa's long lost parents and the origins of Elsa's powers. Original writer-director team Jennifer Lee and Chris Buck return along with original cast members Idina Menzel, Kristen Bell, Jonathan Groff, and Josh Gad. Sterling K. Brown, Evan Rachel Wood, and Alfred Molina are among the newcomers.

On the mid-budget side are Sony's awards hopeful "A Beautiful Day in the Neighborhood" and STX's Chadwick Boseman action film "21 Bridges." "Beautiful Day" is expected to have a \$17-20 million opening, with Sony projecting a \$14 million opening, while "21 Bridges" is being projected for a \$12-14 million opening.



TV
 Here's Your Guide to All 40 of Hallmark's 2019 Holiday Movies
 By Margeaux Sippell | November 19, 2019
 @ 3:49 PM

MEMBER POSTS

1.



How Spectrum's 'Mad About You' Revival Might Keep People From Cutting the Cord >

2.



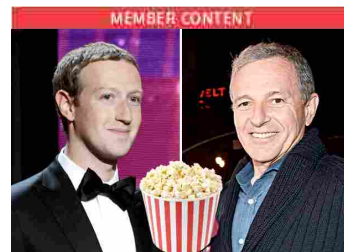
Macy's Thanksgiving Day Parade on NBC to Go 5G (Exclusive) >

3.



How New Snapchat Docuseries 'White Black' Finds Success Tackling Social Issues >

4.



5 Lessons From Q3 Earnings in Entertainment and Tech, From Teflon Facebook to Disney's Streaming Onslaught >

Also Read:

[How 'Joker' Beat Up Several Superheroes en Route to \\$1 Billion at Global Box Office](#)

Sony is hoping that "Beautiful Day" will help erase the struggles of "Charlie's Angels," which opened to a disappointing \$8.35 million this past weekend. With "Frozen II" in theaters, turnout from female audiences for this true story about Mister Rogers will be lower than it could be for the next couple of weekends. Still, with Tom Hanks in a Oscar contending performance as a beloved TV icon, the film should endure in the minds of audiences and stick around even during a blockbuster-heavy December.

"21 Bridges" will try to draw in viewers with the Marvel pedigree of its key players. The film stars Chadwick Boseman in his first major action appearance since "Black Panther" nearly two years ago, while "Avengers: Endgame" directors Anthony and Joe Russo are attached as producers. The film's \$33 million budget was co-financed by Huayi Brothers through their slate financing deal with STX as well as with MWM Studios.

"A Beautiful Day In The Neighborhood" stars Tom Hanks as Fred Rogers, who is interviewed on the set of "Mister Rogers Neighborhood" by a jaded Esquire feature writer (Matthew Rhys). Based on a profile piece by Tom Junod, the film is directed by Marielle Heller from a script by Micah Fitzerman-Blue and Noah Harpster,

"21 Bridges" follows seasoned NYPD detective Andre Davis (Boseman) as he puts all of New York on lockdown in order to find two suspected cop killers (Stephan James and Taylor Kitsch.) Sienna Miller, Keith David, and J. K. Simmons also star in the film, which is directed by Brian Kirk from a script by Matthew Michael Carnahan and Adam Mervis.

Show Comments ▼

Disney+: All the Original TV Shows and Movies Set for Disney's Streaming Platform (Photos)



This website uses cookies

This website use cookies to personalize content, provide custom experiences, target ads, to provide social media features and to analyse our traffic. We also share information about your use of our site with our social media, advertising and analytics partners who may combine it with other information that you've provided to them or that they've collected from your use of their services. Below you have the option of selecting which types of cookies you'll allow to store your personal information. Please read more at our privacy policy page.

Continue with Recommended Cookies

Cookie Details

About Cookies | Privacy Policy

The 2019 Philip K. Dick European Science Fiction Film Festival Announces Award Winners

by TV News Desk Nov. 19, 2019



The Philip K. Dick European Science Fiction Film Festival has announced the award winners for its sixth annual event. The gathering saluted the legacy of novelist Philip K. Dick with a slate of independent science fiction films, six of which were honored for their cinematic excellence. The festival was held October 25-26 in Lille, France

and October 31-November 1 in Cologne, Germany.

BEST SCIENCE FICTION SHORT:

Tomorrow Might Be the Day (2018)

Director: Joséfa Celestin

Run Time/Country: 20 min, France

Synopsis: A fanatic subjects his niece, whose faith wavers, to a baptism in order to restore her faith and ultimately save her from an impending doomsday flood.

BEST HORROR SHORT:

Chromophobia (2019)

Director: Keith Adams

Run Time/Country: 13 min, USA

Synopsis: A clinical psychiatrist becomes obsessed with her mysterious new patient's artwork and realizes he possesses a curious gift.

BEST SHORT DOCUMENTARY:

Hunting For Huxley (2019)

Director: Claire Fleming

Run Time/Country: 5 min, UK

Synopsis: This documentary follows philosopher Aldous Huxley when he visited the recently built and technologically advanced Billingham Manufacturing Plant in 1929. He left inspired and his novel "Brave New World" was born from what he saw combined with his visioned future.

Hot Stories



Reviews: THE LITTLE MERMAID LIVE! - What Did the Critics Think?



Scoop: Coming Up on a Rebroadcast of NCIS: NEW ORLEANS on CBS



Concert Version of LES MISERABLES to be Broadcast Live in U.S. Cinemas

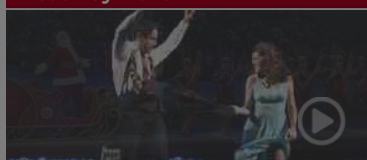


VIDEO: Helen Mirren & Ian McKellen Act Out Trump's Ukraine Call



HGTV's ROCK THE BLOCK Winner Will Be Crowned on November 11

BroadwayWorld TV



Watch Mariaj Tompacio New Highlights from THE CHRIS ROSE TATTOO LAR!



TV Email Alerts

Get the latest news, photos & more.

E-mail address

Sign up

Ticket Central

Browse All Shows



- COME FROM AWAY
- WAITRESS



- KRISTIN CHENOWETH
- ROSE TATTOO

Trending Now on BWW TV

More



BroadwayWorld Announces November Lineup

BEST PHILIP K. DICK SHORT:

The Great 60 Days (2018)

Director: Tae-Woo Kim

Run Time/Country: 9 min, South Korea

Synopsis: A doctor experimenting on fruit flies is developing a substance that can dramatically increase activity in brain cells. After a series of failures, one fruit fly finally has a huge reaction. Its intellect has become mutated.

BEST AUDIENCE AWARD:

The Nine Billion Names of God (2018)

Director: Dominique Filhol

Run Time/Country: 15 min, France/Switzerland

Synopsis: In New York 1957, a Tibetan monk rents an automatic sequence computer. The monks seek to list all of the names of God. They hire two Westerners to install and program the machine in Tibet. A short film is based on the book by Arthur C. Clarke.

BEST NEW MEDIA:

I Can (2019)

Director: Diana Elizabeth Jordan

Run Time/Country: 5 min, USA

Synopsis: A young woman faces a supernatural existential crisis and must overcome her fears to unlock her power within.

Recommended for You

Related Articles

View More TV Stories



The Third Hour of TODAY is Heading to Nashville



RUNAWAYS Has Been Canceled

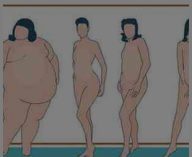


LORD OF THE RINGS Amazon Series Has Been Renewed for Season Two



New Workplace Comedy from COBRA KAI Creators in the Works at Fox

You Might Also Like



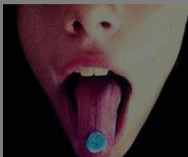
Drink This Before Bed, Watch Your Body Fat Melt Like Crazy



Italy: New Genius Pill Finally Legalized!



Italy: New Genius Pill Finally Legalized!



Italy: New Genius Pill Finally Legalized!



Italy: New Genius Pill Finally Legalized!

Register Now

Be a Broadway Insider and Get Discounts, Specials & More!

Enter Your Email

Subscribe

Around the Broadway World

New Jersey: Voting Now Open For The 2019 BroadwayWorld New Jersey Awards

Spain: NACHO CANO convoca audiciones para su nuevo espect?culo

Spain: Se anuncia el elenco de la gira de EL GUARDAESPALDAS

Netherlands: VIDEO: Willemijn Verkaik To Lead WAITRESS In The Netherland

Seattle: Review: Seattle Rep's SHOUT SISTER SHOUT!

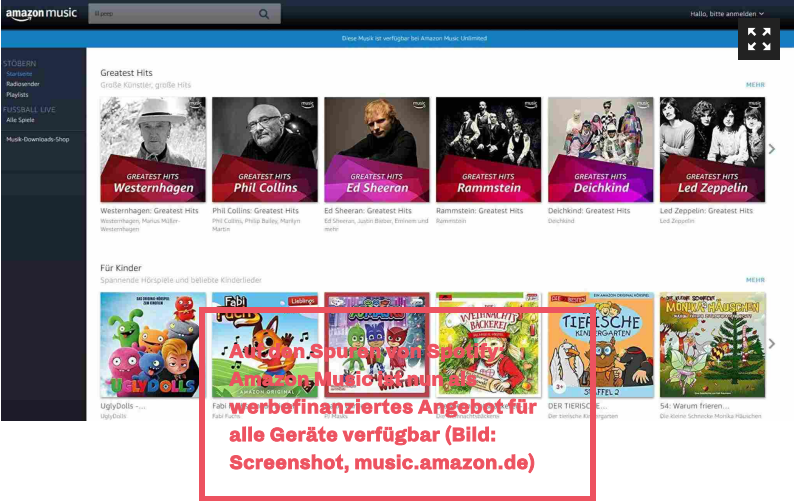
Tampa/St. Petersburg: Review: A Euphoric, Breathtaking Production of Rodgers & Hammerstein's THE SOUND OF MUSIC at the Asolo Rep in Sarasota

UNTERNEHMEN

Amazon Music bohrt kostenfreies Streaming auf

Bisher konnte man das werbefinanzierte Angebot von Amazon Music nur mit einem Amazon-Prime-Abo oder als Mitglied von Amazon Music Unlimited hören. Nun öffnet Amazon Music seinen kostenlosen Dienst auch für andere Nutzer.

19.11.2019 16:05 • von Jonas Kieß



Bisher konnte man das werbefinanzierte Angebot von Amazon Music nur mit einem Amazon-Prime-Abo oder als Mitglied von Amazon Music Unlimited hören. Außerdem hatten nur Kunden mit einem Echo-Gerät die Möglichkeit, auf den kostenlosen Service zuzugreifen.

Ab sofort können Nutzer von allen Geräten wie etwa iPhones, iPads, Android-Geräten und den Fire-TV-Geräten auf den Musikstreamingdienst zugreifen. Sie benötigen dafür lediglich die Amazon Music App.

Der Katalog des Streamingservices bietet dabei "eine werbeunterstützte Auswahl der Top-Playlists und Tausende Radiosender", wie es in einem

Blogeintrag von Amazon heißt.

Wer auf Werbeeinblendungen zwischen Songs verzichten will, dem bietet Amazon entweder Prime Music oder Music Unlimited. Während Mitglieder des Prime-Kundenclubs Zugang zu mehr als zwei Millionen werbefreien Songs haben, können Benutzer von Music Unlimited uneingeschränkt auf die Musikbibliothek der Plattform zugreifen.

**VORIGER ARTIKEL**

Danish Vibes durchzogen noch einmal die Reeperbahn

19.11.2019 14:37

[← zurück zu mediabiz](#)

HOLLYWOOD BANKS ON STAR WARS, 'JUMANJI 2' FOR BIG BOX OFFICE FINISH

When exhibitor Jeff Logan talks to friends and customers about upcoming movies, he's sometimes greeted with a shrug. "I'll tell them there's a new 'Terminator' and they've brought back Arnold and Linda Hamilton, and they don't seem too excited about that," says Logan. "Or there's another 'Rambo,' and they'll go, 'Geez, isn't he getting old?' Sometimes they go back to the well too many times."

Logan has been in the movie business all his life. As the owner of Logan Luxury Theatres, a cinema chain his father started in 1933, he runs three venues in South Dakota, and he has a good feel for the health of the industry, at least when it comes to Middle America. He's been through boom and bust times, and in 2019, he thinks that the problem for theaters hasn't been Netflix or HBO or any of the myriad entertainment options: It's been the films.

Year to date, ticket sales are down 5.5%, with blockbusters including "Avengers: Endgame" and "Joker" not successful enough to paper over flops such as "Men in Black: International" and "Terminator: Dark Fate." But Logan and other theater owners believe that help is on the way. In the coming months, "Jumanji: Welcome to the Jungle," "Frozen 2" and "Star Wars: The Rise of Skywalker" are all scheduled to hit movie screens — a trio of likely hits perfectly timed to close out the year on a high note.

"The business can't set a record every year, but we're going to close out strong," Adrian Smith, Sony's president of domestic distribution, predicts. "The industry is poised for a strong fourth quarter. There's a diverse slate for all audiences during Thanksgiving and the holiday season."

The blockbuster-hopefuls will be complemented by a slew of awards contenders and more modestly budgeted crowd-pleasers, such as "Bombshell," "Cats," and "Knives Out," which could help close the gap in terms of revenues.

"As with every year, there is plenty of competition, but this year it feels like a good mix of offerings where audiences will take the opportunity to see more than one thing during the holidays," says Cathleen Taff, Disney's president of global distribution.

When 2020 rolls around, analysts believe the domestic box office will top out at \$11.5 billion, a more than 3% drop from the \$11.9 billion record set in 2018 but an impressive rebound from a year that sputtered out of the gate. During the first quarter, revenues were down 16%, leaving ticket sales hustling to make up lost ground.

"It's a solid year," says Eric Handler, an analyst with MKM Partners. "It's the second largest ever, so it's not fair to say, 'Oh, my God, the box office is falling apart.'"

Handler blames a number of factors for the shortfall. He notes that Disney fielded so many blockbusters — from the most recent "Avengers" to the upcoming "Star Wars" and "Frozen" sequels — that other studios steered clear, holding their most promising releases for 2020 and beyond. In some instances, that meant that highly anticipated films such as "Wonder Woman 1984" that were supposed to debut in the fall were moved into the next calendar year, thus limiting the overall box office tally.

"If those movies came out this year, we might have been up or at least flat," says Handler.

Though Disney remakes and "Avengers" sequels maintained a chokehold over the box office in 2019, studio executives are optimistic that audiences have a growing appetite for original fare.

"There are real signs that there is opportunity for movies that tell their cinematic narrative in a fresh way," says Kyle Davies, Paramount's president of domestic distribution. "When 'Us,' 'Once Upon a Time in Hollywood,' 'Hustlers' and 'Rocketman' are in the top 25, it tells you there is a hunger for original storytelling."

A bright spot in recent weeks has been a resurgent independent box office, one in which edgier and more esoteric fare such as the World War II satire "Jojo Rabbit" and the Korean thriller "Parasite" have put up impressive grosses. That trend could continue as other Oscar bait such as "Little Women," "1917" and "Uncut Gems" arrive in theaters.

"People love blockbusters and scary films — and they do make so much money — but once you've seen those, you want to see something else," says

Frank Rodriguez, president of distribution at Fox Searchlight. Studios typically gripe about the blood sport that is the holiday season. It's a time of year when everyone fights for screens and attention as they try to take advantage of the massive number of students who are out of school or people taking time off from work. These days the competition isn't just from other blockbuster hopefuls, it's also from an onslaught of streamers. Disney Plus launched to great fanfare this month, offering up a live-action version of "Lady and the Tramp" and the "Star Wars" spinoff series "The Mandalorian." The coming months will see the debut of services from WarnerMedia and Comcast. Analysts and studio executives are divided about what that means for the future of exhibition.

"Disney Plus is going to carve out a huge audience," predicts Jeff Bock, a box office analyst with Exhibitor Relations. "That's going to continue to erode the box office until Hollywood can consistently bring its "A" game every time — and we know how difficult it is to make great movies."

Others believe that streaming represents no more of an existential threat than the advent of television, home video, DVD or any of the other emerging entertainment forms that captured the public imagination without spelling the end of cinema.

"The theatrical experience has been declared dead many times," suggests Jim Orr, head of distribution at Universal. "The rise in streaming is certainly worth paying attention to, but the communal experience will never go away. It's the greatest presentation of the content — the way it's meant to be seen."

There is one piece of streaming content that may have adversely impacted box office results. Martin Scorsese's epic mob story "The Irishman" has earned rapturous reviews and Oscar buzz, but because it's a Netflix release, it's being seen on only a few hundred screens instead of the thousands that would typically play such a hotly anticipated film. Netflix refuses to give theaters an exclusive three-month run for its movies, preferring to offer them on its platform within weeks of their debut. For that reason, major chains such as AMC and Regal declined to screen the film.

"That one had real commercial potential," says Patrick Corcoran, chief communications officer of the National Assn. of Theatre Owners, an exhibition industry trade group. "They could have done some serious business with that movie."

For the most part, exhibitors seem happy with the Christmas bounty to come. For Brock Bagby, executive VP of B&B Theatres, a family-run chain with 50 locations across the Midwest, this holiday season represents the culmination of a major push to position the company for a new generation of moviegoing. Over the past four years, B&B has replaced outdated seating with luxury recliners, added high-end menu items and offered new forms of exhibition such as multi-projector screens and 4D. It's taken time and money, but Bagby says he thinks the next month and a half will prove all the hard work was worth it.

"It's fitting," says Bagby. "We've been preparing for this as a company. And just as our saga is coming to a close, so is the saga of the Skywalkers with the new 'Star Wars.' It's kind of the culmination."

Popular on Variety "The Mandalorian" Cast Reacts to the Surprise Character Reveal "The Mandalorian" cast, including Werner Herzog, Carl Weathers, Omid Abtahi and Emily Swallow share their reactions to seeing the "baby Yoda" character revealed in the first episode of the new Disney Plus series. The animatronic alien was a hit with the cast, and Weathers guessed it would be a hit this holiday season, too.

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 Next Up Actors on
 Actors: Jennifer Lopez & Robert Pattinson (Full Conversation) 0.5x 1x 1.25x
 1.5x 2x Live More Videos 'The Mandalorian' Cast Reacts to the
 Surprise Character Reveal Actors on Actors: Jennifer Lopez & Robert Pattinson (Full
 Conversation) Kristen Stewart Says Acting Is Like her Family Taika Waititi On His
 'Mandalorian' Droid IG-11

[HOLLYWOOD BANKS ON STAR WARS,' JUMANJI 2' FOR BIG BOX OFFICE FINISH]

'La casa de papel' y La 2 triunfan en la gala de los premios Iris de la televisión

David Broncano y Carlos Franganillo, entre los reconocidos por la Academia

EL PAÍS, Madrid La serie *La casa de papel* continúa su camino imparable de éxito. La tercera parte de la serie de Netflix fue la gran triunfadora de los premios Iris de la televisión al hacerse con cinco de los galardones más importantes: Mejor ficción, actriz (Alba Flores), actor (Álvaro Morte), dirección y producción. La gala de los premios de la Academia de televisión se celebró el lunes por la noche en Madrid.

La casa de papel se impuso a *Hierro* (Movistar+), *La caza: Monteperdido* (La 1), *Arde Madrid* (Movistar+), *Matadero* (Antena 3) y *Presunto culpable* (Antena 3)

en la categoría de Mejor ficción. El reconocimiento a Mejor guion fue para *Hierro*.

David Broncano fue elegido como Mejor presentador por *La resistencia*, el *talk show* del canal #0 (Movistar+). Carlos Franganillo se alzó con el Iris a Mejor presentador de informativos por el Telediario nocturno de La 1. Ambos recogieron sendos Ondas la semana pasada. RTVE también triunfó en la categoría de Mejor programa gracias a *Cachitos de hierro y cromo*, el espacio que bucea en el inmenso archivo de TVE en La 2, y en la de Mejor programa infantil con el especial

Lunnis de Leyenda, Museo del Prado. Por segundo año consecutivo se ha producido un empate a votos en la categoría de mejor informativo, en esta ocasión entre *Al rojo vivo* (La sexta), que repite, y *La 2 noticias*, que este año ha cumplido su 25 aniversario. El premio de Mejor programa de un canal temático fue para *España después de la guerra* (Dmax), la serie documental sobre la posguerra con imágenes coloreadas.

Sálvame (Telecinco) y *Cuéntame* (La 1) fueron premiados *ex aequo* con el Premio de la Crítica 2019. Belén Esteban fue la encargada de recoger el galardón para su programa: "A *Sálvame* siempre

se le exige más y eso lo ha hecho mejor y más fuerte. Sé que nuestro programa os resulta casi siempre intrascendente, pero regala compañía". Los Premios Iris del Jurado recayeron en Toñi Moreno "por su profesionalidad y cercanía" y en la cadena La Sexta "por ser un canal de referencia informativa gracias a su compromiso con la actualidad y el directo". También recibieron los premios del Jurado el programa de TVE, *Prodigios*, el de CMMedia, *Los investigadores*, a la vez que la serie *La víctima número 8* (Telemadrid y ETB) se alzó con el Premio a Mejor Dirección de Ficción Antonio Mercero. Matías Prats recibió el premio a la trayectoria.



Samsung eyes slice of Apple's \$50bn-a-year services model

South Korean group eschews content, pinning hopes on 5G and software

EDWARD WHITE — SUWON

Samsung, the world's largest smartphone maker, wants to emulate Apple's success in building a \$50bn-a-year services business as the rapid growth of smartphone sales begins to tail off.

The South Korean company, which has never reported any revenue from services, is planning to move into services after heavily investing in software over the past four years.

"Now we are at the stage where we are trying to package these major software investments into meaningful customer experiences," a senior executive told the Financial Times at the company's campus at Suwon, south of Seoul.

Samsung's search for growth away from its hardware divisions comes as analysts pencil in annual increases in the smartphone shipments of only 1 to 2 per cent for the foreseeable future.

It has yet to reveal precisely what new "customer experiences" it hopes to monetise, with executives saying that opportunities will become clear only with the wider adoption of the latest technology.

"We have a wave of new technologies coming, they are very precise: cloud-based service delivery, advanced connectivity, large-scale connectivity done fast with 5G, and [artificial] intelligence. These things, we believe, open a completely new space for the next 10, 20 years," said the Samsung executive.

Samsung believes it can take advantage of its existing 1bn customer accounts and expand the use of SmartThings, a platform allowing people to control and monitor electronic devices

in their homes and offices from their smartphone.

The platform, acquired in 2014 for a reported \$200m, can connect to about 5,000 different devices, from fridges and vacuum cleaners to security cameras and sensors, and has about 45m active users. Samsung hoped that its voice assistant Bixby, a competitor for Siri or Alexa, would be a way for consumers to control devices, but it has so far failed to win widespread adoption.

"First, we need to have a good, a product that people use, then you get scale, then you make money. Not the other way around, which is a common mistake. So the timeframe for scale is [the] next two to three years, and in that timeframe we envisage service innovation opportunities," the executive said.

While noting there was "little transparency" about Samsung's plans, Carolina Milanese, an analyst at Creative Strategies, a US tech research firm, suggested the company might opt for a revenue-sharing model, whereby it takes "a chunk" of a transaction fee from a partner that supplies services via the SmartThings platform, rather than customers subscribing to Samsung services directly.

Ms Milanese pointed, as an example, to an existing tie up between Mastercard and Samsung that enables consumers to order groceries directly from a Samsung refrigerator that has a display and internet connection. "There is definitely opportunity for them. I don't think it is going to be an overnight sensation, I think it is going to take time."

Samsung also sees growth stemming from more conventional services for both consumers and enterprises, linked

to products in health, cyber security and payments.

But the company has tried and failed for years to make money out of music, video and virtual reality services. Some industry watchers believe the gap with Apple is a symptom of a longstanding and chronic problem in the South Korean group: a failure to expand beyond its history of manufacturing to software-based businesses despite years of investment.

Sanjeev Rana, a Seoul-based analyst with CLSA, noted that half of Apple's 900m iPhone users around the world pay for services. That brought in a record \$12.5bn in the third quarter — edging above one-third of iPhone sales — and netting \$46.3bn over the previous 12 months.

"I feel like there is a lack of seriousness [from Samsung]. The company needs to have a decent services portfolio that customers would want to pay for and then market it properly across the different set of devices that they have," Mr Rana said.

Earlier attempts in cloud-based services and music streaming had demonstrated Samsung was "trying to copy Apple but didn't put serious thought or effort into monetisation", he added.

Meanwhile, Apple shows no signs of slowing. Neil Cybart, an analyst at Above Avalon, estimated Apple's music streaming service could crack the 100m customer mark by late 2022, while new television streaming and gaming units would reach 55m and 30m paying subscribers, respectively.

Even for "wild card" offerings such as gaming, Apple has a big advantage because it can give its own services "prime real estate in the App Store", which has 500m visitors every week, Mr Cybart noted in a recent report.

Samsung argues that its future does not lie in content. Incumbents such as streaming giants Netflix and Spotify were "partners not competitors", the Samsung executive said.

"Some of the services businesses are very mature, like content. Nobody can bet on the future but I don't know of any plans for us to go and do this kind of stuff because there are companies who are doing it very well," he said.

Rather than competing, the company sees opportunities in expanding relationships with Google, whose Android service is used as the main operating system for its smartphones, and Microsoft, with whom the company recently struck a broad alliance to boost interoperability between its phones and Windows PCs.

Bob O'Donnell of Technalysis

Research, a US firm, said by opening its devices and platforms to other global tech giants, just as technology was changing with advances such as 5G, Samsung had taken a “singular central position”. However, whether that would translate into new revenue streams beyond selling more devices remained the “\$64,000 question”, he said.

“They are positioning themselves now by working with Microsoft on the Windows PC side and Google on the Android side, and Intel and Qualcomm on chips. All of a sudden they are at the epicentre of every single major critical tech component and critical ecosystem . . . Even Apple doesn’t have that reach.”

Sea-Jin Chang, a professor at the National University of Singapore who has written extensively about Samsung’s history, was likewise sceptical of Samsung’s chances of success.

“Samsung is a very typical manufacturing company. They make money by selling hardware. Software has never been a major part of their business,” he said.

The problem, Mr Chang said, stemmed from the South Korean education system focused on rote learning rather than students “asking good questions”. “There is a fundamental limitation in software, it is not just Samsung’s problem but in the Korean economy.”

‘I feel like there is a lack of seriousness from Samsung. It needs to have a decent services portfolio’



Future focus: traditionally a manufacturing company, Samsung is branching out of hardware in the search for growth as smartphone sales slow — Fabrizio Bensch/Reuters

Apple builds services lead amid smartphone saturation

Category	Apple	Samsung
Group revenue (\$bn)*	64	53
Sales (\$bn)*	33.4	24 (mobile unit**)
Services revenue (\$bn)	12.5	Unknown
Payments transactions	Approximately 1bn per month in 2019	Approximately 1.3bn, cumulative by Aug 2018

* Apple results, three months to September 28. Samsung results three months to September 30

** Includes smartphones, tablets, PCs and related services

Source: company reports



Finance cannot remain immune to US-China trade friction and deglobalisation

John Plender

Markets Insight



Global trade in goods is contracting, manufacturing investment is weak across the world and global supply chains are unravelling. Yet finance seems relatively untouched by the US-China trade tensions – immune, even, from the overwhelming pressures of deglobalisation. This counter-intuitive development cries out for explanation.

To say there has been no deglobalisation in financial markets risks oversimplification. According to a study by McKinsey Global Institute, global cross-border capital flows has shrunk from a peak before the financial crisis of \$12.4tn in 2007 to \$4.3tn in 2016. Yet the decline was almost exclusively in bank lending, notably in the interbank market. Eurozone banks alone account for half of the contraction.

These banks' response to the crisis was to scale back often unprofitable and risky foreign operations, reduce lending and shed assets in their efforts to restore their capital ratios. But this was more a case of cyclical deleveraging than a broad-based deglobalisation, argue economists at the Bank for International Settlements.

There were also big flows in the other direction. Japan's banks have looked overseas in pursuit of lending opportunities, encouraged by sluggish demand and low rates in their domestic market. The McKinsey study shows that Japanese banks' foreign assets rose from \$2.3tn in 2007 to \$3.9tn in 2016.

The securities markets remain thoroughly globalised. A recent study of global equity ownership by the OECD shows that foreign ownership of public equity in the UK stood at 54 per cent in the UK in 2017, up from 4 per cent in 1981. This is mirrored in other

developed economies. Foreign ownership of equities in Japan rose from 3 per cent to 30 per cent over roughly the same period, while the same proportion for the much larger US market tripled from 5 per cent to 15 per cent.

If these foreign ownership stakes remain high and cross-border flows continue to be vibrant, it is not always for the healthiest of reasons. After years of ultra-loose monetary policy from the big central banks, extremely low or negative interest rates have wreaked havoc on investment portfolios.

The volume of cross-border "carry trading" has increased phenomenally as

The longer the search for yield goes on . . . the bigger the probability of another financial crisis

investors borrow in weak, low-interest funding currencies to invest in higher yielding paper elsewhere. As the financial crisis recedes further into the memory, the chief impact of the central banks' asset purchasing programmes has been to push investors into taking more risk in markets where valuations look increasingly stretched.

The picture on cross-border flows is changing. Foreign direct investment, hitherto robust, weakened conspicuously in the first half of this year, reflecting the worsening of trade war uncertainties. After a record year for international mergers and acquisitions in 2018, when the value of cross-border deals increased by 45 per cent, deals have slowed palpably in 2019, according to a report by the Boston Consulting Group.

But there are reasons for thinking that

cross-border flows in banking and securities markets will remain strong – not least because of what is happening in China. The four largest banks increased foreign lending more than tenfold from \$86bn in 2007 to more than \$1tn in 2016. The authors of the McKinsey study think growth could continue because foreign assets are just 9 per cent of total bank assets in China, compared with the 20 per cent or more that is common for banks in developed economies.

Meantime, portfolio flows will be pumped up as the world's index providers keep raising the Chinese share of their emerging market indices.

Western investors in passive funds should be cautious. As Beijing tries to deleverage its financial system after the credit binge of recent years, its financial companies are under pressure to raise fresh capital. Index funds will be obliged to absorb their share to maintain the issuers' correct index weightings.

Moreover, investors should recognise that the longer the search for yield goes on, the greater the accumulation of risk in the global financial system and the bigger the probability of another financial crisis.

A final question is whether portfolio capital's immunity from trade friction will last. Two seasoned China watchers, Fraser Howie and Roger Garside, pointed out in an article in July for the *Nikkei Asian Review* that the Trump administration has the power to restrict US institutions from investing in Chinese companies and might even consider denying Chinese banks' right of access to the dollar clearing market. That would open up a new front in the war. Finance may yet be dragged into the mud.

john.plender@ft.com

The day in the markets

What you need to know

- Retail stocks weigh on Wall Street following Kohl's disappointing forecasts
- European shares touch four-year high
- Pound snaps four-day winning streak ahead of Johnson and Corbyn TV debate

The pound snapped a four-day winning streak ahead of the first televised general election debate between the Conservative party leader Boris Johnson and his Labour counterpart Jeremy Corbyn.

Sterling fell 0.2 per cent against the dollar, although it stayed above \$1.29.

The weaker pound helped the global-facing companies of the FTSE 100 index advance. The London benchmark closed up 0.2 per cent, taking its rise for the year above 8 per cent.

Across the Channel the pan-continental Stoxx Europe 600 index touched its highest level since July 2015 before shedding those gains to close down 0.2 per cent for the day.

The record-busting S&P 500 index, which is up almost 25 per cent in 2019, was flat by midday in New York.

Retail stocks weighed on the US benchmark following disappointing earnings guidance from two of the sector's biggest names, Kohl's and Home Depot.

Both companies — a bellwether department store chain and the nation's largest DIY retailer, respectively — reduced financial forecasts for a second

Kohl's earnings guidance sends shiver through US retail sector

Indices rebased



Source: Bloomberg

time this year, raising worries over how the sector was faring as it headed into the holiday shopping season

The technology-heavy Nasdaq was up 0.2 per cent, while the Dow Jones Industrial Average slid 0.4 per cent.

The CSI 300 index of stocks listed in Shanghai and Shenzhen closed up 1 per cent after China's central bank cut in its short-term lending rate, stoking hopes that Beijing was about to set in motion a wider stimulus package.

Emerging markets stocks gained for third consecutive day as investors

awaited further developments on US-China trade talks.

"Despite media reports describing a more pessimistic mood in China around the trade discussions, market sentiment has not deteriorated much, confirming the resilience observed over the past week," wrote Guillaume Tresca, a strategist at Crédit Agricole. "The limited global news flow should continue to boost EM sentiment."

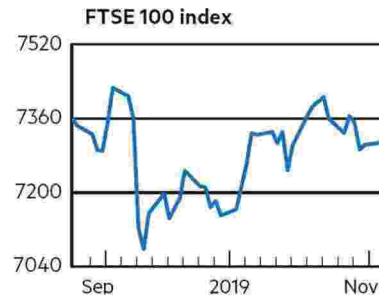
Brent crude, the international benchmark, was down 1.68 per cent to \$61.41 a barrel. **Anna Gross**

Markets update

	US	Eurozone	Japan	UK	China	Brazil
Stocks	S&P 500	Eurofirst 300	Nikkei 225	FTSE100	Shanghai Comp	Bovespa
Level	3122.22	1587.58	23292.65	7323.80	2933.99	105657.28
% change on day	0.01	-0.14	-0.53	0.22	0.85	-0.58
Currency	\$ index (DXY)	\$ per €	Yen per \$	\$ per £	Rmb per \$	Real per \$
Level	97.782	1.108	108.495	1.293	7.024	4.214
% change on day	-0.012	0.000	-0.055	-0.308	0.165	0.582
Govt. bonds	10-year Treasury	10-year Bund	10-year JGB	10-year Gilt	10-year bond	10-year bond
Yield	1.794	-0.340	-0.095	0.641	3.172	6.885
Basis point change on day	-1.290	-0.300	-0.360	-1.500	-2.300	11.400
World index, Commods	FTSE All-World	Oil - Brent	Oil - WTI	Gold	Silver	Metals (LMEX)
Level	360.49	61.32	55.85	1467.65	16.80	2753.30
% change on day	0.02	-1.49	-2.02	0.05	-0.44	-0.74

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
	Broadcom 3.31	Accor 2.21	Halma 8.45
	Constellation Brands 2.68	Thyssenkrupp 2.07	Intertek 3.69
Ups	Abiomed 2.46	Raiffeisen Bank Internat 1.96	Nmc Health 3.59
	Tjx Companies 2.43	Dnb 1.91	Smiths 2.85
	Davita 2.36	Kering 1.59	Spirax-sarco Eng 2.58
	Kohl's -17.79	Ses -23.33	Ferguson -2.12
	Tripadvisor -10.06	Vopak -2.16	Sse -1.53
	Macy's -9.57	Casino Guichard -2.15	Persimmon -1.51
Downs	Nordstrom -5.20	Kerry Grp -2.12	Centrica -1.31
	Home Depot -5.05	Terna -1.93	Jd Sports Fashion -1.30

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

US retailers were in focus yesterday with earnings reports from department stores **Kohl's** and **Home Depot**, the property-improvement chain.

Kohl's, which operates 1,100 stores, reduced its profit guidance for the full year after like-for-like sales in the quarter ticked up only 0.4 per cent from a year ago. Analysts had forecast a more robust, near 1 per cent rise.

Home Depot fared better, generating sales of \$27.2bn, up 3.6 per cent on a like-for-like basis, but its results also fell short of estimates.

Kohl's share price dropped sharply, dragging down peers such as **Macy's** and **Nordstrom**. Home Depot slid too.

Broadcom was among yesterday's top performers after Morgan Stanley upgraded the chipmaker to "overweight" from "equal weight", citing increased confidence in its business strategy.

Medtronic rose after the medical device maker posted better than expected quarterly profits and raised forecasts for next year.

Pacific Gas and Electric, which supplies electricity and natural gas to most of northern California, dipped after notifying customers of possible power cuts owing to worsening weather conditions.

Ray Douglas

Eurozone

Shares in **1&1 Drillisch** increased following a Citigroup upgrade for the German telecoms group from "sell" to "buy". 1&1 Drillisch's "long-term agreement with Telefónica Deutschland could create a viable long-term business model . . . with improved visibility and acceptable returns", said Citi analysts.

"We see scope for commercial negotiation . . . [and] do not envisage any meaningful estimates disappointment," added Citi.

Takeaway.com rose after Credit Suisse upgraded the Dutch food-delivery group from "neutral" to "outperform". Takeaway.com agreed to merge with Just Eat this year in an effort to see off competition from rivals Uber and Deliveroo.

Valeo advanced after UBS raised its target share price for the French car parts supplier to €43. The company, which is undergoing a €100m cost-savings plan, had suffered from slowing consumption in China and changing emissions regulations in Europe.

Sonova slid after the Swiss healthcare company reported mixed half-year results. The company's 8 per cent fall made it the biggest decliner on Switzerland's mid-cap index.

Ray Douglas

London

Shares in **easyJet** rose after the budget airline reported a 26 per cent fall in pre-tax profit to £427m for the year to the end of September, which was at the upper end of expectations of £420m to £430m.

"Turbulence in the airline industry has been a source of opportunity for easyJet, which has been able to take over new take-off and landing slots that once belonged to Thomas Cook," said Arlene Ewing, investment manager at Brewin Dolphin.

Halma, the safety equipment maker, topped the FTSE 100 following upbeat first-half year results.

"Halma is a great quality business that operates in secular growth markets with long-term drivers and strong margins," said Shore Capital, but analysts cautioned that "valuations continue to look stretched with a significant premium against peers".

London-listed **Dialight** fell markedly after the light maker issued an update that reiterated it was in "recovery mode".

"With our exposure to US markets, the uncertainty of the trading relationship with China continues to be a significant headwind as we enter our traditionally busiest period," the company said.

Ray Douglas

CINÉMA

«LES MISÉRABLES», FILM CHOC SUR LES BANLIEUES FRANÇAISES PAGES 38, 45 ET 18



Les trottoirs de Montfermeil



Tiré d'une histoire vraie, «Les Misérables» de Ladj Ly dresse le constat glaçant de la violence qui régit les relations entre les forces de l'ordre et une jeunesse en déshérence. Un film coup de poing. **PAGE 38**



« Les Misérables » : pétrin de banlieue

CINÉMA Reparti du Festival de Cannes avec le prix du jury, le premier film choc de Ladj Ly met face à face jeunes et policiers.

Personne n'a oublié le « *Jusqu'ici tout va bien* » dans *La Haine* de Mathieu Kassovitz, sorti en 1995. On y repense en découvrant *Les Misérables*, le premier long-métrage de Ladj Ly, inspiré de « faits réels ». Secousse sismique qui a ébranlé le Festival de Cannes en mai dernier. Qui part d'une joie collective, la France vient de gagner la Coupe du monde de football, y ajoute un « incident », puis va crescendo, jusqu'au choc final.

« *T'as pas choisi la bonne équipe mon pote!* », balance un « bacqueu » à un novice, Stéphane (Damien Bonnard) qui débarque de Cherbourg pour intégrer la Brigade anti-criminalité (BAC) de Montfermeil, dans le 93. Surnommé « Pento » par ses deux coéquipiers qui

sillonent les quartiers depuis dix ans – Chris (Alexis Manenti), une grande gueule raciste, et Gwada (Djibril Zonga, ancien mannequin), plus réservé et imposant physiquement –, le « bizut » comprend vite qu'ils n'ont ni les mêmes repères, ni la même façon d'appréhender les choses. Il doit décrypter la complexité des situations, apprendre à distinguer les communautés, les clans et, ou, groupes religieux qui cohabitent à Montfermeil. Ici, c'est donnant donnant. On négocie sec. Pour une paix de surface. Chacun son camp, chacun son territoire. Armé de préférence.

Ni bons ni méchants

Une bavure policière aura l'effet d'une grenade dégoupillée sur un champ de guerre froide. Flics ou voyous, les « misérables » sont emportés dans une spirale d'une violence inouïe. Il n'y a ni bons ni méchants chez Ladj Ly qui a tourné sur un terrain familier, sa ville

natale. Il y a des individus qui font comme ils peuvent dans des circonstances qui leur échappent.

Pourtant, il y a des innocents pour le réalisateur prodige, les enfants. Qui survivent en bande. Ou pas. Un surtout, qui du haut d'une tour filme tout ce qui se passe avec un drone. Témoin capital qui ne se doute pas des conséquences de son acte. Fort d'une caméra légère qu'il maîtrise avec l'aisance de Coppola, Ladj Ly suit ses protagonistes à la trace. À l'instar de Kathryn Bigelow qui reste au cœur des émeutes de *Detroit*.

Hors du champ de la légalité, livrée à elle-même, la cité fonctionne selon ses règles propres, souvent tacites, mais reste dominée par le poids d'un *fatum* inéluctable dont les hommes sont les jouets. « *Tant qu'il existera, par le fait des lois et des mœurs, une damnation sociale créant artificiellement, en pleine civilisation, des enfers, et compliquant*

d'une fatalité humaine la fatalité, qui est divine (...) tant que, dans certaines régions, l'asphyxie sociale sera possible; en d'autres termes, et à un point de vue plus étendu encore, tant qu'il y aura ignorance et misère, des livres de la nature de celui-ci ne seront pas inutiles. »

La citation aurait pu être de Ladj Ly, elle est de Victor Hugo dans sa préface des *Misérables* tant la nature du film du jeune cinéaste n'est pas inutile. L'énergie vitale qui le parcourt d'un bout à l'autre ne sauve pas l'intrigue d'une noirceur sans nom et d'un pessimisme sans fond. Il a valeur d'avertissement dans la société actuelle. ■



« Les Misérables »

Drame de Ladj Ly
Avec Damien Bonnard, Alexis Manenti,
Djibril Didier Zonga, Issa Perica
Durée 1 h 42

■ L'avis du Figaro: ●●●●○

Un film sur la banlieue ne fait pas un état des lieux. Ce n'est pas une « to do list ». C'est un choix, c'est de la fiction. On ne demande pas à Scorsese pourquoi on ne voit que des Ritals dans ses films

GIORDANO GEDERLINI,
COSCÉNARISTE
DES « MISÉRABLES »



À Montfermeil, dans le 93,
les enfants survivent
en bande. Ou pas... LE PACTE

Aux États-Unis, les grands studios auront leurs salles

Le département de la Justice démantèle un régime juridique en vigueur depuis 70 ans dans le cinéma.

PIERRE-YVES DUGUA @Pdugua
WASHINGTON

CINÉMA Après un an d'analyse des règles en vigueur depuis 1949, le département de la Justice décide de démanteler le régime juridique qui interdit depuis soixante-dix ans à un studio de Hollywood de contrôler directement ou indirectement des salles de cinéma.

La nouvelle promet de changer la manière dont les films aux États-Unis seront distribués aux publics traditionnels, alors même que la vidéo à la demande est en train de bouleverser la manière de distribuer les nouvelles productions. En effet, la période d'exclusivité accordée aux box-offices des cinémas par les studios devient de plus en plus courte, au profit de modes de distribution sur des plateformes internet qu'ils vont de plus en plus contrôler directement.

La multiplication des services de «streaming» opérés par les studios eux-mêmes, va porter un nouveau coup aux salles obscures, déjà concurrencées par Netflix, Amazon Prime Video, Hulu et Apple TV. La semaine dernière s'est lancé Disney+, celui de Peacock, service rival de NBCUniversal, est programmé pour avril 2020, sans oublier celui prévu par WarnerMedia, sous le nom de HBO Max prévu en mai 2020.

La question du choix

Makan Delrahim, le patron des services de la concurrence du département de la Justice, se donne deux ans pour libéraliser les circuits de distribution des films. Il juge que les risques présentés par les huit grands studios après la guerre - assimilés à un véritable cartel - pour l'indépendance des chaînes de cinémas ont disparu. Non seulement le cartel n'est plus, mais les films sont de plus en plus vus ailleurs qu'en salles. En outre, la floraison des productions issues des nouveaux entrants, comme Netflix et Amazon Prime Video, garantit à ses yeux une multiplicité de choix suffisante pour le public américain. « Aujourd'hui, non seulement nos régions métropolitaines ont de nombreux cinémas multiplexes présentant des films de différents distributeurs, mais une grande partie de notre façon de regarder des films ne se déroule plus dans des cinémas », explique ce juriste qui a grandi à Los Angeles.

La nouvelle n'est pas forcément mauvaise pour les trois grandes chaînes de cinémas qui représentent la moitié du marché américain de 40 000 salles : AMC Entertainment, Regal Entertainment et Cinemark Holdings. En revanche, elle peut aggraver les problèmes des salles indépendantes qui auront peu de moyens face à la force de distribution des cinq dernières « majors » : Columbia Pictures, Disney (qui vient de racheter Fox), Paramount, Universal et Warner Brothers.

Les salles indépendantes redoutent le retour du *block booking*. Cette pratique, interdite depuis 1948 par les règles du département de la Justice suite à une décision de la Cour suprême, consistait pour un studio à forcer les cinémas à acheter des paquets de leurs productions dans lesquels ils mélangeaient les « navets » avec leurs films susceptibles de connaître un grand succès. Les règles, baptisées « Paramount rules », interdisaient aussi à un studio d'acheter des salles de cinéma.

« Les consommateurs vont se retrouver de plus en plus face à des choix limités au box-office. Sans la possibilité d'être présentés en salles, de nombreux films ne seront plus faits, ce qui limitera la disponibilité de choix pour les plateformes de streaming », déplore la National Association of Theater Owners qui représente les propriétaires indépendants de salles de cinéma.



MICHAEL COHEN/AFP

Makan Delrahim, patron des services de la concurrence du département de la Justice.

Une grande partie de notre façon de regarder des films ne se déroule plus dans des cinémas

MAKAN DELRAHIM



Autopsie de l'affaire Grégory

Netflix applique un regard neutre et rigoureux sur une enquête hors normes.

CONSTANCE JAMET
@constancejamet

« Cette affaire si emblématique, personne ne la connaît aussi bien qu'il ne le croit », souligne Élodie Polo Ackermann. Avec le réalisateur de cinéma Gilles Marchand, la productrice signe pour Netflix une admirable enquête en cinq épisodes sur le meurtre de Grégory Villemin, noyé à l'automne 1984 dans la Vologne. Dans la

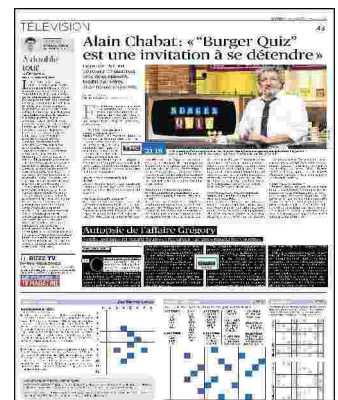
veine des documentaires « true crime » (*Making a Murderer*), Grégory retrace avec une rigueur remarquable l'enquête, son emballement judiciaire et médiatique. Apparaissent les rancœurs au sein d'un clan persécuté par un corbeau. Avec une double exigence, ne jamais courir après l'actualité - les rebondissements de 2017 sont évoqués dans l'épilogue - et rendre l'affaire compréhensible pour les générations qui n'ont pas vécu ce drame hypermédiatisé et le public international.

NETFLIX

Une vingtaine de témoignages du premier cercle ont été collectés: enquêteurs, avocats et greffiers, reporters. Les Villemin apparaissent via des images d'archive. « Nous avons regardé les reportages de l'époque. Dès que nous apercevions une caméra dans le champ, nous tracions les images qu'elle a pu capter », se souvient Élodie Polo Ackermann. Grégory propose des séquences marquantes comme l'enterrement du petit garçon d'où se détachent les cris de sa mère.

Sont aussi diffusés les coups de fil du corbeau.

Pilier de l'émission, l'ancien journaliste de *Paris Match* Jean Ker a ouvert ses enregistrements audio. Plusieurs centaines d'heures de documents illustrent comment une succession d'erreurs a fait dérailler l'instruction. « Sans perdre de vue la responsabilité que nous avons vis-à-vis des protagonistes de l'affaire, nous voulions restituer le caractère vertigineux du dossier, conclut la productrice. Plus il se remplit, plus la vérité se dérobe. » ■



Alexis Manenti, les nerfs à vif

SUCCÈS À 37 ans, il est la révélation des « Misérables », film coup de poing sur la banlieue de Ladj Ly, dans lequel il interprète un policier sous haute tension.



JAMES WESTON



François Aubel
faubel@lefigaro.fr

Il a la gueule de l'emploi. Oui, mais lequel ? Flic au bord de l'implosion comme dans *Les Misérables*, fracassant prix du jury du dernier Festival de Cannes. Ou voyou, Serbe en l'occurrence, qu'Alexis Manenti s'apprête à incarner pour *The Eddy*, la série Netflix que Damien Chazelle, le réalisateur de *La La Land*, vient de tourner à Paris. « Je dois déplorer cela. On m'a souvent imaginé en malfrat. Mais j'ai beaucoup donné aussi dans la fonction publique : policier, militaire et même pompier », énumère-t-il. Avant de lancer un appel à toutes les voitures : il aimerait jouer dans une comédie romantique. Se voit bien, l'écharpe au vent, glissant en trottinette électrique jusqu'au Café de Flore.

Pour l'instant, à 37 ans, il savoure sa nouvelle notoriété et sa nomination aux César parmi les révélations de 2019. Se prête encore timidement à la promotion sans fin depuis la consécration cannoise du film qu'il a coécrit, de son propre aveu, dans la douleur. Un tableau hyperréaliste d'une banlieue livrée en pâture aux Frères musulmans, aux nervis de la municipalité, aux gitans et aux dealers. Ladj Ly, le réalisateur, qui vit cette faillite de l'État depuis bientôt quarante ans, n'invente rien. Il a tout vécu. A proposé d'ailleurs à Emmanuel Macron de venir voir son film, chez lui, à Montfermeil (93), où il a été tourné. Le président a décliné l'invitation mais, selon le JDD, il aurait été bouleversé par la justesse des *Misérables* qu'il a regardé en DVD à l'Élysée.

« Dans la peau de ce policier borderline et raciste de la BAC (brigade anti-criminalité), Alexis montre cette justesse. Il arrive à donner de l'humanité à son personnage de pourri, pris dans un engrenage infernal. Depuis ses débuts, je lui dis qu'il a une puissance rare dans son jeu. Il n'y a que lui qui n'arrivait pas à s'en convaincre », assure l'un de ses meilleurs amis, Romain Gavras, cofondateur avec Kim Chapiron, de Kourtrajmé, collectif né dans l'orbite de Vincent Cassel et Mathieu Kassovitz. C'est d'ailleurs aux côtés du fils de Costa-Gavras que, lycéen, il fait ses premiers pas devant une caméra. « Ça m'est tombé dessus par hasard. Pour un court-métrage, Romain avait besoin d'un mec, un délinquant d'ailleurs, qui parle yougoslave, raconte-t-il. Et comme ma mère, originaire d'ex-Yougoslavie, m'a appris la langue... » L'aventure le séduit mais il n'est pas du genre à vouloir se faire remarquer. Ou du moins, pas encore.

À 18 ans, bac en poche, il se rêve avocat. S'inscrit en droit. « Mais tout part de travers, je n'étais pas assez discipliné », avoue-t-il. Peu à peu, il

s'éloigne de ses parents, tous deux psychologues et psychanalystes, et du 5^e arrondissement de Paris où il a grandi avec son frère cadet. Dans un milieu qu'il décrit « plutôt bourgeois intello » et peuplé de fous. « Ma grand-mère était l'une des fondatrices de la clinique psychiatrique de La Borde, la première à accorder beaucoup de liberté aux malades. Certains déjeunaient à la maison. Il y a toujours eu beaucoup de folie autour de moi », reconnaît Alexis Manenti, passé, assez brièvement, par l'analyse.

Pour gagner sa liberté et poursuivre l'aventure Kourtrajmé, dont il devient l'un des piliers, il enchaîne alors les petits boulots. « J'ai vendu des téléphones, travaillé dans l'hôtellerie, sur des chantiers... J'appréhendais ces jobs comme des rôles. Cela marchait bien au début, confie-t-il. Et puis, j'avais vite envie de sortir du personnage. De trouver un autre casting. » Des castings, des vrais, Alexis Manenti commence à en passer, en se formant à partir de 2009 au laboratoire de l'acteur à Paris. Avec son physique inquiétant à la Maïakovski, il découvre la méthode Stanislavski, le théâtre de Tchekhov. « Ce qui m'a frappé chez ce faux doux au regard puissant, c'est son don pour l'observation et sa finesse. Il ne donne pas tout à voir de ses personnages. Il sait garder leurs secrets et donc une place pour l'imagination des spectateurs », apprécie Célia Granier-Deferre, qui fut sa coach dans ce cours de théâtre.

« Versant sauvage » du cinéma

Dévalant le « versant sauvage » du cinéma, il court le cachet, supporte mal les humiliations. Pense tout arrêter. « J'ai connu dix ans de galère », reconnaît-il, victime malgré lui de son passé avec Kourtrajmé. « On ne nous prenait pas au sérieux et l'on faisait peur au milieu assez conventionnel du cinéma. » « Le déclin s'est produit tard, à la trentaine, comme pour Clint Eastwood, note Romain Gavras. Lorsqu'il a abandonné la grande peur qu'il y avait en lui. » Lorsqu'il dégote un agent aussi : Delphine Sagnier, la sœur aînée de Ludivine. Le voilà propulsé lui, le fils de psy, au côté de Gérard Depardieu sur *Le Divan de Staline*. Il l'observe, admiratif. Dévore aussi le livre de l'ogre du cinéma français, *Lettres volées*, dont il fait son bréviaire. Alexis Manenti revit leur rencontre. Une scène de film. « C'était dans un château au Portugal, que l'on atteignait au bout d'une longue allée. Je suis arrivé avec le régisseur. Et il était là, seul, près d'une immense cheminée. Il s'est retourné et m'a dit (il l'imité) : "Ah, toi, mon gars, t'as une bonne tête..." »

Au départ, dans *Les Misérables*, il devait interpréter le rôle du nouveau, peu habitué aux méthodes de la Seine-Saint-Denis et plutôt bienveillant. « Mais on

n'a trouvé personne pour jouer le teigneux. » Il s'est dévoué pour incarner Chris, cow-boy de la BAC qui, au mépris de toutes les procédures, tente de faire sa loi dans les cités de Montfermeil. Son tempérament a fait le reste. « D'autant que Ladj nous a laissés sous tension. Pendant le mois et demi de tournage, nous avons dormi là-bas, se souvient-il. En immersion dans ce genre d'espace, ton corps ne réagit pas pareil. Il peut arriver un truc à tout moment. L'énergie est brute là-bas. » Alexis Manenti est porté aujourd'hui par celle du film. Un virage pour lui. Alors que les propositions affluent, il s'est engagé dans le prochain film de Thierry de Peretti, un Corse, comme son père originaire de Cargèse. Il n'y joue pas un flic, ni un voyou, mais un journaliste, un rubricard police-justice, qui enquête sur un scandale d'État. Pour la comédie romantique, il attendra. ■

Bio EXPRESS

Février 1982

Naissance à Bagnolet.

2002

Première apparition dans un « Easy Pizza Riederz », court-métrage de Romain Gavras.

2006

« Sheitan », de Kim Chapiron.

2016

« Le Divan de Staline », de Fanny Ardant et « Voir du pays » de Delphine et Muriel Coulin.

2019

« Les Misérables », de Ladj Ly, Prix du jury à Cannes (en salle ce mercredi 20 novembre). « The Eddy », série de Damien Chazelle (en 2020 sur Netflix).

Cinéma

La justesse de l'œil de Ladj Ly sur la banlieue des « Misérables »

PAGE 26

Dans la banlieue, l'étincelle

Ladj Ly filme avec justesse et une bonne dose d'adrénaline 24 heures de la vie d'une cité de Seine-Saint-Denis

LES MISÉRABLES



Dans le ciel de Montfermeil, un drone veille. Avec le titre du premier long-métrage de Ladj Ly, c'est l'élément le plus hugolien des *Misérables*. La caméra volante, manœuvrée par un enfant presque innocent – il aime à surprendre les jeunes filles à leur toilette, au gré des fenêtres ouvertes en ces jours de canicule –, est comme la conscience de la cité en ébullition qu'elle survole. L'œil survolant les Bosquets regardait la police.

Ces plans aériens empruntés au drone offriront aux spectateurs les seuls répit autorisés par Ladj Ly, après un prologue en trompe-l'œil. Bien sûr, le cinéaste se soucie de cartographier le microcosme d'une cité de Seine-Saint-Denis. Bien sûr, il puise dans ses expériences de militant, d'apprenti réalisateur, pour raconter vingt-quatre heures de la vie de cette société qui tient à la fois du bouillon de cultures et du magma au bord de l'éruption. Pour accélérer l'assimilation de ce propos, il l'accompagne d'une dose d'adrénaline inusitée dans le cinéma français. *Les Misérables* se tient au point de rencontre entre Victor Hugo et Spike Lee, dont jailliront des étincelles éblouissantes.

Le prologue évoqué plus haut a été tourné lors de la finale de Coupe du monde 2018. On voit les jeunes de la cité franchir le périphérique, se poser sur le parvis

des Droits-de-l'Homme, au Trocadéro, pour célébrer l'unité de la nation sous l'égide des crampons et du ballon. Parmi eux, un enfant à l'air farouche, qui se drape dans un drapeau tricolore.

On retrouvera Issa (Issa Perica) un peu plus tard, au commissariat de Montfermeil, dont son père refuse de l'extraire. Le garçon a fait trop de bêtises, la dernière en date étant d'avoir volé des poulets à « un Roumain qui a transformé son garage en poulailler ». Et si l'on croise Issa dans les locaux de la police, c'est que le film s'est attaché aux pas de Stéphane Ruiz (Damien Bonnard), policier fraîchement muté qui a été affecté à la brigade anticriminalité (BAC) de la ville. Il a passé ses premiers moments dans la ville des Thénardier à l'arrière d'une voiture conduite par Chris (Alexis Manenti), le chef du groupe, dit « Cochon rose », en compagnie de Gwada (Djebril Zonga).

Tempête sous un crâne

Recourant avec une efficacité de vieux routier à un procédé vieux comme le cinéma parlant (la visite guidée faite au nouveau venu), Ladj Ly esquisse les lignes de la bataille à venir. Il y a bien sûr ce qu'explique Chris – la baisse d'intensité du trafic de stupéfiants sous l'influence des « frères muzz », la montée en puissance de la prostitution –, il y a aussi le ton empreint de racisme du jeune policier blanc, les travellings sur un paysage d'une morne laideur, vu comme à travers les hublots d'un sous-marin. Par moments,

le trio tente une sortie, le temps de harceler un groupe de jeunes filles, de saluer le retour d'un vieux de la vieille sorti de prison. Il n'en faut pas plus pour intégrer l'une des données essentielles des *Misérables*: aussi agressives que soient leurs intrusions, aussi redoutées que soient leurs apparitions, ces policiers constituent un élément essentiel de l'écosystème, indispensable à son équilibre, à sa survie, même.

La grande affaire de ce jour de canicule est la disparition d'un lionceau de la ménagerie d'un petit cirque, tenu par des Roms belliqueux. C'est Issa qui a enlevé l'animal (et c'est pour le nourrir qu'il a volé les poulets). Pour empêcher une explosion de violence entre clans, il faut retrouver et arrêter le garçon. L'opération menace de tourner à l'affrontement et, du ciel, le drone saisit un moment qu'il faudrait pouvoir effacer pour conjurer un déchaînement de violence encore pire. Pris entre le devoir de solidarité policière dont sa supérieure hiérarchique (Jeanne Balibar) lui a rappelé l'importance, et quelques principes éthiques élémentaires, le nouveau de la BAC de Montfermeil vacille. Le regard sombre de Damien Bonnard laisse passer les éclairs de cette tempête sous un crâne. Tout au long du film, la couture entre cette poignée d'acteurs professionnels et les néophytes que Ladj Ly a recrutés sur place restera invisible.

La course effrénée des policiers, d'abord pour interpeller le voleur

de lionceau, puis pour dissimuler leur méfait, imprime au film un rythme presque épuisant. Pourtant, Ladj Ly réussit à ménager les espaces nécessaires à l'épanouissement de personnages pas vraiment secondaires: le « maire » de la cité (Steve Tientcheu) qui a fait du travail social une affaire profitable, Salah (Almamy Kanouté), ancien délinquant revenu dans la voie de l'islam, juge de paix aussi sage que miséricordieux (une espèce de M^{gr} Myriel transposé dans le 93, si l'on veut). Cette circulation de l'argent, des informations est inédite dans le cinéma de fiction français (Ladj Ly a délibérément gommé certains éléments, dont le trafic de stupéfiants, sans doute pour leur donner plus de force) et suscite la réflexion.

Il faut pourtant en arriver à la confrontation finale, celle entre l'enfant que l'on a vu vêtu du drapeau tricolore et les policiers aux cartes professionnelles barrées des mêmes couleurs. Ce paysage instable que Ladj Ly a mis en scène se désintègre sous les coups de la colère des plus jeunes, ceux qui n'ont pas encore appris l'art des arrangements avec l'ordre établi. Il ne reste qu'un huis clos dans une cage d'escalier, à l'issue forcément tragique, aussi spectaculaire qu'un finale de western, aussi inquiétant que les informations du jour. ■

THOMAS SOTINEL

Film français de Ladj Ly. Avec Damien Bonnard, Djebril Zonga, Alexis Manenti, Issa Perica (1 h 42).

« Les Misérables » se tient au point de rencontre entre Victor Hugo et Spike Lee



Djibril Zonga,
Alexis Manenti,
Damien Bonnard
et Steve Tientcheu
(de dos). SRAB FILMS

Le Monde
MARDI 19 NOVEMBRE 2019 - 11 €

Retraites: le dilemme politique de Macron

HAITI: LA VIE NOUS ÉCHAPPE-T-ELLE ?

TRAVAIL: La nuit travail des agriculteurs

TRAVAIL: Trouver dans votre région le job qui vous correspond

CULTURE

Dans la banlieue, l'étincelle

Laël Ly - Ça va se battre pour que le film soit aux Oscars

Ladj Ly : « On va se battre pour que le film soit aux Oscars »

Le réalisateur annonce qu'il prépare une suite aux « Misérables », une trilogie sur la banlieue depuis trente ans

ENTRETIEN

Ladj Ly est épuisé. Le grand gaillard de 39 ans tient à peine assis sur la banquette du distributeur Le Pacte, à Paris. Tout s'emballa dans la vie du réalisateur des *Misérables*, né en France de parents maliens. Récompensé du Prix du jury à Cannes, en mai, son premier long-métrage représente la France aux Oscars – on saura en janvier 2020 si le film fait partie des cinq nommés pour l'Oscar du meilleur film international.

Ce film-choc montre les rapports sous haute tension entre trois policiers de la brigade anticriminalité (BAC) et les jeunes de la cité des Bosquets à Montfermeil (Seine-Saint-Denis), où Ladj Ly a grandi. Le Pacte a projeté le film à des policiers de la BAC, tandis qu'Emmanuel Macron aurait été « bouleversé par sa justesse », selon le *Journal du dimanche* du 17 novembre. C'est l'ébullition, et l'autodidacte Ladj Ly, qui a appris à filmer avec ses amis du collectif Kourtrajmé – « court-métrage » en verlan (*Le Monde* du 15 mai) –, nous annonce qu'il prépare une suite.

Vous revenez de Los Angeles, où « Les Misérables » a été projeté au festival de Colcoa. Comment a réagi le public ?

Une dame est sortie de la salle, vraiment choquée. Elle pensait voir une comédie musicale sur *Les Misérables*... Elle m'a fait de la peine, elle m'a dit : « Je ne pensais pas que la France était pire que

Chicago. » Le film parle beaucoup aux Américains car ils ont à peu près les mêmes problèmes, avec les ghettos, etc.

Que dites-vous aux votants de l'Académie des Oscars ?

Je leur dis que *Les Misérables* est un film important, universel. Il parle à tout le monde, sur la misère sociale, et la misère est présente partout. C'est un film qui veut rassembler, alors qu'aujourd'hui on a l'impression que les gens font tout pour diviser et créer le conflit. *Les Misérables* est un film patriote sur la France multiculturelle, qu'on l'accepte ou pas. La première image montre des gamins qui soutiennent l'équipe de France. On va se battre pour que le film soit aux Oscars.

Avant, vous aviez refusé toutes les offres de producteurs...

J'ai acheté ma première caméra à 17 ans et, depuis, je n'ai pas arrêté de filmer avec mes amis de Kourtrajmé. J'ai fait plusieurs documentaires, et à chaque fois c'était pareil : on voulait tout censurer en télé, et je repartais avec mes films. Je ne voulais pas de préachat des chaînes, je voulais faire mon film, le monter et le vendre une fois qu'il est fini. Mais on voulait m'imposer des conditions, sur la fin, le message qui ne leur plaisait pas, etc.

J'ai fait *365 jours à Clichy-Montfermeil* (2007), sur les révoltes de 2005. A la télé, on m'a dit : oublie ton film, on récupère tes rushes et on va le monter nous-mêmes. J'avais aussi couvert le conflit au

Mali, dans *365 jours au Mali* (2013), tourné pendant un an. Je l'ai proposé à toutes les chaînes et toutes m'ont dit : oui, ça nous intéresse, c'est le seul point de vue de l'intérieur, mais on l'achète à certaines conditions... Finalement je l'ai balancé sur Internet, gratuit. Les producteurs hallucinaient.

Que s'est-il passé avec les producteurs des « Misérables » ?

Toufik Ayadi et Christophe Barral m'ont contacté via Facebook. Au début, je leur ai dit que je n'étais pas intéressé, car je veux garder mon indépendance. Et ils m'ont répondu ceci : « Nous aussi on est des jeunes producteurs, on a envie de changer les codes. On te donne une enveloppe et tu fais ce que tu veux. On n'est pas là pour te polluer. » J'avais déjà le court-métrage *Les Misérables*, que j'avais écrit avec Alexis Manenti. On a travaillé le scénario et on l'a réalisé, avant de commencer le long.

Le tournage à Montfermeil a été très dur et intense...

On a tourné pendant six semaines, en août et en septembre 2018. Mais on n'a pas eu le budget total du film : sur les 3 millions attendus, on n'a eu que 1,4 million, essentiellement Canal+ et la région Ile-de-France. Pour le reste, les gens n'y croyaient pas.

Avec Alexis Manenti, vous vous êtes entourés de Giordano Gederlini pour écrire le scénario. Comment avez-vous travaillé ensemble ?

Pour le long-métrage, on a voulu s'aider d'un vrai profes-

sionnel. On ne s'improvise pas scénariste. *Les Misérables*, c'est un film que j'ai toujours voulu faire. Je l'ai en tête depuis bien longtemps, je savais exactement ce que je voulais, tout est inspiré de faits réels. Après, l'idée c'était juste de canaliser tout ça, de structurer au mieux le récit, car j'avais énormément d'idées. Il y a deux autres volets qui vont suivre.

Que pouvez-vous nous dire de cette trilogie ?

L'idée de cette trilogie, c'est de raconter la banlieue sur les trente dernières années. Ces territoires sont abandonnés par l'Etat, par les pouvoirs publics, et j'ai envie de raconter cela de l'intérieur. Le deuxième volet sera un biopic sur Claude Dilain, l'ancien maire socialiste de Clichy-sous-Bois (élu de 1995 à 2011, et mort en 2015), qui s'est tellement impliqué dans la ville, pour que les gens vivent mieux... Le troisième volet portera sur les années 1990.

Vous allez travailler avec la même équipe ?

Oui, mêmes producteurs, même scénariste. Les producteurs ont beaucoup apporté au film. Tout ce qu'on écrivait, ils le relisaient, nous faisaient des retours, il y avait un vrai échange. Après, j'avais une liberté totale de raconter ce que je veux. Même s'ils n'étaient pas d'accord, on en discutait... Giordano aussi a compris mon univers, mon envie d'être libre. Alors on va écrire la suite ensemble. Tant qu'à faire, on reste fidèle. ■

PROPOS RECUEILLIS PAR
CLARISSE FABRE



Apple TV + ratisse gros et large pour sa série grand public

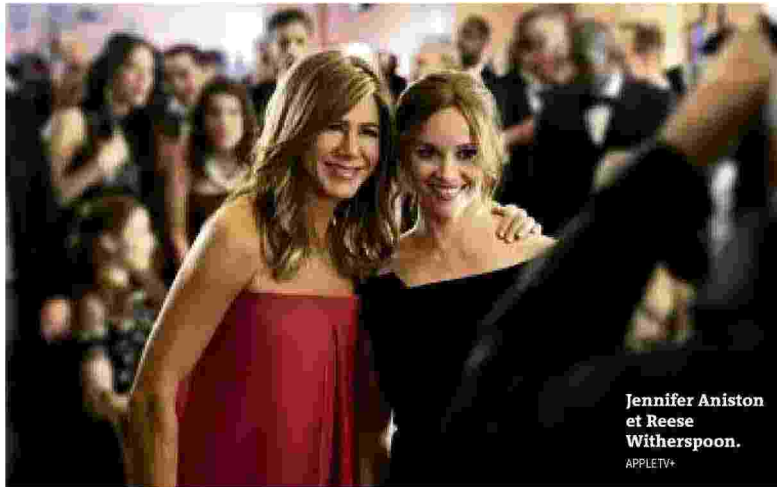
« The Morning Show », qui traite du sujet délicat du harcèlement sexuel, déçoit malgré une remarquable distribution

APPLE TV+
À LA DEMANDE
SÉRIE

Apple a fini par lancer sa propre plate-forme de vidéo à la demande par abonnement, Apple TV+, destinée à se placer dans la course aux côtés des grands, dominés par Netflix et Amazon. Si iTunes et Apple TV proposaient de nombreux films et séries à la location et à l'achat, Apple TV+ est la vitrine et le magasin en ligne de la production propre de la firme, accessible par un abonnement spécifique (4,99 euros par mois après un essai gratuit de sept jours).

Des quatre premières séries à l'affiche d'Apple TV+, nous avons d'abord regardé *The Morning Show*, créé par Michael Ellenberg et Kerry Ehrin, dont l'action est sise dans un studio de télévision – un classique à l'écran: le rythme, l'imprévu, la multiplicité des personnages et de leurs interactions y fournissent un carburant intarissable, le tout en vase clos avec d'innombrables possibilités de ramifications à l'extérieur.

Dans *The Morning Show*, les interactions sont également d'ordre intime et sexuel puisque, dès le début du premier épisode, il est indiqué que Mitch Kessler (Steve Carell), le présentateur ve-



Jennifer Aniston et Reese Witherspoon.
APPLETV+

dette d'une émission d'information matinale très regardée, vient d'être accusé par une ancienne collègue de l'avoir contrainte à des rapports non consentis – ou plus exactement en partie seulement acceptés, ainsi qu'elle l'expliquera au cours d'un entretien télévisé.

Sa consœur et coprésentatrice Alex Levy (Jennifer Aniston), qui accuse le coup en apprenant la nouvelle en pleine nuit, juste avant de se rendre au studio, doit

donc faire face, seule, à la situation et annoncer aux téléspectateurs que son compère n'apparaîtra plus à ses côtés et qu'elle désapprouve pleinement ses actes.

« #metoo pour les nuls »

La suite? Entre en scène, par une série de hasards et de coups de poker aidés par une vidéo diffusée sur YouTube, la jeune journaliste provinciale Bradley Jackson (Reese Witherspoon), fausse oie blanche

promue à la place de Mitch Kessler. Idéal en apparence, ce duo féminin, qui n'est qu'un mariage de convenances et d'opportunisme, va vite agir comme le révélateur d'une vérité moins univoque qu'il n'y paraissait.

En traitant la problématique du harcèlement sexuel et du mouvement #metoo de manière plurielle et contradictoire, en donnant la parole aux victimes comme aux hommes et en mon-

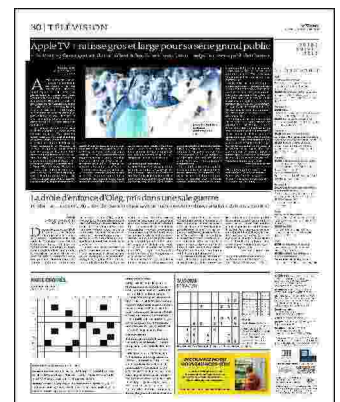
trant que la ligne de séparation entre les « camps » n'est pas toujours claire, *The Morning Show* prenait la voie d'un récit intéressant.

Mais, hélas, au vu des cinq premiers épisodes, l'ensemble est cousu de fil blanc et bordé de grosses ficelles, dans le genre « #metoo pour les nuls ». Ce qu'on regrettera alors que le cas de Mitch Kessler semble plus riche et intéressant que celui du personnage de Roger Ailes, le fondateur de Fox News, dans *The Loudest Voice*, série créée par Tom McCarthy et Alex Metcalf.

On attendait décidément autre chose d'Apple, dont la marque est attachée à l'excellence, voire à l'exception. Mais il faut admettre que *The Morning Show* se regarde et se suit avec plaisir, semaine après semaine: Jennifer Aniston et Steve Carell y sont formidables, dans des rôles éloignés du registre de la comédie (rars pour la première, désormais plus fréquents pour le second), et Reese Witherspoon complète le trio par la force de destruction massive de ses sourires de crocodile. ■

RENAUD MACHART

The Morning Show, série créée par Michael Ellenberg et Kerry Ehrin. Avec Jennifer Aniston, Reese Witherspoon, Steve Carell (EU, 2019, 10 x 50 min).



Les studios américains pourront détenir leurs salles de cinéma

Le ministère de la Justice va mettre fin à l'interdiction faite aux studios de production de détenir des cinémas. Certains anticipent une consolidation du marché au détriment des petites salles indépendantes.

// P. 27

Cinéma : les grands studios américains pourront détenir leurs salles

- Le ministère de la Justice va mettre fin à une réglementation ancienne qui interdisait aux grands studios de production de détenir les cinémas et de leur louer des films par lot.
- Les petites salles indépendantes, elles, redoutent de voir leur offre se rétrécir.

AUDIOVISUEL

Véronique Le Billon

@VLeBillon

— Bureau de New York

Changement de règles dans le monde du cinéma. Le ministère de la Justice américain a annoncé lundi que les grands studios de production cinématographique seraient désormais autorisés à détenir des salles de cinéma. Depuis un jugement de 1948, les grands studios de Hollywood ne pouvaient plus contrôler la distribution de leur production dans les salles de cinéma – une disposition qui visait à garantir la concurrence, connue sous le nom de « décret Paramount ». Le texte avait aussi mis fin, à l'époque, à une pratique jugée anti-concurrentielle consistant, pour les studios, à louer des films par lots (« block booking ») aux salles de cinéma, afin de placer tous leurs films, y compris les moins bons.

Nouveaux canaux

Ces dispositions sont désormais obsolètes, estime le ministère de la Justice. « Nous ne pouvons pas faire comme si la distribution et la projection des films étaient la même qu'il y a quatre-vingts ans », a justifié Makan Delrahim, chargé de la concurrence au sein du Department of Justice (DoJ), devant l'association des avocats américains (ABA) à Washington, lundi. L'interdiction avait été décidée en 1938, quand cinq grands studios – Paramount, MGM, 20th Century Fox, Warner Bros et RKO Pictures (disparu depuis) – avaient été accusés d'entente. A l'époque,

l'intégration verticale était particulièrement poussée, avec des acteurs et des réalisateurs souvent sous contrat exclusif avec un studio.

Que ce soit dans les transports ou l'énergie, la séparation des réseaux de production et de distribution est une demande récurrente des autorités de concurrence, quels que soient les secteurs. Dans l'industrie du cinéma, le ministère estime que l'évolution technologique a changé la donne en matière de distribution, avec plus de salles dans une même zone mais surtout de nouveaux producteurs de contenus comme Netflix, qui passent par de nouveaux canaux de distribution comme le streaming. « Ce serait une erreur de la part des autorités de la concurrence de brider le potentiel de l'innovation tournée vers le client », a donc jugé Makan Delrahim. Les studios nés après l'interdiction, comme Disney, n'étaient en outre pas concernés par la réglementation.

L'annonce a fait bondir le cours de Bourse des grands réseaux de salles de cinéma comme AMC et Cinemark. Avec Regal, ils représentent déjà la moitié des quelque 40.000 écrans de cinéma présents aux Etats-Unis, mais certains anticipent une nouvelle phase de consolidation.

Inquiétudes

Consultés en amont de la décision du ministère, les exploitants indépendants n'apprécient guère la levée de l'interdiction de la location « en bloc » de films – a priori dans deux ans. Ils jugent que cela pourrait fragiliser un peu plus les petites salles indépendantes, alors que la fréquentation des salles américai-

nes peine déjà à concurrencer la diffusion des films à domicile et sur les appareils électroniques. L'association nationale des propriétaires de cinéma redoutait ainsi de ne plus avoir le choix de sa programmation.



À NOTER

Le DoJ évalue également la possibilité de réformer des règles anciennes en vigueur dans le monde de la musique.



L'annonce a fait bondir le cours de Bourse des grands réseaux de salles de cinéma, comme AMC et Cinemark. Photo Shutterstock



Des Gafa à Wall Street, les mesures qui hérissent les banquiers et les grands groupes

Santé, technologie, finance, énergie... Le programme d'Elizabeth Warren assume un changement de paradigme radical.

Elle est, parmi les candidats à l'investiture démocrate, celle qui a travaillé depuis le plus longtemps et le plus précisément à son programme. Résultat : une myriade de « plans » sur tous les sujets, dont certains hérissent les grands groupes.

● DÉMANTÉLER LES GAFA

La mesure, présentée en mars dernier, n'y va pas par quatre chemins : « *Il est temps de démanteler Google, Amazon et Facebook.* » Elizabeth Warren reconnaît que ces sociétés sont de belles histoires entrepreneuriales, mais qu'il est sain, dans une économie libérale, de casser les monopoles et les pouvoirs sans précédents accumulés par ces géants. « *La procédure antitrust du gouvernement contre Microsoft a aidé à l'émergence de sociétés Internet comme Google ou Facebook* », avance-t-elle. Plusieurs idées sont sur la table. La candidate veut notamment faire voter une loi où l'intérêt public de ces plates-formes serait reconnu. Il serait alors interdit à celles générant plus de 25 milliards de dollars de chiffre d'affaires annuel de posséder l'outil technique et de l'utiliser, pour éviter les conflits d'intérêt. Il faudrait, par exemple, qu'Amazon cesse d'être à la fois le

vendeur et le partenaire de marchands sur sa plate-forme d'e-commerce. Des régulateurs seraient aussi nommés pour étudier, et annuler si besoin, les grosses acquisitions récentes. Les Gafa sont bien décidés à ne pas se laisser faire.

● RÉGULER WALL STREET

Lundi, Elizabeth Warren s'en est prise aux fonds Blackstone, Colony Capital et Cerberus, critiquant leur accumulation d'actifs immobiliers sur le dos des foyers américains fragilisés par la crise financière de 2008. Depuis plusieurs mois, elle dénonce des marchés financiers qui ne travaillent plus pour le bon fonctionnement de l'économie. Pour y remédier, la sénatrice du Massachusetts prône le rétablissement d'un « Glass-Steagall du XXI^e siècle ». Le texte initial, adopté après la crise financière de 1929, avait imposé la séparation des banques de détail et d'investissement, afin de protéger les particuliers contre les risques de marché. Il a été supprimé il y a vingt ans sous la présidence de Bill Clinton. Elizabeth Warren souhaite aussi que les banquiers soient davantage responsables sur leurs deniers lorsqu'ils spéculent sur des valeurs. Elle dénonce également le « pillage légal » des sociétés de capital-investissement (« private equity »), accusées d'endetter trop lourdement les entreprises achetées et de se rémunérer trop grassement. Pour mettre en œuvre son programme, des

régulateurs reviendront sur l'assouplissement des règles.

● INSTAURER UNE ASSURANCE-SANTÉ UNIVERSELLE

Cela a longtemps été son talon d'Achille. Elizabeth Warren, qui n'y a pas toujours été favorable, s'est rangée derrière l'instauration d'une assurance-santé universelle obligatoire, qui remplacerait les différents systèmes actuels, privés (170 millions d'Américains) ou publics, et garantirait à tous une couverture... Sans dire comment elle allait financer cette mesure-phare de son programme, estimée à 20.000 milliards de dollars sur la prochaine décennie. C'est désormais chose faite : elle compte sur un impôt sur la fortune deux fois plus rentable que ce qu'elle avait imaginé jusqu'alors. Le taux, qu'elle avait initialement fixé à 3 % au-delà du milliard de dollars de patrimoine, atteindrait finalement 6 %. Mais le plan serait aussi largement financé par les employeurs qui, dans le système actuel, prévoient déjà de dépenser 9.000 milliards de dollars dans les dix prochaines années pour l'assurance-santé de leurs salariés. Les impôts des sociétés devraient aussi augmenter. Reste à faire passer l'idée que les bienfaits de cette réforme surpasseraient ses effets négatifs. Une étude récente de la Wharton School conclut que Medicare pour tous pourrait coûter 0,2 point de croissance

par an à l'économie américaine dans les dix prochaines années.

● BANNIR LE PÉTROLE DE SCHISTE

En septembre, Elizabeth Warren a annoncé dans un tweet qu'au « premier jour » de sa présidence, elle signerait un moratoire sur la location de terres publiques pour l'exploitation pétrolière, et que « partout », elle interdirait la fracturation hydraulique. Cette technique, utilisée pour forer le pétrole et le gaz de schiste, a ouvert aux États-Unis la perspective d'une autonomie énergétique. Et les majors pétrolières américaines ont investi massivement le secteur. Sans surprise, les grands groupes ont protesté. « *Tout effort pour réduire la fracturation hydraulique ou l'offre de pétrole réduira pas la demande* », a critiqué un dirigeant d'Exxon, ajoutant que cela nuirait seulement à l'économie américaine et pourrait faire monter les prix des matières premières. Le président américain ne peut normalement interdire la fracturation hydraulique que sur les terres fédérales, et pour aller plus loin, un vote du Congrès serait nécessaire. Depuis quelques mois, l'activité ralentit dans le pétrole de schiste américain, mais c'est seulement sous l'effet combiné de cours du pétrole relativement bas et d'un niveau d'endettement qui met la pression sur les plus petits acteurs. — V. L. B. et N. Ra.



Le père Noël n'est pas une ordure

Produit et diffusé par Netflix pour les fêtes, le film d'animation de l'Espagnol Sergio Pablos est poétiquement et joyeusement timbré.

Jesper est un sale gosse de riches. Prétentieux, paresseux et snob, il n'a pas du tout l'intention de suivre la voie de son père, le sévère Johansen, maître général des Postes. Il préfère se prélasser dans ses draps de soie que d'apprendre l'art de délivrer des lettres. Excédé, son paternel, qui s'est élevé au sommet de la hiérarchie postale à la force du tampon, le propulse au-delà du cercle arctique, à Smeerensburg, où le thermomètre est fâché avec les valeurs positives. Sa mission : faire passer le trafic de zéro lettre par an à six mille, faute de quoi il ne sera pas rapatrié.

Quand Jesper débarque sur l'île, il a le moral dans les chaussettes. Il fait un froid de gueux, le village est sinistre, les rues sont vides. Mais il y

a pire et il le découvrira bien assez vite, la bourgade est ravagée par une lutte entre deux clans, les Ellingboe et les Krum, dont les rixes, aussi séculaires que musclées, feraient pâlir de jalousie les Capulet et les Montaigu. Leur rivalité est à tel point que les enfants ne vont pas à l'école pour ne pas avoir à partager la salle de classe avec les rejetons du parti haï. Au désespoir de la jolie institutrice, Alva, laquelle s'est fait une raison : elle a transformé son école en poissonnerie, et elle compte bien sur les économies ainsi accumulées pour se tirer fissa de cet enfer gelé.

Six mille lettres

Jesper sent mal l'affaire. Comment atteindre les six mille lettres ? La chance, associée à son opportunisme, vient à son secours. Un jour, en suivant une lettre emportée par le vent, il découvre

dans une cabane perdue au fond des bois un géant barbu et solitaire du nom de Klaus. L'ermite soigne un chagrin ancien en fabriquant des petits objets en bois. Une lettre... Un cadeau... Et si tous les enfants de Smeerensburg et d'ailleurs écrivaient à Klaus pour recevoir aussi un jouet ? Les six mille lettres seraient atteintes... Problème : les enfants de l'île ne vont pas en classe, ils ne savent pas écrire. Qu'à cela ne tienne, ils sont si excités à l'idée de recevoir eux aussi un cadeau qu'ils se ruent à l'école pour le plus grand bonheur d'Alva...

Ainsi naquit la légende de Santa Klaus (notre père Noël). Mais il faut compter avec les adultes du village. Furieux de voir leur progéniture dépasser leurs rivalités, Ellingboe et Krum vont tout faire pour semer la zizanie et faire échouer le plan de Jesper et de Klaus. Ce film d'animation, produit et diffusé par Netflix, avec au scénario, entre autres, Sergio Pablos (« Moi, moche et méchant ») est une merveille de poésie joyeusement timbrée.

— T. G.

FILM D'ANIMATION

ESPAGNOL

La Légende de Klaus

de Sergio Pablos

Avec les voix

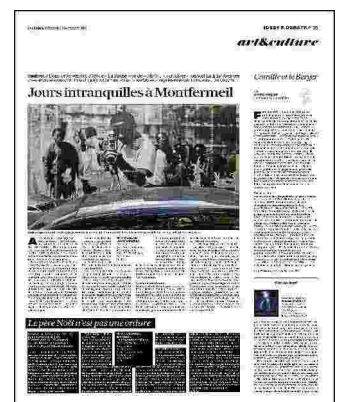
de J.K. Simmons,

Jason Schwartzman,

Rashida Jones,

Joan Cusak.

1 h 32.



Pourquoi les décrets Paramount sont obsolètes

Les décrets Paramount de 1948 avaient lancé les grands studios sur le secteur de la télévision, média alors naissant. Aujourd'hui, le petit écran a tellement bouleversé les règles de l'exploitation de salles que ces décrets ne sont plus nécessaires.

Nicolas Madelaine
 @NLMadelaine
 et Nicolas Richaud
 @NicoRichaud

Lorsqu'ils avaient été institués pour que les studios de cinéma, alors intégrés de la production aux salles obscures, soient obligés de se faire concurrence dans l'exploitation de leurs films en salles, les décrets Paramount de 1948 avaient incité les géants du septième art à investir sur le média naissant qu'était alors la télévision. « Sur le fond, c'est l'échange que leur a proposé l'anti-trust américain à l'époque », explique ainsi Olivier Bomsel, de la chaire média des Mines ParisTech.

Aujourd'hui, c'est en grande partie le petit écran qui rend obsolètes

ANALYSE

ces décrets, estime le ministère de la Justice américain, qui vient de les abolir. Netflix et les autres services de vidéo à la demande, comme Disney+ et bientôt HBO Max, accélèrent en effet le bouleversement de l'économie du film. Quand il n'est pas éclipsé par les séries, surtout aux Etats-Unis, le cinéma est de plus en plus consommé chez soi et la salle est désormais monopolisée par les blockbusters.

Les studios ont donc moins d'espoir de rentabiliser leurs petits films en salles. Et pour les grandes franchises, qui coûtent plusieurs centaines de millions de dollars à produire et mettre sur le marché, ils ont intérêt à les montrer dans le plus de salles possibles, pas à les garder pour un réseau qu'ils contrôlaient. Le risque d'oligopole des studios sur la salle a disparu.

L'annonce a fait rependre du tonus en Bourse à AMC, Cinemark, Imax – trois des principales chaînes de multiplexes aux Etats-Unis. Sur le London Stock Exchange, Cineworld, qui a racheté la puis-

sante chaîne de salles américaine Regal, a également progressé. Pas sûr pourtant que les studios se précipitent aujourd'hui pour acheter ce type d'entreprises.

Disney n'était d'ailleurs pas soumis aux décrets Paramount puisqu'il était petit à l'époque où ils ont été décidés. Aujourd'hui, en tant que studio, le propriétaire de Pixar et de Marvel maîtrise la distribution du film et donc tout son marketing. En plus, grâce aux « Star Wars » et autres « Avengers », il a un pouvoir sans pareil d'imposer ses prix sur les exploitants de salles. Et, surtout, Disney est sa priorité.

Les studios ont moins d'espoir de rentabiliser leurs petits films en salles.

Parallèlement, aux Etats-Unis, la situation des grands exploitants de salles est contrastée. L'an passé, le secteur a battu son record historique avec 11,9 milliards de dollars de recettes au box-office. Les cinémas

américains sont montés en gamme, augmentant au passage le prix du ticket. Ces groupes ont aussi lancé des formules d'abonnements et même des services de VOD – comme AMC récemment – pour diversifier leurs revenus.

Mais, outre que le marché est de plus en plus dépendant des blockbusters, ces derniers ne suffisent pas à eux seuls à compenser la lente mais inexorable érosion des ventes en volume de tickets. Pour 2019, les recettes sont en baisse de près de 7 % sur un an outre-Atlantique.

Les marchés financiers s'inquiètent d'autant plus que la cadence de sortie des mégaproductions de Disney devrait ralentir à compter de 2020 : après l'épisode IX de « Star Wars », qui sort en fin d'année, le prochain n'est pas attendu avant décembre 2022, et « Avatar 2 » a été décalé à 2021.

Depuis le printemps dernier, AMC, Cinemark et Imax – trois des principaux exploitants de salles aux Etats-Unis – avaient respectivement vu leurs cours chuter de 49 %, 20 % et 18,5 % à Wall Street avant l'annonce du ministère américain de la Justice. ■



The tech giants' biggest foe gets tougher

BRUSSELS

Europe's head of antitrust gains new powers to hold companies to account

BY ADAM SATARIANO
AND MATINA STEVIS-GRIDNEFF

Margrethe Vestager spent the past five years developing a well-earned reputation as the world's top tech industry watchdog. From her perch overseeing the European Union's competition rules, she fined Google more than \$9 billion for breaking antitrust laws and forced Apple to pay about \$14.5 billion for dodging taxes.

Now she says that work, which made her a hero among tech critics, did not go far enough. The biggest tech companies continue to test the limits of antitrust laws, behave unethically and push back against government intervention, she said.

But she said the public's growing skepticism about technology has given her an opportunity for a tougher approach.

"In the last five years," Ms. Vestager said in an extensive interview, "some of the darker sides of digital technologies have become visible."

So Ms. Vestager, a 51-year-old Danish former lawmaker, is doubling down. She has signed on for a rare second five-year term as the head of the antitrust division of the European Commission, the European Union's executive arm, and assumed expanded responsibility over digital policy across the 28-nation bloc.

With the new power, she has outlined an agenda that squarely targets the tech giants. She's weighing whether to remove some protections that shield large internet platforms from liability for content posted by users. She is also working on policies to make companies pay more taxes in Europe and investigating how the companies use data to box out competitors.

Ms. Vestager has pledged to create the world's first regulations around artificial intelligence and called for giving collective bargaining rights to so-called gig economy workers like Uber drivers. The push comes on top of an investigation into Amazon's use of data to gain an edge on competitors that had already started, and her look into accusations of unfair business practices by Facebook and Apple.

But Ms. Vestager's agenda amounts to a wish list. Her success will depend on

support and collaboration from other European officials who are already grappling with challenges like Britain's exit from the European Union, the rise of populism and fraying diplomatic relations with the United States.

It will require standing up to resistance from the tech companies, too.

In person, Ms. Vestager's manner defies her tough enforcer reputation. She is unfailingly polite, meeting guests by offering tea and apologizing for a lingering cold.

She is a challenging interview subject, prone to filibuster and rarely veering from oft-repeated talking points. A skilled politician, she projects modesty while not exactly turning away from the spotlight. A sign in the hallway outside her office says, in Danish, "Vestager Street."

She is also fast to shrug off criticism, including by numerous tech executives and President Trump, that she has been unfair to American tech companies.

Tim Cook, Apple's chief executive, called the penalty against his company in 2016 for skirting Irish taxes "total political crap." Google is appealing her three decisions against the company.

"She hates the United States," President Trump said in a television interview in June, "perhaps worse than any person I've ever met."

Ms. Vestager feigns to hardly remember the president's comment. "Since I know the very good relationship I have with the United States, then he must only meet people who really like the States if I am the one who likes you the least," she said.

If anything, the American authorities are coming around to share her tech skepticism. Federal, state and congressional investigators are scrutinizing the tech industry over unfair business practices. Ms. Vestager said she saw opportunities to collaborate, but was waiting to see how the inquiries unfolded.

As the United States begins to investigate Amazon, Apple, Facebook and Google, some American officials are trying to learn lessons from Europe's efforts. The investigations of Google and others took years to complete, giving the companies extra time to solidify their dominance. And once the inquiries were completed, critics said, the penalties focused on large fines that the companies could easily afford, rather than enforcing structural changes that would restore competition.

Luther Lowe, the head of public policy at Yelp, the reviews website that has been a frequent critic of Google's behavior, praised Ms. Vestager's efforts. But he said companies like Yelp "have to date still not seen a shred of practical relief, despite having prevailed in con-

cept."

Ms. Vestager needs to use all powers at her disposal, he said, "or be granted new ones."

Ms. Vestager said some of the criticism was valid. She is taking steps to speed up investigations and is applying a rarely used rule known as "interim measures," that acts as a cease-and-desist order for companies to stop acting a certain way while an investigation can be conducted.

She will play a leading role in the European Union's debate over a new Digital Services Act, which could bring sweeping reforms to how the internet operates, including forcing online platforms to remove illegal content or risk fines and other penalties. Facebook, she said, must be quicker to stop the spread of false and misleading information, violent material and hate speech.

"You have to take it down because it spreads like a virus," she said. "But if it's not fast enough, of course, eventually we will have to regulate this."

And she remains focused on whether the largest technology companies squeezed out businesses that rely on them to reach customers. Amazon is under investigation for mistreating third-party sellers that offer products similar to what it sells. Apple is being questioned over accusations that it uses the App Store to harm rivals such as Spotify.

"Some of these platforms, they have the role both as player and referee, and how can that be fair?" she asked. "You would never accept a football match where the one team was also being the referee."

She will play a leading role in the E.U.'s debate over a new Digital Services Act, which could reform how the internet operates.

In Europe, a broader debate is underway about a lack of homegrown tech giants. President Emmanuel Macron of France, for instance, has called for more government support of European companies. Ursula von der Leyen, the new head of the European Commission, who reappointed Ms. Vestager, has called for Europe to achieve "technological sovereignty."

The companies facing Ms. Vestager's scrutiny are warning about taking regulation too far.

Christian Borggreen, vice president of the Computer and Communications Industry Association in Brussels, a trade group representing Apple, Google and other companies, warned that new laws could put Europe at a disadvantage.

"We hope future E.U. legislation will be evidence-based and never become an excuse for protectionism," he said.

Ms. Vestager has said that European companies must compete on their merits.

"One of the main reasons that U.S.

tech companies are popular in Europe is that their products are good," she said. Her job, she added, has been to step in when companies "cut corners."

Ms. Vestager said Europe had a different view of technology than the wide-

open policies of the United States and government control of China. Europe, she said, must forge its own approach.

"Market forces are more than welcome, but we do not leave it to market forces to have the final say," she said. "Markets are not perfect."



ANS BRYIS FOR THE NEW YORK TIMES

Margrethe Vestager has signed on for a second term to head European Commission's antitrust division, where she has earned a reputation for toughness toward tech companies. She brings a wish list of agendas, including the creation of regulations around A.I.

TECHNOLOGY: FCC BACKS PUBLIC AUCTION OF 5G AIRWAVES B5

FCC Backs Public 5G Auction

By DREW FITZGERALD

Federal Communications Commission Chairman Ajit Pai said he would push for a public auction of airwaves ideally suited for new fifth-generation wireless networks, choosing a plan that could steer more cash to the federal government over some satellite operators' objections.

"After much deliberation and a thorough review of the extensive record, I've concluded that the best way to advance these principles is through a public auction of 280 megahertz of the C-band" run by FCC staff, Mr. Pai wrote in a tweet Monday, using the standard name for a swath of spectrum valued for its ability to carry huge amounts of data over long distances.

Cellphone carriers like Verizon Communications Inc. have urged the FCC to quickly

make C-band frequencies available for 5G wireless service, a technology that promises ultrafast wireless downloads and more powerful mobile devices. But the spectrum has sat in limbo as officials debate the best way to accommodate satellite companies that already use the airwaves to carry TV signals.

Tens of billions of dollars in potential proceeds are at stake. The satellite firms, which include Intelsat SA and SES SA, have spent nearly two years pushing for a privately run auction that would allow them to share the proceeds from the sale of C-band licenses for cell-phone networks. The satellite users don't own licenses to use the spectrum for cellular service but have warned they will fight to protect their clients from interference that would mar existing signals.

The satellite firms, through

a group called the C-Band Alliance, have said the FCC lacks the authority to confiscate the in-use spectrum without compensating them.

A government-run auction is "bound to be delayed by protracted litigation, slowing the transition of critical C-band spectrum for 5G operations," the group wrote in a Nov. 7 letter to the U.S. House Subcommittee on Communications and Technology. The alliance said Monday that "the full cooperation of the satellite operators will be required to ensure the successful clearing of the C-band."

The FCC appeared to be moving toward the satellite firms' private auction plan until last week. Sen. John Kennedy (R., La.) argued their plan would shortchange U.S. taxpayers who could benefit from a public auction that drove more proceeds from the

license sales to the Treasury. He said he would take his concerns to President Trump, who met the senator at a rally this month in Louisiana. On Monday, Mr. Kennedy praised the FCC move.

An FCC official said Mr. Trump called Mr. Pai on Oct. 30 to ask questions about the C-band issue, though he didn't express an opinion or tell the chairman how to act. The FCC is an independent agency.

Mr. Pai said this year he was optimistic the commission could report progress on the C-band issue in the fall, leading observers to expect a draft order detailing the agency's plan by its December meeting at the latest.

The commission now plans to formally bring the matter up for a vote next year and expects to launch a full auction before the end of 2020, the official said.

**BUSINESS NEWS**

Sony becomes sole owner of Game Show Network in a deal with AT&T. **B3**

Sony Goes All In With Deal For Game Show Network

BY BENJAMIN MULLIN

Sony Corp.'s Sony Pictures Entertainment is buying AT&T Inc.'s stake in **Game Show Network** for \$380 million, a deal that will make Sony the sole owner of the U.S. cable channel.

The purchase of AT&T's 42% stake implies a valuation of about \$905 million for Game Show Network, a cable channel that airs quiz show staples like "Family Feud" and "Deal or No Deal" alongside classics like "Match Game."

The network will continue to be carried by AT&T's **DirecTV** service, according to a person familiar with the matter. Game Show Network will continue to be operated by Sony Pictures Television, which will add Game Show Network's catalog of shows to its library, Sony said.

Game Show Network Chief Executive Mark Feldman will

continue running the channel.

Doubling down on a cable channel cuts against the grain in a media environment where many consumers are ditching traditional pay TV service in favor of online video streaming services like **Netflix** and Amazon Prime Video. Other entertainment companies such as **Walt Disney Co.** are focusing their investments on their own subscription streaming services.

But Sony executives are confident Game Show Network will continue delivering profits well into the streaming era, according to a person familiar with their thinking.

About 90% of Game Show Network's revenue comes from advertisers, with only a small slice from the channel-carriage fees paid by pay TV providers, the person said. That gives Game Show Network some cushion in a media landscape where providers are try-

ing to cut programming costs, the person said.

The audience demographics for Game Show Network also make the channel durable, despite cord-cutting, Sony said. The viewership skews older and is more inclined to watch traditional TV, and almost all of Game Show Network's audience watches live, which makes the advertising more effective, the company said.

AT&T is receiving \$500 million in cash in connection with the deal, reflecting about \$120 million in cash on the books of Game Show Network that AT&T is keeping in addition to Sony's \$380 million payment.

Included in the deal is GSN Games, a division of Game Show Network that produces casual games for mobile users. The division's revenue comes mostly from players who make in-app purchases while they are playing free games, according to a person familiar with

the matter. Some games on offer correspond to shows on the cable channel, including "Wheel of Fortune."

The deal comes as AT&T is selling assets the company deems nonstrategic to help pay down debt from its 2018 purchase of Time Warner for more than \$80 billion. AT&T sold its 9.5% stake in Hulu to Disney for \$1.43 billion in April. In October, the telecom giant agreed to sell its Puerto Rican and U.S. Virgin Islands businesses to Liberty Latin America Ltd.

AT&T is pinning its ambitions in the video-streaming space on HBO Max, a \$14.99-a-month service that will launch in May and will include programming from across the WarnerMedia empire. AT&T is spending big to fill HBO Max with attractive shows. It paid about \$600 million for the rights to stream "South Park" for five years.



INBCUNIVERSAL/GETTY IMAGES

The company says the older demographics for Game Show Network, which airs 'Deal or No Deal,' make the channel durable.

BUSINESS & FINANCE

Coty Taps Reality Star for Revival

Shale Slowdown Pressures Manufacturers

U.S. to Lift 216 Legal Barriers

Check-It-A Narrows Giving Auld Outcry

Airbus's Air Show Order Highlights Challenge for Boeing

Sony Goes All In With Deal For Game Show Network

300+ PRIVATE AND PUBLIC COMPANIES
800+ INVESTORS
5,000+ MEETINGS BOOKED
ONE AMAZING INVESTMENT CONFERENCE

Stephens

125121

T-Mobile CEO Set To Hand Over Reins Next Year

BY DREW FITZGERALD

T-Mobile Chief Set To Leave

Continued from page B1 company.

"I'm not retiring," he said. "I'm already getting a tremendous amount of input of companies that could use cultural transformation, leadership and things similar to what we've demonstrated here."

The handover was carefully planned. T-Mobile positioned Mr. Sievert to take on more responsibilities in recent years. He was named chief operating officer and joined its board in early 2018. T-Mobile is controlled by **Deutsche Telekom AG**, Germany's incumbent carrier.

Mr. Sievert joined T-Mobile in 2013 after stints at Microsoft Corp. and Clearwire Corp., a wireless broadband service that later merged with Sprint.

The company also said current Chief Financial Officer Braxton Carter extended his contract through at least July 1. His previous contract was slated to expire Dec. 31.

T-Mobile's share price is up roughly 240% since Mr. Legere became CEO in September 2012, compared with a 114% gain in the S&P 500 index over that time. The stock increased 12 cents to \$78.19 on Monday.

Mr. Legere's compensation package totaled \$66.5 million last year, and he was eligible to receive as much as \$109 million if the company met certain performance targets. When T-Mobile struck the

T-Mobile US Inc. said Chief Executive John Legere will step down this spring, handing the top job to operating chief Mike Sievert.

Mr. Sievert, 50 years old, will become CEO on May 1, taking over after Mr. Legere's current employment contract expires. The company said Mr. Legere will remain a director.

T-Mobile faces a litany of challenges before then, including an antitrust lawsuit brought by a coalition of state attorneys general against T-

merger deal with Sprint, it also extended Mr. Legere's employment contract through April 30, 2020.

T-Mobile's proposed takeover of Sprint has secured approval from federal telecommunications and antitrust officials, but it has been delayed by the states' antitrust suit. The company earlier this month promised a \$15-a-month data plan aimed at responding to criticism that its merger with Sprint would lessen competition.

Mobile's planned \$26 billion-plus takeover of **Sprint Corp.** A trial is scheduled to start Dec. 9 in New York.

"The timing was always expected to be now, but we always expected the new T-Mobile to exist about six months ago," Mr. Legere said Monday during a conference call.

Mr. Legere's planned departure caps a seven-year stretch at the Bellevue, Wash., carrier, where he turned a struggling also-ran into the third-largest U.S. carrier, largely by luring customers away from bigger

rivals AT&T Inc. and Verizon Communications Inc.

The change comes after the Journal reported that Mr. Legere was in negotiations to take over as chief executive of **We Cos.**, the parent of WeWork. We investor SoftBank Group Corp. has been looking for a leader to succeed WeWork founder Adam Neumann.

Mr. Legere, 61, said Monday he was "never having discussions to run WeWork" but made it clear he was contemplating his next act at another

Please turn to page B4

U.S. to Lift '40s Legal Curbs on Hollywood

BY BRENT KENDALL AND ERICH SCHWARTZEL

Old Curbs On Studios To Be Lifted

Continued from page B1

the studios from owning the theaters where their movies played, as well as from requiring theaters to play several of their movies or none at all, an all-or-nothing deal known as "block booking." And it stopped certain industry practices that limited when and how films could be shown in particular areas.

After the ruling, each studio entered into a decree with the Justice Department memorializing the new rules. The movie-theater industry flourished and expanded in the decades that followed.

The Justice Department won't seek to drop all the rules right away; it is seeking a two-year sunset period for parts of the decrees that address block booking and certain movie licensing practices for theaters in a specific geographic circuit.

Mr. Delrahim said the decrees were no longer needed because the conspiracy among movie-industry giants from the 1940s no longer exists. If modern practices arise in the movie industry that harm consumers, "antitrust enforcers remain ready to act," he said.

The department will have to make a motion in federal court in Manhattan to terminate the decrees. That filing is expected in the coming days.

The DOJ's decision is a particular blow to the nation's

WASHINGTON—The Justice Department is moving to terminate legal rules that have governed the movie industry since the late 1940s, a step that could shake up how movies are distributed and the terms on which they hit the big screen.

The department's antitrust division has determined that rules limiting film studios' influence over theaters have outlived their usefulness in a movie business that has changed considerably since the curbs were first imposed. The

dwindling number of independent theaters and smaller studios trying to squeeze movies into a release calendar increasingly dominated by big-budget franchise titles.

Smaller operators have complained in recent years about not being able to afford the onerous distribution terms required by studios to show their biggest blockbusters—terms that major chains can stomach but mom-and-pop operations cannot. In extreme cases, up to

70% of ticket sales on a major release can flow back to the studio.

The termination of the decrees could speed up a consolidation happening across the industry as independent chains throw in the towel. About half of the nation's roughly 40,000 movie screens are controlled by the top three exhibitors: AMC Entertainment Holdings Inc., Regal Entertainment Group and Cinemark Holdings Inc.

When the Justice Department in 2018 invited theaters and studios to comment on the pending decision, no major studio weighed in. Instead, the comments were mostly left to small exhibitors and drive-in theaters, which cited a top-heavy box office as a concern.

So far this year, more than 27% of the box-office grosses in the U.S. and Canada have been generated by the five-highest grossing movies, according to Box Office Mojo. Four of those movies were released by Walt Disney Co., which currently holds a commanding market share over the industry but wasn't a party to the Paramount decree.

Since blockbusters like "Avengers: Endgame" or "The Lion King" are too lucrative for

rules set to be lifted were laid out in decades-old legal settlements known as the Paramount consent decrees.

"As the movie industry goes through more changes with technological innovation, with new streaming businesses and new business models, it is our hope that the termination of the Paramount decrees clears the way for consumer-friendly innovation," Makan Delrahim, the department's top antitrust official, said at an American Bar Association conference in

Washington, D.C., on Monday. The decrees clipped the wings of a core group of dominant studios in the post-World War II era, the result of a government lawsuit alleging the studios conspired to control the movie business from start to finish.

The decrees followed the Supreme Court's blockbuster 1948 ruling in *U.S. v. Paramount Pictures* that covered the nation's eight major motion-picture distributors.

The ruling largely prohibited the same titles could be used as leverage by studios if the decree disappears and block booking is allowed, the National Association of Theatre Owners argued in comments to the Justice Department.

"If exhibitors were forced to book out the vast majority of their screens on major studio films for most of the year, this would leave little to no room for important films from smaller studios," NATO argued. The organization said Monday it would wait to review any motion filed by the Justice Department in court before commenting further.

The Justice Department's review of movie-industry rules has been part of a broader initiative in which department antitrust officials have revisited long-ago legal settlements across a range of industries that have remained on the books with no expiration date. The other big review that remains pending is in the music industry, where the department is considering whether to revise or terminate decrees that have set rules for music licensing since the 1940s. The outcome could shake up how businesses, broadcasters and digital streaming services secure rights from songwriters and publishers.

Washington, D.C., on Monday. The decrees clipped the wings of a core group of dominant studios in the post-World War II era, the result of a government lawsuit alleging the studios conspired to control the movie business from start to finish.

The decrees followed the Supreme Court's blockbuster 1948 ruling in *U.S. v. Paramount Pictures* that covered the nation's eight major motion-picture distributors.

The ruling largely prohibited the same titles could be used as leverage by studios if the decree disappears and block booking is allowed, the National Association of Theatre Owners argued in comments to the Justice Department.

The Department of Justice's move could speed consolidation among cinemas.

Please turn to page B5



MARIO ANZUONI/REUTERS

As blockbusters like 'Frozen 2' dominate the box office, smaller theater owners worry they can't afford the distribution terms.

BUSINESS & FINANCE

Coty Taps Reality Star for Revival
 Coty Cos. CEO Sees 'The Contender' as Key to Reviving Fragrances

Shale Slowdown Pressures Manufacturers
 As Oil Demand Slows, U.S. Shale Producers Face Inventory Buildup

Check-It-A Narrows Giving Auld Outcry
 As the Firm's Share Price Falls, It Faces a New Round of Criticism

FCC Backs Public 5G Auction
 The Commission's Decision is a Win for Verizon, AT&T and T-Mobile

Bill Cosby's 'The Contender' to Be Released
 The Reality Star's New Show Will Be a Reality Show

U.S. to Lift the Legal Bar on Hollywood
 The U.S. Trade Representative Will Demand that Hollywood Open Its Markets to U.S. Filmmakers

How Many New York, N.Y. Stocks Will Be Listed?
 The New York Stock Exchange Will Be a Key Player in the Decision

A visionary leader in finance and beyond
 Meet the CEO of CME Group

TikTok Explores Rebranding To Shake Off Chinese Roots

TikTok made history this year as China's first social-media company to make it big in the U.S. Now, TikTok wants to shed its label as a Chinese brand.

As TikTok faces mounting scrutiny from U.S. lawmakers and regulators, some employees and advisers in recent weeks have approached senior executives to suggest ways the company could rebrand, according to people familiar with the discussions.

Ideas discussed include ex-

By Georgia Wells in San Francisco, Yoko Kubota in Beijing and Kate O'Keeffe in Washington

panding operations in Southeast Asia, possibly Singapore—which would allow executives to distance the video-sharing app from China—and rebranding it in the U.S., the people said.

Meanwhile, TikTok has reduced the amount of content

from China that appears on the app, hoping to minimize reminders of its Chinese roots to U.S. users, according to people familiar with the company's practices.

Some investors in TikTok's parent company, Beijing-based ByteDance Ltd., acknowledge that an attempt to set the app apart from China could be difficult to execute and that some of the ideas are long shots at best. But the discussions reflect how TikTok's meteoric rise is

Please turn to page A2

TikTok Looks to Rebrand

Continued from Page One

under threat and how some close to the company increasingly view the company's Chinese ownership as a liability.

One reason behind the concern: ByteDance's investors, including Sequoia Capital and SoftBank Group Corp., view growth in the U.S. as key to achieving their goal of an initial public offering late next year, people familiar with the matter said.

ByteDance was most recently valued at \$75 billion, making it one of the most valuable startups in the world.

A ByteDance spokesman said an IPO isn't the company's focus, and moving TikTok's headquarters to Singapore isn't under consideration. He said there is no discussion to change TikTok's brand name. He also said the company doesn't determine how much Chinese content is on the app because users, not TikTok, upload videos.

"It is well-known that ByteDance was founded in China," he said. "But the reality is that the TikTok app does not oper-

ate in China, and we have been further building out and empowering teams in the markets where it does operate."

ByteDance operates a version of TikTok in China under a different name, Douyin, and the head of TikTok is based there, although the company's website doesn't list any offices in China.

For TikTok, the challenge is that many lawmakers and regulators—and some parents—are wary of the potential for the Chinese government to demand information about the app's users any time. Increasing the tension between the two countries is the trade war.

"We are stuck in between," one ByteDance employee said. "We are a Chinese company, and we do business overseas."

ByteDance isn't the only company in this position. Since a 2018 law expanded the power of U.S. regulators to limit foreign access to technology deals, other Chinese companies have tried to find ways to manage or work around these new restrictions.

When ByteDance in 2017 bought Musical.ly, the small social-network in the U.S. that morphed into TikTok, most Americans hadn't heard of it. ByteDance poured money into promoting TikTok on popular apps in the U.S., and as of earlier this year, more than 100 million Americans had downloaded the app.

That popularity sparked a backlash. After several senators expressed concerns that TikTok was censoring content to appease Beijing and collecting data about U.S. users, the U.S. launched a national-security review.

"TikTok claims they don't store American user data in China. That's nice. But all it takes is one knock on the door of their parent company, based in China, from a Communist Party official for that data to be transferred to the Chinese government's hands, whenever they need it," Sen. Josh Hawley (R., Mo.) said during a hearing on data security in early November.

TikTok has said it stores data on U.S. users in the U.S. and Singapore, although its website says the app may share user information with ByteDance.

"The Chinese government has never asked us to provide access to any TikTok U.S. user data, and we would not do so if asked," a ByteDance spokesman said.

The U.S. represents a small portion of the company's business: About 4% of users of TikTok and its Chinese version, Douyin, are in the U.S., according to a former employee. The U.S. business is operating at a massive loss, the former employee said.

Yet ByteDance's investors are eager to pitch it as the parent of the first social-me-

dia company to get big in China and the West, according to a former executive. "Without the U.S., it's not global," this person said.

Investors also fear that if the U.S. forced ByteDance to divest itself of TikTok or cease U.S. operations, other countries that have expressed concerns about TikTok, such as Japan and India, also could decide to take action, according to people familiar with the matter. They said TikTok could weather losing access to the U.S. market, but the loss of multiple countries would be devastating.

TikTok has continued to spend heavily to grow in the U.S., both to the delight and consternation of its U.S. rivals. It has spent hundreds of millions of dollars on ads on Snapchat and Instagram, bringing both firms significant revenue but also raising concerns around Silicon Valley about heightened competition.

"They operate out of China under a completely different set of rules," longtime Facebook Inc. executive and head of Instagram Adam Mosseri told sports podcaster Bill Simmons in October. Mr. Mosseri also criticized the company for cloning Musical.ly, then buying it and renaming it TikTok.

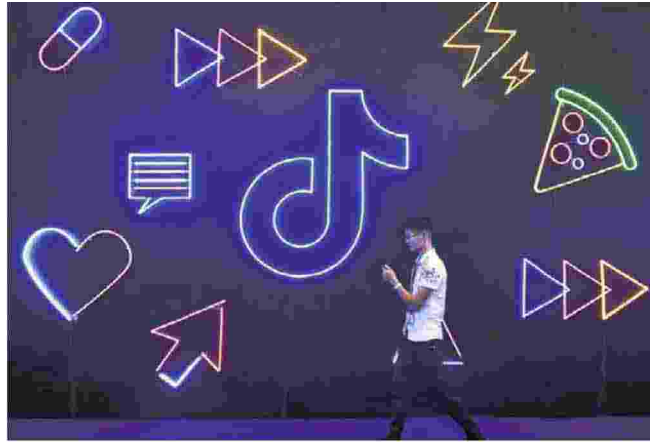
The ByteDance spokesman pointed out that Mr. Mosseri's Instagram was itself bought by Facebook. "There is some real lack of self-awareness here,"

he said.

Instagram unveiled last week a TikTok-like product called Reels, which follows Facebook's attempt to launch a TikTok clone late last year with an app called Lasso. That app has yet to gain traction. TikTok allows users to share and view short videos that are typically less than 15 seconds long.

Meanwhile, rivals of the Chinese version of TikTok are preparing to pounce. Tencent Holdings Ltd. recently told employees its new priority is to aggressively take on Douyin, according to a person familiar with the discussions. Tencent also has allocated an unlimited budget to its own short-video app Weishi, the person said.

—Yang Jie and Shan Li contributed to this article.



LONG WEI/SIPA/ZUMA PRESS

Some lawmakers and regulators are wary of the potential for the Chinese government to demand information about TikTok's users.



125121

HEARD ON THE STREET

FINANCIAL ANALYSIS & COMMENTARY

In Hunt for Scale, Luxury Giants Pop the Question

LVMH's offer to buy Tiffany underscores the growing pressure among companies to combine

Good things rarely come in small packages anymore in the luxury-goods industry. The new advantages of scale mean investors can expect more takeover approaches including LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton's recent \$14.5 billion bid for U.S. jeweler Tiffany & Co.

The performance of companies that sell designer fashion is diverging. With a handful of exceptions, small names are trailing larger labels such as Gucci and Louis Vuitton. This is surprising given the opposite trend can be seen in mass-market consumer goods: Technology lowered old barriers to entry and allowed startups to take business away from multinationals.

The outperformance of bigger brands is clear in corporate results. Between 2016 and 2018, LVMH, Gu-

cci owner Kering and Hermès—Europe's three biggest listed luxury companies by value—increased sales by an average of 10%, 22% and 9% a year, respectively. By comparison, revenue at smaller brands Salvatore Ferragamo, Burberry and Tod's fell 2%, 1.3% and 2.5% over the period.

Valuations are polarizing, too, as investors side with the faster-growing companies. LVMH, which now owns more than 70 global brands, has become a key stock to own for investors that want exposure to booming Chinese spending in multiple categories including cosmetics, cognac and handbags. Since the beginning of 2016, its market value has ballooned by 180% to €205 billion (about \$227 billion), making it the second-largest listed company in the eurozone after Royal Dutch Shell.

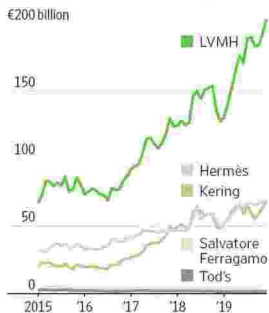
One side effect is that controlling shareholder Bernard Arnault this year overtook Warren Buffett to become the third-wealthiest man in the world, just behind tech titans Jeff Bezos and Bill Gates, according to Forbes's real-time rich list.

Technology's rise is the most likely explanation for why scale has become an advantage. Approximately one-tenth of luxury spending has moved online, Bain & Co. data show. Deep pockets allow big brands to hire the best digital talent and dominate social media, which heavily influences the purchasing decisions of Chinese and millennial luxury consumers who now drive sales growth in the industry.



Between 2016 and 2018, Louis Vuitton's owner increased annual sales by an average of 10%, beating many smaller rivals.

Stock-market value, monthly



Note: €1 billion=\$1.1 billion
Source: FactSet

LVMH, Chanel, Hermès and Kering all have the clout to develop their e-commerce businesses in house—thereby maintaining control over their brands images, prices and customer data. Smaller labels, which struggle to drive enough traffic to a stand-alone website, must rely on third parties to boost web sales. In China, Burberry runs a store on Alibaba's Tmall platform, for example, while Louis Vuitton and Hermès operate their own Chinese e-commerce websites.

Moreover, the size of companies' ad budgets mirrors their social-media influence. Luxury brands typically reinvest around 6% of revenue into marketing, according to Bernstein, but the absolute value of their spending varies widely.

Based on 2018 sales of €8.3 billion, Gucci had around €500 million to play with last year, of which more than half was spent in digital channels. Salvatore Ferragamo had less than one-fifth that amount. It comes as no surprise that the big-

gest brands, including Christian Dior, Louis Vuitton and Gucci, scored highest for engagement on Instagram and Chinese social-media platform Weibo in a recent analysis by Bernstein.

Offline, companies with the most resources have leverage with landlords to secure good locations on the world's best shopping streets—

With a few exceptions, small names are trailing larger labels such as Gucci and Louis Vuitton.

even for relatively minor brands in their portfolios. Celine, an LVMH brand, is forecast to make less than €1 billion in sales this year, according to Jefferies, but it has a store directly across from Louis Vuitton's London flagship on Bond Street. Big

companies have always had this advantage, but it may be more important than it used to be. As luxury consumers become increasingly mobile, spending is converging on the best streets in the biggest cities.

LVMH used to fetch a sizable conglomerate discount on the Paris stock market, but this has shrunk to just 5%, according to Jefferies calculations. Investors who once assumed that Mr. Arnault would pay unjustified premiums for brands that had no synergies with his existing portfolio now seem happy to see him bid for Tiffany. The stock is up 5%, ahead of Euro Stoxx 50 index, since the companies confirmed the talks.

Big luxury companies' ability to mop up market share will make life harder for independent brands—and takeover offers more appealing. Whether Tiffany investors take LVMH's money or not, the new need for scale will increase luxury companies' urge to go shopping.

—Carol Ryan

OVERHEARD

Randy Tinseth, a senior executive at Boeing, has had a long and successful career at the company, but he might be remembered for something else: a quote marking him as a bit of a Luddite.

Asked whether commercial aviation would face competition from the Hyperloop, a technology supported by Elon Musk that promises to move people far more quickly and cheaply, he said, "I think probably not in my lifetime."

While the Tesla boss is known for grandiose predictions, it or something similar could work, and Mr. Tinseth probably has many years left to live.

One remembers movie producer Darryl Zanuck reportedly predicting in 1946 that people would soon get tired of then-emerging television; former Microsoft boss Steve Ballmer doubting in 2007 that the iPhone would gain significant share; and even Steve Jobs guessing that Amazon's Kindle would be a flop: "People don't read anymore."

Mr. Tinseth probably knows at least one such doozy. According to Michael McQueen, author of "How to Prepare Now for What's Next," when Boeing unveiled the first practical airliner in 1933, an engineer at the company predicted: "There will never be a bigger plane built."



Hyperloop's Elon Musk

ADAM S. DAVIS/EPA-EFE/SHUTTERSTOCK



FAYEZ NURELDINE/AGENCE FRANCE-PRESSE/GETTY IMAGES

The oil giant targets a valuation up to \$1.7 trillion. A company's billboard in Riyadh.

Saudi Aramco Won't Get Any Help From An Overpriced IPO

Crown Prince Mohammed bin Salman is insisting on a high starting price for **Saudi Aramco**. He may end up with a lot of ungrateful subjects.

State institutions usually go public at a big discount to attract as broad a field of investors as possible. This seems particularly important when the state is selling a tiny proportion of shares and may want to sell more in the future. Individual investors—who are expected to provide one-third of the cash in Aramco's initial public offering—will be put off if the stock doesn't go up.

The company announced this past weekend it would sell just 1.5% of its shares at between 30 and 32 Saudi riyals (\$8 and \$8.53) each in its IPO. That implies the oil-and-gas giant is valued at \$1.6 trillion to \$1.7 trillion, less than the \$2 trillion Prince Mohammed initially hoped for but still much higher than international investors' estimates of \$1.2 trillion to \$1.5 trillion.

The autocratic prince is getting his punchy valuation by reducing the supply of shares—the IPO will raise only one-quarter of what he initially targeted—and relying purely on investors from the Gulf. The company called off its roadshows with money managers in Europe, the U.S. and Asia over the

weekend.

IPO investors expect prices to jump on the first day of trading to compensate for the risk of buying a stock without trading history. The British and French privatizations of the 1980s and 1990s, which aimed to create a broad shareholder culture, were underpriced to provide an additional 10% pop on average, according to estimates from the Organization for Economic Cooperation and Development. Aramco will offer retail buyers a few bonus shares if they hold for six months, but the high price makes a first-day jump unlikely.

The European privatizations of oil, transport and utility companies also offered the medium-term upside that the newly private companies would become more efficient in a competitive market. That isn't the case with Aramco, which already is an efficient producer with many rivals. A price between \$6 and \$7.50 a share for Aramco would be more in line with estimates by global brokers. The company needs their clients to lend its stock-market listing credibility, and it also needs its stock to rise over time if it is to keep locals on board. Prince Mohammed may have some control over the starting price, but it is how the stock trades in the after-market that really matters.

—Rochelle Toplensky



LILLIAN SUWANRUMPHA/AFP/GETTY IMAGES

The photocopier maker likely isn't going away in its pursuit of a tie-up.

HP's Rebuff of Xerox Isn't So Black and White

HP Inc. and Xerox Holdings Corp. at least seem to agree on one thing: The printing-and-copying business needs consolidation.

The \$33.5 billion question, though, is who should be doing it.

Xerox took the initiative and sent an acquisition offer worth that sum to HP earlier this month. HP made that offer public Sunday while also issuing its rejection.

In so doing, the storied tech giant also signaled some agreement with the industrial logic behind the offer. HP effectively admitted with its own major restructuring program last month that the printing business is no longer a growing one.

The result of HP's rejection of the offer is that both companies are now essentially in play—with a highly uncertain outcome. Xerox, whose annual revenue is about one-sixth of HP's, showed some moxie by making the first move. The details of the offer made public Sunday at least showed the company is serious: Xerox offered \$22 a share for HP, a 20% premium to the price of HP's stock before The Wall Street Journal broke the news of the proposal on Nov. 5.

HP hasn't traded above that price since February, when it reported a surprising decline in sales for its key printing-supply business.

But the offer was no slam dunk, either. About 77% would have come in cash, which in turn would be primarily financed by borrowing. The stock component would leave shareholders with a heavily in-

debted enterprise that would need to slash costs aggressively. Xerox, in its letter to HP, offered that it could save \$1.5 billion "from combining our world class [research-and-development] groups and streamlining corporate functions." Yet the two companies combined spent only about \$1.8 billion on R&D in their most recent fiscal years.

HP's own checkered history also shows that getting bigger isn't always a panacea.

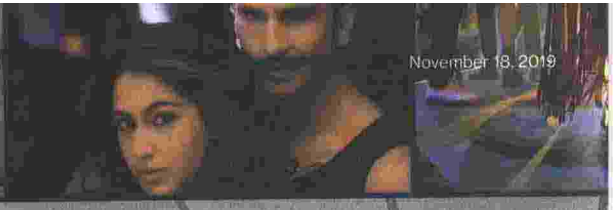
So this wasn't an offer that HP couldn't refuse, but the company may not be able to say no forever. Xerox, with the backing of financier Carl Icahn, likely isn't going away and investors in both companies are clearly intrigued by the idea of a combination. As of Friday's close, HP's shares were up 10% since the offer was reported while Xerox shares had jumped 7%. HP shares fell nearly 1% Monday following its rejection of the offer. It is also one of the few major tech stocks to be in negative territory for the year. Its sister company, **Hewlett Packard Enterprise**, is up more than 30% for the year.

Now that it is in play, HP can try to get a better deal—or perhaps even flip the table and become the acquirer.

The company has its own plans to address its printing slowdown, but those plans, as laid out last month, would take years to fully implement. HP may no longer have that long.

—Dan Gallagher





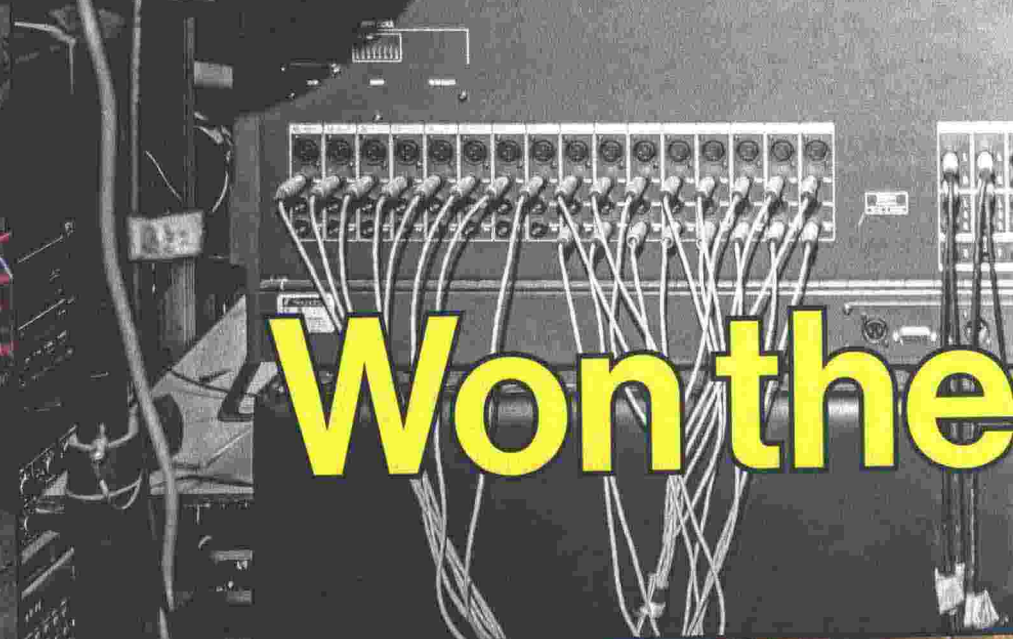
November 18, 2019



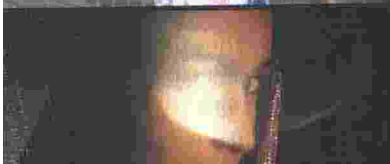
How Bo

India's T-Series vanquished trolls and pranksters to build YouTube's most popular channel. Surviving Netflix will be harder

58



Won the



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

125121



T-Series head Bhushan Kumar at a listening session in Mumbai

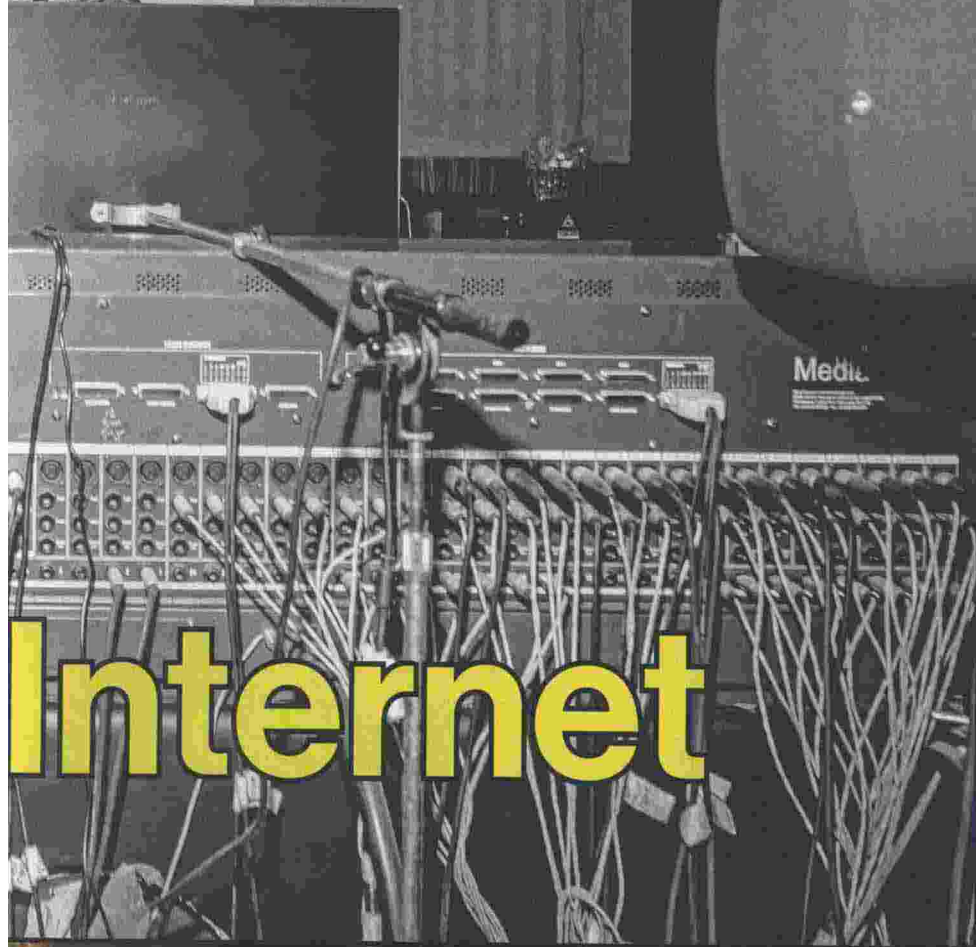
Hollywood



By Ari Altstedter
and Lucas Shaw



Photographs by
Mahesh Shantaram



Internet



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

On a recent afternoon in the Arabian Desert, with the temperature hovering around 40C, the cast and crew of *Street Dancer 3D* are trying very hard to pretend they're in London. Starring two of Bollywood's biggest young stars, Varun Dhawan and Shraddha Kapoor, the movie tells the story of rival dance crews facing off on the British capital's mean streets. But because of the tiresome bureaucracy required to close actual London streets to blast Bollywood music for 10 hours at a time, the dance battles are being shot outside Dubai, in a theme park's mock French village.

To create the illusion of a London neighborhood, or at least a South Asian audience's idea of one, the crew has strung Union Jacks across the village square and parked an array of borrowed sports cars on the cobblestones. Multicultural extras are wilting in the hoodies and coats they're wearing to ward off the nonexistent English chill, and makeup artists are working furiously to hide everyone's sweat. Between takes, a small man with a tote bag rushes in to shade Kapoor under an umbrella.

As cinematic visions go, it all seems a little strained. But when the cameras roll, and the catchy flute loop of a Punjabi rap anthem gets going, *Street Dancer 3D*'s producer gleefully shimmies his shoulders. "These kinds of visuals—I am getting value for my money," says Bhushan Kumar, a 41-year-old with a pompadour and a soft, boyish face. He's clad head to toe in designer brands: Tom Ford glasses, Burberry T-shirt, Palm Angels sneakers. With the director at his side and his entourage all around, Kumar reclines in a folding chair, the picture of a man satisfied with what he sees. "It's a good-looking location," he says. "They're getting great dancing with great actors. It has all the things that matter a lot."

When it comes to entertainment, Kumar has a better claim on knowing what matters to India's 1.3 billion people than almost anyone. The head of T-Series, the country's largest record label, he's the custodian of a catalog of Bollywood soundtracks, Tamil pop tunes, and devotional music that accounts for a huge proportion of listening in the most music-crazy country on the planet. Since music and film are inextricably linked in India—almost all major hits come from soundtracks, and elaborate dance routines are the centerpiece of movies in almost every genre—Kumar is also a crucial cinematic tastemaker. T-Series' in-house production arm has put out more than a dozen releases in the past year, including *Kabir Singh*, the second highest-grossing Bollywood title of 2019, with about \$39 million in box-office revenue.

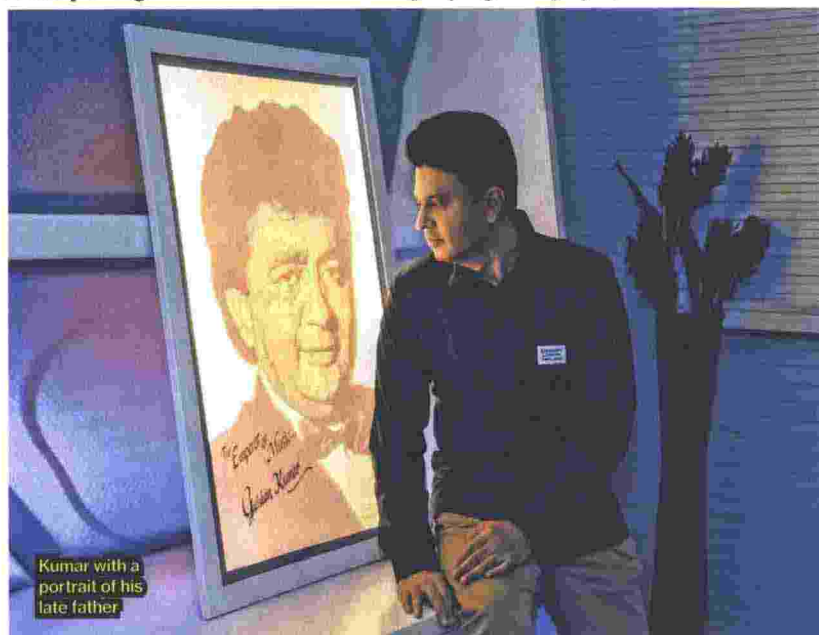
In February the company achieved another milestone: It became the world's most popular YouTube channel, dethroning Swedish gamer-troll PewDiePie. The ascent of T-Series, which has 117 million

subscribers to its primary feed, caught many off guard. YouTube has been dominated by pranksters, vloggers, and beauty queens from the U.S. and Europe. No professional media producer, let alone one from Asia, had ever held the top spot. But thanks to low-cost broadband access, India is now the largest source of consumers on the open web, with more than 600 million people online. (China has more internet users, but they generally stay behind the walls of its sealed-off digital ecosystem.) And that still represents a market in its infancy—about half of India's population doesn't yet have internet access.

Eager to cash in, Netflix, Facebook, and Amazon are all pouring resources into India and introducing products there before rolling them out elsewhere. In July, Netflix Inc. chose India to offer its first mobile-only subscription, an option that will be critical to unlocking emerging markets. Facebook wants to use the country as a test bed for payments via WhatsApp.

For Kumar, the internet giants' newfound interest is both a threat and an opportunity. With bigger budgets and fathomless technological assets, foreign companies might pose a serious challenge to Indian producers, peeling away talent and eyeballs while threatening the Bollywood hit factory that underpins his success. Or they could be valuable partners, eager for the intimate knowledge of the Indian market that only a company like T-Series can provide.

Kumar believes it's the latter. He envisions a self-reinforcing ecosystem where his YouTube channels promote his songs, his songs promote his movies and digital TV series, and when those become hits, people go back to YouTube to listen to the songs again and again, putting T-Series in an unassailable position. And with Bollywood content growing steadily more popular in the Middle East, Southeast Asia, and other markets, that could make the company a global player, too.



Kumar with a portrait of his late father.

VIDEO STILL: T-SERIES VIA YOUTUBE

125121

“All over the country, you ask anyone if they know T-Series, they will say yes”

“All over the country, you ask anyone if they know T-Series, they will say yes,” Kumar says in an interview in Dubai. Soon, he adds, “everyone will know us all around the world.”

Kumar credits his late father, who founded T-Series, with all of its success. Gulshan Kumar was murdered in 1997, shot 16 times as he exited a Hindu temple in broad daylight—reportedly for resisting an extortion attempt by a gang linked to Dawood Ibrahim, Mumbai’s most notorious underworld boss. Kumar refers to Gulshan in the present tense and says he believes his father is guiding T-Series from the afterlife;

become a hit and drive box office sales. Gulshan loved film as much as he loved music, so T-Series also built a business producing its own movies.

Bhushan Kumar refuses to speak about Gulshan’s murder, except to say it made him rethink his career plans. At 19, he took the company’s reins. “I knew what this business meant to my father,” he says. “I had to fulfill his dream. Any son’s job is to make his parents happy; that’s what I did.” To stabilize T-Series, he decided to focus primarily on music, accelerating his father’s song-buying strategy. Komal Nahta, a film industry analyst, estimates the company now holds the



every film still opens with a title screen reading “Gulshan Kumar Presents.” Kumar attributes his most precious talent, his “ear sense” for picking hit songs, to his dad.

Another trait Kumar seems to have inherited is technological foresight. In his father’s day, the medium of tomorrow was the cassette tape. Gulshan, whose own father was a Delhi juice vendor, opened a small shop stocking water-misting fans and other gizmos in the 1970s. A lifelong music lover, he also tried selling albums and experimenting with production on tape, hiring singers to record songs about his favorite Hindu shrine. When his cassettes began to outsell the fans, Gulshan traveled to Hong Kong, Japan, and South Korea to learn more about the technology. He returned with a deal to import magnetic tape, and in 1980 he set up a factory to assemble cassettes, many featuring music from a studio he built out of his early forays into recording.

Gulshan brought a disrupter’s sensibility to the business, offering tapes at deep discounts and distributing them through convenience stores and corner stalls. He commissioned albums in regional languages such as Punjabi and Bhojpuri, tapping markets competitors considered too small or fragmented to bother with. Along the way, he developed a reputation for playing fast and loose with the copyrights protecting India’s most popular songs, the ones from Hindi cinema’s “masala musicals”—mashups of action, comedy, and romance. T-Series denies that Gulshan ever engaged in outright bootlegging, but it doesn’t dispute that he exploited a copyright loophole permitting cover versions of hits.

Gulshan’s distribution network put him in an excellent position to get into Bollywood soundtrack production, and in the mid-1980s he founded T-Series—the “T” an homage to the god Shiva, who’s usually depicted carrying a trident. In 1990 the label catapulted itself to the top ranks of the industry by releasing the soundtrack for the musical romance *Aashiqui*, which remains a bestseller. Gulshan also began aggressively snapping up the rights to Bollywood soundtracks T-Series hadn’t put together; film producers were often happy to part with them, since the company’s marketing footprint increased the odds a song would

rights to as much as 70% of the Bollywood music released in the past three decades. At first, this business model looked fairly eccentric. For every big winner, T-Series was left with thousands of tracks gathering dust. After all, in the predigital era even the most music-mad Indians were only going to buy so many albums.

In the developed world, the recent history of the music business goes something like this: Everything worked well until 1999, when a teenage coder named Sean Parker co-founded Napster, the first file-sharing service to achieve broad popularity. The ensuing golden age of piracy nearly wiped out the industry. Then Apple’s iTunes established a market for legitimate digital music and prepared the ground for Spotify and other streaming services.

In India, things went a little differently. While piracy was widespread, iTunes never got much traction. Instead, people bought ringtones. Westerners might remember these as an oddity of the early aughts, snippets of songs bought directly from a carrier such as Verizon or AT&T; they went out of style once the iPhone provided more interesting things to do with a mobile device. For Indians, they were a sensation, offering a cheap and accessible means to obtain popular music legally. As mobile phones made inroads among the middle class, having the right ringtone, purchased for as little as 10 rupees (14¢), became an essential symbol of personal style.

In 2003 a local web portal offered Kumar \$500,000 for the right to scrape ringtones from the T-Series catalog. He said no and instead began playing telecom operators and ringtone aggregation companies—a thing, in India—against one another for ever-larger licensing fees. His passion for the format was unmatched. Kumar “used to work on every ringtone,” says T-Series President Neeraj Kalyan, who’s headed the label’s digital division since its 2003 creation. “He used to make multiple cuts of every song so you’d have your first stanza, your second stanza, every stanza of a song.” Each would be available as a separate ring. By the late 2000s ringtones were the music division’s largest revenue stream.

As this boom was nearing its peak, T-Series noticed ▶

Kumar insists “an ear sense for music” is the secret to T-Series’ success on YouTube

◀ bootlegged versions of its songs popping up in a very different format: YouTube. The company’s relaxed attitude to copyright law didn’t extend to American digital titans, and in 2007 it sued for infringement. The eventual settlement required YouTube to train T-Series to put its own videos on the site—and to provide generous advances on revenue from the ads that would run alongside them.

T-Series uploaded its first YouTube video, the peppy dance number *Laung Da Lashkara*, in 2011, just as ringtone sales were tailing off. It featured the stars of the film *Patiala House*, Akshay Kumar and Anushka Sharma, cavorting in full Indian formal wear through a chandeliered ballroom, accompanied by troupes of backup dancers in turbans. Like a final transmission from an era that was about to disappear forever, it included an SMS code in the description below the frame, inviting viewers to set the song as their ringtone. The video was a hit, and it marked the beginning of an all-in bet on YouTube at a time when most record labels, whether in Santa Monica or Mumbai, still viewed it as an annoyance at best. T-Series immediately got to work uploading its entire catalog, available for free to anyone who wanted to watch.

Despite India’s vast size, it still offered a surprisingly small pool of consumers. With underpowered mobile infrastructure, conservative telecom carriers, and a huge number of people living below the poverty line, the country lagged behind much of Asia in smartphone adoption. Just a quarter of the population enjoyed mobile internet access in 2015. Going online didn’t become a truly mass-market phenomenon until the following year, when billionaire Mukesh Ambani launched a nationwide 4G network called Reliance Jio. Ambani gave Jio a long financial leash, allowing it to offer free voice calls and ultracheap data plans. By its sixth month it had 100 million customers. Data prices fell to the lowest level in the world—about 26¢ per gigabyte, according to calculations by Cable.co.uk, which analyzes the industry.

much of each day pulverizing his eardrums with Bollywood tunes from two monster speakers, checking for distortion as each track is digitized for posterity. A heavily air-conditioned vault next door contains the fruits of his work, T-Series’ holy of holies: the bulk of the contemporary Bollywood songbook, 160,000 songs residing on 22 servers in five stacks.

YouTube popularity is essentially a volume game. Channels that upload videos more consistently get recommended and promoted more often, and people are more likely to subscribe to a channel with lots of new material. By tapping its back catalog alone, T-Series has been able to upload videos at a rate of two or three per day for most of the past decade. Its new songs are an even more reliable source of clicks, often preceded by teaser videos and followed by multiple tweaked versions to attract additional eyeballs. The label offers a wide array of tailored products, from audio-only tracks for users who want to burn less data to versions with English transcriptions, so non-Hindi-speaking fans can sing along, too. For devotional music, there are accompanying slide shows of gods and shrines and portraits of Gulshan Kumar looking devout.

The actual running of this online video empire requires remarkably few people. T-Series’ presence on YouTube and other streaming platforms is maintained by just 10 full-time employees, each responsible for uploading videos and songs in one language or genre. Kumar insists that T-Series’ digital popularity doesn’t owe simply to anticipating a technological shift or cannily managing its online presence. It’s all about picking hits. “An ear sense for music is the secret,” he says. “That’s the only reason we have achieved this kind of success on YouTube, because we are giving good quality music to our listeners.”

In Kumar’s telling, the components of quality haven’t really changed since his father’s era. To him there are only two types of music: “romantic songs,” which provoke an emotional response, and fast-paced “beat songs,” which get you



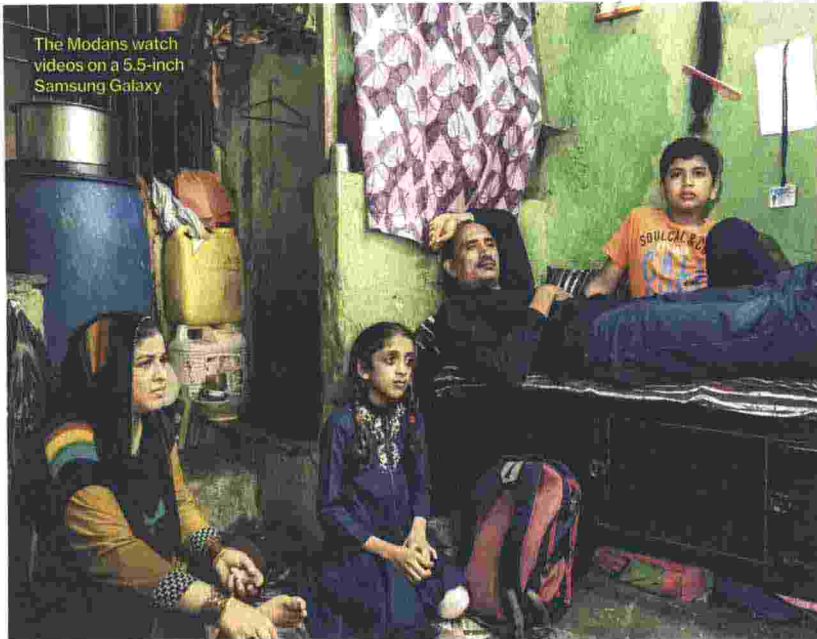
In all, about 300 million Indians have come online for the first time in the past three years. Compared with the 330 million who had access before, they’re generally poorer and less educated—and more likely to live in the rural hinterland than in Delhi or Mumbai. They skew young: 51% of India’s internet users are 24 or younger, with just 12% over 44, according to consultant Kantar IMRB. And while they practice half a dozen faiths and speak twice as many languages, they tend to have one thing in common. They love YouTube.

T-Series’ headquarters is located on the outskirts of New Delhi, in a cluster of buildings in the red and cream sandstone Indians associate with the Mughal Empire. The facility’s most important work takes place in a soundproof room deep inside. There, a portly man named Ganesh spends

dancing. Both need a hummable melody and catchy lyrics; from there, it’s just a question of garnishing the key ingredients with whatever vocalist, instrumentation, or technological flourishes happen to be in fashion. “That’s the thumb rule of a hit song,” he says.

It’s a lucrative strategy. T-Series, which still operates legally under the name Gulshan first incorporated, Super Cassettes Industries, isn’t publicly listed. But disclosures filed with the Indian government show that revenue jumped about 18.5%, to about \$109 million, from 2016 to 2018—a period that wouldn’t fully capture the recent surge in YouTube subscriptions. In its 2018 financial year, it turned a profit of \$29 million.

That performance, however, won’t spin off anything like the financial firepower that Silicon Valley is capable of bringing to India. The major streaming services are piling in as



The Modans watch videos on a 5.5-inch Samsung Galaxy

controversial, racially insensitive Swede (real name Felix Kjellberg), posting videos imploring their own fans to subscribe to his channel. To urge them on, Kjellberg posted a diss track titled “bitch lasagna” that mixed chest-pumping bravado with casual racism. “I’m a blue-eyes white dragon while you’re just dark magician,” he rapped to his Indian rival. “Your language sounds like it came from a mumble rap community,” went a different verse.

Kjellberg held off T-Series for a while, but his relatively infrequent posts were no match for a well-oiled Bollywood juggernaut. After admitting defeat, he uploaded a mock-congratulatory video that made light of India’s caste system, suggested T-Series had colluded with organized crime, and revived allegations that it profited from pirated songs. It also identified the real reason for his loss. “All it took,” he said, “was a

expansion slows in developed markets. Netflix, which will spend \$15 billion on programming in 2019, has backed about 40 Indian films and series, betting that some of them, like the detective drama *Sacred Games*, will join the growing number of local titles that have crossed over to gain international success. Amazon.com Inc. is expanding aggressively, too. Indians now have more than 15 streaming platforms to choose from, some charging well under \$1 a month.

Kumar argues that T-Series has no reason to fear this invasion, and not just because it sits behind a moat filled with more than 200 million YouTube subscribers. In recent years the company has doubled down on Bollywood, producing more than 24 films since the beginning of 2017. Two of its releases are among the top 10 earners at the Indian box office this year, led by *Kabir Singh*, the story of a gifted surgeon who descends into alcoholism after his girlfriend is forced to marry another man.

This track record, Kumar proclaims, should make T-Series the preferred partner for anyone seeking to figure out what Indians want to watch and hear. Kumar says he’s in talks to produce several digital series with Amazon and Netflix, who are “coming to me because they want series with music.” (Both companies declined to comment.) Although Bollywood makes more nonmusicals than it once did, winning Indian hearts still generally requires songs. “If a hit song comes on in a theater,” Kumar says, “the mass audience get so excited they throw money, just out of excitement.” He means this literally.

The ability to promote releases on the world’s No. 1 YouTube channel certainly boosts T-Series’ appeal to potential partners. Its rise on the platform was unprecedented. In July 2016 it had about 12 million subscribers, according to research provider Tubular Labs Inc. Within two years it passed 50 million, putting it in striking distance of PewDiePie. As the gap closed, many of YouTube’s biggest stars rallied to the defense of the

massive corporate entity with every song in Bollywood.”

There’s no predicting whether T-Series will retain Indians’ loyalty as their options for online diversion multiply. But to the millions of them for whom getting on the web was a life-changing transformation, the label’s primary platform is more or less synonymous with entertainment.

A visit to Dharavi, a sprawling slum that abuts Mumbai’s international airport, can illustrate why. Ismail Modan, a tall, mustachioed 39-year-old, lives there with his wife and two children in a second-floor walk-up with a cracking plaster facade. The family shares a single room of 180 square feet, neatly organized with a gas stove in one corner, a cot in another, and a single window looking out at the blank wall of the next building.

Until 2017 no one in the family had access to the internet. When smartphones started appearing in Dharavi, Modan, who earns about \$200 a month selling surplus clothes from Mumbai’s malls, saved up to buy one. At \$70, the used Samsung Galaxy J7 was a financial strain, but it quickly took center stage in his life. Previously, he had to go door-to-door to alert customers of new stock. Now he just updates his WhatsApp status, and the buyers come to him. Yasmeen, his wife, goes online to find designs for her tailoring business and recipes for the family.

An ancient cathode-ray television is still perched on a shelf above the cot, but it’s been largely replaced by YouTube’s unlimited library. The family huddles most evenings around Modan’s 5.5-inch screen to watch music videos and goofy viral clips. Other times, they hook up a Bluetooth speaker to play music from T-Series and other channels. Modan’s children, 10-year-old Rehmin and 14-year-old Manas, sing along. “We used to meet friends to pass the time,” Modan says with a smile. “Now we just stay home and watch YouTube.” **B**

—With Ragini Saxena