

# Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
<b>Rubrica Anica</b>				
35	Il Mattino	03/12/2019	A SORRENTO TRA I RECORD DISNEY E IL NUOVO "STAR WARS" (D.Pozzo)	3
<b>Rubrica Anica Web</b>				
	Infobae.com	03/12/2019	ITALIA EN PRIMER PLANO: UN ENCUENTRO PARA MOTORIZAR EL DESARROLLO AUDIOVISUAL	4
	AGCULT.IT	02/12/2019	CINEMA, ANEC: ECCO I FILM CHE SI AGGIUDICANO IL BIGLIETTO D'ORO	8
	Cinematografo.it	02/12/2019	BIGLIETTO D'ORO PER 10 GIORNI SENZA MAMMA	10
	Cinemotore.Com	02/12/2019	CINEMA: MARCO D'AMORE TRA I PROTAGONISTI DELLE "GIORNATE" . IL 4 DICEMBRE A SORRENTO PRESENTERA' AL	12
	Cineytele.com	02/12/2019	HOY ARRANCA VENTANA SUR, CON LA PARTICIPACION DE VARIAS COPRODUCCIONES ESPANOLAS	13
	Ilmattino.it	02/12/2019	«IL RE LEONE» IL PIU' VISTO IN ASSOLUTO, PREMIAZIONE A SORRENTO NELLE GIORNATE PROFESSIONALI DI CINE	16
	Ilmezzogiorno.info	02/12/2019	CINEMA: BIGLIETTI D'ORO, "10 GIORNI SENZA MAMMA" IL FILM ITALIANO PIU' VISTO	18
	Lagazzettadellospettacolo.it	02/12/2019	GIORNATE PROFESSIONALI DI CINEMA AL VIA	20
	Tradebiz.it	02/12/2019	VIA A SORRENTO, IL SALUTO DEI PRESIDENTI	22
<b>Rubrica Cinema</b>				
39	Corriere della Sera	03/12/2019	RISORGE IL CIRO DI "GOMORRA" LOTTE DI POTERE SENZA TENSIONE (P.Mereghetti)	24
31	Il Giornale	03/12/2019	"FROZEN 2" IMBATTIBILE ANCHE PER ALLEN E ALBANESE (C.Romani)	26
27	Il Messaggero	03/12/2019	Int. a M.D'amore: CINEMA MARCO D'AMORE REGISTA E ATTORE : "ECCO IL SEQUEL DI GOMORRA" (G.Satta)	27
30	Il Messaggero	03/12/2019	BIGLIETTO D'ORO SORPRESA AL BOTTEGHINO: VINCE DE LUIGI (Gl.s.)	29
21	La Gazzetta del Mezzogiorno	03/12/2019	CINEMA BIGLIETTO D'ORO A GENOVESI E FROZEN AL TOP	30
44	La Repubblica	03/12/2019	Int. a M.D'amore: MARCO D'AMORE "QUEL RAGAZZINO DESTINATO AL MALE" (A.Vitali)	31
44	La Repubblica	03/12/2019	PICCOLO GRANDE SCHERMO (A.Dipollina)	32
1	La Repubblica - Ed. Milano	03/12/2019	PER IL MERCATO E' DECISIVO UN "FILM FUND" (P.Croce)	34
19	La Repubblica - Ed. Milano	03/12/2019	DAL CINEMA ALL'ARTE VISIVA L'APPASSIONATO SPERIMENTATORE AMANTE DELLA TECNOLOGIA (R.Nepoti)	36
25	La Stampa	03/12/2019	INARRIVABILE SOPRANO LA CALLAS RACCONTA SE STESSA (S.Cappelletto)	37
<b>Rubrica Audiovisivo &amp; Multimedia</b>				
33	Corriere della Sera	03/12/2019	MEDIASET, VENERDI' UDIENZA CON VIVENDI (F.d.r.)	39
39	Corriere della Sera	03/12/2019	BARBARESCHI: LA RAI MI HA CANCELLATO, UN ATTO DI CENSURA	40
5	Il Foglio	03/12/2019	INSERTO - QUESTA SERIE NON E' `CRICK AND MORTY", MA CI PROVA E DIVERTE	41
IV	Il Foglio	03/12/2019	ALTRO CHE FUTURO, ALLA RAI C'E' SOLO UNA PERSONA CHE MONITORA QUEL CHE GIRA SUL WEB (L.Mariniello)	42
24	Il Messaggero	03/12/2019	MEDIASET-VIVENDI, C'E' TARAK SI RIAPRE IL CANALE DI DIALOGO (R.dim.)	43
30	Il Messaggero	03/12/2019	LUCA BARBARESCHI ACCUSA LA RAI: "MI HA CENSURATO"	44
32	Il Messaggero	03/12/2019	ASCOLTI	45
18	Il Sole 24 Ore	03/12/2019	PARTERRE - MEDIASET-PROSIEBENSAT, SUMMIT A MILANO (A.bio./A.fon.)	46
18	Italia Oggi	03/12/2019	CHESSIDICE IN VIALE DEL 'EDITORIA	47
50/51	La Repubblica	03/12/2019	THE IRISHMAN E LA METAFORA DEI POTERI	48

# Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
<b>Rubrica Audiovisivo &amp; Multimedia</b>				
20	Libero Quotidiano	03/12/2019	<i>I TEDESCHI APRONO A MEDIASET (N.sun.)</i>	49
31	QN- Giorno/Carlino/Nazione	03/12/2019	<i>"PEZZI UNICI", VITTORIA PER RAIUNO</i>	50
<b>Rubrica Internazionale Web</b>				
	Deadline.com	02/12/2019	<i>CYBER MONDAY: DISNEY+, AMAZON PRIME AMONG THOSE OFFERING STREAMING DEALS</i>	51
	Deadline.com	02/12/2019	<i>LIONSGATE UK &amp; EUROPE CEO ZYGI KAMASA TALKS BOX OFFICE OPENING FOR KNIVES OUT', THE STUDIO'S WIDEST</i>	55
	Hollywoodreporter.com	02/12/2019	<i>CHINA BOX OFFICE: 'FROZEN 2' CLIMBS TOWARDS \$100M, 'KNIVES OUT' NABS \$13.5M DISNEY HIT WITH ANTI-TRUST</i>	60
	Hollywoodreporter.com	02/12/2019	<i>HOW ORIGINAL FILMS SAVED THE THANKSGIVING BOX OFFICE</i>	62
	Hollywoodreporter.com	02/12/2019	<i>U.K. CINEMA CANCELS 'BLUE STORY' FOLLOWING STABBING CHINA BOX OFFICE: 'FROZEN 2' CLIMBS TOWARD \$100M,</i>	65
	Mediabiz.de	02/12/2019	<i>CONZE SKEPTISCH BEI POTENZIELLER FUSION MIT MEDIASET</i>	66
	Mediabiz.de	02/12/2019	<i>NETFLIX WACHST DURCH DEALS MIT PAY-TV-ANBIETERN</i>	68
	N-tv.de	02/12/2019	<i>FUSION MIT MEDIASET KOMMT FUR PROSIEBEN NICHT IN FRAGE</i>	70
	N-tv.de	02/12/2019	<i>ZUKUNFTSMUSEUM KONFRONTIERT BESUCHER MIT SCIENCE-FICTION</i>	71
	Screendaily.com	02/12/2019	<i>FROZEN II TOPS UK BOX OFFICE AGAIN AS KNIVES OUT OPENS SECOND, BLUE STORY HOLDS WELL</i>	72
	Tbivision.com	02/12/2019	<i>VIVENDI AND MEDIASET FAIL TO STRIKE DEAL IN PROPOSED SHARE SELL-OFF</i>	74
	Variety.com	02/12/2019	<i>CHINA BOX OFFICE: FROZEN 2' REIGNS WHILE KNIVES OUT' FAILS TO CUT DEEP</i>	76
	Variety.com	02/12/2019	<i>THANKSGIVING BOX OFFICE: HOW KNIVES OUT,' QUEEN AND SLIM' THRIVED DESPITE FROZEN 2'</i>	78
<b>Rubrica Internazionale</b>				
14	Financial Times	03/12/2019	<i>HUAWEI WARNS OF AUSTRALIA JOB LOSSES IF 5G BAN REMAINS (J.Smyth)</i>	81
13	Frankfurter Allgemeine Zeitung	03/12/2019	<i>ITALIEN-WOCHE BEI PRO SIEBEN SAT.1</i>	82
45	Handelsblatt	03/12/2019	<i>RTL WILL MAIN-STREAMER SEIN (C.Bialek)</i>	83
18/19	Le Monde	03/12/2019	<i>LA DROLE DE GUERRE DES GAFA</i>	84
7	The New York Times - International Edition	03/12/2019	<i>AMAZON'S EXPANSIVE, CREEPING INFLUENTE (S.Shane)</i>	88
11	The New York Times - International Edition	03/12/2019	<i>A BETTER INTERNET IS WAITING FOR US (A.Newitz)</i>	91
3	Wall Street Journal Usa	03/12/2019	<i>FBI WARNS OF DATA RISK IN FACEAPP</i>	93
2	Wall Street Journal Usa	02/12/2019	<i>BUSINESS &amp; FINANCE- DISNEY FILM WINS THANKSGIVING</i>	94
8	Wall Street Journal Usa	02/12/2019	<i>JOURNAL REPORT -WHAT'S BEHIND ONE BIG SCREEN</i>	95
19	Wall Street Journal Usa	02/12/2019	<i>IN COMPETITION WE TRUST</i>	99

# A Sorrento tra i record Disney e il nuovo «Star Wars»

**Diego Del Pozzo**

**A**pertura nel segno del nuovo colosso globale Disney/Fox per le Giornate professionali di cinema di Sorrento. La quarantaduesima edizione della kermesse organizzata dall'Anec in collaborazione con l'Anica, infatti, è stata inaugurata ieri con uno tra gli appuntamenti più attesi dagli oltre mille esercenti e addetti ai lavori presenti: la convention della Walt Disney Company Italia, con la presentazione dei film che la major distribuirà nella prima metà del 2020, arric-

## BOOM DEI CARTOON CON INCASSI 2019 DI 155 MILIONI DI EURO ARRIVANO A SORPRESA LA AUTIERI E LA ROSSI VOCI PER «FROZEN II»

chita dalla presenza in listino, per la prima volta, anche dei titoli prodotti da 21St Century Fox, dopo l'acquisizione da 71 miliardi di dollari perfezionata a marzo.

A introdurre la valanga di trailer e immagini in anteprima, sul palco dell'Hilton Sorrento Palace, è stato il boss di Disney Italia, Daniel Frigo, che ha annunciato l'impressionante dato definitivo sugli incassi italiani della casa di Burbank nella stagione 2019: «Siamo andati oltre le più rosee

aspettative, con 155 milioni di euro e 24 milioni di spettatori al box office nazionale e due film ai vertici della classifica con più di 30 milioni d'incasso ciascuno: «Il re leone» e «Avengers: Endgame». E stiamo proseguendo con la clamorosa partenza di «Frozen II - Il segreto di Arendelle», già quasi a 8 milioni dopo pochi giorni». E la convention sorrentina s'è aperta proprio con una sorpresa collegata a «Frozen», quando sull'enorme schermo del Sorrento Palace sono apparse le attrici napoletane Serena Autieri e Serena Rossi, voci italiane delle sorelle Elsa e Anna, per salutare gli esercenti.

Poi, giù le luci e spazio alle immagini, a partire da quelle del capitolo conclusivo, in uscita il 18 dicembre, della saga di «Guerre stellari», «Star Wars - Episodio IX: L'ascesa di Skywalker» di J.J. Abrams, che nel filmato di backstage promette: «Alla fine del film e dell'intera saga, gli appassionati saranno scioccati, elettrizzati ma, soprattutto, soddisfatti».

Il 2020 della Walt Disney Company Italia, quindi, si aprirà il 16 gennaio con l'irriverente commedia satirica sul nazismo «JoJo Rabbit» di Taika Waititi, una produzione Fox Searchlight premiata al festival di Toronto e interpretata da Scarlett Johansson. Ancora Fox il 30 gennaio, con l'horror fantascientifico «Underwater» di William Eubank, nel quale un equipaggio di ricercatori capitanato da Kristen Stewart e Vincent Cassel risveglia qualco-

sa di terribile e indicibile sui fondali marini. «La vita nascosta» di un autore importante come Terrence Malick il 6 febbraio, lo spy-action scatenato del «Kingman - Le origini» di Matthew Vaughn il 13, la nuova trasposizione kolossal del classico romanzo di Jack London «Il richiamo della foresta» con Harrison Ford e la regia di Chris Sanders il 20 sanciscono, quindi, la completa integrazione tra Disney e 21st Century Fox.

A marzo, invece, gli appassionati potranno gustarsi due tra i film disneyani più attesi dell'anno: il 5, il nuovo cartoon digitale dei Pixar Studios, il fiabesco-avventuroso «Onward - Oltre la magia» di Dan Scanlon, sull'avvincente viaggio di due fratelli elfi; e il 26, la rilettura Disney dei kolossal orientali di cappa e spada, cioè la versione live action del classico animato «Mulan», diretta da Niki Caro e interpretata da una Liu Yifei che dalle prime immagini sembra straordinariamente in parte. Spazio ai supereroi ad aprile - ma senza immagini a Sorrento - con l'uscita il 2 del «New Mutants» di Josh Boone e, soprattutto, il 29 del primo film della Fase 4 del Marvel Cinematic Universe, «Black Widow» di Cate Shortland, nel quale Scarlett Johansson torna a vestire i panni della Vedova Nera in un prequel che ne narra le origini. Tanti applausi, infine, anche per i primi assaggi del visionario «Artemis Fowl» di Kenneth Branagh (27 maggio 2020) e dell'avventuroso «Jungle Cruise», annunciato per agosto come antipasto del secondo semestre 2020.



LA DIVA Scarlett Johansson in una scena di «Black Widow»





# infobae

Lunes 2 de Diciembre de 2019 AMÉRICA TELESHOW DEPORTES TENDENCIAS CULTURA MIX5411

Últimas Noticias Tragedia en Lezama Dólar hoy Fotos al 100 [Regístrate a nuestro Newsletter](#)

## IN HOUSE

# “Italia en primer plano”: un encuentro para motorizar el desarrollo audiovisual

Este miércoles 4 en el Edificio San José de la UCA tendrá lugar la “Conferencia del Sistema Audiovisual de Italia” en el marco de Ventana Sur 2019

2 de diciembre de 2019

[Compartir en Facebook](#)

[Compartir en Twitter](#)

El miércoles 4 en el Edificio San José de la UCA tendrá lugar la “Conferencia del Sistema Audiovisual de Italia” en el marco de Ventana Sur 2019

Para promover la industria audiovisual, cinematográfica y televisiva en la región la Agencia Italiana para el Comercio Exterior (ICE) en colaboración con la Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Multimediali (ANICA) organizan la “Conferencia sobre el Sistema Audiovisual de Italia”, en la que los principales referentes de dicho sector explorarán todas las oportunidades de colaboración con Italia y de los beneficios de los fondos nacionales y regionales e incentivos de crédito fiscal a las empresas de estos sectores. Será en el marco de la undécima edición de Ventana Sur.

Italia ofrece una multitud de oportunidades para que el desarrollo, la producción y la distribución de films y audiovisuales **se combinen y personalicen según las especificidades de cada proyecto, parte central del sistema de soporte público a la internacionalización y a las coproducciones.**

La participación italiana en Ventana Sur 2019 **contará con un “Italia Lounge” a disposición para el networking entre empresas y entidades de ambos países.**

## MÁS LEÍDAS

- 1 Alberto Fernández, entre la sorpresa y el enojo porque Cristina Kirchner lo involucró al declarar en el juicio por la obra pública 
- 2 Los últimos días de Pablo Escobar, a 26 años de su muerte: el error fatal, una carta astral y los inquietantes presagios de su viuda 
- 3 Daniel Angelici, explosivo contra Riquelme: “Es un mitómano que dividió al vestuario y a la dirigencia de Boca” 
- 4 El saludo que sorprendió a Messi en la alfombra roja del Balón de Oro 
- 5 Escándalo en Sudáfrica: una maestra “supermodelo” tuvo sexo con cinco alumnos de una escuela de élite 

THE NEW YORK TIMES

Conjuntamente con INCAA, se desarrolló un programa de encuentros b2b de coproducción y se realizarán screenings para la industria según el programa. Se puede consultar en detalle [en esta página](#).


Una vez más Italia afirma su emblemática presencia en el marco de un evento de enorme trascendencia como es Ventana Sur: “Estamos muy felices de sostener la cadena italiana del audiovisual en este importante encuentro de Ventana Sur, en el ámbito de las actividades programadas no podía faltar absolutamente una presencia italiana en un año tan importante. Contamos hoy con la presencia de más de 27 empresas representantes de las excelencias italianas del sector específico (Productores y Sales). La experiencia, la tradición y el amor italiano hacia este tipo de actividad siempre han encontrado extraordinarios partners en este tipo de actividad en territorio argentino”, aseguró Luigi D’Aprea, director de ICE.

ICE Agencia trabaja para la promoción de la industria audiovisual italiana en estrecha relación con ANICA, la Asociación de Productores Audiovisuales italianos (APA), Doc / It (Asociación de Productores de documentales italianos), Cartoon Italia y con Luce-Cinecittà y las Italian Film Commissions.

Por su parte, Roberto Stabile, presidente de ANICA, agregó: “Con gran satisfacción, el sistema audiovisual italiano, que ahora ve en todos los mercados, una sinergia y cohesión óptimas, gracias al trabajo de ICE y DG Cinema del Mibact, llega con fuerza también en Buenos Aires, un país muy lejos físicamente, pero muy cerca culturalmente. Llegamos hasta aquí con una delegación compuesta que cuenta con la DG (Dirección General) Cinema, las principales asociaciones audiovisuales italianas, que representan todas las diversas formas de producción y dimensiones de empresas, y varias Film Commission, que son la tarjeta de presentación de nuestro hermoso País. Esperamos que se concreten intercambios fructíferos de las varias reuniones y discusiones con colegas locales”.

**Cómo será la conferencia**

Tendrá lugar y fecha este **miércoles 4 de diciembre en el Edificio San José de la Universidad Católica Argentina (Av. Alicia Moreau de Justo 1690, Auditorio 4, Piso 1) a las 15.30 horas.**

  
 Roberto Stabile, presidente de ANICA, será presentador y moderador del panel


Entre los principales oradores, este panel estará compuesto por Roberto Stabile, quien oficiará asimismo de moderador y presentará a la delegación.


**Mucho antes de Trump, el juicio político se cernió sobre varios presidentes**


**Los estudiantes se desmayan de hambre en el fallido sistema educativo de Venezuela**


**Nuevos medicamentos contra el VIH con sabor a fresa para bebés cuestan un dólar al día**


**MÁS LEÍDAS infobae América**

**1** El saludo que sorprendió a Messi en la alfombra roja del Balón de Oro 

**2** Escándalo en Sudáfrica: una maestra “supermodelo” tuvo sexo con cinco alumnos de una escuela de élite 

**3** El desplante de Lionel Messi a un periodista que le preguntó por su retiro en la entrega del Balón de Oro 

**4** Con Cristiano Ronaldo en el blanco, los mejores memes de la consagración de Lionel Messi en el Balón de Oro 

**5** Lionel Messi ganó su sexto Balón de Oro y superó a Cristiano Ronaldo 

**infobae Deportes**

**El desplante de Lionel Messi a un periodista que le preguntó por su retiro en la entrega del Balón de Oro**

**Daniel Angelici, explosivo contra Riquelme: “Es un mitómano que dividió al vestuario y a la dirigencia de Boca”**

**Van Dijk se burló de Cristiano Ronaldo por su ausencia en la gala del Balón de Oro**

- Giuseppe Manzo, S.E. Embajador de Italia en Argentina.
- Luigi D'Aprèa, Director, ICE Agencia Italiana para el Comercio Exterior de Buenos Aires.
- Maria Giuseppina Troccoli, Head of Film and Audiovisual Department – DG Cinema e Audiovisivo MiBACT Ministero per i Beni e le Attività Culturali e Turismo.
- Roberto Stabile, Head Intl Department ANICA y Coordinador Audiovisual Desk ITA
- Chiara Sbarigia, Director General APA Associazione Produttori Audiovisivi.
- Gianluca Curti, President CNA Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa - Audiovisivo.

También estará presente Luigi D'Aprèa, director de ICE Agencia Italiana para el Comercio Exterior de Buenos Aires

**Qué es el ICE**

Es la agencia gubernamental que apoya el desarrollo comercial de las empresas italianas en el extranjero y promueve la atracción de inversión extranjera en Italia.

Con una organización dinámica y moderna, y una red de oficinas en el extranjero, la Agencia ICE lleva a cabo actividades de información, asistencia, consultoría, promoción y capacitación para pequeñas y medianas empresas italianas. Gracias al uso de las herramientas de promoción y comunicación multicanal más modernas, actúa para re-afirmar la excelencia de "Made in Italy" en el mundo.

En el sector audiovisual, y a través de su red de Oficinas/Agencias al extranjero ICE provee a desarrollar la internacionalización de las compañías audiovisuales italianas, promoviendo la presencia de películas y productos de televisión italianos en los principales festivales y mercados internacionales, incluidos Cannes, Berlín, Toronto, MipCom, Hot Docs, Mifa.

También brinda asistencia a la Comisión de Cine Italiano para atraer inversiones extranjeras y promover el territorio italiano como destino para la producción de películas, utilizando las industrias técnicas nacionales.

Además, facilita proyectos de coproducción, reuniendo a productores, guionistas y directores italianos con contrapartes extranjeras.

Y también da apoyo a la internacionalización de los festivales italianos y los mercados audiovisuales, invitando a compradores extranjeros, productores,

**TECNO**

tourist-destinations.net 163

**Detectaron un potente ciberataque contra la industria hotelera de Brasil y otros países**

**Facebook lanzó una herramienta para exportar fotos y videos a Google Fotos**

**Cyber Monday 2019: cómo aprovechar las mejores ofertas**

**TENDENCIAS**

**La historia de la parrilla argentina donde se come el mejor bife de chorizo**

**Los exclusivos Pagani Zonda que generaron furor en dos subastas en Medio Oriente**

**Dietas, moda y la industria alimenticia: una relación de dependencia en el tiempo**

locutores y editores encargados del sector.

Más recientemente, ICE abrió su actividad a la promoción de la industria italiana de videojuegos en cooperación con AESVI (Asociación Italiana de la Industria de los Juegos), considerando los videojuegos como un sector muy innovador que integra tecnología y creatividad, con un fuerte potencial de crecimiento internacional.

#### 🔗 TEMAS RELACIONADOS

ICE

ANICA

[Compartir en Facebook](#)[Compartir en Twitter](#)

#### ÚLTIMAS NOTICIAS

### Jimmy Carter volvió a ser hospitalizado, esta vez por una infección urinaria



### Hija de Abril Pérez Sagaón reveló imágenes de su madre luego de ser atacada por su padre



Abril Pérez Sagaón fue asesinada luego que dos jueces dejaron libre a su esposo, quien estaba detenido por intentar asesinarla. IMÁGENES SENSIBLES

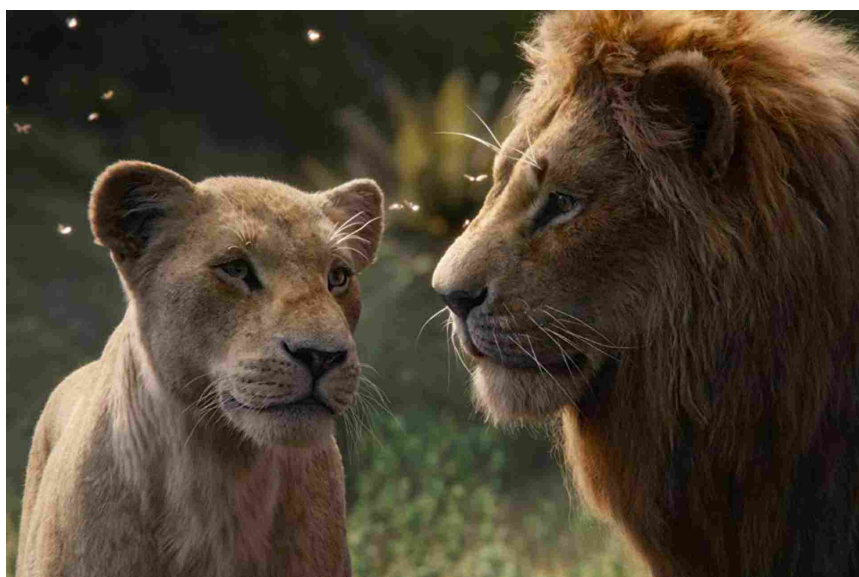
### Alejandra Pradón fue a “¿Quién quiere ser millonario?” tras haber sido víctima de una estafa: “Me pasó de confianzuda”



La ex vedette, además, se emocionó al recordar a su padre y se refirió a su romance con Carlos Menem



# Cinema, Anec: ecco i film che si aggiudicano il Biglietto d'Oro



“10 giorni senza mamma” di Alessandro Genovesi, “La befana vien di notte” di Michele Soavi e “Amici come prima” di Christian De Sica sono i tre film italiani che si aggiudicano quest’anno il Biglietto d’Oro. Vanno ad aggiungersi a “Il Re Leone”, “Joker” ed “Avengers: Endgame”, che vincono il Premio come film più visti in assoluto.

I Premi, assegnati dall'ANEC per la stagione cinematografica 2018-2019 ai film che secondo il campione Cinetel hanno venduto più biglietti da dicembre 2018 a novembre 2019, saranno consegnati mercoledì sera, ore 20, all'Hilton di Sorrento nel corso di una cerimonia condotta da Gioia Marzocchi.

Ai registi, sceneggiatori e interpreti principali dei primi tre film italiani sono assegnate le CHIAVI D'ORO del successo: sul palco attesi Alessandro Genovesi, Giovanni Bognetti, Fabio De Luigi, Diana Del Bufalo, Bianca Usai per “10 giorni senza mamma”; Michele Soavi, Nicola Guaglianone, Paola Cortellesi per “La befana vien di notte”; Christian De Sica, Fausto Brizzi, Massimo Boldi e Francesco Bruni per “Amici come prima”.

## NOTIZIARIO



Roma 2 dicembre 2019 13:16

**Cinema, Anec: ecco i film che si aggiudicano il Biglietto d'Oro**

Roma 2 dicembre 2019 13:11

**Giornata Internazionale delle Persone con Disabilità, le iniziative di Roma Capitale**

Roma 2 dicembre 2019 12:50

**Mibact, Vasco Forconi e Alessandra Franetovich i vincitori del Premio Mosca 2019**

Roma 2 dicembre 2019 12:37

**Roma, Soprintendenza Speciale: nuove scoperte archeologiche, individuata Villa Rustica della Marcigliana**

Roma 2 dicembre 2019 12:29

**Cosenza, dal 6 dicembre in mostra “Il Bambin Gesù delle mani” del Pintoricchio**

Roma 2 dicembre 2019 12:12

**Roma, Osservatorio parlamentare: destinare introiti musei e siti archeologici a celebrazioni 150 anni**

Roma 2 dicembre 2019 12:11

**Cinema, al via a Londra il Focus 2019: Italia presente con il suo stand**



Biglietto d'Oro anche a Walt Disney Italia, Warner Bros Italia e 20th Century Fox Italia, che risultano essere le prime tre distribuzioni in assoluto.

Nel corso della serata saranno consegnati a Ilaria Spada e Giulio Pranno i Premi ANEC "Claudio Zanchi" per i talenti emergenti, mentre il Premio ANEC "Pietro Coccia" al regista esordiente va a Marco D'Amore per "L'Immortale", che sarà proiettato in anteprima assoluta proprio alle Giornate Professionali. Una proiezione aperta alla città in programma alle 21.30 presso la Sala Sirene dell'Hilton. Tra gli altri riconoscimenti dell'ANEC, un Premio Speciale a Francesco Posteraro ("per l'impegno profuso e i risultati raggiunti, nella veste di Commissario AgCom, nella lotta alla pirateria on line"). Assegnati inoltre il PREMIO KINEO a Luigi Grispello (per la sua attività a sostegno del cinema italiano e di qualità), il PREMIO FILMING ITALY BEST MOVIE AWARDS a Giorgio Ferrero del circuito di sale Ferrero Cinemas, il PREMIO FUNFOOD a Felice De Santis dell'Orfeo di Milano.

Nella stessa serata saranno consegnati i Biglietti d'Oro all'esercizio cinematografico: tra i multiplex con 15 o più schermi vince The Space Cinema Parco De' Medici di Roma, per i multiplex da 8 a 14 schermi Uci Cinemas Porta di Roma mentre il cinema Victoria Multiplex di Modena si aggiudica il premio come complesso, con almeno 8 schermi, con la media schermo più alta. Per gli altri complessi, i premi vengono attribuiti alla monosala, alla multisala da 2 a 4 schermi e alla multisala da 5 a 7 schermi, secondo le diverse fasce di popolazione delle località in cui sono ubicati. Per le monosale vengono premiati: Cinema Giuseppe Verdi di Breganze (località fino a 50 mila abitanti), Roma di Trento (da 50 a 200 mila), Medica Palace di Bologna (da 200 a 500 mila), Nuovo Sacher di Roma (oltre 500 mila). Per le multisale da 2 a 4 schermi ricevono il premio: Cynthianum di Genzano (fino a 50 mila abitanti), Moderno di Sassari (da 50 a 200 mila), Odeon di Bologna (da 200 a 500 mila), Jolly di Roma (oltre 500 mila). A vincere il premio per le strutture da 5 a 7 schermi sono: Metropolis di Bassano del Grappa (fino a 50 mila abitanti), The Space di Catanzaro (da 50 a 200 mila), Galleria di Bari (da 200 a 500 mila), Citylife Anteo di Milano (oltre 500 mila).

Alle Giornate Professionali di Cinema, organizzate dall'ANEC, in collaborazione con ANICA e con il supporto del Ministero Beni, Attività Culturali e Turismo e del Comune di Sorrento vengono presentati, ad una platea di operatori del settore, i film che usciranno nei prossimi mesi attraverso convention, trailer, anteprime e incontri con gli artisti. Anche quest'anno sono moltissimi gli appuntamenti aperti al pubblico che coinvolgeranno la città di Sorrento. Info e programma completo su [www.giornatedicinema.it](http://www.giornatedicinema.it)

 ANEC CINEMA

**ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER GRATUITA**  
 NOTIZIE SETTIMANALI DAL MIBAC, DAL PARLAMENTO, DAL TERRITORIO, DALL'EUROPA E SEGNALAZIONI DI BANDI, CONCORSI E FINANZIAMENTI



ARTICOLI CORRELATI



Roma 2 dicembre 2019 12:11  
**Cinema, al via a Londra il Focus 2019: Italia presente con il suo stand**



Roma 2 dicembre 2019 09:14  
**Cinema, 24 film ottengono la qualifica d'essai, tra questi non rientra "Downtown Abbey"**

Roma 2 dicembre 2019 11:52  
**"L'infinito" di Leopardi stupisce ancora, grazie alla scansione 3D**

Roma 2 dicembre 2019 11:40  
**Ravello, la pala di San Nicola resta a Villa Rufolo**

Roma 2 dicembre 2019 10:57  
**Parma 2020, Saponara (Lega): Assegnare un milione di euro a Comuni della provincia**

[Tutte le news](#)

ARTICOLO 9 DELLA COSTITUZIONE



*"La Repubblica promuove lo sviluppo della cultura e la ricerca scientifica e tecnica. Tutela il paesaggio e il patrimonio storico e artistico della Nazione".*




Ag|Cult  
 Dal 1 ottobre 2019  
 la nuova rubrica di approfondimento  
**LETTURE LENTE**  
 Risorse: studi, ricerche, casi, ascolti

SEGUICI SUI SOCIAL



 FACEBOOK

## Biglietto d'Oro per 10 giorni senza mamma

Quello di Alessandro Genovesi è il film italiano più visto, Il Re Leone quello più visto in assoluto

2 Dicembre 2019

Al cinema, Business, In evidenza

CONDIVIDI



"10 giorni senza mamma" di Alessandro Genovesi, "La befana vien di notte" di Michele Soavi e "Amici come prima" di Christian De Sica sono i tre film italiani che si aggiudicano quest'anno il Biglietto d'Oro. Vanno ad aggiungersi a "Il Re Leone", "Joker" ed "Avengers: Endgame", che vincono il Premio come film più visti in assoluto.

I Premi, assegnati dall'ANEC per la stagione cinematografica 2018-2019 ai film che secondo il campione Cinetel hanno venduto più biglietti da dicembre 2018 a novembre 2019, saranno consegnati mercoledì sera, ore 20, all'Hilton di Sorrento nel corso di una cerimonia condotta da Gioia Marzocchi.

Ai registi, sceneggiatori e interpreti principali dei primi tre film italiani sono assegnate le **CHIAVI D'ORO del successo**: sul palco attesi **Alessandro Genovesi, Giovanni Boggetti, Fabio De Luigi, Diana Del Bufalo, Bianca Usai** per "10 giorni senza mamma"; **Michele Soavi, Nicola Guaglianone, Paola Cortellesi** per "La befana vien di notte"; **Christian De Sica, Fausto Brizzi, Massimo Boldi e Francesco Bruni** per "Amici come prima".

Biglietto d'Oro anche a **Walt Disney Italia, Warner Bros Italia e 20th Century Fox Italia**, che

### 10 GIORNI SENZA MAMMA



SCHEDA FILM

TRAILER

### ALESSANDRO GENOVESI



Regista,  
sceneggiatore e  
attore.

### ARTICOLI CORRELATI

Biglietti d'Oro, i premiati

Nessuno come Zalone

Biglietti d'oro, vincono Inside Out,  
Minions e Cinquanta sfumature di grigio

### ULTIME NEWS

Box Office, Frozen 2 senza rivali

I vincitori del TFF 37

Fellini 100 (x100)

Dalla Tunisia con Tamless

Gli anni più belli, il trailer

risultano essere le prime tre distribuzioni in assoluto.

Nel corso della serata saranno consegnati a **Ilaria Spada** e **Giulio Pranno** i Premi **ANEC "Claudio Zanchi"** per i talenti emergenti, mentre il **Premio ANEC "Pietro Coccia"** al regista esordiente va a **Marco D'Amore** per "**L'Immortale**", che sarà proiettato in anteprima assoluta proprio alle Giornate Professionali. Una proiezione aperta alla città in programma alle 21.30 presso la Sala Sirene dell'Hilton. Tra gli altri riconoscimenti dell'**ANEC**, un Premio Speciale a **Francesco Posteraro** ("per l'impegno profuso e i risultati raggiunti, nella veste di Commissario AgCom, nella lotta alla pirateria on line"). Assegnati inoltre il **PREMIO KINEO** a **Luigi Grispello** (per la sua attività a sostegno del cinema italiano e di qualità), il **PREMIO FILMING ITALY BEST MOVIE AWARDS** a **Giorgio Ferrero** del circuito di sale Ferrero Cinemas, il **PREMIO FUNFOOD** a Felice De Santis dell'Orfeo di Milano.

Nella stessa serata saranno consegnati i **Biglietti d'Oro** all'esercizio cinematografico: tra i multiplex con 15 o più schermi vince **The Space Cinema Parco De' Medici di Roma**, per i multiplex da 8 a 14 schermi **Uci Cinemas Porta di Roma** mentre il cinema **Victoria Multiplex di Modena** si aggiudica il premio come complesso, con almeno 8 schermi, con la media schermo più alta. Per gli altri complessi, i premi vengono attribuiti alla monosala, alla multisala da 2 a 4 schermi e alla multisala da 5 a 7 schermi, secondo le diverse fasce di popolazione delle località in cui sono ubicati. Per le monosale vengono premiati: **Cinema Giuseppe Verdi di Breganze** (località fino a 50 mila abitanti), **Roma di Trento** (da 50 a 200 mila), **Medica Palace di Bologna** (da 200 a 500 mila), **Nuovo Sacher di Roma** (oltre 500 mila). Per le multisale da 2 a 4 schermi ricevono il premio: **Cynthianum di Genzano** (fino a 50 mila abitanti), **Moderno di Sassari** (da 50 a 200 mila), **Odeon di Bologna** (da 200 a 500 mila), **Jolly di Roma** (oltre 500 mila). A vincere il premio per le strutture da 5 a 7 schermi sono: **Metropolis di Bassano del Grappa** (fino a 50 mila abitanti), **The Space di Catanzaro** (da 50 a 200 mila), **Galleria di Bari** (da 200 a 500 mila), **Citylife Anteo di Milano** (oltre 500 mila).

Alle **Giornate Professionali di Cinema**, organizzate dall'**ANEC**, in collaborazione con **ANICA** e con il supporto del Ministero Beni, Attività Culturali e Turismo e del Comune di Sorrento vengono presentati, ad una platea di operatori del settore, i film che usciranno nei prossimi mesi attraverso convention, trailer, anteprime e incontri con gli artisti. Anche quest'anno sono moltissimi gli appuntamenti aperti al pubblico che coinvolgeranno la città di Sorrento. Info e programma completo su [www.giornatedicinema.it](http://www.giornatedicinema.it)



## Redazione



### Lascia una recensione

Lasciaci il tuo parere!



Scrivi qui il tuo parere...

## cinemotore BLOG di cinem"A"

Tutto quello che avreste voluto sapere..sullo star system



Home

Pubblicato il 2 dicembre 2019

[← Precedente](#)

## CINEMA: MARCO D'AMORE TRA I PROTAGONISTI DELLE "GIORNATE" . Il 4 dicembre a Sorrento presenterà al pubblico l'anteprima assoluta de "L'Immortale"

Marco D'Amore è tra i protagonisti della 42 edizione delle Giornate Professionali di Cinema, in programma a Sorrento fino a sabato 7 dicembre. L'attore riceverà infatti, mercoledì 4 dicembre, durante la serata dedicata ai BIGLIETTI D'ORO, il Premio ANEC "PIETRO COCCIA", attribuito ai registi esordienti, per il film "L'Immortale". L'opera, ispirata al personaggio di Ciriaco De Simone in "Gomorra – La serie", sarà proiettata in anteprima assoluta, alla presenza del regista e attore protagonista, sempre mercoledì 4 (ore 21 – Sala Sirene Hilton), nell'ambito delle Giornate Professionali di Cinema. Una delle numerose anteprime aperte alla città previste dal programma della manifestazione organizzata dall'ANEC, in collaborazione con ANICA e con il supporto del MiBACT e del Comune di Sorrento.

Gli inviti per le anteprime saranno in distribuzione, fino ad esaurimento, a Sorrento presso l'Info Point di Piazza Tasso. Il programma completo ed aggiornato è disponibile sul sito [giornatedicinema.it](http://giornatedicinema.it).

Infoline: [giornatedicinema.it](http://giornatedicinema.it)

Cine&Tele ONLINE

MADRID

UNA CIUDAD PARA CONTAR  
GRANDES HISTORIAS[HOME](#) [NOTICIAS](#) [ESPECIALES](#) [EVENTOS](#) [PROGRAMACIÓN](#) [ESTRENOS](#) [EXPORTACIÓN](#) [DIRECTORIO EMPRESAS](#) [INSTITUCIONAL](#)

HOME / NOTICIAS /

## Hoy arranca Ventana Sur, con la participación de varias coproducciones españolas

2 diciembre 2019

El mercado de contenidos audiovisuales más importante de Latinoamérica arranca hoy en la capital argentina. En sus distintas secciones, se podrán ver siete producciones en las que España ha participado.

BÚSQUEDA AVANZADA

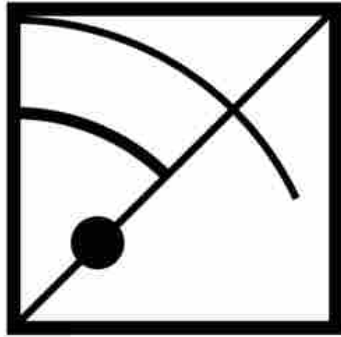
Buscar



### VÍDEOS

Si è verificato un errore.

Prova a guardare il video su [www.youtube.com](http://www.youtube.com) oppure attiva JavaScript se è disabilitato nel browser.



**VS2019**  
VENTANA SUR

Desde hoy **2 de diciembre** y hasta el próximo día **6**, Buenos Aires acoge la **edición número 11 de Ventana Sur**, el mercado de contenidos audiovisuales más importante de Latinoamérica, **organizado por** el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) y el Marché du Film – Festival de Cannes, que reúne a distintos **actores de la industria audiovisual**, con el objetivo de **promover la coproducción, financiación y distribución internacional** de los contenidos latinoamericanos.



En esta edición son **siete las coproducciones con participación española** que estarán presentes en **algunas de las secciones** que conforman el evento.

Así, en la **Selección FIP**, Film in Progress, participan *Ricochet*, una coproducción entre México y España de Tangram Films y Érase una vez Films, dirigida por Rodrigo Fiallega; y *Samichay, en busca de la felicidad*, de Mauricio Franco Tosso con producción de Mauricio Franco Tosso y Quechua Films, de Perú y España. **Film in Progress** presenta un panorama de películas latinoamericanas inéditas en etapa de postproducción a fin de año, que integran un catálogo específico dentro de la videolibrería de Ventana Sur, en un apartado especial de acceso reservado exclusivamente a programadores de festivales internacionales, distribuidores y agentes de ventas. La selección de FIP se desprende de los films registrados a través de la convocatoria de Primer Corte y es seleccionada por el equipo de curadores internacionales.

*Disforia*, producida por la española por el español David P. Sañudo, cofundador de Amania Films, con dirección de Imanol Ortiz López; y *Deviat*, también con producción de Sañudo, en este caso con su compatriota Kevin Iglesias y dirigida por Daniel M. Caneiero, son las dos producciones con sello español que participan en Blood Window Lab, enmarcada en **Blood Window** que se especializa en cine de género fantástico e incluye una amplia variedad de actividades como proyecciones de películas en etapa de postproducción, rondas de negocios, eventos de networking y sesiones de pitch de proyectos que buscan financiación. Concretamente, Blood Window nuclea las novedades del cine de género de Latinoamérica, un sector que viene creciendo anualmente en los mercados de todo el mundo y permite a través de sus iniciativas forjar alianzas estratégicas tanto a nivel regional como entre Asia, Europa y América Latina. A partir de las películas que participan en Ventana Sur dentro de esta sección, se seleccionan los títulos que formarán parte de las **Blood Window Showcase** en el Festival de Cine de Cannes el año siguiente, y aquí encontramos la coproducción entre México y España **Menéndez: El día del señor**, de Santiago Alvarado, producida por Julieta Perales,

## La hija de un ladrón

Si è verificato un errore.

Prova a guardare il video su [www.youtube.com](http://www.youtube.com) oppure attiva JavaScript se è disabilitato nel browser.

## Last Christmas



## PRÓXIMOS EVENTOS

DIC <b>2</b> Lun	all-day Ventana Sur 2019 @ Buenos Aires, Argentina
DIC <b>4</b> Mie	all-day Festival Internacional de Comuni... @ Madrid, España
DIC <b>5</b> Jue	all-day Festival Internacional del Nuevo... @ La Habana, Cuba
DIC <b>7</b> Sab	all-day Premios del Cine Europeo – Europ... @ Berlín, Alemania
DIC <b>9</b> Lun	all-day CineAsia 2019 @ Hong Kong

Sulafilms.

**Proyecta** es una presentación de proyectos que buscan socios internacionales, coproductores y agentes de ventas. Esta iniciativa, creada el pasado año para impulsar las coproducciones en América Latina y con Europa, está **organizada conjuntamente por Ventana Sur y el Festival de San Sebastián**. En su segunda edición, dieciséis proyectos en fase de desarrollo serán presentados en el marco de Ventana Sur, el miércoles 4 de diciembre; de ellos, cuatro provienen del VIII Foro de Coproducción Europa-América Latina del Festival de San Sebastián y en dos ha intervenido nuestro país. Se trata de la coproducción hispano-argentina **Ana no duerme**, de Daniel Gil Suárez, con producción de Amaya Izquierdo (Solita Films); y **Karmele. La hora de despertarnos juntos**, con dirección de Asier Altuna / y producción de Marian Fernández Pascal, de Txintxua Films (España – Francia).

Además, mañana **día 3**, tendrá lugar el **encuentro de coproducción entre España, Chile y Argentina, organizado por el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA), CinemaChile e INCAA**, con la **colaboración de AGADIC, Catalan Films y Basque Audiovisual**, que se enmarca en la **agenda de encuentros** de este año de Ventana Sur, desarrollados con el objetivo de promover los intercambios, la coproducción y distribución tanto entre países Latinoamericanos así como también con otros territorios, entre las delegaciones participantes. Los **otros encuentros** que tendrán lugar este año son Reino Unido-Latinoamérica (British Film Institute e INCAA), el séptimo encuentro de coproducción iberoamericano (CAACI, RECAM e INCAA), y el encuentro de coproducción Italia-Argentina (ICE, ANICA, DG Cinema e Audiovisivo MIBACT, APA, CNA Cinema e Audiovisivo Nazionale, CNA Cinema e Audiovisivo Piemonte e INCAA).

COMPARTIR

Tweet  Mi piace 4  Condividi 4

DIC  
10  
Mar

all-day MiM Series 2019 @ Madrid, España

ENE  
11  
Sab

all-day Premios José María Forqué 2020 @ Madrid, España



Ver más →



ALTA NEWSLETTER



ÚLTIMOS TWEETS

-  Los **@PremiosQuirino** de Animación Iberoamericana volverán a Tenerife y anuncian su jurado. Las inscripciones continú...  
<https://t.co/XW9k4cJu5r>  
 42 minutos antes
-  ¡SÍ! **@ArdeMadrid** se ha llevado el **@RosedOr** en dramedia. Han pasado 7 años desde q una producción española no se l...  
<https://t.co/BFg1D7WSu0>  
 43 minutos antes
-  Hoy arranca una nueva edición de **@VentanaSur** en la que hay varias producciones españolas. Mañana además se celebra... <https://t.co/jL0jEkv62S>  
 hace 1 hora
-  En algo más de un mes sabremos quiénes son los ganadores los **@PremiosGoya**. Entre medias, conoce a los nominados de...  
<https://t.co/GrgWasSfBD>  
 hace 1 hora
-  El CLAC (**@CLACanarias**) organiza un seminario sobre la producción de más de 2 millones de presupuesto. Leire Apellan...  
<https://t.co/KKY98mnViK>  
 hace 1 hora

CON LA CESSIONE DEL CREDITO  
DIMEZZI IL COSTO DEL TUO  
IMPIANTO FOTOVOLTAICO

**GECO RENEW GROUP SRL**  
www.gecornew.com

COISA ASPETTARE  
REALIZZA IL TUO SOGNO!

Numero Verde  
**800 93 11 62**

**KIT FOTOVOLTAICO 3 kWp**  
10 Moduli monocristallini da 300 W;  
1 Inverter monofase da 3000 W;  
1 Sistema di monitoraggio;  
1 Sistemi di montaggio.

**1.990 €** IVA inclusa

## «Il Re Leone» il più visto in assoluto, premiazione a Sorrento nelle Giornate Professionali di Cinema

NAPOLI SMART > IN EVIDENZA

Lunedì 2 Dicembre 2019



“10 giorni senza mamma” di Alessandro Genovesi, “La befana vien di notte” di Michele Soavi e “Amici come prima” di Christian De Sica sono i tre film italiani che si aggiudicano quest’anno il Biglietto d’Oro. Vanno ad aggiungersi a “Il Re Leone”, “Joker” ed “Avengers: Endgame”, che vincono il Premio come film più visti in assoluto.



I Premi, assegnati dall’ANEC per la stagione cinematografica 2018-2019 ai film che secondo il campione Cinetel hanno venduto più biglietti da dicembre 2018 a novembre 2019, saranno consegnati mercoledì sera, ore 20, all’Hilton di Sorrento nel corso di una cerimonia condotta da Gioia Marzocchi.



Ai registi, sceneggiatori e interpreti principali dei primi tre film italiani sono assegnate le CHIAVI D’ORO del successo: sul palco attesi Alessandro Genovesi, Giovanni Bognetti, Fabio De Luigi, Valentina Lodovini, Diana Del Bufalo, Bianca Usai per “10 giorni senza mamma”; Michele Soavi, Nicola Guaglianone, Paola Cortellesi per “La befana vien di notte”; Christian De



### NAPOLI SMART



«Quei difficili anni Settanta Visti da Sud», convegno alla società di Storia Patria



Gospel, doppio appuntamento con il coro Eyael città di Pozzuoli



«Siamo tutti... Felice», lo spettacolo di Gissona approda al Lendi



Sant'Agnello, tavola rotonda sull'opera di padre Francesco D'Aria



Presepe a Napoli, al via la mostra internazionale nel centro storico



Sica, Fausto Brizzi, Massimo Boldi e Francesco Bruni per "Amici come prima". Biglietto d'Oro anche a Walt Disney Italia, Warner Bros Italia e 20th Century Fox Italia, che risultano essere le prime tre distribuzioni in assoluto.

Nel corso della serata saranno consegnati a Ilaria Spada e Giulio Pranno i Premi ANEC "Claudio Zanchi" per i talenti emergenti, mentre il Premio ANEC "Pietro Coccia" al regista esordiente va a Marco D'Amore per "L'Immortale", che sarà proiettato in anteprima assoluta proprio alle Giornate Professionali. Una proiezione aperta alla città in programma alle 21.30 presso la Sala Sirene dell'Hilton. Tra gli altri riconoscimenti dell'ANEC, un Premio Speciale a Francesco Posteraro ("per l'impegno profuso e i risultati raggiunti, nella veste di Commissario AgCom, nella lotta alla pirateria on line"). Assegnati inoltre il PREMIO KINEO a Luigi Grispello (per la sua attività a sostegno del cinema italiano e di qualità), il PREMIO FILMING ITALY BEST MOVIE AWARDS a Giorgio Ferrero del circuito di sale Ferrero Cinemas, il PREMIO FUNFOOD a Felice De Santis dell'Orfeo di Milano.

Nella stessa serata saranno consegnati i Biglietti d'Oro all'esercizio cinematografico: tra i multiplex con 15 o più schermi vince The Space Cinema Parco De' Medici di Roma, per i multiplex da 8 a 14 schermi Uci Cinemas Porta di Roma mentre il cinema Victoria Multiplex di Modena si aggiudica il premio come complesso, con almeno 8 schermi, con la media schermo più alta. Per gli altri complessi, i premi vengono attribuiti alla monosala, alla multisala da 2 a 4 schermi e alla multisala da 5 a 7 schermi, secondo le diverse fasce di popolazione delle località in cui sono ubicati. Per le monosale vengono premiati: Cinema Giuseppe Verdi di Breganze (località fino a 50 mila abitanti), Roma di Trento (da 50 a 200 mila), Medica Palace di Bologna (da 200 a 500 mila), Nuovo Sacher di Roma (oltre 500 mila). Per le multisale da 2 a 4 schermi ricevono il premio: Cynthianum di Genzano (fino a 50 mila abitanti), Moderno di Sassari (da 50 a 200 mila), Odeon di Bologna (da 200 a 500 mila), Jolly di Roma (oltre 500 mila). A vincere il premio per le strutture da 5 a 7 schermi sono: Metropolis di Bassano del Grappa (fino a 50 mila abitanti), The Space di Catanzaro (da 50 a 200 mila), Galleria di Bari (da 200 a 500 mila), Citylife Anteo di Milano (oltre 500 mila).

Alle Giornate Professionali di Cinema, organizzate dall'ANEC, in collaborazione con ANICA e con il supporto del Ministero Beni, Attività Culturali e Turismo e del Comune di Sorrento vengono presentati, ad una platea di operatori del settore, i film che usciranno nei prossimi mesi attraverso convention, trailer, anteprime e incontri con gli artisti. Anche quest'anno sono moltissimi gli appuntamenti aperti al pubblico che coinvolgeranno la città di Sorrento. Info e programma completo su [www.giornatedicinema.it](http://www.giornatedicinema.it)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**IL MATTINO TV**



**Luigi Di Maio canta Yesterday dei Beatles alla maniera... di Troisi**



**Mes, Conte: «Che Salvini non studi è noto, mi stupisce Meloni»**



**VIDEO PIU VISTO**



**Napoli, il tabaccaio accotellato: «Sono stato stupido, ho rischiato di morire per difendere la cassa»**



**LA NUOVA STAGIONE DELL'INFORMAZIONE**



**3 mesi a soli 15,99€**



**LE PIU CONDIVISE**



**Tumore al seno scoperto al quarto stadio: per i medici aveva uno stile di vita troppo salutare per ammalarsi di cancro**

di Tom Abram



**Telefonate truffa, lo squillo prosciuga il credito: ecco i prefissi pericolosi, dalla Tunisia al Kosovo**



Ultimo:

CINEMA: BIGLIETTI D'ORO, "10 GIORNI SENZA MAMMA" IL FILM ITALIANO PIU' VISTO



CAMPANIA

ALTRE REGIONI

POLITICA

LAZIO

AMBIENTE - AGRICOLTURA - ALIMENTAZIONE



Home

## CINEMA: BIGLIETTI D'ORO, "10 GIORNI SENZA MAMMA" IL FILM ITALIANO PIU' VISTO

📅 2 Dicembre 2019 👤 Fabia Lonz

"10 giorni senza mamma" di Alessandro Genovesi, "La befana vien di notte" di Michele Soavi e "Amici come prima" di Christian De Sica sono i tre film italiani che si aggiudicano quest'anno il Biglietto d'Oro. Vanno ad aggiungersi a "Il Re Leone", "Joker" ed "Avengers: Endgame", che vincono il Premio come film più visti in assoluto.

I Premi, assegnati dall'ANEC per la stagione cinematografica 2018-2019 ai film che secondo il campione Cinetel hanno venduto più biglietti da dicembre 2018 a novembre 2019, saranno consegnati mercoledì sera, ore 20, all'Hilton di Sorrento nel corso di una cerimonia condotta da Gioia Marzocchi.

Ai registi, sceneggiatori e interpreti principali dei primi tre film italiani sono assegnate le **CHIAVI D'ORO del successo**: sul palco attesi **Alessandro Genovesi, Giovanni Bognetti, Fabio De Luigi, Valentina Lodovini, Diana Del Bufalo, Bianca Usai** per "10 giorni senza mamma"; **Michele Soavi, Nicola Guaglianone, Paola Cortellesi** per "La befana vien di notte"; **Christian De Sica, Fausto Brizzi, Massimo Boldi e Francesco Bruni** per "Amici come prima". Biglietto d'Oro anche a **Walt Disney Italia, Warner Bros Italia e 20th Century Fox Italia**, che risultano essere le prime tre distribuzioni in assoluto.

Ambiente - Agricoltura - Alimentazione

Campania

In evidenza

### Campania - Dissesto Idrogeologico, una Task Force in azione

📅 26 Novembre 2019 👤 da redazione

Si è svolta oggi pomeriggio a Palazzo Santa Lucia una riunione operativa sul dissesto idrogeologico, anche in relazione alle condizioni meteo delle ultime settimane. Alla riunione, convocata e presieduta dal governatore Vincenzo De Luca, con il Vicepresidente Fulvio Bonavitala hanno partecipato i sindaci, i responsabili della Protezione Civile, i vertici delle società regionali Sma, Cas, dell'Ente Idrico Campano e della Gori, i rappresentanti dei consorzi. (altro...)

🖨️ Print Friendly

Condividi:

🐦 Twitter

📘 Facebook

Fili di rame e campi magnetici: com'è fatto un motore elettrico?

📅 26 Novembre 2019

Protezione civile Campania: domani allerta meteo Gialla su Napoli e intera fascia costiera campana Raffiche di vento.

📅 18 Novembre 2019

Nel corso della serata saranno consegnati a **Ilaria Spada** e **Giulio Pranno** i Premi **ANEC "Claudio Zanchi"** per i talenti emergenti, mentre il **Premio ANEC "Pietro Coccia"** al regista esordiente va a **Marco D'Amore** per **"L'Immortale"**, che sarà proiettato in anteprima assoluta proprio alle Giornate Professionali. Una proiezione aperta alla città in programma alle 21.30 presso la Sala Sirene dell'Hilton. Tra gli altri riconoscimenti dell'**ANEC**, un Premio Speciale a **Francesco Posteraro** ("per l'impegno profuso e i risultati raggiunti, nella veste di Commissario AgCom, nella lotta alla pirateria on line"). Assegnati inoltre il **PREMIO KINEO** a **Luigi Grispello** (per la sua attività a sostegno del cinema italiano e di qualità), il **PREMIO FILMING ITALY BEST MOVIE AWARDS** a **Giorgio Ferrero** del circuito di sale Ferrero Cinemas, il **PREMIO FUNFOOD** a Felice De Santis dell'Orfeo di Milano.

Nella stessa serata saranno consegnati i **Biglietti d'Oro** all'esercizio cinematografico: tra i multiplex con 15 o più schermi vince **The Space Cinema Parco De' Medici di Roma**, per i multiplex da 8 a 14 schermi **Uci Cinemas Porta di Roma** mentre il cinema **Victoria Multiplex di Modena** si aggiudica il premio come complesso, con almeno 8 schermi, con la media schermo più alta. Per gli altri complessi, i premi vengono attribuiti alla monosala, alla multisala da 2 a 4 schermi e alla multisala da 5 a 7 schermi, secondo le diverse fasce di popolazione delle località in cui sono ubicati. Per le monosale vengono premiati: **Cinema Giuseppe Verdi di Breganze** (località fino a 50 mila abitanti), **Roma di Trento** (da 50 a 200 mila), **Medica Palace di Bologna** (da 200 a 500 mila), **Nuovo Sacher di Roma** (oltre 500 mila). Per le multisale da 2 a 4 schermi ricevono il premio: **Cynthianum di Genzano** (fino a 50 mila abitanti), **Moderno di Sassari** (da 50 a 200 mila), **Odeon di Bologna** (da 200 a 500 mila), **Jolly di Roma** (oltre 500 mila). A vincere il premio per le strutture da 5 a 7 schermi sono: **Metropolis di Bassano del Grappa** (fino a 50 mila abitanti), **The Space di Catanzaro** (da 50 a 200 mila), **Galleria di Bari** (da 200 a 500 mila), **Citylife Anteo di Milano** (oltre 500 mila).

Alle **Giornate Professionali di Cinema**, organizzate dall'**ANEC**, in collaborazione con **ANICA** e con il supporto del Ministero Beni, Attività Culturali e Turismo e del Comune di Sorrento vengono presentati, ad una platea di operatori del settore, i film che usciranno nei prossimi mesi attraverso convention, trailer, anteprime e incontri con gli artisti. Anche quest'anno sono moltissimi gli appuntamenti aperti al pubblico che coinvolgeranno la città di Sorrento. Info e programma completo su [www.giornatedicinema.it](http://www.giornatedicinema.it)



Condividi:



Maltempo, Di Scala (FI): "servono risorse, ma senza norme straordinarie sarà paralisi"  
 18 Novembre 2019

Viaggiando



- Campania
- Caserta
- Eventi
- Home
- Viaggiando



La lotta contro l'abusivismo mission prioritaria della Fiavet Lazio  
 l'Associazione degli Agenti di Viaggio di Roma e del Lazio  
 15 Novembre 2019

Notte Bianca a Caserta 2019, programma ufficiale: artisti d'eccezione e non solo per la manifestazione dell'anno

26 Novembre 2019 da redazione

Notte Bianca a Caserta 2019 - Sabato 7 dicembre ore a Caserta dalle ore 17:00. Ospiti d'eccezione dell'evento saranno i cantanti ANDREA SANNINO ed ERMINIO SINNI oltre ai



Alla scoperta dei tesori di Dubrovnik e Korčula  
 30 Ottobre 2019



"Sapori d'Autunno": gusto, genuinità e impegno sociale  
 11 Ottobre 2019

← Concerti d'Autunno, chiusura con il pianista Mario Merola per i Preludi di Scriabin e Debussy

Potrebbe anche interessarti

Silvio Berlusconi, l'incompreso in casa propria  
 19 Settembre 2014

Garanzia Giovani, Marciano (PD): Recuperiamo ritardi e insufficienze  
 10 Dicembre 2015

COMUNE NAPOLI, PACE-VARRIALE (CD): NO A CHIUSURA VIA CARACCIOLO  
 30 Aprile 2014

# La Gazzetta dello Spettacolo

[Cinema](#)
[Musica](#)
[Televisione](#)
[Teatro](#)
[Moda](#)
[Gossip](#)
[Interviste](#)
[Spettacolo Off](#)
[Info](#)

## GIORNATE PROFESSIONALI DI CINEMA AL VIA

Francesco Russo
 02/12/2019
 Cinema

Like 5
 Tweet
 Share

Si parte oggi con la 42a edizione delle **Giornate Professionali di Cinema a Sorrento**, e noi de La Gazzetta dello Spettacolo, vi terremo aggiornati giorno per giorno e ora per ora delle novità, dalla sala stampa, dedicata quest'anno allo scomparso [Pietro Coccia](#).

Giornate del Cinema di Sorrento 2019. La sala stampa dedicata a Pietro Coccia.

Tante saranno le proiezioni, le anticipazioni, gli incontri ed i convegni per questa settimana dedicata al grande cinema.

**Tanti gli ospiti attesi**, tra cui: Massimo Boldi, Fausto Brizzi, Paola Cortellesi, Marco D'Amore, Christian De Sica, Fabio De Luigi, Diana Del Bufalo, Peppino Di Capri, Cristina Donadio, Pierfrancesco Favino, Ficarra & Picone, Alessandro Genovesi, Nicola Guaglianone, Lillo & Greg, Valentina Lodovini, Vincenzo Marra e Sergio Muniz.

Partite ieri sera con l'**anteprima di Cena con delitto**, film di Rian Johnson con Daniel Craig, Chris Evans e Jamie Lee Curtis.

Tutto il cinema italiano nell'ormai consueto, ed atteso, appuntamento autunnale organizzato dall'ANEC (Associazione Nazionale Esercenti Cinema) con la collaborazione dell'ANICA e il sostegno del Ministero

### LA RIVISTA

### CINEMA

### MUSICA

Beni, Attività Culturali e Turismo e del Comune di Sorrento.

Tra il centro congressi dell'Hilton, il Cinema Tasso ed altri spazi della Città, la manifestazione accoglie il principale momento d'incontro dell'industria cinematografica nazionale attraverso il quale le case di distribuzione, insieme ai produttori, ai registi ed agli attori, rendono noti tutti i film in uscita nella nuova stagione.

Si parte oggi all'Hilton, dalle ore 17.30, con il saluto dei Presidenti ANEC e ANICA sarà preceduto da un live di Peppino Di Capri, che intervorrà poi in serata al Cinema Tasso (ore 21.30) alla proiezione del film "Alessandra, un grande amore e niente più" di Pasquale Falcone. Sempre al Tasso alle 18, la proiezione del "cult" per ragazzi regista Giuseppe Alessio Nuzzo e l'attrice "La scelta".

Questo sito Web utilizza i cookie per migliorare la tua esperienza.

Scegli i Cookie

Accetta

CONDIVIDI

Like 5

Tweet

Tags GIORNATE DI CINEMA DI SORRENTO PIETRO COCCIA

ARTICOLI CORRELATI

Nati 2 volte: in sala Troiano e la Axen

29/11/2019

Colomba Legend, il secondo film western di Vito Colomba

28/11/2019

Primo ciak per Karate Man di Claudio Fragasso

28/11/2019

Laceno D'Oro pronta la 44a edizione

25/11/2019

Giornate Professionali di Sorrento, i primi nomi annunciati

22/11/2019

Fino ad essere felici, un film con Di Leva, Gallo e Candurro

21/11/2019

LASCIA UN COMMENTO

Devi essere connesso per inviare un commento.

TELEVISIONE E WEB

TEATRO

MODA

GOSSIP

INTERVISTE

EVENTI

E-DUESSE.IT

## CINEMA

LUNEDÌ 2 DICEMBRE 2019 - AGGIORNATO ALLE ORE 20:02

02 DICEMBRE 2019 19:32

## VIA A SORRENTO, IL SALUTO DEI PRESIDENTI

share f t in

Redazione



## Sul palco Mario Lorini, Luigi Lonigro, Carlo Bernaschi e Francesco Rutelli

Dopo una breve introduzione di Giorgio Ferrero e Simone Gialdini, ad aprire le Giornate professionali di Sorrento sono stati i quattro presidenti delle associazioni cinematografiche: Mario Lorini, Luigi Lonigro, Carlo Bernaschi e Francesco Rutelli. Per **Mario Lorini** (presidente Anec), « il 2019 è stato l'anno della svolta. Lo dimostrano innanzitutto i numeri, a partire dal +14% di incassi e dal +13% di presenze sul 2018. Siamo orgogliosi di aver avviato un movimento di grande cambiamento che siamo certi continuerà nei prossimi anni». Gli fa eco **Luigi Lonigro** (presidente sezione distributori Anica): «Per la prima volta la nostra industria ha unito le forze e i risultati sono arrivati con un box office in aumento del 14% sull'anno scorso e del 40% sull'estate passata. Il mercato è vivo, ha bisogno di prodotto (scaglionato nel tempo) e di costanza. Quest'anno

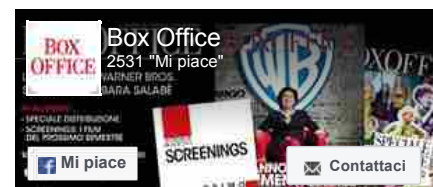
## EDITORIALISTI

05 Novembre 2019

## Il traditore, la scelta giusta verso l'Oscar

Concedeteci di essere ottimisti e di esporci: siamo convinti che Il traditore di Marco Bellocchio abbia tutte le carte...

Stefano Radice



Di' che ti piace prima di tutti i tuoi amici

abbiamo invertito un trend negativo ed è solo il primo passo del progetto triennale di Moviement. Inoltre, se quest'anno la quota di cinema italiano si è attestata sul 16% (una delle più basse degli ultimi anni), l'anno prossimo potremo contare sui film dei più grandi autori italiani. Se poi il mese di dicembre otterrà i risultati previsti, forse quest'anno supereremo i 100 milioni di biglietti staccati». Lonigro ha, inoltre, ringraziato il grande lavoro di Simone Gialdini e Giorgio Ferrero nell'innovare, anche a livello tecnologico, le giornate di cinema di Sorrento: «Ci stiamo allineando agli eventi europei mondiali più importanti».

**Carlo Bernaschi** (presidente onorario di Anec) ha evidenziato l'importanza della costituzione di una nuova Anec: «Dopo 20 anni siamo tornati a essere una associazione unita. Il percorso non è stato facile ma con buona volontà siamo riusciti a creare una nuova Anec con un unico presidente. Importante anche il ruolo di Simone Gialdini, nominato direttore generale di Anec, che è una novità assoluta per l'associazione. È fondamentale che lo Stato riconosca il patrimonio che il cinema rappresenta per il nostro Paese e che intervenga per sostenere la nostra industria». A concludere i saluti è stato **Francesco Rutelli** (presidente Anica): «Stiamo attraversando un momento cruciale per il mercato, con enormi trasformazioni a livello mondiale. È sempre più importante che la filiera resti unita per i prossimi tre anni, mettendo sempre la sala al centro».

## ACCADDE OGGI

02 Dicembre 2018

### Addio a Fantastichini

È morto ieri, stroncato da una leucemia, Ennio Fantastichini; il grande attore era ricoverato da gironi a Napoli. La sua è stata una lunga carriera tra teatro e cinema.

ARTICOLO PRECEDENTE

**RIAPRE IL CAPITOL ANTEO  
SPAZIOCINEMA DI MONZA**

ARTICOLO SUCCESSIVO

## Ricevi la Newsletter! Cinema

Email\*

Quando invii il modulo, controlla la tua inbox per confermare l'iscrizione

Privacy\*

Accetto la [Privacy Policy](#)

DUESSE COMMUNICATION

REDAZIONE

ABBONAMENTI

RIVISTE

EDITORIALISTI

PHOTOGALLERY

I NOSTRI SITI

ADVERTISING GUIDE

**DUESSE COMMUNICATION**

DUESSE COMMUNICATION S.r.l. - Via G.Richard 1 - Torre A - 20143 Milano - PI 12777410155 - N. REA 1584599 - N. Reg. Imp. MI-1999/96457 Capitale sociale € 203.000

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

## L'IMMORTALE

# Risorge il Ciro di «Gomorra»

## Lotte di potere senza tensione

Marco D'Amore regista: storia dell'educazione di un feroce criminale

Il film  
del Mereghetti



terza stagione, finito in acqua dopo che il suo complice e «fratello» Genny gli aveva sparato un colpo a bruciapelo per dimostrare la sua lealtà al boss di Forcella Sangue blu. E invece...

Invece la logica della serialità passa per altri sentieri che non quelli della coerenza medico-balistica. Guarda caso — lo si scopre nelle primissime scene del film — la pallottola omicida si era fermata a un centimetro dal cuore e Ciro dopo essere stato ripescato torna più forte e deciso di prima. Il problema diventa allora il bisogno di giustificare la scomparsa del personaggio lungo tutta la quarta stagione e così il team di sceneggiatori che affiancano Marco D'Amore (anche regista del film oltre che interprete) lo spediscono a Riga, in Lettonia, broker per conto terzi — dice proprio così: broker, praticamente l'unica parola che non pronuncia in napoletano — della cocaina che arriva da Napoli.

Un lavoro (quasi) di tutto riposo, se non fosse per la rivalità tra i tradizionali acquirenti russi e la locale mafia lettone, pronta a innescare una lotta di potere in cui verrà coinvolto lo stesso Ciro.

Ma più che perdersi dietro queste scaramucce (pur ricche di spari, agguati ed esplosioni varie), il film serve per

ripercorrere quello che la serie aveva inevitabilmente tagliato fuori. E cioè l'infanzia e l'educazione al crimine dell'«immortale» e per estensione di chi come lui è cresciuto nei quartieri più degradati di Napoli, orfani di qualsiasi affetto familiare. Una specie di involontaria riscrittura della *Paranza dei bambini*, dove sparisce del tutto l'innocenza dell'età per sottolineare — gommosamente (riferito alla serie, non al libro o al film) — il «livido ritratto del modus operandi criminale» e il suo complesso racconto di «relazioni, emozioni primordiali e condizioni umane» (Aldo Grasso dixit).

L'incontro a Riga con Bruno (Salvatore D'Onofrio), costringe Ciro a ricordare l'inizio del suo apprendistato malavitoso, quando bambino (è interpretato da Giuseppe Aiello) aveva scelto un giovane Bruno (Giovanni Vastarella) per fargli le veci del padre che non aveva, imparando da lui i trucchi e le furbizie del futuro boss camorrista.

Sono queste le parti più accattivanti del film, quelle dove l'azione prende il sopravvento e guida lo spettatore a scoprire come nasce un criminale. Si ritrova così non solo il tema (centrale nella terza serie) dell'essere orfano e del cercare una qualche tipo di eredità

«paterna» ma soprattutto si spiega quella «grammatica delle tenebre» (sempre Grasso) che aveva costruito l'impatto spettacolare dell'operazione televisiva e il suo sottinteso scheletro narrativo.

Dove invece il film mostra cali di tensione (e di invenzione) è nelle scene ambientate a Riga, dove la regia dell'esordiente D'Amore sa solo ricorrere a lunghe pause tra domande e risposte, più melo che drammatiche, e a troppo insistiti primi piani fissi del suo volto, che dovrebbero rimandare al travaglio interiore che lo tormenta. E che per fortuna ogni tanto gli fanno pensare al passato, permettendo così al film di tornare indietro nel tempo, alla Napoli di ieri, facendo riprendere forza ed energia al racconto.

Resterebbe da riflettere sul senso cinematografico di questa operazione, pensata, scritta e prodotta solo — e ribadisco solo — per ridare smalto alla serie televisiva (basta guardate il finale...). Una specie di gigantesco autogol, da parte di una categoria un po' troppo strabica, professionalmente parlando, pronta a decretare l'ostracismo al film Netflix di Martin Scorsese ma non a quello Sky di Marco D'Amore. Quale sia la diversità tra le due operazioni qualcuno dovrebbe spiegarlo.

Organizzare al cinema i prolegomeni per i funerali del cinema è un paradosso che solo in Italia sembrano capaci di realizzare. Ci riesce Cattleya, un tempo interessata e interessante produttrice di film, che insieme ad altri complici (Fandango, Sky e Beta Film) piega il cinema alla funzione di *teaser* televisivo.

Non sveliamo niente, infatti, se diciamo che *L'immortale* è di fatto un gigantesco spot per il lancio della quinta stagione di *Gomorra - La serie*, dove tutti si aspettano il ritorno di Ciro (Marco D'Amore), che a rigor di logica sarebbe dovuto morire alla fine della



Bambino



● Il film racconta l'apprendistato malavitoso di **Ciro**, interpretato da bambino da Giuseppe Aiello (nella foto)

Le stelle



Ciro Di Marzio, il feroce boss di «Gomorra», rivive nel film diretto da Marco D'Amore

★ da evitare   ★★ interessante  
★★★ da non perdere  
★★★★ capolavoro



Le vicende del protagonista tra passato e presente si risolvono però in un gigantesco spot per il lancio della prossima serie televisiva



**In 450 sale**  
Marianna Robustelli e Marco D'Amore in una scena del film «L'immortale». Dopo il colpo di pistola che gli ha sparato Genny Savastano, il feroce boss **Ciro Di Marzio** non è affatto morto, come racconta il film distribuito in 450 sale a partire da giovedì



**Box Office**

di **Cinzia Romani**

## «Frozen 2» imbattibile anche per Allen e Albanese

**C'**era da aspettarselo: il cartoon *Frozen 2*. *Il segreto di Arendelle*, nel fine settimana ha totalizzato 6.899.793 milioni di euro, con una domenica da 3 milioni. E si congratulano in casa Disney, per aver fatto uscire il film prima del periodo natalizio. A livello mondiale, *Frozen 2* si prende la scena 2019 della top ten, con 738 milioni di dollari. Se negli Usa Woody Allen è al bando degli esercenti, la sua commedia romantica *Un giorno di pioggia a New York* chiude il nostro week end con 1.240.438 milioni di euro: secondo posto, al debutto, per il cantore di Manhattan, per gli italiani ancora potabile.

Antonio Albanese sfila in terza posizione con *Cetto c'è senzadubbiamente*, che rastrella 1.115.563 euro, mentre un altro regista di talen-

to, malvisto altrove ma amato da noi, cioè Roman Polanski, porta il suo *L'ufficiale e la spia* ad accumulare 721.369 euro. La rilettura del famoso "affare Dreyfus" piace ancora e guadagna il quarto posto. In quinta posizione c'è il nuovo ingresso di *Midway*, film bellico di Roland Emmerich, che al box-office del week end incassa 576.769 euro, raccontando la battaglia navale tra Americani e Giapponesi nel 1942. Sempre in tema di film d'azione, *Le Mans '66*. *La grande sfida* cumula 281.102 euro, mentre al settimo posto *Le ragazze di Wall Street* riscuotono 224.251 euro. Continua la marcia di *Parasite*, nel week end con 141.1340 euro e si piazza nono *Il Peccato*: 136.807 euro per il furore di Michelangelo. Chiude l'horror *Countdown*, con 132.625 euro.



**Cinema**  
**Marco D'Amore**  
**regista e attore:**  
**«Ecco il sequel**  
**di Gomorra»**

Satta a pag. 30

Marco D'Amore parla del suo nuovo film da regista e attore, sequel della serie "Gomorra", incentrato sulle vicende dello spietato criminale Di Marzio. «Ero ossessionato da questo personaggio. E grazie a lui ho unito cinema e tv»

# «Ciro non poteva morire aveva troppo da svelare»

**«NON HO MAI AVUTO IL SOGNO AMERICANO DA HOLLYWOOD SI SONO FATTI AVANTI DEGLI AGENTI, MA PREFERISCO AFFERMARMI IN ITALIA»**

**L'INTERVISTA**

**S**equel e insieme prequel di *Gomorra*. Ma anche bridge, cioè ricordo tra la quarta stagione, già trasmessa su Sky, e la quinta (in preparazione) della serie italiana più acclamata nel mondo: *L'immortale*, debutto nella regia cinematografica di Marco D'Amore, 38 anni, napoletano, protagonista nel ruolo dello spietato criminale **Ciro Di Marzio**, è il primo esempio di prodotto cross-mediale: «Abbiamo fatto dialogare cinema e tv», spiega Riccardo Tozzi di Cattleya che, con Vision Distribution di Nicola Maccanico, ha prodotto *L'immortale*, nelle sale il 5 dicembre. Spettacolare, epico, denso di colpi di scena (l'ultimo, clamoroso, anticipa i prossimi episodi di *Gomorra*), il film ritro-

va **Ciro** ancora vivo dopo che Genny gli ha sparato: nascosto in Lettonia, gestisce il narcotraffico mentre russi e locali si fanno la guerra e il suo passato napoletano di bambino di strada, reso orfano dal terremoto del 1980 e spinto all'illegalità da un contrabbandiere, riaffiora nei flashback.

**Cosa l'ha spinto, D'Amore, a girare il film?**

«La mia ossessione di scoprire le origini di **Ciro**. Da sette anni, da quando cammino spalla a spalla con il personaggio, volevo capire cosa aveva fatto di lui un feroce criminale. Non ho mai smesso di interrogarlo come un oracolo nero e di sognarlo, anzi di averne l'incubo».

**E alla fine cosa ha scoperto?**

«La sua storia intessuta di conflitti, miserie e soprattutto paura. Un boss, con cui mi capitò di parlare, mi confermò che i criminali vivono nel terrore costante di non essere all'altezza o di venire ammazzati».

**Nel film, il presente si alterna al passato: com'è cambiata, nel tempo, la criminalità napoletana?**

«Il contrabbando di sigarette, che negli Anni Ottanta dava da vivere a 250mila famiglie, ha lasciato il posto al narcotraffico.

Ho messo in scena cose che ho visto. Soprattutto la povertà della Napoli disastrosa dal sisma e mai ricostruita, una città in cui i bambini sopravvivevano grazie a furti e atti criminali. Ho reso omaggio a chi, a differenza di me, non ha avuto l'opportunità di vivere serenamente e progettare il futuro».

**Ciro Di Marzio le ha dato la grande popolarità: non ha temuto, non teme di venire fagocitato dal ruolo?**

«No, non ho paura di lui. Come attore, sono più interessato alle storie che ai personaggi e su **Ciro** avevo ancora da indagare. La mia lunga esperienza teatrale mi ha insegnato tra l'altro a non giudicarlo».

**La serie piace anche alle superstar, da Madonna a Benicio Del Toro: non sogna una carriera a Hollywood?**

«Mai avuto il sogno americano. Da Los Angeles si sono fatti avanti degli agenti, ma preferisco affermarmi in Italia».

**Come ha scelto l'undicenne Giuseppe Aiello che interpreta **Ciro** da piccolo?**

«Ho visionato tanti bambini, poi a Scampia ho trovato lui. Quando gli ho chiesto perché volesse girare il film, mi ha risposto "Per-

ché sono buono". Incarna la bellezza di certi luoghi in cui si pensa non ci sia nulla di positivo».

**Il pubblico non rischia di paragonare per un criminale feroce come Ciriaco De Luca?**

«Anche lui, come tutti i cattivi

del cinema, esercita un grande fascino. Ma gli spettatori sono capaci di fare i conti con la realtà e prendere le distanze dal racconto».

**Smetterà un giorno di recitare**

**per fare solo il regista?**

«Non lascerò mai il teatro, cinema e tv sono magnifiche parentesi. Continuerò a produrre film. E a recitare, magari con maestri come Pablo Larraín e Paul Thomas Anderson».

**Gloria Satta**



**A sinistra, Marco D'Amore, 38 anni, in una scena del film "L'immortale". Qui sotto, Martina Attanasio e Giuseppe Aiello, 11**





“10 giorni senza mamma”

## Biglietto d'oro sorpresa al botteghino: vince De Luigi

### I PREMI

**C**ommedia superstar. *10 giorni senza mamma* di Alessandro Genovesi, *La Befana vien di notte* di Michele Soavi e *Amici come prima* di Christian De Sica: sono questi tre titoli italiani ad aggiudicarsi quest'anno il “Biglietto d'oro”, il premio assegnato dagli esercenti ai film che hanno incassato di più da dicembre 2018 a novembre 2019. Registi ed interpreti, da Fabio De Luigi a Paola Cortellesi, da Genovesi a De Sica e Massimo Boldi, riceveranno le “Chiavi d'oro del successo” domani sera a Sorrento, nel corso di un gala organizzato in seno alle “Giornate Professionali” del Cinema, la convention semestrale in cui i distributori svelano agli operatori del settore i listini delle prossime stagioni. Le tre commedie italiane vincitrici di questa edizione delle “Giornate Professionali” vanno ad aggiungersi ai tre film premiati perché sono stati i più visti in assoluto: *Il Re Leone*, *Joker* ed *Avengers: Endgame*. Ed è *The Space Cinema Parco De' Medici* di Roma ad ottenere il “biglietto d'oro” per i multiplex con 15 o più schermi. Uci Cinemas Porta di Roma vince invece per i multiplex da 8 a 14 schermi.

**GI.S.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# CINEMA

**I**l film *10 giorni senza mamma* di Alessandro Genovesi è il film italiano più visto dell'anno con 1 milione 200 mila spettatori. Seguono, per l'Italia *La befana vien di notte* di Michele Soavi e *Amici come prima* di Christian De Sica: a tutti e tre va il Biglietto d'Oro. Nella classifica generale, al top assoluto c'è *Il Re Leone* con 5 milioni 688 mila spettatori. Seguono *Joker* e *Avengers: Endgame*.

## Biglietto d'oro a Genovesi e Frozen al top Incassi record per la Disney

I premi sono assegnati dall'Anec (esercenti cinematografici) per la stagione 2018-2019 ai film che secondo il campione Cinetel hanno venduto più biglietti da dicembre 2018 a novembre 2019 e saranno consegnati domani a Sorrento nel corso di una cerimonia condotta da Gioia Marzocchi.

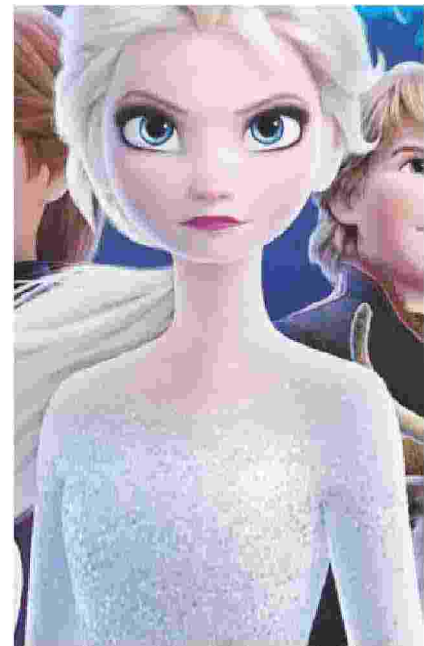
Ai registi, sceneggiatori e interpreti principali dei primi tre film italiani sono assegnate le Chiavi d'oro del successo: sul palco attesi Alessandro Genovesi, Giovanni Bognetti, Fabio De Luigi, Diana Del Bufalo, Bianca Usai per *10 giorni senza mamma*; Michele Soavi, Nicola Guaglianone, Paola Cortellesi per *La befana vien di notte*; Christian De Sica, Fausto Brizzi, Massimo Boldi e Francesco Bruni per *Amici come prima*.

Biglietto d'Oro anche a Walt Disney

Italia, Warner Bros Italia e 20th Century Fox Italia, che risultano essere le prime tre distribuzioni in assoluto.

Nel frattempo, è *Frozen II - Il segreto di Arendelle* a sbancare il botteghino dell'ultimo weekend, il primo che, di fatto, apre il lungo periodo natalizio. E il debutto è con il botto: 6 milioni 899mila euro d'incasso in Italia nel weekend, per un totale in 5 giorni (è uscito il 27 novembre) di 7 milioni 674mila euro. Quasi 1000 sale e tutte affollate. Il cartoon Disney, con il ritorno di Elsa, è in testa ai box office mondiali macinando record, compreso ovviamente quello americano.

Per gli altri film poco spazio: al secondo posto c'è *Un giorno di pioggia a New York* di Woody Allen con 1 milione 240mila euro. Al terzo, in discesa per lo tsunami *Frozen*, c'è Antonio Albanese con il suo *Cetto c'è, senzadubbiamente*



**BOTTEGHINO** Parte col botto «Frozen 2»

che alla seconda settimana incassa comunque 1 milione 115mila euro e supera così i 4 milioni totali. Quarta posizione per *L'ufficiale e la spia*, il *J'accuse di Roman Polanski* che ha incassato 721mila euro e 2 milioni 220mila in due settimane.

Tra le nuove uscite del weekend, *Frozen* e *Allen* a parte, buon piazzamento per *Midway*, il film che riporta in auge il genere del classico film di guerra: è al quinto posto con 576mila euro. Ottima la media per sala, ancora dopo 4 settimane, per la Palma d'oro *Parasite* con 141 mila euro (è all'ottavo posto, risalito persino di una posizione) e 1 milione 604mila totali. Da segnalare anche *Il peccato - Il furore di Michelangelo*, il bel film di Andrei Konchalovsky, uscito nel fine settimana, e nella top ten: nono posto con 136mila euro. [r. sp.]



## L'intervista

# Marco D'Amore "Quel ragazzino destinato al male"

di **Alessandra Vitali**

«Non è una storia su una realtà specifica ma, com'è da sempre anche per *Gomorra - La serie*, si parte da vicende locali per raccontare un presente universale: le periferie dimenticate, i traffici criminali e il male, che appartiene a tutto il mondo». Marco D'Amore firma la regia ed è protagonista di *L'Immortale*, al cinema da giovedì con Vision Distribution. Si racconta quel che accade dal momento in cui, alla fine della terza stagione di *Gomorra*, il personaggio di *Ciro* esce di

scena. Siamo in Lettonia, i flashback ci portano nella Napoli anni Ottanta, quand'era un ragazzino (interpretato dal giovane Giuseppe Aiello) della manovalanza criminale.

### Che cosa capirà chi non ha mai visto Gomorra?

«Il film ha proprio l'ambizione di portare in sala tutti quelli che non si sono mai imbattuti nella serie. È il racconto di una vita, atroce e nera, che vale la pena conoscere per capire in che modo un bambino è diventato uomo e criminale».

### Quanto conta il contesto storico?

«È decisivo. Il ragazzino cresce all'indomani del terremoto dell'80 che ridusse in macerie gli edifici e sgretolò una collettività. *Ciro* è uno dei bambini rimasti senza famiglia, abbandonati a sé stessi, che non ebbero altra possibilità di sopravvivere che legarsi a esempi negativi».

**Lei è stato uno dei protagonisti delle prime tre stagioni di Gomorra. Ha diretto due episodi della quarta. Perché un film su *Ciro*,**

### cos'altro c'era da dire?

«Già dopo la seconda stagione sentivo il bisogno di prendere le distanze dal personaggio. Ne parlai con autori e produttori. Erano gli anni in cui si animava la querelle tra la salvaguardia della sala cinematografica e l'avvento, considerato da molti aggressivo, dello streaming, delle serie tv. Ho sempre avuto interesse per questi meccanismi e mi sono interrogato su come i due linguaggi potessero dialogare. Mi è venuta l'idea di un crossover tra il racconto televisivo e quello cinematografico partendo dalla potenza anche mediatica che la serie aveva in quel momento. Ho scritto tante storie in cui le vicende di *Ciro* si sviluppavano in modo diverso. Fino a questa».

### Che si lega comunque alla prossima stagione della serie, seminando indizi.

«Il film è pieno zeppo di indicazioni su quale strada prenderà *Gomorra*. E di sorprese, e reincontri, che spezzeranno il cuore».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# Piccolo grande schermo

Ciro di Gomorra al cinema  
Ora alle serie di successo  
la tv non basta più

di Antonio Dipollina

Ciro, essendo Immortale, finisce al cinema e siamo al caso limite. Una volta era facile, anche a livello di gag, guardare un film tratto da un libro e sentenziare che era stato più bello leggerla, quella storia. Da tempo, anche se non con frequenze altissime, l'alternativa era diventata: il film tratto da una serie tv. In forma di spin-off, attorno a un personaggio, oppure una trasposizione vera e propria: e lì, si usciva tranquillamente dal cinema sentenziando che era meglio - o peggio - la serie. Con *L'Immortale* siamo a un labirinto da mal di testa, nascendo tutto da *Gomorra* il libro, poi diventato un film (Garrone), poi esploso nella serie tv più tonitruante degli ultimi anni e ora, visto il successo e il personaggio che è Immortale ma muore, tornato al cinema in altra forma. Frase possibile dirigendosi verso l'uscita: bello *L'Immortale*, ma mi manca la serie tv che era meglio (peggio) del film che comunque era peggio (meglio) del libro. E così via, ripartendo dalla base.

Facezie a parte, siamo in pieno fenomeno, essendo reduci da un copioso approccio cinematografico di

cose come *Downton Abbey* - quanto manca la serie, però - oppure da quel *El Camino* che ha tentato, in forma di film, di far passare la nostalgia di *Breaking Bad*, impresa impossibile. Per non dire dello sbizzarrirsi tra sequel e prequel - appartiene a quest'ultima categoria l'atteso *The many saints of Newark*: ci vorrà un annetto ma è la storia prima dei *Soprano*, targata Hbo: con chicche assortite visto che, siccome Tony dev'essere più giovane, è stato scelto a interpretarlo il figlio del compianto James Gandolfini - Michael - e lui se n'è uscito sostenendo di aver accettato senza aver mai visto un fotogramma della serie in origine (i figli spesso per vendicarsi fanno così).

Se restiamo alle grandi serie di successo, magari lontanissime negli anni, e d'azione, il catalogo è ricco e comprende il recentissimo *Charlie's Angels* (sequel sia della serie tv che dei film successivi), per non dire, a ritroso, di *Mission: Impossible*, per tacere di *Starsky and Hutch*. Ma alla fine traguardando i decenni si può dire che le serie più popolari a livello planetario hanno prodotto film soprattutto in epoca preceden-

te all'esplosione delle serie tv di livello alto e numerose - diciamo da *Lost* in poi (*Lost* non ha avuto film, anche perché ci vorranno anni prima che spettatori e soprattutto autori capiscano il finale della serie). Ora, a quanto pare, si ricomincia.

Il web nella sua mania catalogante ha sentenziato da anni che il meglio nel ramo appartiene ancora a cose tipo *Fuoco cammina con me* (1992), Lynch in regia e *Twin Peaks* alle spalle: e *Star Trek*, non ne parliamo nemmeno, in una saga infinita per cui gli ennesimi capitoli al cinema servivano a far battere il cuore di chi rimpiange assai gli episodi vintage per la tv. Altri film sono stati prodotti da successi mondiali come *Sex and the city*, *Dallas*, *Miami Vice* e, perché no, la *Famiglia Addams* ma anche *I Simpson*.

Il caso *L'Immortale* by *Gomorra* ci ricorda che nel nostro piccolo in Italia sono finite al cinema certe cose di assoluto pregio come la serie *Boris* (ma anche, volendo, *I soliti idioti*). E però: come sarebbe un Montalbano al cinema? Saperlo. Ma tornando sullo scenario internazionale il senso rimane quello, ovvio, delle



grandi storie popolari nel mondo, delle quali è un peccato buttare via qualcosa o non sfruttarle al massimo. Secondo: guarda caso per fare film tratti da serie si pesca (vedi *So-*

*prano* etc) dentro un passato più o meno lontano. Ragioni possibili: le serie di questi ultimi anni rivaleggiano col cinema, per budget, registi etc, e tendono a sostituirlo diretta-

mente. E infine, il target a cui ci si rivolge è magari quello di un pubblico che nella torrenziale offerta attuale non ci si raccapezza più. E che se legge *I Soprano* sulla locandina, si sente rassicurato.

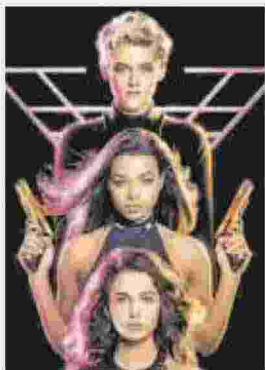


**Regista**  
 Marco D'Amore  
 38 anni  
 regista  
 e protagonista  
 del film  
*L'Immortale*  
 al cinema da  
 giovedì

## Gli altri titoli



▲ **Downton Abbey**  
 Regia di Michael Engler, uscito il 24 ottobre. La serie, in sei stagioni, aveva debuttato nel 2010



▲ **Charlie's Angels**  
 Elizabeth Banks dirige la terza versione per il cinema (in sala a marzo 2020) del telefilm anni 70-80



▲ **The many saints of Newark**  
 Nell'autunno 2020 arriverà il film dalla serie *I Soprano* con il figlio di James Gandolfini nel ruolo di Tony



*Il pianeta del ciak/3*

## Per il mercato è decisivo un "Film Fund"

di **Pasquale Croce**

Nel 2001, quando Francesco Grisi ed io pensammo di fondare EDI, ci trovammo di fronte ad una scelta: Roma o Milano? Avevamo fatto esperienza nel campo, emergente, della realizzazione di effetti in 3D soprattutto a Parigi, dove si stava sviluppando grazie alla richiesta congiunta del mercato cinematografico e di quello pubblicitario. ● a pagina 17

IL PIANETA DEL CIAK - 3

# La grande bellezza degli effetti speciali

*Dopo gli interventi di Marina Spada e Carlo A. Sigon continuiamo a ragionare sulla situazione del cinema milanese dando la parola agli esperti che hanno partecipato al forum organizzato da Repubblica in occasione del Milano Film Festival.*

di **Pasquale Croce**

Nel 2001, quando Francesco Grisi ed io pensammo di fondare EDI, ci trovammo di fronte ad una scelta: Roma o Milano?

Avevamo fatto esperienza nel campo, allora emergente, della realizzazione di effetti in 3D soprattutto a Parigi, dove si stava sviluppando grazie alla richiesta congiunta del mercato cinematografico e di quello pubblicitario. In Italia, però, cinema e pubblicità erano divise tra Roma e Milano.

Fare impresa in un campo così nuovo e legato allo sviluppo tecnologico è difficile, perché implica molti costi. I macchinari subiscono un'obsolescenza rapida. A questo si aggiunge il costo dell'aggiornamento continuo dei software e, soprattutto, il costo di formazione del personale. Per questo, per svilupparsi e crescere, era importante che EDI avesse accesso ad un mercato fertile ed aperto. Milano da sempre ha saputo cogliere le nuove tendenze e cavalcare l'innovazione: qui sono nate l'animazione, il design, la co-

municazione pubblicitaria e la moda. Già negli anni '90, quando la computer grafica muoveva i primi passi, qui si erano sviluppate scuole di formazione e società che realizzavano effetti e animazioni 3D. Decidemmo, quindi, di costituire la società a Milano, scommettendo sulla crescente richiesta del mercato pubblicitario, con l'ambizione, però, di inserirci nel mercato cinematografico sia italiano che internazionale.

Durante questi ultimi venti anni il passaggio dall'analogico al digitale ha mutato i meccanismi della produzione dell'audiovisivo. L'abbandono della pellicola ha dato impulso al mercato mondiale degli effetti visivi, favorito dalla diffusione di internet ad alta velocità. Tutto questo ci ha permesso di radicare la nostra presenza sul mercato internazionale, dove abbiamo stabilito solide relazioni. EDI è probabilmente l'unica società italiana che realizza con continuità effetti visivi (VFX) per Disney, Netflix, Amazon, Showtime e altri major players.

Quest'anno la Motion Pictures Association of America, l'organismo che organizza e gestisce la consegna dei premi Oscar, ha nominato cinque nuovi membri italiani; di questi nuovi giurati, ben due sono di EDI: Francesco Grisi, il Presidente e socio-fondatore, e Gaia Bussolati, supervisore dei VFX e socia. Riconoscimento ottenuto, grazie alla reputazione e a solide relazioni inter-

nazionali.

Ed è proprio grazie alla consistente qualità del nostro lavoro che i registi più esigenti ed innovativi del cinema italiano si rivolgono ad EDI, una società milanese, per realizzare gli effetti visivi dei loro film.

Per sostenere lo sviluppo necessario a mantenere questa reputazione, abbiamo deciso di pensare anche alla formazione, instaurando rapporti con il Politecnico di Milano, la Scuola di Cinema "Luchino Visconti" e altre realtà private. Abbiamo collaborato tenendo corsi e mettendo a disposizione EDI per lo stage in azienda degli studenti a fine corso. Molti di questi studenti, poi, hanno trovato posto in aziende del settore. In questo settore c'è una forte domanda di personale da tutto il mondo, con prospettive economiche interessanti; eppure la formazione pubblica specifica in Lombardia ancora non esiste.

Intanto nuove forme di entertainment si sono affacciate sul mercato. Il videogioco da tempo ha superato in termini di budget le produzioni cinematografiche e grazie all'evoluzione della tecnologia, in particolare le schede grafiche, ha raggiunto un livello di realismo inimmaginabile solo pochi anni fa. Le nuove piattaforme hanno aumentato la richiesta di prodotti audiovisivi.

Ci troviamo sull'orlo di un grosso cambiamento nel modo di fare entertainment e di comunicare. Appli-

cazioni che vediamo ancora come separate probabilmente confluiranno in nuovi modi di raccontare emozioni e far vivere esperienze. Forse il cinema ed il videogioco si fonderanno in una nuova forma di spettacolo interattivo, dove lo spettatore può rivivere storie ed avventure ma, ogni volta, con esiti diversi.

In questo mercato che cambia continuamente e rapidamente è, dunque, fondamentale investire in ricerca e sviluppo. Recentemente è stato approvato dal Ministero il Tax-Credit per le Industrie Tecniche, che prevede una serie di incentivi per l'adeguamento tecnologico, fondamentale per rimanere competitivi in questo settore. Purtroppo, però, a tutt'oggi questo passaggio della legge manca del decreto attuativo, quindi non può ancora produrre i benefici auspicati.

Nel passato i nostri sforzi fatti

per conquistare una fetta di mercato internazionale hanno dato ottimi risultati ma, oggi, la nostra determinazione e le nostre capacità non sembrano essere più sufficienti per continuare a essere competitivi.

Anche se, finalmente, è stata approvata la legge nazionale sul Cinema e sull'Audiovisivo che ci premette di beneficiare del Tax-Credit, alle aziende lombarde manca ancora uno strumento fondamentale per attirare committenti stranieri: un sistema di incentivi per le lavorazioni estere effettuate in Lombardia, magari ricalcato sul modello del bando "Lazio International". Senza una politica per l'audiovisivo al livello regionale, il rischio è che le eccellenze lombarde decidano di spostare le proprie attività verso altre regioni, soprattutto in considerazione del fatto che la Lombardia è tra le pochissime regioni ancora lacu-

nose sotto questo aspetto.

Per interpretare, quindi, le esigenze di un mercato dell'audiovisivo in costante sviluppo, è necessario che Milano e la Lombardia abbiano una Film Commission forte e dinamica, che investa nella promozione delle bellezze paesaggistiche ma, soprattutto, delle eccellenze tecniche ed industriali che il nostro territorio offre. Infatti, per poter competere con le altre realtà nazionali e internazionali, è di vitale importanza che venga istituito un "Film Fund" capace di attirare produzioni cinematografiche e lavorazioni di post-produzione. Senza questo intervento da parte della politica, nonostante gli sforzi la Lombardia si troverà presto a giocare un campionato minore.

(3 - *continua*)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## L'autore



Pasquale Croce fonda nel 2001, con il suo socio Francesco Grisi, EDI Effetti Digitali Italiani Srl, società leader in Italia nello sviluppo di effetti visivi nel settore pubblicitario e cinematografico, vantando la collaborazione con registi quali Salvatores, Virzì, Muccino, D'Alatri e Rovere



### ► L'immagine

Una scena dell'esondatazione del Tevere nel film "Il Primo Re" di Matteo Rovere

Rep  
**Milano** *Cultura*



*Il film e i cortometraggi*

# Dal cinema all'arte visiva l'appassionato sperimentatore amante della tecnologia

di **Roberto Nepoti**

Nel 2020 Jean-Luc Godard avrà novant'anni; e sono sei decenni che cammina parecchie miglia avanti a tutti gli altri registi. Ma sarebbe meglio dire artisti visivi: come dimostra a colpo d'occhio l'"atelier" che ha trasferito alla Fondazione Prada dal suo eremitaggio in Svizzera: non sai se definirlo un'installazione, un laboratorio, uno studio di registrazione e di montaggio, perché è tutto questo insieme, e anche altro. Proprio qui il cineasta franco-svizzero, padre di tutto il cinema moderno, ha realizzato il suo più recente lungometraggio: *Le livre d'image*, premiato con una Palma d'oro speciale a Cannes nel 2018. Sperimentatore appassionato e inesauribile, prima di questo Godard aveva fatto un uso rivoluzionario del 3D in *Adieu au langage*. "Le Studio d'Orphée" ospita un pacchetto di nove cortometraggi realizzati tra il 1988 e il 2008 (*On s'est tout défilés, Je vous salue Sarajevo, Les enfants jouent à la Russie, The Old Place, De l'origine du XXIème siècle, Liberté et Patrie, Une bonne à tout faire, Vrai faux passeport, Une catastrophe*), che saranno diffusi ininterrottamente su uno schermo televisivo (dalle



▲ **Le livre di image**  
Un'immagine del suo ultimo lavoro premiato a Cannes 2018

*Nell'ascensore  
della Torre  
l'esperienza uditiva  
sulle note di  
"Histoire(s)  
du cinéma"*

13 alle 17, ogni 30 minuti per gruppi di 10 visitatori). La fascia oraria dalle 17 alle 19, invece, è riservata al lungometraggio di un'ora e mezza *Le livre d'image*; e qui gli spettatori non potranno superare i 50 per volta. Più che di un film in senso stretto, si tratta di un saggio di arte visiva e (forse soprattutto) sonora, un'opera sperimentale rivoluzionaria. Dopo le esperienze visive col 3D, Jean-Luc sembra concentrarsi sui suoni, le parole, la musica (per la mostra ha anche concepito un'esperienza uditiva collocata nell'ascensore della Torre, con la colonna sonora del suo monumentale *Histoire(s) du cinéma*). Opera ermetica, totale, vicina alle avanguardie e alla pittura astratta, orchestrata in quattro movimenti, *Le livre d'image* è dedicato in gran parte al mondo arabo e cita spesso *Une ambition dans le désert* di Albert Cossery. Godard, commentando il tutto con la propria voce off, vi assembla immagini di film, documentari, archivi televisivi, citazioni di libri, frammenti musicali secondo il principio della rima poetica e dell'associazione d'idee. Non c'è da capire, ma da abbandonarsi alle sensazioni. Seguendo quella eccentrica "produzione di senso" in cui Godard è unico.

©RIPRODUZIONE RISERVATA



**IL REGISTA TOM VOLF**, dopo il documentario a lei dedicato, firma una biografia che cerca di andare alla radice del personaggio attraverso le lettere

# Inarrivabile soprano La Callas racconta se stessa

SANDRO CAPPELLETTO

Il 20 ottobre 1968, Jacqueline Kennedy, vedova del presidente John, assassinato a Dallas cinque anni prima, sposa nell'isola di Skorpios l'armatore greco Aristotele Onassis, fino all'anno prima compagno di Maria Callas. Nel suo incerto italiano, il soprano scrive all'amata insegnante Elvira de Hidalgo: «È crudele, ma pagheranno tutti e due, vedrai. La cosa peggiore è che non mi ha detto niente del suo matrimonio. Penso che aveva l'obbligo dopo nove anni presso di lui – almeno non apprenderlo dai giornali. Ma lo considero un matto e come tale lo liquido nella mia mente».

Pochi giorni dopo, il regista Luchino Visconti sente il bisogno di testimoniare il suo affetto: «Credimi: nella vita (sempre più me ne convinco) la vera classe salta fuori nei momenti perigliosi. E tu, al solito, hai dimostrato a tutti, a quelli di quel mondo fatuo e arrivista, che cosa sia una donna di classe e un'artista di alto livello – morale ed estetico. Hai chiuso la bocca a tutti!». Poi, velenoso, le suggerisce di non accettare l'invito di Pier Paolo Pasolini ad essere protagonista del film *Medea*: «Darsi al cinema un po' avanguardistico, alla Pasolini, un po' come una Ira Fürstenberg o una detronizzata Soraya? Attenta,

Maria. Riprendi a cantare. Ritorna al tuo pubblico che ti aspetta e non vuole essere deluso». Ma lei per prima sapeva che la voce era ormai logorata, la carriera finita.

Molti libri, alcuni definitivi per quanto riguarda la sua arte, sono stati dedicati alla Callas. Il regista Tom Volf, autore nel 2017 del fortunato documentario biografico *Maria by Callas*, ripropone ora, in forma scritta, la stessa prospettiva: far parlare lei di se stessa. Gran parte delle oltre 500 pagine di *Io, Maria* – in uscita oggi per Rizzoli, (€ 21) – è formata dalle sue lettere, comprese fra il 1946 – quando aveva 23 anni, era povera, sconosciuta, viveva in una famiglia problematica, ma sapeva di voler fare la cantante – e il 1977, l'anno della morte, in solitudine, a Parigi. Non è una pubblicazione scientifica: le fonti sono raramente indicate, non vengono segnalate le lettere inedite, i manoscritti originali non sono trascritti. Ma Volf non è un musicologo, né uno storico. È un uomo di spettacolo che si è innamorato della Callas. Da quel momento ha iniziato a cercare e raccogliere materiali: «È cominciato tutto una sera del gennaio 2013, a New York: quel giorno ho scoperto il belcanto. Joyce DiDonato cantava Maria Stuarda al Metropolitan nella messinscena di Da-

vid McVicar (degno erede del tuo Visconti)».

L'amore fa commettere imprudenze: se la Callas fosse stata soltanto una belcantista, non parleremo ancora di lei. E credo che il regista d'opera scozzese McVicar sia il primo a non osare paragonarsi a Visconti. Ma Volf è ormai persuaso di avere con la Callas un dialogo diretto: «Sei stata accanto a me, onnipresente, anche nei momenti di incertezza e di fronte ai numerosi ostacoli: c'è sempre stato un segno, un piccolo miracolo che mi permetteva di continuare». Santa Maria? No, santa Musica, perché – come emerge anche dall'autografo qui pubblicato – la sola verità della sua esistenza è stata il canto. Il resto svanirà, è già svanito: i momenti più sinceri e felici, come l'inizio del rapporto con il marito Giovanni Battista Meneghini, e quelli più strascicati, come la relazione con il tenore Giuseppe Di Stefano.

Il pregio del libro sta nel corpo delle lettere, che seguono l'ordine cronologico.

L'ultima, senza data, è indirizzata dalla sua casa parigina di Avenue Georges-Mandel al coreografo Maurice Béjart; un appuntamento rinviato, il medico che le prescrive una settimana di riposo assoluto e un post-scriptum premonitore: «Dalla mia calligrafia può intuire quanto sia stanca». Il vo-

lume ripropone anche le cosiddette *Memorie*, nate dalle conversazioni con la giornalista Anita Pensotti per il settimanale *Oggi* nel 1957, e i Frammenti di memorie dettati nell'ultimo anno all'amico greco Stelios Galatopoulos, che sarà autore, nel 1998, di una importante biografia callasiana. Ambedue non imprescindibili. Infine, Una voce venuta da un altro secolo, il lungo contributo critico di Teodoro Celli, apparso in tre puntate nel 1958 ancora su *Oggi*: tempi favolosi quelli in cui i settimanali si occupavano seriamente di musica classica e lirica. Celli racconta l'eccezionale verità di quella voce: «Maria Callas ha ridato al nostro melodramma romantico le sue vere eroine; per ciò certe sue interpretazioni rimangono memorabili. Ed è questa la sua autentica gloria, che non potrà esserle tolta, e che è attestata da tante incisioni. Rimane da considerare in qual modo ella abbia adoperato il suo strumento vocale ai fini dell'espressione».

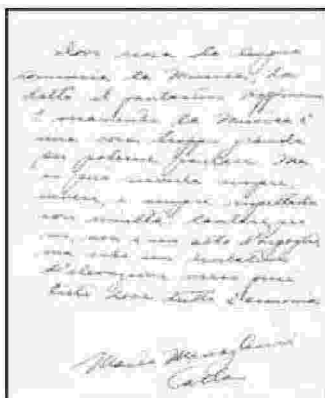
Nei prossimi giorni Tosca di Puccini – uno dei ruoli più connotanti dell'arte della Callas, documentato anche in una immortale registrazione video – inaugurerà la nuova stagione del Teatro la Scala. Ascolteremo come protagonista il miglior soprano di oggi, Anna Netrebko. Sarà un'occasione per applaudirla, e per ribadire che ogni confronto è impossibile. —



L'ESPRESSO

Maria Callas (1923-1977) davanti a una toilette da trucco a New York nel 1956

**Il manoscritto: servire la musica**



Dove cessa la lingua comincia la Musica, ha detto il fantastico Hoffmann. E veramente la Musica è una cosa troppo grande per poterne parlare. Ma si può servirla sempre, invece, e sempre rispettarla con umiltà. Cantare, per me, non è un atto d'orgoglio, ma solo un tentativo d'elevazione verso quei Cieli dove tutto è armonia.

**Maria Meneghini Callas**  
(1957)



**Il Tribunale****Mediaset,  
venerdì udienza  
con Vivendi**

**L**a giudice Elena Riva Crugnola ha fissato per venerdì prossimo, 6 dicembre, l'udienza in cui saranno ascoltati i legali di Mediaset e Vivendi, dopo che la settimana scorsa è fallito il tentativo di conciliazione tra le parti. Conciliazione che la giudice aveva concesso due settimane fa per consentire ai due gruppi di trovare un accordo e mettere fine ai molti contenziosi che li contrappongono. Ma, nonostante fossero arrivati a un passo dall'accordo, lo scorso venerdì gli avvocati si sono presentati in Tribunale con un nulla di fatto.

La giudice ha confermato la sospensiva della delibera con cui lo scorso 4 settembre l'assemblea di Mediaset aveva approvato lo statuto della nuova holding, MediaforEurope, e la fusione con Mediaset Espana. Il Biscione ha già convocato l'assemblea per il prossimo 10 gennaio per modificare lo statuto nei punti contestati da Vivendi in modo da rimuovere uno dei motivi della causa con i soci francesi. È possibile che la giudice decida di mantenere le delibere sospese almeno fino a quando non si terrà l'assemblea del Biscione.

**F. D. R.**

## La polemica

Barbareschi: la Rai mi ha cancellato, un atto di censura

«Sono molto dispiaciuto che la Rai abbia annullato la mia partecipazione nei suoi canali. La prima diretta per la promozione del mio spettacolo *Il cielo sopra il letto*, prevista oggi nel programma di Caterina Balivo *Vieni da me*, è stata cancellata a causa del mio recente rinvio a giudizio per traffico di influenze». Lo afferma Luca Barbareschi, direttore artistico del Teatro Eliseo. «Mi sento vittima di un nuovo episodio di discriminazione, un'altra beffa per chi come me sta cercando disperatamente di mantenere in vita un teatro. Impedirmi di fare la promozione del mio spettacolo sui canali della Rai è un atto di brutale censura».





## LA SERIE ANIMATA

## QUESTA SERIE NON È "RICK AND MORTY", MA CI PROVA E DIVERTE



Probabilmente quando Adult Swim, il canale americano di animazione per adulti, ha commissionato "Final Space", aveva sperato in un nuovo "Rick and Morty", il cartone animato fantascientifico geniale e scorrettissimo con milioni e milioni di fan in tutto il mondo. Ecco, cominciamo da qui: "Final Space" è sì un cartone animato fantascientifico ma non è "Rick and Morty". E' meno scorretto e

meno visionario. Ma la storia di un prigioniero spaziale che si ritrova in compagnia di un grazioso alieno che contestualmente è la più potente arma dell'universo è solida e garantisce ore di divertimento vero, con qualche momento spassoso.

La seconda stagione di "Final Space" è su Netflix da poche settimane, se avete qualche giorno di influenza da passare sul divano è una eccellente opzione.



## Altro che futuro, alla Rai c'è solo una persona che monitora quel che gira sul web

Roma. Come in molti settori, a cominciare dalla mancanza di un decente portale web d'informazione (il cui progetto in passato fu affidato a Milena Gabanelli ma poi non se ne fece nulla), la Rai è indietro anche nel campo dei social network. Nel senso che non c'è un gruppo di lavoro adibito al solo universo di Facebook, Twitter, Instagram e Telegram. Nessuna "bestia" in stile Matteo Salvini dentro Viale Mazzini. Se prima questa funzione veniva gestita all'interno della sezione digital, ora il monitoraggio di quello che riguarda l'azienda sul web è praticato da una persona sola. Si chiama Celestina Pistillo e fa parte dell'ufficio stampa Rai. Da quando si è insediato il nuovo vertice, Pistillo è stata inserita nello staff del direttore della comunicazione Marcello Giannotti. E' lei che, facendo un gran lavoro, aggiorna le pagine ufficiali di mamma Rai sul web e monitora i commenti sui social alle trasmissioni della tv di stato. Non è un compito completamente solitario, che sarebbe impossibile. Ogni rete ha una figura simile, che si occupa di aggiornare la pagina Fb e Twitter del canale in questione. Poi ogni programma importante, da "Domenica in" a "Che tempo che fa", ha una persona che si occupa dei social. Quando c'è una crisi, ovvero un programma o un personaggio viene bersagliato da attacchi o insulti sul web oppure diventa trend topic, i vari responsabili social chiamano Pistillo che, a suo volta, si consulta col suo superiore,

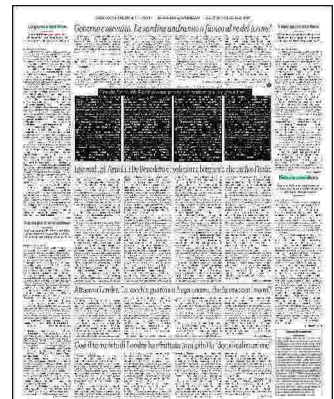
Giannotti. Se la piccola frana diventa una valanga, viene informato anche l'amministratore delegato, Fabrizio Salini. Poi il vertice decide il da farsi, a seconda di quanto il caso "monta". Si può non fare nulla o si può diffondere un comunicato che, oltre a comparire sui social, viene mandato ad agenzie e media. Ma si può arrivare anche alla sospensione o alla chiusura di un programma. E' molto raro, ma è accaduto. Per esempio, nella passata gestione, col programma di Paola Perego, "Parliamone sabato". In una puntata del marzo 2017 in studio venne mostrato un decalogo sul perché gli uomini italiani dovrebbero preferire le donne dell'est. Una lista con voci del tipo: "Sono casalinghe perfette e fin da piccole imparano i lavori di casa" o "non frignano, non si appiccicano e non mettono il broncio". Alla fine della trasmissione si scatenò l'inferno proprio su Facebook e Twitter. A cascata, poi, arrivarono dichiarazioni critiche da numerosi esponenti politici. Dopo giorni di polemiche, l'allora dg, Antonio Campo Dall'Orto, e il direttore di Raiuno, Andrea Fabiano, decisero di chiudere il programma. Provvedimento che provocò non pochi scossoni in azienda, dato che la Perego è moglie di Lucio Presta, uno dei più potenti manager e produttori della tv.

Sempre in epoca Campo Dall'Orto, un'altra tempesta web avvenne quando, nel luglio 2016, Raidue censurò un bacio gay tra due uomini all'interno di una puntata della serie tv americana "Le regole del delitto perfetto". La notizia della censura scatenò subito

migliaia di utenti social e arrivò pure oltreoceano all'attore protagonista, che la rilanciò sul suo profilo Twitter ai suoi oltre 300 mila follower. Una figuraccia mondiale. Così l'allora direttrice di rete, Ilaria Dallatana, decise di rimandare in onda la puntata qualche giorno dopo in versione integrale.

L'ultimo caso, a novembre di quest'anno, ha riguardato Vittorio Sgarbi. Il critico d'arte ha pronunciato parole discriminatorie verso le donne (del tipo "meglio se stanno a casa") all'interno del programma di Raiuno "Vieni da me" senza alcuna obiezione da parte della conduttrice, Caterina Balivo. Anche in questo caso gran casino sul web, qualche tirata d'orecchi, ma nessuna conseguenza. "Il fatto è che i social sono diventati i primi ricettori di quel che accade. Le cose si vengono a sapere da lì. Se c'è una scossa di terremoto, lo sappiamo da quelli che l'hanno sentita e lo scrivono in diretta sul web. Così la tv: se succede qualcosa in video, un tempo i telespettatori intasavano i centralini di via Teulada, oggi scrivono su Fb e Twitter", racconta una fonte aziendale. Ormai i social sono importanti protagonisti anche in tv e possono contribuire in maniera determinante al successo o al flop di un programma. Per questo, forse, Viale Mazzini dovrebbe dotarsi di un ufficio *ad hoc*, con un gruppo di lavoro più ampio, pronto a captare da che parte tira il vento del web su ciò che va in onda. Non una bestia, ma almeno un cagnolino.

**Lorenzo Marini**



# Mediaset-Vivendi, c'è Tarak si riapre il canale di dialogo

## IL CONTENZIOSO

ROMA Come nel gioco dell'oca, Mediaset e Vivendi ripartono da 2,98 euro lordo, che è il valore delle azioni del 19,96% di Simon Fiduciaria, attorno al quale venerdì scorso si è arenato l'accordo tombale, certificato anche dalla giudice di Milano Elena Riva Crugnola. La giudice ha convocato la nuova udienza venerdì 6 per consentire il più ampio contraddittorio.

I giochi si sarebbero riaperti nella serata di domenica con alcune mail scambiate tra i legali che a loro volta erano stati preceduti da interlocuzioni ad alto livello. Da fonti vicine a Cologno si apprende che sarebbe sceso in campo Tarak Ben Ammar, il produttore cinematografico tunisino vicino da anni a Silvio Berlusconi e a Vincent Bolloré (siede nel cds di Vivendi). Tarak starebbe interloquendo con l'ad di Fininvest Danilo Pellegrino e con Bolloré per riportare tutti al tavolo negoziale. Su chi abbia fatto la prima mossa è di nuovo oggetto di scambio reciproco di responsabilità. Più oggettivo è ripartire dall'udienza di venerdì scorso, secondo il verbale della giudice Crugnola. Presenti Giuseppe Scassellati, Ferdinando Emanuele, Roberto Argeri per Vivendi; Enrico Castellani per Simon; Sergio Erede per Media-

set; Andrea Di Porto per Fininvest. La difesa di Mediaset riferisce dell'assemblea del 10 gennaio «avente ad oggetto proposte di modifica della delibera del 4 settembre approvante il progetto di fusione»; la difesa di Vivendi chiede un'udienza a breve per discutere dei fatti sopravvenuti dopo il deposito del ricorso, inoltre «la difesa di Mediaset chiede un'udienza a breve per discutere sui nuovi fatti sopravvenuti in riferimento all'iniziativa di autotutela con la convocazione dei soci».

La rottura si sarebbe consumata sulle modalità di prezzo offerto dal Biscione per conto di MFE, la holding olandese che nascerà dalla fusione fra Mediaset e Mediaset España. Partendo da 2,77 euro pari al prezzo di recesso ci sarebbe la compensazione di circa 15,4 milioni di dividendo extra che distribuirà MFE e gli interessi del 4%. In totale la somma ammonta a circa 628 milioni, di cui la metà subito e l'altro 50% in un periodo che è diventato oggetto di diatriba: un anno poi allungato fino a 4. In più c'erano misure accessorie come il patto di non belligeranza, che però secondo fonti Mediaset all'ultimo Vivendi avrebbe rifiutato, e lo standstill reciproco a non acquistare azioni. Mediaset vuol ripartire da 2,98 euro.

**r. dim.**

RIPRODUZIONE RISERVATA



Med Digital e Servizi | ID: 01137775 | IP /



**IL CASO**

**Luca Barbareschi  
accusa la Rai:  
«Mi ha censurato»**

**Il direttore del Teatro Eliseo, Luca Barbareschi, si dice «discriminato» perché la sua partecipazione al programma Rai “Vieni con me” per la promozione del suo spettacolo “Il cielo sopra il letto” è stata cancellata a causa del suo rinvio a giudizio per “traffico di influenze”. «Un atto di brutale censura», sostiene.**



**ASCOLTI**



*Fiction*

**19,9%**

4 mln 549 mila spettatori

Pezzi unici Rai1

*Serie tv*

**10,69%**

2 mln 401 mila spettatori

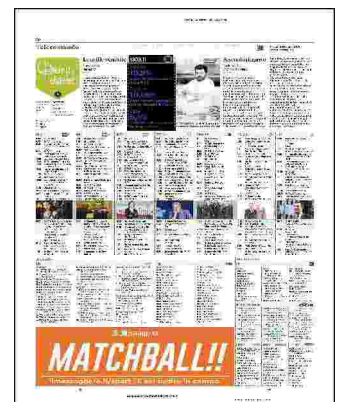
La caccia - Montepertido Canale 5

*Talk*

**9,5%**

2 mln 361 mila spettatori

Che tempo che fa Rai2



**PARTERRE**

## Mediaset-Prosiebensat, summit a Milano

*Il suo arrivo a Milano è stato preceduto da dichiarazioni di scetticismo sul progetto di un'aggregazione vera e propria tra Prosiebensat e Mediaset, ma nell'incontro avvenuto ieri con Pier Silvio Berlusconi, su invito di quest'ultimo, le posizioni sarebbero state più morbide. Il ceo del gruppo media bavarese, Max Conze, accompagnato dal deputy chairman Conrad Albert, come preannunciato in un'intervista alla Süddeutsche Zeitung, ieri ha incontrato il suo omologo e la prima linea di manager di una Mediaset nel pieno della contesa giudiziaria con Vivendi che avrà un suo momento di verità il 6 dicembre con l'udienza al Tribunale di Milano.*

*Si è ragionato soprattutto degli sviluppi industriali del settore e di nuove collaborazioni oltre a quelle già in essere. Da quando però il gruppo italiano ha fatto un salto di qualità entrando nel capitale di quello tedesco (prima con il 9,6% e poi al 15,1%), l'operazione su cui tutti scommettono è una aggregazione. L'opzione è la preferita da Mediaset e non lo hanno nascosto di recente né lo stesso Berlusconi né il direttore finanziario Marco Giordani. Conze invece, a microfoni accesi, vede scarse sinergie in una fusione che non giustificano una operazione lunga, complessa e costosa. (A. Bio e A. Fon.)*



## CHESSIDICE IN VIALE DELL'EDITORIA

**Perfezionata la vendita di Persidera.** Tim e Gedi hanno perfezionato la vendita dell'operatore di rete del digitale terrestre a F2i TLC 2 e a Ei Towers. La struttura dell'operazione prevede la scissione di Persidera in due società: MuxCo (che manterrà la denominazione di Persidera) che deterrà i diritti d'uso delle frequenze e gestirà i rapporti commerciali con i clienti editori televisivi, e NetCo in cui confluiscono le infrastrutture passive e gli apparati trasmissivi. Il 100% delle azioni MuxCo viene acquisito da F2i Tlc 2, società controllata al 100% dal Terzo Fondo F2i mentre il 100% di NetCo viene acquisito da Ei Towers. Tim possedeva il 70% di Persidera mentre Gedi era proprietaria del 30%. Quest'ultima società ha fatto sapere che il corrispettivo complessivo per la propria quota, originariamente pari a 74,5 milioni di euro, è stato incrementato degli interessi maturati dal 1° di agosto per 900 mila euro di euro ed è stato erogato al netto dei dividendi già incassati per 4,3 milioni. L'operazione ha determinato una riduzione di 71,1 milioni di euro dell'indebitamento finanziario netto del gruppo.

**Greco e Pasquino nuovi direttori creativi di Leo Burnett Torino.** Agenzia guidata da Romeo Repetto ha annunciato nuovi ingressi nella sede di Torino. Giovanni Greco e Enrico Pasquino entrano nel ruolo di direttori creativi di Jeep Emea.

**DeAKids, Ready Music Play! con Jody Cecchetto.** Arriva su DeAKids (Sky canale 601) il nuovo programma Ready Music Play! dal 16 dicembre ogni lunedì alle 20,25: alla conduzione del programma debutta Jody Cecchetto, figlio d'arte, che per l'occasione ha ricantato in versione social la celebre hit Gioia Joeur, lanciata dal padre Claudio Cecchetto nel febbraio del 1981. Accanto al conduttore Jody Cecchetto, nel programma ci saranno quattro giovani influencer e beniamine dei ragazzi: Sofia Dalle Rive, Caterina Cantoni, Virgitsch e Giulia Savulescu.

**Sky: arriva Love Nature, la natura in 4k.** Accordo pluriennale tra Sky e Blue Ant Media per portare i contenuti della casa di produzione ai clienti dell'operatore in Italia, nel Regno Unito, Irlanda e Germania. Si tratta di Love Nature, la serie di documentari disponibili in 4K per i clienti Sky Famiglia. Programmi come Strane Creature, I misteri del Mekong, Meraviglie sottomarine d'Africa, solo per citare alcuni dei titoli in catalogo. I contenuti di Love Nature saranno disponibili on demand anche in streaming su

**Now Tv. Più libri più liberi: l'editoria cresce del 3,7% nei primi 11 mesi del 2019.** Il 2019 si conferma come un anno positivo per l'editoria italiana. Lo dicono i dati Nielsen per l'Associazione italiana editori (Aie) riferiti alle vendite di libri di varia (esclusi quindi scolastici e universitari) nei canali trade (librerie indipendenti e di catena, grande distribuzione organizzata, piattaforme online compreso Amazon) che registrano una crescita del 3,7% nei primi 11 mesi dell'anno, pari a 1,131 miliardi di euro. Cresce anche il numero di copie vendute toccando, a un mese dal Natale, il +2,3%, pari a 77,4 milioni di copie.

**Radiofreccia, la Top 20 2019 il 20 dicembre.** Venerdì 20 dicembre Radiofreccia decreterà la Top 20 2019, l'edizione di fine anno della Top 20 dell'emittente. È possibile andare su [www.radiofreccia.it](http://www.radiofreccia.it) e votare la Top 20 preferita tra quelle più suonate quest'anno.

© Riproduzione riservata

Speciale Natale 2019

**ABBONATI A ITALIAOGGI**

IN REGALO IN ESCLUSIVA: L'ANNO DI LETTURA DI THE WALL STREET JOURNAL E DI CLASS

www.classabbonamenti.com/natale  
email: oery@edizioniwsp.com.it - tel. 02.5528.555



## Onda su onda

di Stefano Balassone

### *The Irishman e la metafora dei poteri*

#### ◀ In streaming

Al Pacino e Robert De Niro in una scena del film di Martin Scorsese *The Irishman*, in streaming su Netflix

**C**i crediate o meno, un quarto di secolo è passato da quando votammo, perdendo, contro lo spot nel film, perché “non si interrompe un’emozione”. E invece le tre ore e mezzo di *The Irishman* ce le siamo viste a casa, grati a Netflix per poter sospendere la maratona a piacere e non arrivare esausti al finale. Di certo non ci ha colto la noia neppure per un istante, in parte per la destrezza della regia e dei dialoghi e molto per la nettezza dei due essenziali profili del racconto.

Il primo è il “documentario” che squaderna senza pudore i fondamenti di ogni società antica e moderna, attraverso l’esempio degli Stati Uniti d’America. Che sono popolati, come solo talvolta

sospettavamo, da una galassia di “gang”, criminali o meno, intrecciate a professioni, imprese e istituzioni. A quel mondo si adattarono i nostri nonni portandovi braccia e testa per lavorare, legami di famiglia e, per chi li aveva, quelli di congrega. Tra cui la mafia, una fra le tante. Duro da ammettere per noi cresciuti con l’idea che auspicabilmente ogni cittadino debba valere per sé solo e non grazie al gruppo cui si aggrega. Ma è comunque una democrazia, che vive proprio trafficando senza posa tra i “poteri di fatto”, compresa la gara a finanziare i candidati per annettersi anche i poteri dello Stato. Una democrazia brutale, se vogliamo, visto che non è raro che qualcuno metta mano

alle pistole e spari ai Presidenti. Su un altro piano, *The Irishman* ci ha messo una volta di più a confronto con la “banalità del male”, attraverso il De Niro che prende e ammazza chiunque senza battere ciglio ed è in fondo un brav’uomo, anche sensibile, che compie semplicemente quello che pensa sia il dovere, nell’interesse supremo della famigliola. Si fosse trovato agli ordini di Himmler, ne avrebbe sterminati a milioni, come l’Eichman convinto di aver fatto ciò che altri avrebbe fatto comunque. Fortuna che trovandosi negli Usa *The Irishman* si sia limitato ad essere killer saltuario, ancorché frequente. [ondasuonda@repubblica.it](mailto:ondasuonda@repubblica.it)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## Affari in Piazza

# I tedeschi aprono a Mediaset

■ La Francia si allontana (ma non troppo). La Germania si avvicina. E' questa la conclusione di una giornata non priva di novità per Mediaset (2,69 euro -1,75%).

A Milano il giudice ha rinviato al 6 dicembre l'udienza per decidere sulle clausole del divorzio con Vivendi. A Berlino, invece, per la prima volta, l'emittente televisiva tedesca Pro Sieben Sat 1 annuncia di aver avviato negoziati con Mediaset, in quanto

azionista di maggioranza con una partecipazione del 15,1%. Ad affermarlo l'amministratore delegato della tv tedesca, Max Conze, in un'intervista al quotidiano «Sueddeutsche Zeitung». Ha aggiunto che a breve ci sarà un incontro con Mediaset per discutere del futuro.

Il manager tedesco si aspetta che il gruppo italiano continui gli acquisti magari con altri investitori. Si è dichiarato, invece, contrario a fusioni o

al trasferimento del controllo. «La fusione non sarebbe impossibile, ma le sinergie non giustificerebbero un'operazione complessa, lunga e costosa». Al momento, per Conze è importante conoscere «le intenzioni di Mediaset». Il riferimento è alla nascita di Mfe, la holding olandese in cui racchiudere le attività di Mediaset. Compresa Pro Sieben Sat 1.

**N.SUN.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

The thumbnail shows a preview of the newspaper page. At the top, it displays the title 'I tedeschi aprono a Mediaset' and the author 'N.SUN.'. Below the article text, there is a large financial table with multiple columns and rows, likely containing stock market data or company financials. The table has a yellow header row and is densely packed with numbers and text.

L'Auditel di domenica 2 dicembre 2019

**"Pezzi unici", vittoria per Raiuno****1 "Pezzi unici"**

Fiction - Raiuno: 4.549.000 spettatori, 19.9% di share

**2 "La caccia di Monteperdido"**

Fiction - Canale 5: 2.401.000 spettatori, 10.7% di share

**3 "Che tempo che fa"**

Talk show - Raidue: 2.361.000 spettatori, 9.5% di share

**4 "Le iene"**

Talk show - Italia 1: 2.148.000 spettatori, 12.1% di share

**"Pezzi unici", Ferri e Castellitto**



TV | FILM | AWARDSLINE | BOX OFFICE | BUSINESS | HERO NATION | INTERNATIONAL | BROADWAY | VIDEO | NEWS ALERTS



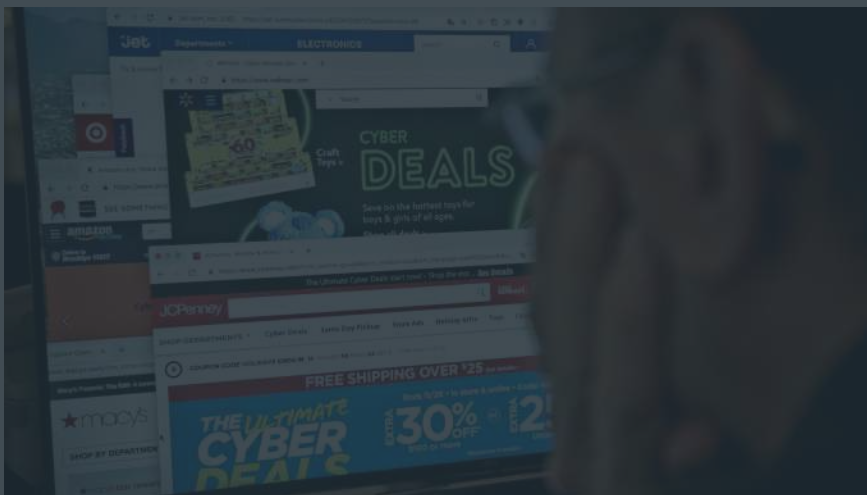
HOME BUSINESS BREAKING NEWS

## Cyber Monday: Disney+, Amazon Prime Among Those Offering Streaming Deals

By Dade Hayes



December 2, 2019 9:42am



Mandatory Credit: Photo by Beбето Matthews/AP/Shutterstock (9993165a) A journalist looks at a computer screen with webpages arranged to show Cyber Monday deals by various online retailers, in New York. The physical rush of Black Friday and the armchair browsing of Cyber Monday are increasingly blending into one big holiday shopping event as more customers buy items online and pick them up at brick-and-mortar stores  
Holiday Shopping, New York, USA - 26 Nov 2018  
Beбето Matthews/AP/Shutterstock

Disney and Amazon have joined the Cyber Monday deal flow, offering discounts on streaming through Disney+ and Prime.

A full-year subscription to Disney+, which launched November 12, costs \$59.99 today, a \$10 discount that lowers the average monthly rate to \$5. Normally, when purchased on a month-to-month basis, a subscription costs \$7 a month. The cheaper price is available only in the U.S. and Puerto Rico and only until midnight ET.

Amazon Prime, which includes free shipping on products, discounts at Whole Foods Market along with access to Prime Video film and TV titles, has extended both three-month and 12-month discounts. Today only, a subscription can be had for \$35 for three months, \$4 less than the normal rate, and \$107 for one year, a \$12 discount.

ADVERTISEMENT

FOR YOUR CONSIDERATION IN ALL CATEGORIES INCLUDING BEST PICTURE

**"GRIPPING AND EYE-OPENING"**  
- VARIETY

TRUTH MATTERS

ADAM DRIVER ANNETTE BENING AND JON HAMM

AMAZON ORIGINAL  
**THE REPORT**  
WRITTEN AND DIRECTED BY SCOTT Z. BURNS

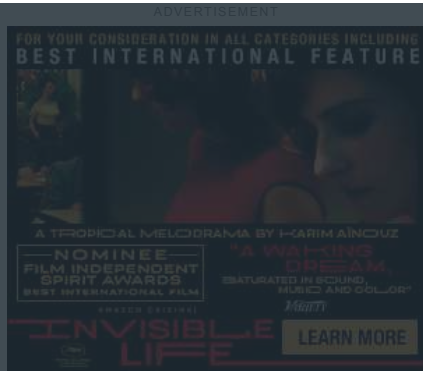
LEARN MORE

### Hot TV Topics

#### Fall 2019 Premiere Dates

Check out the airdates for all new and returning series





The two offers join [Hulu's offer](#) of \$2 a month for one year of basic, ad-supported service.

Beyond Cyber Monday, there are numerous incentives being offered by new streaming players. Disney has already announced Verizon customers will get one year of Disney+ for free, citing it as a key driver of . Apple is giving a free year of its Apple TV+ streaming service to anyone who buys a new Apple device.

As the importance of Black Friday continues to recede amid secular shifts in the retail environment, Cyber Monday has become an increasing area of focus for all retailers. According to data released Monday morning by Adobe Analytics, online sales this year are on track to total \$9.4 billion. That's a big uptick from last year's \$7.9 billion.

Disney+ and Apple TV+ are new entrants in the streaming landscape, with WarnerMedia's HBO Max and NBCUniversal's Peacock slated to go live next spring as the latest challengers to established players led by Netflix.

Subscribe to **Deadline Breaking News Alerts** and keep your inbox happy.

READ MORE ABOUT: [AMAZON PRIME VIDEO](#) [CYBER MONDAY](#) [DISNEY](#) [STREAMING](#)

### Comments



### More From Deadline

by Outbrain

### 2019-20 Fall Primetime Grid

The broadcast networks' new lineups with key matchups



### Primetime Pilot Panic

All programming news in one place, with listings



### DEADLINE

## DAILY BROADCAST TV RATINGS

November 27, 2019

NETWORK	ADULTS 18-49 RATING	VIEWERS (IN MILLIONS)
<b>CBS</b>	0.9	5.83M
<b>ABC</b>	0.8	3.67M
<b>NBC</b>	0.8	3.61M
<b>Fox</b>	0.5	2.07M
<b>CW</b>	0.2	0.83M

READ THE STORY

Source: Nielsen; L+SD

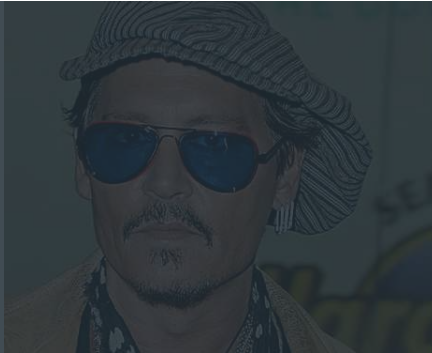
## Trending on Deadline

1 Gabrielle Union's 'America's Got Talent' Firing Sparks SAG-AFTRA Probe Over What Went Down At NBC



2 Hollywood And Fans Pay Tribute To 'Will & Grace's Shelley Morrison





3 Netflix & Pulse Films Get Legal Letter About Copyright Breach On Documentary 'Bikram: Yogi, Guru, Predator'

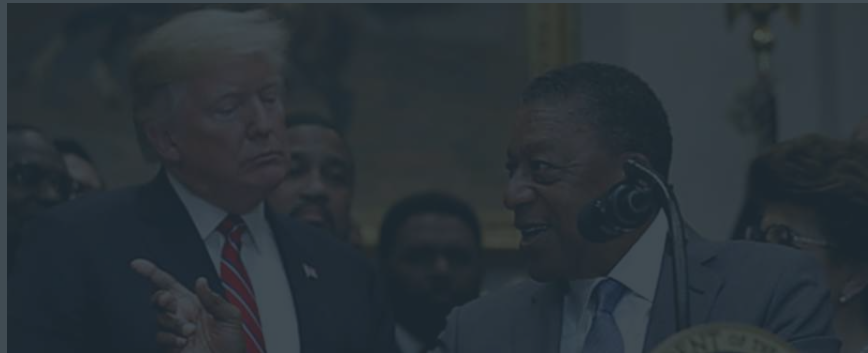


4 Gabrielle Union Retweets And Endorses Steps Toward "A Solid Apology"



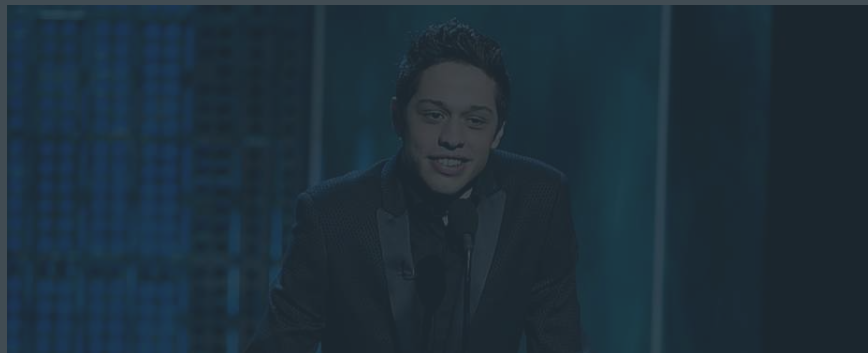
Johnny Depp Trial Delayed As Actor Late Delivering Drugs & Booze Records In \$50M Suit With Amber Heard

5 NBC & 'America's Got Talent' Producers Issue New Statement On Gabrielle Union's Exit, Vow "To Hear More About Her Concerns"



BET Founder Bob Johnson: 2020 Presidential Election Is Trump's To Lose

6 The 'Will & Grace' Cast Remembers Shelley Morrison

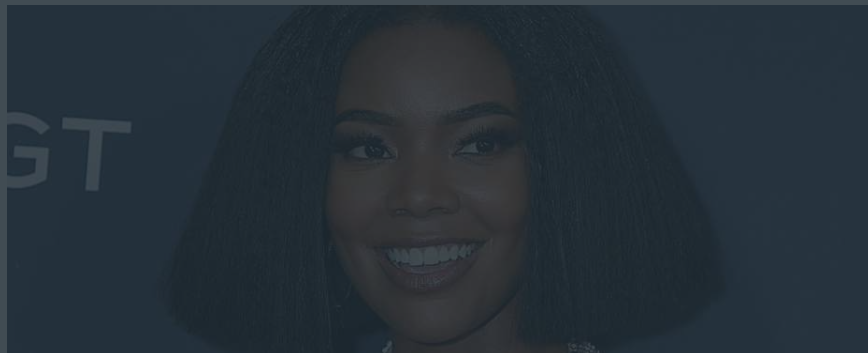


Pete Davidson Sends Fans NDA With \$1 Million Fine Ahead Of Comedy Show

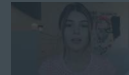
7 President Donald Trump Tweetstorm - The Sunday Edition



8 'Doctor Who': Premiere Date Set For Season 12, New Trailer Drops



9 Olivia Jade Giannulli Returns To YouTube After College Admissions Scandal: "I Want To Move On With My Life"



10 Pete Davidson Sends Fans NDA With \$1 Million Fine Ahead Of Comedy Show



Gabrielle Union Breaks Silence Amid 'America's Got Talent' Controversy, Thanks Fans And Takes Breath – Update

No Comments

Comments On Deadline Hollywood are monitored. So don't go off topic, don't impersonate anyone, and don't get your facts wrong.

Empty comment box for user input.

POST COMMENT

This site uses Akismet to reduce spam. [Learn how your comment data is processed.](#)





TV | FILM | AWARDSLINE | BOX OFFICE | BUSINESS | HERO NATION | INTERNATIONAL | BROADWAY | VIDEO | NEWS ALERTS



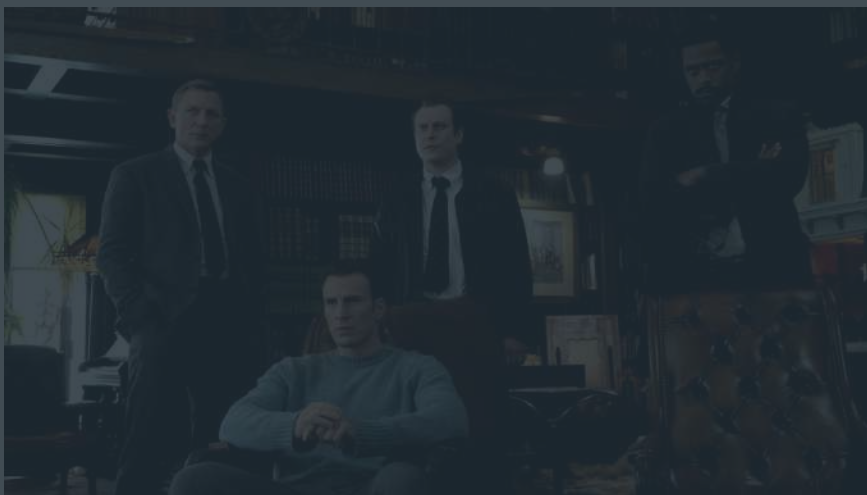
HOME INTERNATIONAL BREAKING NEWS

## Lionsgate UK & Europe CEO Zygi Kamasa Talks Box Office Opening For 'Knives Out', The Studio's Widest Ever Release In UK

By Andreas Wiseman



December 2, 2019 10:04am



Knives Out  
Claire Folger/Lionsgate

**EXCLUSIVE:** "This is a great reflection on story-telling," says Lionsgate UK & Europe CEO Zygi Kamasa about *Knives Out's* solid UK debut of \$3.8M, including two days of previews.

Rian Johnson's movie, which landed second behind *Frozen 2's* colossal \$19M, is Lionsgate's widest ever UK release on 630 sites, surpassing box office sensation *La La Land*. Damien Chazelle's 2017 musical did double the opening of *Knives Out* in the UK but it was something of an anomaly.

*Knives Out*, an original crime-comedy IP, has made an impressive \$70M global over its first weekend off a budget estimated to be around \$40M. Lionsgate financed the film with MRC.

ADVERTISEMENT

FOR YOUR CONSIDERATION IN ALL CATEGORIES INCLUDING BEST PICTURE

"GRIPPING AND EYE-OPENING"  
- VARIETY

TRUTH MATTERS

ADAM DRIVER ANNETTE BENING AND JON HAMM

AMAZON ORIGINAL

THE REPORT

WRITTEN AND DIRECTED BY SCOTT Z. BURNS

LEARN MORE

R

### Trending on Deadline

1 Gabrielle Union's 'America's Got Talent'

ADVERTISEMENT



The starry ensemble, about a detective (Daniel Craig) who investigates the death of a patriarch (Christopher Plummer) to an eccentric family, has had strong reviews in the UK.

RELATED STORY

'Frozen 2' An Ice Machine With \$739M Global As Elsa Continues Reign - International Box Office



Shutterstock

“It’s a good, fun alternative for most ages, but especially adults,” explains Kamasa (pictured left). “It’s a terrific result for us and its reach is a reflection of how much exhibitors have embraced the film. Today, people say cinema has to be an event, with the majors moving towards \$200-300M movies to guarantee that event. *Knives Out* is a movie set

almost entirely in one house. It’s good enough that the material has driven people to see it.”

Lionsgate had its own spectacle pic recently in the shape of big-budget indie movie *Midway*, released three weeks ago in the UK for a cume of only \$2.6M. “*Midway* won’t gross near *Knives Out* here”, says Kamasa. “It shows that it isn’t all about spectacle. Audiences want great story-telling.”

But to what extent is \$3M really a “terrific” opening, factoring in P&A? “Films can open to many different numbers,” admits Kamasa. “Everything is relevant to brand and size. *Frozen* opened on not many more screens than us and grossed \$19M in the UK. The thing to remember about *Knives Out* is that it wasn’t a very expensive movie. It’s a contained, murder-mystery with a terrific ensemble. It will be very profitable for Lionsgate. Everything is relevant to cost.”

“We opened here against the *Charlie’s Angels* reboot, which cost more than *Knives Out*. I don’t think that movie did as much on the weekend as we did in our previews. Audiences are either outright rejecting a movie or embracing quality. That’s where we’re finding our place.”

ADVERTISEMENT

Firing Sparks SAG-AFTRA Probe Over What Went Down At NBC



2 Hollywood And Fans Pay Tribute To 'Will & Grace's Shelley Morrison



3 Netflix & Pulse Films Get Legal Letter About Copyright Breach On Documentary 'Bikram: Yogi, Guru, Predator'



4 Gabrielle Union Retweets And Endorses Steps Toward "A Solid Apology"



5 NBC & 'America's Got Talent' Producers Issue New Statement On Gabrielle Union's Exit, Vow "To Hear More About Her Concerns"



6 The 'Will & Grace' Cast Remembers Shelley Morrison



7 President Donald Trump Tweetstorm - The Sunday Edition



8 'Doctor Who': Premiere Date Set For Season 12, New Trailer Drops



9 Olivia Jade Giannulli Returns To YouTube After College Admissions Scandal: "I Want To Move On With My Life"



10 Pete Davidson Sends Fans NDA With \$1 Million Fine Ahead Of Comedy Show







Kamasa predicts *Knives Out* will cross at least \$13M in the UK and \$200M global, “I think we’ll hold on all our screens next weekend in the UK. This coming weekend is relatively quiet. *Frozen* will of course remain gangbusters but I think we’ll hold top five for at least a few weeks. There are some big movies coming the shape of *Jumanji* and *Star Wars* but exhibitors are saying they think it will play through to the New Year.”



MGM

“This rounds off a good year for us,” the London-based executive continues. “It’s one of our best years since we had *The Hunger Games*. *John Wick: Chapter 3 – Parabellum* (\$13.5M), *Angel Has Fallen* (\$9.6M), *Fighting With My Family* (\$7.7M, pictured left), *Rambo* (\$3.3M), have all done well. The majors will have a few monster movies making 20, 30,

40 million but we will have four-five movies making in the \$10-13M range.”

Coming out early next year for Lionsgate UK are U.S. pipeline movies such as *Bombshell* and Brit fare such as BIFA winner *The Personal History Of David Copperfield* and *Military Wives*. Saoirse Ronan-Kate Winslet starrer *Ammonite*, *The Father* and *Ironbark* are likely to be second half of 2020 and are all British awards contenders, Kamasa predicts.

“None of those are typical ‘event movies’ but they will be ‘events’ because they are so good. We expect good box office for all of them.”

Subscribe to **Deadline Breaking News Alerts** and keep your inbox happy.

READ MORE ABOUT: [KNIVES OUT](#) [LIONSGATE UK](#) [ZYGI KAMASA](#)



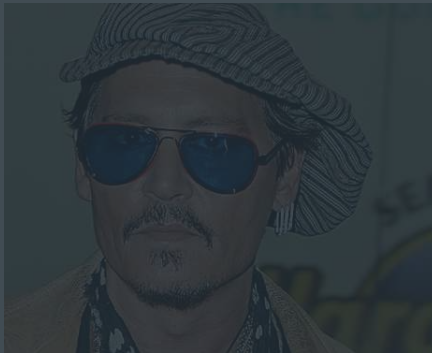
Comments

ADVERTISEMENT



## More From Deadline

by Outbrain



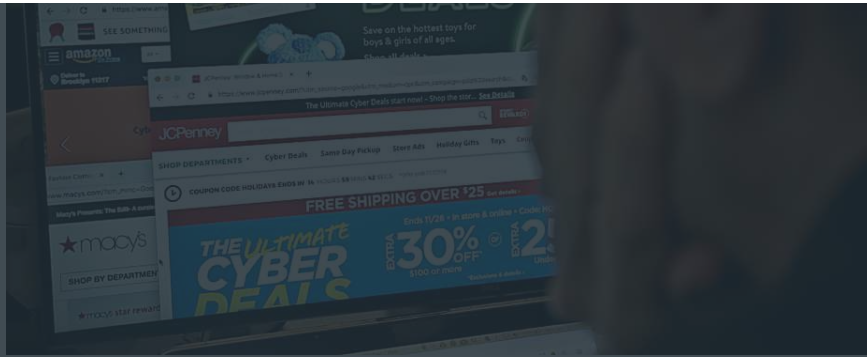
Johnny Depp Trial Delayed As Actor Late Delivering Drugs & Booze Records In \$50M Suit With Amber Heard



Pete Davidson Sends Fans NDA With \$1 Million Fine Ahead Of Comedy Show



Netflix & Pulse Films Get Legal Letter About Copyright Breach On Documentary 'Bikram: Yogi, Guru, Predator'



Cyber Monday: Disney+, Amazon Prime Among Those Offering Streaming Deals

### No Comments

Comments On Deadline Hollywood are monitored. So don't go off topic, don't impersonate anyone, and don't get your facts wrong.

POST COMMENT

This site



## DEADLINE

### We value your privacy

We and our partners use technologies, such as cookies, and process personal data, such as IP addresses and cookie identifiers, to personalise ads and content based on your interests, measure the performance of ads and content, and derive insights about the audiences who saw ads and content. Click below to consent to the use of this technology and the processing of your personal data for these purposes. You can change your mind and change your consent choices at any time by returning to this site.

DENY ALL

ACCEPT AND MOVE ON

[Manage My Consents](#) | [See Vendors](#)

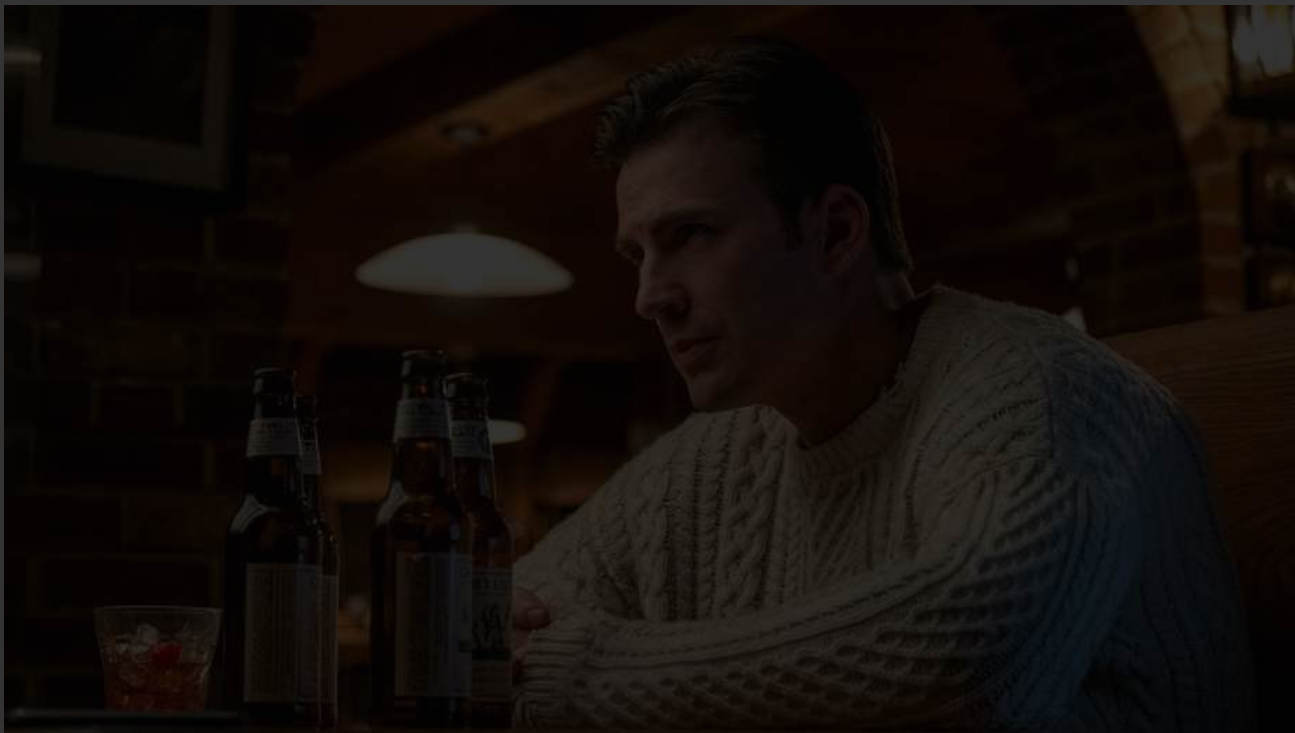
Powered by **Quantcast**



## MOVIES

# China Box Office: 'Frozen 2' Climbs Towards \$100M, 'Knives Out' Nabs \$13.5M

3:58 AM PST 12/2/2019 by Patrick Brzeski



Claire Folger  
'Knives Out'

Rian Johnson's mystery thriller has generated a wave of positive word of mouth with China's young urban filmgoers, suggesting steady earnings in the coming weeks.

Walt Disney Animation's family favorite *Frozen 2* skated to another easy win during its second weekend at China's box office, taking in \$26.7 million from Friday to Sunday.

The film slipped 49.6 percent from its \$53 million opening haul, slightly more than the average decline of 38 percent in other international markets, according to Disney. Asia box office consultancy Artisan Gateway reports that *Frozen 2*'s China total now sits at \$90.9 million, approaching double the \$48.2 million earned by the original *Frozen* in 2014.

Rian Johnson's critically acclaimed mystery thriller *Knives Out* opened in third place with a solid \$13.5 million. The film has generated rave ratings from local filmgoers, scoring 8.9/10 on leading ticketing apps Maoyan and Alibaba's Taopiaopiao. The film also earned more on a per screen basis than *Frozen 2* and the second-place finisher, *Two Tigers*, a local black comedy crime film. Local analysts are forecasting robust legs

over the weeks ahead for Johnson's star-packed murder mystery.

*Two Tigers*, produced by Hong Kong's Emperor Motion Pictures and released by Chinese studio Enlight Media, opened to \$19.7 million but was met with mostly withering reviews, such as 7.8/10 on Maoyan and 6.3/10 on film site Douban. The film is produced by and co-starring Hong Kong screen icon Vicky Zhao. Screenwriter turned director Li Fei helmed the project, with Ge You and Shan Qiao playing the leads, a canny businessmen and his clumsy kidnapper, respectively.

Friday will bring the belated release of Brad Pitt's *Ad Astra*, which was co-financed by Chinese studio Bona Film Group. High concept space films have been known to perform powerfully in China, but the mournful mood and somewhat slow pacing of Brady Grey's artful epic could test the market's patience. *Ad Astra* also will have to contend with the early release of *Jumanji 2*, also opening Friday and starring China favorite Dwayne Johnson.

MRC, the studio behind *Knives Out*, shares a parent company, Valence Media, with *The Hollywood Reporter*.



PATRICK BRZESKI

✉ THRnews@thr.com

🐦 @thr



© 2019 The Hollywood Reporter  
All rights reserved.

The Hollywood Reporter, LLC is a subsidiary of  
Prometheus Global Media, LLC.

[Terms of Use](#) | [Privacy](#) | [Sitemap](#) | [About Our Ads](#)

- [About Us](#)
- [Daily Edition](#)
- [Subscribe](#)
- [Subscriber Services](#)
- [Back Issues](#)
- [Advertising](#)
- [Contact Us](#)
- [Tipline](#)
- [Careers](#)
- [Industry Jobs](#)

Follow Us On

TWITTER

Find Us On

FACEBOOK

Our affiliate publications

billboard

VIBE

SPIN

STEREODUM

We use cookies to personalize content and 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. [Cookie Policy](#)

Purposes we use: Personalisation | Ad selection, delivery, reporting | Measurement | Content selection, delivery, reporting | Information storage and

[Purposes/Features](#)

✓ Accept



## MOVIES

# How Original Films Saved the Thanksgiving Box Office

6:40 AM PST 12/2/2019 by Pamela McClintock



Claire Folger  
'Knives Out'

'Frozen 2' may have dominated, but without a second tentpole opening, 'Knives Out' debuted to \$42 million — double expectations — followed by strong numbers for adult-skewing pics 'Queen & Slim,' 'Ford v Ferrari' and 'A Beautiful Day in the Neighborhood.'

Martin Scorsese's *The Irishman* may have been absent from the Thanksgiving marquee at thousands of theaters across the country — it debuted on Netflix everywhere Nov. 27 — but that didn't stop moviegoers from getting off their couches and going to feast on other original offerings at nearby cinemas.

For the first time that any box office analyst can remember, the top four holiday films after Walt Disney Animation's tentpole *Frozen 2* were adult-skewing titles that weren't sequels or based on known IP — *Knives Out*, *Ford v Ferrari*, *A Beautiful Day in the Neighborhood* and *Queen & Slim*. All four overperformed.

Total revenue for the weekend clocked in at an estimated \$264 million. While that's down 16 percent from last year's record \$315 million —

led by Disney Animation's *Ralph Breaks the Internet* (\$84.8 million), Warner Bros./MGM's *Creed II* (\$56 million) and *Fantastic Beasts 2: Crimes of Grindelwald* (\$42.4 million) — it was the sixth-best showing in recent memory, despite boasting no live-action tentpole.

"Original films just came back in a big way. Hollywood needs to seize this momentum and keep dishing out midrange, adult content," says Jeff Bock of Exhibitor Relations. "If they stop doing that, they will lose out on all the best talent that is already gravitating toward streaming."

For the better part of two decades, Hollywood has generally stuffed the Thanksgiving turkey with two tentpoles, whether they open the weekend or the Wednesday before the holiday. The recipe has often been a combination of an all-audience movie from Walt Disney Animation and installments from *The Hunger Games*, *Twilight*, *Harry Potter* and *James Bond* franchises. (Even the superhero pic *Justice League* opened the weekend before Turkey Day.)

This year was an anomaly, with *Frozen 2* serving as the lone studio tentpole on the Thanksgiving buffet, fueling worries that an already terrible November would end on a low note.

*Frozen 2* led the bounty with a record-shattering \$123.7 million for the Wednesday to Sunday stretch, easily besting the \$109.9 million grossed by *The Hunger Games: Catching Fire* during the same corridor in 2013. (Most rivals believe *Frozen 2* will come at \$126 million or higher when final numbers are tallied Monday.)

The return of Princess Anna and Queen Elsa were followed by a robust \$41.7 million for Rian Johnson's *Knives Out*, the sort of midrange film that terrifies Hollywood studios in the age of Disney box office domination and competition from streaming.

The star-studded whodunit, which had been tracking to open at \$20 million to \$25 million, is among the most successful original Thanksgiving title in years. In 2009, *The Blind Side* posted a stellar five-day holiday gross of \$57.5 million. *Creed*, tied to the *Rocky* franchise, earned \$42.1 million in 2015.

Placing third after *Knives Out* was James Mangold's *Ford v Ferrari* with \$19 million for the five-day frame, Marielle Heller's *Beautiful Day in the Neighborhood* with \$17.3 million and Melina Matsoukas' *Queen & Slim* with a \$15.8 million debut.

"I can't remember when original films were so prominent in the top five," says Wall Street analyst Eric Handler of MKM Partners. "Timing helps. Right now is a good point on the calendar to put out an original film as franchises are not widespread at the moment. Secondly, reviews for *Knives Out*, *Queen & Slim*, *Ford v Ferrari* and *A Beautiful Day in the Neighborhood* are all very good. And they had smart release dates."

It's impossible to guess as to what Netflix's high-profile mob pic *The Irishman*, starring Robert De Niro, Al Pacino and Joe Pesci, might have grossed had it opened on thousands of screens nationwide. Scorsese's adult-skewing *The Wolf of Wall Street*, starring Leonardo DiCaprio, took in \$34 million over its five-day Christmas debut in 2013, not adjusted for inflation. (*The Irishman* — which runs three and a half hours, Scorsese's longest feature — is playing in dozens of indie theaters, but Netflix doesn't report grosses.)

Nearly three-quarters of ticket buyers to *Knives Out* were 25 and older, including 46 percent 35 and older, according to PostTrak. The film was produced by Johnson and Ram Bergman's T-Street for MRC and Lionsgate. (MRC shares a parent company, Valence Media, with *The Hollywood Reporter*.)

Universal and Makeready's *Queen & Slim*, costing under \$20 million to produce, skewed somewhat younger, with 57 percent of the audience between ages 18 and 34.

"It's encouraging to see original titles at the top of the holiday box office," says Universal distribution chief Jim Orr. "We have to go back quite a ways to see this sort of result."

Heading into the holiday, domestic revenue for the year was trailing 2018 by a sobering 7 percent. Now, that deficit has been reduced to 5.6 percent, according to Comscore.

"There was a tremendous amount of pressure on this Thanksgiving frame to rally the troops and take an early November box office famine and turn it into a holiday feast, and that's exactly what happened," says box office analyst Paul Dergarabedian of Comscore. "This is exactly

what the industry needs heading into the home stretch of the box office year. Hopefully this will be a December to remember at the multiplex."



PAMELA MCCLINTOCK

✉ THRnews@thr.com

🐦 PamelaDayM



© 2019 The Hollywood Reporter  
All rights reserved.

The Hollywood Reporter, LLC is a subsidiary of  
Prometheus Global Media, LLC.

[Terms of Use](#) | [Privacy](#) | [Sitemap](#) | [About Our Ads](#)

- [About Us](#)
- [Daily Edition](#)
- [Subscribe](#)
- [Subscriber Services](#)
- [Back Issues](#)
- [Advertising](#)
- [Contact Us](#)
- [Tipline](#)
- [Careers](#)
- [Industry Jobs](#)

Follow Us On

TWITTER

Find Us On

FACEBOOK

Our affiliate publications

billboard

VIBE

SPIN

STEREODU

We use cookies to personalize content and 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. [Cookie Policy](#)

Purposes we use: Personalisation | Ad selection, delivery, reporting | Measurement | Content selection, delivery, reporting | Information storage and access

[Purposes/Features](#)

✓ Accept

You may read more about any of the purposes or vendors that we use by clicking 'Purposes/Features' or [Show Vendors](#)



**U.K. CINEMA CANCELS 'BLUE STORY' FOLLOWING STABBING CHINA BOX OFFICE: 'FROZEN 2' CLIMBS TOWARD \$100M,**

CineWorld cancelled the Brit gang film from its Nottingham cinemas after the incident, a week after the Vue chain made a similar decision. U.K. gangland film *Blue Story* has been removed from screens in a British city following a stabbing over the weekend. Multiplex chain Cineworld made the decision following an incident at its cinema in Nottingham in central England on Sunday night. One man was taken to hospital while two men were arrested by police on suspicion of the possession of a bladed article. The news comes following a week in which *Blue Story* – the directorial debut of British rapper-turned-filmmaker Andrew Onwubolu, better known as Rapman – made headlines after it was pulled from screens by theatre chain Vue. The decision, made in the wake of a brawl in a cinema in Birmingham and what the chain described as more than "25 serious incidents," sparked an immediate backlash. Vue CEO Tim Richards later said the film would be returning to his cinemas, with plans to beef up security. Showcase Cinemas, another British chain, also initially pulled the film from release before reinstating it. *Blue Story*, distributed by Paramount with backing from BBC Films, tells the story of two London friends who become embroiled in London's gang wars. by Rian Johnson's mystery thriller has generated a wave of positive word of mouth with China's young urban filmgoers, suggesting steadying earnings in the coming weeks. Walt Disney Animation's family favorite *Frozen 2* skated to another easy win during its second weekend at China's box office, taking in \$26.7 million from Friday to Sunday. The film slipped 49.6 percent from its \$53 million opening haul, slightly more than the average decline of 38 percent in other international markets, according to Disney. Asia box office consultancy Artisan Gateway reports that *Frozen 2*'s China total now sits at \$90.9 million, approaching double the \$48.2 million earned by the original *Frozen* in 2014. Rian Johnson's critically acclaimed mystery thriller *Knives Out* opened in third place with a solid \$13.5 million. The film has generated rave ratings from local filmgoers, scoring 8.9/10 on leading ticketing apps Maoyan and Alibaba's Taopiaopiao. The film also earned more on a per-screen basis than *Frozen 2* and the second-place finisher, *Two Tigers*, a local black comedy crime film. Local analysts are forecasting robust legs over the weeks ahead for Johnson's star-packed murder mystery. *Two Tigers*, produced by Hong Kong's Emperor Motion Pictures and released by Chinese studio Enlight Media, opened to \$19.7 million but was met with mostly withering reviews, such as 7.8/10 on Maoyan and 6.3/10 on film site Douban. The film is produced by and co-stars Hong Kong screen icon Vicky Zhao. Screenwriter turned director Li Fei helmed the project, with Ge You and Shan Qiao playing the leads, a canny businessmen and his clumsy kidnapper, respectively. Friday will bring the belated release of Brad Pitt's *Ad Astra*, which was co-financed by Chinese studio Bona Film Group. High-concept space films have been known to perform powerfully in China, but the mournful mood and somewhat slow pacing of Brady Grey's artful epic could test the market's patience.

**[U.K. CINEMA CANCELS 'BLUE STORY' FOLLOWING STABBING CHINA BOX OFFICE: 'FROZEN 2' CLIMBS TOWARD \$100M, ]**

TV

## Conze skeptisch bei potenzieller Fusion mit Mediaset

Der Vorstandschef von ProSiebenSat.1, Max Conze, zeigt sich skeptisch, was eine Verschmelzung mit dem italienischen TV-Unternehmen Mediaset angeht. Das hatte erst kürzlich seine Anteile an der deutschen Sendergruppe erhöht.

02.12.2019 09:31 • von



Der Vorstandsvorsitzende von ProSiebenSat.1: Max Conze (Bild: ProSiebenSat.1/Martin Saumweber)

"Ich bin sehr skeptisch, was eine strukturelle Verschmelzung unserer Unternehmen angeht. Das wäre zwar nicht unmöglich, aber die überschaubaren Synergien würden eine Verschmelzung nicht rechtfertigen, denn die Umsetzung wäre komplex, langwierig und teuer." Das hat der Vorstandsvorsitzende von [ProSiebenSat1](#), [Max Conze](#), am Montag im "[Süddeutsche Zeitung](#)"-Interview über die Zusammenarbeit mit dem italienischen TV-Unternehmen [Mediaset](#) gesagt.

Mediaset hatte im November seinen Aktienanteil an ProSiebenSat.1 von 9,6

PEOPLE

**Max Conze**

Max Conze

**Pier Silvio Berlusconi**

Pier Silvio Berlusconi



FIRMEN

**ProSiebenSat.1 Media SE**

Unternehmensgruppe

**Mediaset SpA**

Unternehmensgruppe



auf 15,1 Prozent erhöht. Dazu soll sich das Tochterunternehmen Mediaset Espana zusätzliche 5,5 Prozent der deutschen Sendergruppe gesichert haben.

An diesem Montag trifft sich Conze zum ersten Mal mit Vertretern des italienischen Unternehmens, das von Silvio Berlusconis Sohn Pier Silvio geführt wird. "Wir besprechen, wie Mediaset sich das Engagement insgesamt vorstellt", sagte Conze, der nicht überrascht wäre, wenn die Italiener ihren Anteil demnächst weiter aufstocken würden.

**VORIGER ARTIKEL****Julia von Heinz: "Der öffentlich-rechtliche Rundfunk gehört uns nicht"**

02.12.2019 09:21

[← zurück zu mediabiz](#)

TV

## Netflix wächst durch Deals mit Pay-TV-Anbietern

Mehr als 300 Millionen Haushalte weltweit, die Pay-TV beziehen, haben auch eine Zugangsmöglichkeit für Netflix. Die Abdeckung erreicht das Unternehmen mit gezielten Deals.

02.12.2019 14:08 • von



Netflix-Logo (Bild: Netflix)

Der amerikanische Streamingdienst [Netflix](#) erreicht mit seinem Angebot fast die Hälfte aller weltweiten Pay-TV-Kunden außerhalb Chinas. Das hat die Londoner Datenfirma Ampere Analysis herausgefunden. Demnach haben mehr als 300 Millionen Pay-TV-Haushalte ein Abonnement bei einem Betreiber, der Netflix über Set-Top-Boxen wie zum Beispiel den Fire-TV-Stick von Amazon anbietet.

Diese Abdeckung erreicht das US-Unternehmen mit mehr als 100 abgeschlossenen Beförderungsdeals. Im ablaufenden Jahr seien es mindestens 15 bedeutende neue Abmachungen gewesen. Zum Beispiel einigte sich Netflix mit dem französischen Pay-TV-Anbieter CanalPlus.

"Der Anstieg von Netflix' Pay-TV-Partnerschaften markiert eine

FIRMEN

### Netflix International

Sonstige



entscheidende Verschiebung in der Branche", sagte die Ampere-Analystin Elinor Clark. Immer mehr der früheren Gegner des US-Unternehmens hätten sich nun mit Deals in der Situation eingerichtet.

**VORIGER ARTIKEL**

## Kinocharts Österreich: "Die Eiskönigin 2" auf dem Weg zur dritten Million

02.12.2019 13:25

**NÄCHSTER ARTIKEL**

## Filmeditor\*innen machen Tempo

02.12.2019 14:12

[← zurück zu mediabiz](#)

Startseite >> Wirtschaft >> Der Börsen-Tag >> Der Börsen-Tag : Fusion mit Mediaset kommt für ProSieben nicht in Frage

## DER BÖRSEN-TAG



MONTAG, 02. DEZEMBER 2019

### Der Börsen-Tag

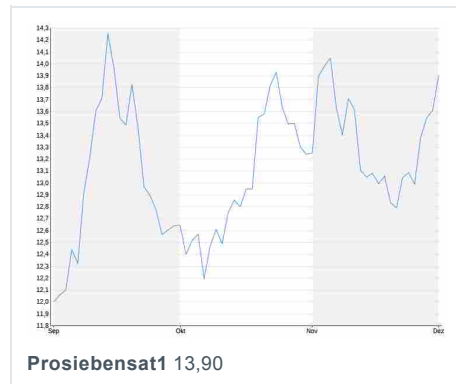


## Fusion mit Mediaset kommt für ProSieben nicht in Frage



Bei **ProSieben-Aktien** steht eine mögliche **Anteilsaufstockung durch Mediaset** im Raum. Mediaset hatte zuletzt in zwei Schritten gut 15 Prozent der Aktien an dem deutschen Fernseh- und Internetunternehmen erworben. ProSieben-Vorstandschef Max Conze sagte am Wochenende im Interview mit der Süddeutschen Zeitung, ihn würde es nicht überraschen, wenn Mediaset den Anteil noch weiter aufstocken würde. Allerdings ist er selber gegen eine **Fusion**, da sie kaum Synergien bringe. Darüber hinaus bestätigte er die Gesamtjahresprognose. ProSieben legen um 1,5 Prozent zu, Mediaset geben dagegen um 0,6 Prozent nach.

Quelle: n-tv.de



### DER BÖRSEN-TAG

## 10:15 Fusion mit Mediaset kommt für ProSieben nicht in Frage

Impressum | Datenschutzerklärung | Privacy Center | Informationen zu unserer Werbung | Nutzungsbedingungen | Nachrichtenmanufaktur



© n-tv.de Alle Rechte vorbehalten

Startseite >> Regionalnachrichten >> Bayern >> Zukunftsmuseum konfrontiert Besucher mit Science-Fiction

## REGIONALNACHRICHTEN



MONTAG, 02. DEZEMBER 2019

**Bayern**



### Zukunftsmuseum konfrontiert Besucher mit Science-Fiction



Nürnberg (dpa/lby) - Das Zukunftsmuseum in Nürnberg nimmt Gestalt an. Die Zweigstelle des Deutschen Museums in München möchte nicht nur Zukunftsthemen und technische Visionen vorstellen, sondern auch mit den Besuchern über deren Hoffnungen, Wünsche und Ängste angesichts von Science-Fiction diskutieren. "Genau das ist es, was das Deutsche Museum Nürnberg weltweit einzigartig macht", sagte Andreas Gundelwein vom Deutschen Museum am Montag. Zu jeder vollen Stunde werde es eine Diskussionsrunde zu ethischen Fragen geben. Besucher können außerdem in der Ausstellung zum Beispiel votieren, welche geklonte Pflanze geschreddert wird und wie das Designer-Baby der Zukunft aussieht. Alle zwei Jahre soll die Ausstellung komplett umgebaut werden. Das knapp 30 Millionen Euro teure Museum soll Ende 2020 eröffnen.

[Infos zum Deutschen Museum Nürnberg](#)

#### NEWTICKER

- 13:49 **Berlin & Brandenburg** Betrug: Paar zu Bewährungsstrafen verurteilt
- 13:40 **Berlin & Brandenburg** Spandau 04 im Jahres-Endspurt: Vier Spiele in zehn Tagen
- 13:40 **Hamburg & Schleswig-Holstein** Luisa Neubauer: Karriere als Politikerin möglich
- 13:39 **Baden-Württemberg** VfB-Trainer Walter bemängelt Einstellung seiner Spieler
- 13:39 **Sachsen-Anhalt** U-Ausschuss zum Terror von Halle hat Arbeit aufgenommen
- 13:39 **Nordrhein-Westfalen** Prozess nach Tod durch Messerstiche: Anklage geändert
- 13:39 **Baden-Württemberg** Regionalzug erfasst und tötet zwei Kühe
- 13:39 **Baden-Württemberg** Mehr Informationen über Artenschutz-Regeln für Bauherren
- 13:39 **Berlin & Brandenburg** Anzeige gegen AfD-Politiker wegen Volksverhetzung



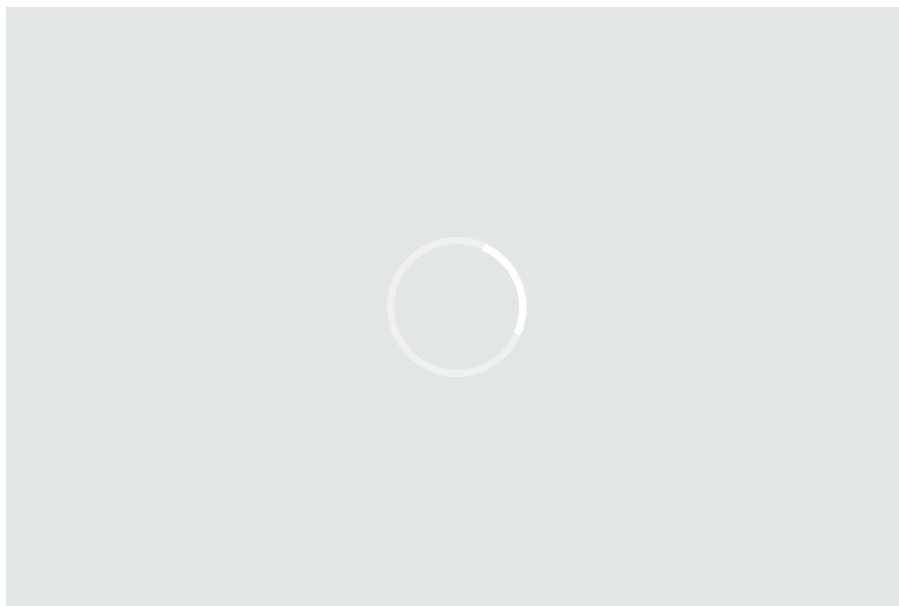
Search our site



NEWS

## 'Frozen II' tops UK box office again as 'Knives Out' opens second, 'Blue Story' holds well

BY BEN DALTON



SOURCE: DISNEY / LIONSGATE / PARAMOUNT  
 'FROZEN II', 'KNIVES OUT', 'BLUE STORY'

Rank	Film (Distributor)	Three-day gross (Nov 29-Dec 1)	Total gross to date	Week
1	Frozen II (Disney)	£8.7m	£27.3m	2

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



Rank	Film (Distributor)	Three-day gross (Nov 29-Dec 1)	Total gross to date	Week
2	Knives Out (Lionsgate)	£2.2m	£2.9m	1
3	Last Christmas (Universal)	£1.7m	£10m	3
4	Blue Story (Paramount)	£850,000	£2.9m	2
5	Charlie's Angels (Sony)	£517,000	£546,000	1

Today's GBP to USD conversion rate: 1.29

### Disney

**Frozen II** comfortably topped the UK box office for a second weekend running, with £8.7m bringing its cumulative total to £27.3m.

The film fell 42% on its first session. This represents an average hold; it is significantly down on the 11% drop the first film had on its second weekend, although the £8.7m figure is still well ahead of the £4.2m that first title took second time out.

Disney's big Christmas title from last year, **Mary Poppins Returns**, held notably better with a 10% first weekend drop, although it was aided by opening during the Christmas holidays. From this year, Disney's franchise titles have performed around the same mark on their second weekend; **Dumbo** fell 43%, **Aladdin** dropped 31%, **Toy Story 4** dropped 38%, and **The Lion King** dropped £36%.

**Le Mans '66** slipped back 58% on its third weekend with £500,000 bringing it to £5.3m total. **Maleficent: Mistress Of Evil** added £91,000 for £14.5m; **Terminator: Dark Fate** added £18,800 for £7.3m; and **La Belle Epoque** put on £18,000 for £93,000.

### Lionsgate

In its widest UK release to date in 641 locations, **Knives Out** started with a £2.2m weekend, with £699,479 of previews bringing it to £2.9m total. Its screen average was a decent £3,481; down on the sizeable averages of 2019's blockbusters, but still a reasonable result for a non-franchise original film.

**Midway** added £17,474 and has £2m after four weekends.

### Universal

**Last Christmas** posted another good hold on its third weekend, falling just 26.5% with £1.7m bringing it to £10m total.

With the festive season ramping up in the final month of the year, it will look for a long tail to make it one of Universal's standout 2019 titles.

**The Addams Family** added £108,655 for £9.5m after six weekends; **Abominable** put on £57,256 for £8m after eight; **Harriet** dropped a substantial 67% on its second weekend with £35,499 taking it to £244,057; while **Downton Abbey** is up to £28m.

Leaders in Premium Content


[HOME](#) [NEWS](#) [SVOD](#) [SCRIPTED](#) [FORMATS](#) [FACTUAL](#) [KIDS](#) [SHOW OF THE WEEK](#) [SURVEYS](#) [VIDEO](#) [MAGAZINE](#) [MORE](#)


SUBSCRIBE

**TBI** Television  
Business  
International


## Vivendi and Mediaset fail to strike deal in proposed share sell-off

By Stuart Thomson | 25 minutes ago



European media giants Vivendi and Mediaset failed to strike a deal on Friday that could have seen the French firm sell the stake in the Italian broadcaster that it holds indirectly through a trust arrangement.

After more than [a week of speculation](#) that the pair were close to an agreement, Mediaset confirmed that “despite strenuous efforts”, attempts at a reconciliation had failed to produce a deal.

Vivendi and Mediaset have been at loggerheads over Mediaset’s plans to merge its Italian and Spanish operations under the aegis of a new Dutch-registered holding company, MediaForEurope (MFE). Vivendi objected that the proposed ‘articles of association’ of the new company were prejudicial to the interests of minority shareholders. Vivendi successfully blocked the implementation of the merger through legal action in Spain.

The pair have also been engaged in a long-term dispute over Vivendi’s decision to pull out of a deal in 2016 that would have seen it acquire

### Related Content

[Vivendi looks to sell Mediaset stake but deal remains uncertain](#)

[Sandbox & Co takes majority stake in kids streamer Hopster](#)

[WarnerMedia's HBO Max acquires UK crime drama from All3Media](#)

[News round-up: Agatha Christie doc sells into Nordics; Smithsonian boards Pernel's pyramid; ZED preps wildlife for ATF](#)

THE BEST FOOD CONTENT  
AND CHANNEL IN THE WORLD

ATF BOOTH J18

Mediaset's pay TV arm and invest in the parent company. Vivendi subsequently acquired a significant stake in Mediaset, with the Italian broadcaster accusing it of seeking to manipulate its share price to its own advantage.

Vivendi was later forced to transfer the bulk of its holding in Mediaset into Simon Fiduciaria in a trust arrangement to meet Italian regulatory requirements, with Mediaset refusing to allow the latter to exercise its rights to attend and vote in shareholder meetings.

Following the failure of the pair to strike an agreement on Friday after a court hearing was postponed, the Italian group said it would "propose to an extraordinary meeting of the company's shareholders, the approval of specific modifications to the proposals for the articles of association of MFE, convened for 10 January 2020, along with the terms and conditions of special voting shares, prepared following the suggestions made by the Court of Milan during the conciliation process".

Reuters reported on Friday the Court of Milan judge will now decide the outcome of the dispute.

Ahead of last Friday's deadline, Vivendi was understood to have proposed selling the part of its 19.19% stake held through Simon Fiduciaria at €3.25 (\$3.58) a share, which would be half-way between the original buying price of the shares and the withdrawal price proposed by Mediaset as part of the plan to create MFE.

A sale would leave Vivendi with a stake of 9.6% in the Italian broadcaster. The pair were reportedly negotiating a compromise price as part of a deal that would also have seen them end outstanding litigation, but in the end they once again failed to strike a agreement.

Tags: [Mediaset](#), [Vivendi](#)

RELATED



**Exclusive: Former Viacom UK boss James Currell sets up business advisory group**



**Nickelodeon's Dutch format 'The Viral Factory' to be adapted in Thailand**



**Premier League resumes CEO hunt after Guardian's Pemsel exits ahead of joining**



**ATF round-up: Blue Ant secures Asia sales; Indian streamer adds Turkish drama; GRB preps drama, true crime**

FEATURES

[View all](#)



**Territory focus: Thailand – Hitting the high notes**

23 minutes ago



**Opportunity abounds in APAC: Michael McKay, president, Asian Academy Creative Awards**

2 hours ago



**Beach House goes global**

3 days ago



**TBI Well-being: How to get a pay rise**

21st November 2019



**Sally Wainwright on directing, delegating and drawing women behind the lens**

12th November 2019



EDITION United States | INTRODUCING Variety Intelligence Platform | Got a News Tip? | Newsletters | Subscribe to Variety | LOGIN

FILM TV MUSIC TECH THEATER REAL ESTATE AWARDS VIDEO LIFESTYLE V500

HOME > FILM > ASIA

DECEMBER 2, 2019 2:10AM PT

# China Box Office: 'Frozen 2' Reigns While 'Knives Out' Fails to Cut Deep

By REBECCA DAVIS



CREDIT: COURTESY OF LIONSGATE

Disney's "Frozen 2" stayed ahead of the competition in its second weekend in China, holding on to the top box office spot with a three-day gross of \$26.7 million. According to consultancy Artisan Gateway, the "Frozen" sequel has now earned a cumulative \$90.9 million in the world's second-largest film market after releasing day-and-date with the U.S. and scoring Disney's biggest-ever opening weekend in China for an animated title.

The Jennifer Lee-directed film already made more in its \$53.2 million debut weekend than the original "Frozen" made in its entire \$48 million Chinese theatrical run in 2014. Nevertheless, China has been no match for sales in the U.S., where the title has already earned \$288 million.

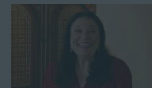
The star-studded murder mystery "Knives Out" failed to slash its way to equivalent success in its China opening weekend, grossing \$13.7 million to come in third behind fellow newcomer "Two Tigers," a local dark comedy that earned \$19.7 million.

ADVERTISEMENT

## ★ Most Viewed



Gabrielle Union's 'America's Got Talent' Exit Prompts SAG-



Shelley Morrison, 'Will & Grace' Actress, Dies at 83



'CBS Evening News' Makes Move to Washington

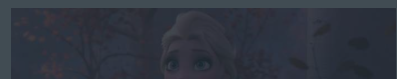
ADVERTISEMENT

The Only Coverage You Need for Awards Season

SAVE 72% + Get A FREE TOTE

SUBSCRIBE

## Must Read



"Knives Out" stars Daniel Craig, Chris Evans, Jamie Lee Curtis, Toni Collette and Ana de Armas, among others. Despite a worse box-office debut, it has earned better word-of-mouth than "Two Tigers," rating 8.9 and 8.3 out of 10 on the Maoyan and Douban platforms, respectively, whereas "Tigers" has garnered a dismal 7.8 and 6.3 out of 10.

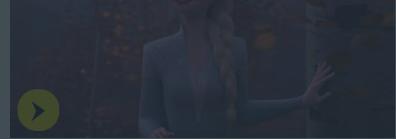
The disparity between the two films' opening figures and respective ratings appears to come down to the fact that more than a quarter of all screenings each day were given to "Tiger" over the weekend, while "Knives" never got more than 16% of screening market share. While "Tiger" got 30% of opening day screenings, "Knives" got just 12%.

The Rian Johnson-helmed film is ultimately projected to gross more than "Tigers," with Maoyan predicting China earnings of \$49 million (RMB343 million) for the former title against just \$37 million (RMB259 million) for the latter.

The Emperor Motion Pictures-backed "Two Tigers" is directed by Li Fei, the screenwriter for Jiang Wen's "Hidden Man" and Wang Xiaoshuai's "Red Amnesia." It stars veteran actor Ge You ("Farewell My Concubine," "To Live," "Let the Bullets Fly") as a businessman who turns the table on his bumbling kidnapper, played by Shan Qiao ("Kill Mobile").

Local teen romantic drama "Miss Forever" came in fourth with a \$5.1 million debut.

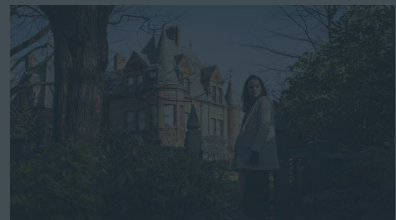
Meanwhile, Chinese authorities are squeezing every red cent out of the patriotic government-backed film "My People, My Country," an anthology of seven shorts by seven directors made to celebrate the 70th anniversary of the People's Republic. Chinese films typically get a month in theaters – two if they're lucky and highly successful at the box office. This title has already been in theaters since Sept. 30, and was just granted an unusual second theatrical extension that will keep it in cinemas until Dec. 31. Such measures have helped it climb to become the ninth highest-grossing film in China of all time — and highlight the role that the Chinese state can wield in pumping up such numbers.



FILM  
'Frozen 2' Sets Thanksgiving Record, 'Knives Out' Scores



TV  
'America's Got Talent,' NBC Say They're 'Working With' Gabrielle Union



ARTISANS  
'Knives Out': Finding the Perfect Home for Rian Johnson's Murder-Mystery

Sign Up for Daily Insider Newsletter  
Email \_\_\_\_\_  
SIGN UP >

ADVERTISEMENT

ADVERTISEMENT

LEAVE A REPLY

PMC TRENDING



EDITION United States | INTRODUCING Variety Intelligence Platform | Got a News Tip? | Newsletters | Subscribe to Variety | LOGIN

FILM TV MUSIC TECH THEATER REAL ESTATE AWARDS VIDEO LIFESTYLE V500

HOME > FILM > BOX OFFICE

DECEMBER 2, 2019 6:09AM PT

# Thanksgiving Box Office: How 'Knives Out,' 'Queen and Slim' Thrived Despite 'Frozen 2'

By REBECCA RUBIN



CREDIT: LIONSGATE

Disney's "Frozen 2" was the undisputed box office champion this Thanksgiving, generating a record-setting \$124 million over the five-day frame. But moviegoers feasted on more than just the further adventures of Princesses Anna and Elsa during Turkey Day. Lionsgate's murder mystery "Knives Out" and Universal's romantic drama "Queen and Slim" also beat expectations while countering conventional wisdom about holiday releases.

Studios have long maintained the notion that Hollywood needs existing IP and long-running franchises to entice audiences during the Thanksgiving crush. But the reception for new movies, joined on box office charts by holdovers Disney-Fox's sports biopic "Ford v Ferrari" and Sony's Mister Rogers film "A Beautiful Day in the Neighborhood," signalled a clear win in favor of original content. "Frozen 2" proves there's a ravenous appetite for tentpoles, particularly among ticket buyers with young kids, but there's still a market for moviegoers looking for something unique and different.

ADVERTISEMENT

## ★ Most Viewed



Alanis Morissette Reveals 'Jagged Little Pill' 25th Anniversary




China Box Office: 'Frozen 2' Reigns While 'Knives Out'



Gabrielle Union's 'America's Got Talent' Exit Prompts SAG-

ADVERTISEMENT

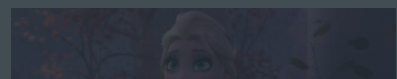


The Only Coverage You Need for **Awards Season**

Subscribe Now And **SAVE 72%** + A FREE TOTE

**GET THE MAGAZINE >**

## Must Read



"It's not always the No. 1 movie that is the big story," says Paul Dergarabedian, a senior media analyst with Comscore. "'Frozen 2' satisfied the need for a comfortable sequel. Older audiences are looking for is originality. That's been the hallmark of the movies that have really delivered this year."

Overall ticket sales dropped 16% from last year's record-setting \$315 million bounty, fueled by familiar properties like "Ralph Breaks the Internet," "Creed II," "Fantastic Beasts: The Crimes of Grindelwald" and "The Grinch." But the unexpected successes of this year's offerings helped narrow the year-to-date deficit from 7% to 5.6%, according to Comscore. Adding to optimism for exhibitors, movie theater marquees will be void of any major competition until Dec. 13, when "Jumanji: The Next Level" arrives on the big screen. That should give "Knives Out," "Queen and Slim" and other recent hits more time to build momentum, fueled by positive buzz.

"This is a really opportune time for these movies," Dergarabedian notes. "Studios have to rethink what can play well during a holiday. Audiences just want to feel like they're getting something different and worthy of their time and money."

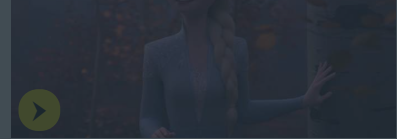
"Knives Out" carved out particularly solid grosses, nearly doubling expectations with \$41.7 million between Wednesday and Sunday. "Queen and Slim" also arrived ahead of projections, nabbing \$15.8 million over the five-day stretch. Box office watchers suggest that beyond sterling word-of-mouth, both films were able to capture the zeitgeist and become part of the cultural conversation.

"Knives Out," gathering an all-star cast with Daniel Craig, Jamie Lee Curtis and Chris Evans, is a crowd-pleasing whodunit that has plenty to say about class divides and social injustices. In short, it's not your typical family film. "Queen and Slim," starring Daniel Kaluuya and Jodie Turner-Smith, takes a modern spin on Bonnie and Clyde, while grappling with issues of racial prejudice. Both represent the type of mid-range film that's mostly fallen out of favor with studios in the streaming era, a time when Hollywood companies prefer to spend a small fortune or nothing at all to make a movie. With price tags varying from \$20 million ("Queen and Slim") to \$40 million ("Knives Out"), this Thanksgiving's crop of releases proves it's possible to produce movies people want to see in theaters for a modest cost.

ADVERTISEMENT

ADVERTISEMENT

"These movies are little wins for adult content," says Jeff Bock, a media analyst with Exhibitor Relations. "Even a little win is big news right now in the face of streaming and sequels and reboots and prequels. These are the results you like to see if you're a lover of movies in cinemas."



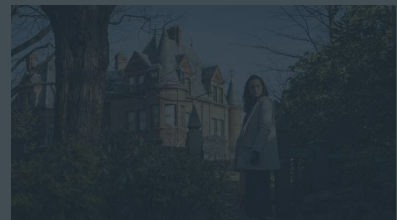
FILM

'Frozen 2' Sets Thanksgiving Record, 'Knives Out' Scores



TV

'America's Got Talent,' NBC Say They're 'Working With' Gabrielle Union



ARTISANS

'Knives Out': Finding the Perfect Home for Rian Johnson's Murder-Mystery

Sign Up for Daily Insider Newsletter

Email \_\_\_\_\_

SIGN UP >

PMC TRENDING

What's particularly notable is that these mid-budget films debuted in theaters to much fanfare as Martin Scorsese's "The Irishman" launched Wednesday on Netflix. The acclaimed mob epic starring Robert De Niro and Al Pacino eschewed a traditional theatrical release because the streaming service and major movie theater chains refused to compromise on an exclusive window to play the film. Audiences weren't couch-bound this weekend, even though "The Irishman" all but dominated social media chatter over Thanksgiving.

"This weekend is nowhere near a record breaker, but it's really important because it signifies that people are excited about the content in movie theaters," Dergarabedian said.

For studios and theater owners alike, it's a comforting sign that seeing a movie on the big screen can still be a draw.

"Everyone talks about how hard it is to make original movies," says Jim Orr, Universal's president of domestic distribution. "But you look at the top of the box office this weekend, and it's encouraging."

Now that's something to be thankful for.

LEAVE A REPLY

FROZEN 2

KNIVES OUT

QUEEN AND SLIM

Want to read more articles like this one? [Subscribe to Variety Today.](#)



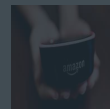
WWD

CFDA Grants \$500,000 to 8 N.Y.-Based Community Organizations



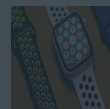
WWD

Shoppers on Black Friday in New York City 2019



BGR

This new Alexa feature is so much cooler than we thought it would be



BGR

There's a hidden Apple Watch Series 5 deal on Amazon

Recommended by Outbrain

Sponsored Stories

Al Capone's  
Hideaway 1  
Million  
Mansion Glob

Conto a zero  
in italia e al  
di credito e  
ilimitybank



We value your privacy

We and our partners use technologies, such as cookies, and process personal data, such as IP addresses and cookie identifiers, to personalise ads and content based on your interests, measure the performance of ads and content, and derive insights about the audiences who saw ads and content. Click below to consent to the use of this technology and the processing of your personal data for these purposes. You can change your mind and change your consent choices at any time by returning to this site.

DENY ALL

ACCEPT AND MOVE ON

[Manage My Consents](#) | [See Vendors](#)

Powered by Quantcast



Technology

# Huawei warns of Australia job losses if 5G ban remains

JAMIE SMYTH — SYDNEY

**Huawei says up to 1,500 employees of its Australian contractors could lose their jobs unless Canberra reverses a decision to ban it from providing 5G telecommunications equipment, reflecting how security concerns in the west threaten its expansion.**

The Chinese equipment maker also vowed yesterday to pursue legal claims more aggressively against organisations it accuses of making “false and malicious attacks” on its reputation in Australia and elsewhere.

Huawei has appointed a law firm co-founded by Nick Xenophon, a former politician, which it said would counter misleading statements by entities with “strong vested interests”.

This focus on countering criticism comes as the world’s biggest telecoms equipment vendor seeks to minimise the commercial impact of closer scrutiny in western countries.

Last week, Spark New Zealand, a telecoms operator, confirmed it had abandoned plans to rely exclusively on Huawei for its 5G rollout following concerns from the nation’s intelligence agency.

“Every smear against Huawei is also a smear against our hard-working staff and we want to make sure the important discussion around cyber security is based on facts and not baseless innuendo that is unfortunately dominating the current discussion,” said Jeremy Mitchell, Huawei Australia’s director of corporate and public affairs.

Last year, Australia became the first country to in effect ban Chinese equipment makers Huawei and ZTE from providing 5G equipment on national security grounds. The decision has sparked a contentious debate about whether it is safe to let Huawei build the next generation of mobile networks.

That debate is fierce among members of the Five Eyes intelligence community – the US, UK, Canada, Australia and New Zealand – amid concerns that President Donald Trump could threaten to limit intelligence sharing with

nations that give Huawei a 5G role.

Yesterday, Scott Morrison, Australia’s prime minister, defended Canberra’s decision to exclude Huawei from the national 5G network, telling reporters it was “in the national interest” as he launched a task force to tackle foreign interference activities.

In Australia, where Huawei commands a 55 per cent market share in 4G, the company said yesterday its pipeline of work would dry up by the end of 2020 unless the 5G ban was reversed. The company has already cut 100 of its 800 jobs in Australia and has warned up to 1,500 jobs at suppliers and contractors are at risk due to the ban.

“We hope common sense prevails and that Huawei is ultimately allowed to deliver 5G in Australia in the way we are already doing in the UK, South Korea, Switzerland, Spain and many others,” said Mr Mitchell, according to prepared remarks ahead of a speech yesterday to Huawei’s suppliers.



## Italien-Woche bei Pro Sieben Sat.1

ProSiebenSat.1-Vorstandschef Max Conze strebt keine Fusion mit dem italienischen Konzern Mediaset an. „Ich bin sehr skeptisch, was eine strukturelle Verschmelzung unserer Unternehmen angeht“, sagte Conze der „Süddeutschen Zeitung“. „Das wäre zwar nicht unmöglich, aber die überschaubaren Synergien würden eine Verschmelzung nicht rechtfertigen, denn die Umsetzung wäre komplex, langwierig und teuer.“ Mediaset ist im Mai bei Pro Sieben Sat.1 eingestiegen und hält inzwischen 15,1 Prozent der Anteile. Mediaset betreibt in Italien und Spanien reichweitenstarke kommerzielle Fernsehsender. Firmengründer Silvio Berlusconi ist mittlerweile aus dem operativen Geschäft ausgeschieden. Vorstandschef ist Pier Silvio Berlusconi, Sohn des früheren italienischen Ministerpräsidenten und heutigen Europaabgeordneten. Im Juni hatte Mediaset in den Niederlanden die neue Dachholding „Media for Europe“ gegründet, in der die Geschäfte in Italien, Spanien und Deutschland gebündelt sind. Bei einem Treffen mit dem Mediaset-Management werde er ausloten, was diese in Deutschland vorhaben, sagte Pro Sieben Sat.1-Chef Conze. dpa/F.A.Z.



Catrin Bialek Düsseldorf

**B**ernd Reichart, CEO der Mediengruppe RTL Deutschland, brachte die neue Strategie des TV-Konzerns im November auf einen neuen Begriff: „Wir sind die Main-Streamer“, sagte er bei der Fachkonferenz „Total Video“. Der Unternehmenslenker will den Streaminganbietern Netflix und Amazon Prime nicht kampflos das Feld überlassen, sondern eine eigene Nische in dem wachsenden Markt finden. Er möchte das massenwirksame, lineare Fernsehen mit dem Streamingangebot in seinem Haus stärker verzahnen. Dafür hat er das Management neu geordnet und eine Doppelspitze installiert.

So wird Henning Tewes, 47, als Co-Geschäftsleiter von TV Now das Inhalteangebot der Plattform verantworten. Er übernimmt die Aufgabe zusätzlich zu seiner Position als COO, in der er den Programmeinkauf und das Produktionsgeschäft der Mediengruppe RTL sowie der Sender Vox Up, Nitro, RTL Plus und der digitalen Spartenkanäle verantwortet. Künftig wird er sämtliche Inhalte, die für die Mediengruppe relevant sein können, prüfen und die richtigen Verbreitungswege dafür festlegen.

### TV Now wächst kräftig

Henning Nieslony, 34, derzeit Bereichsleiter Commercial Management VOD, also für Video-on-Demand, wird zum weiteren Co-Geschäftsleiter von TV Now befördert. Er verantwortet künftig die geschäftliche Seite der Plattform inklusive der Vermarktung an die Endkunden, die Werbepartner und die Distributoren.

Durch die Ernennung der Manager zu Co-Geschäftsleitern werden das Inhalteportfolio der Plattform und ihre Monetarisierung als hybrides Angebot aus Abo- und Werbefinanzierung gemeinschaftlich gesteuert. Das soll die Zukunft des deutschen TV-Senders sein, der 2018 einen Umsatz von 2,2 Milliarden Euro erzielte.

Tewes hat internationale Erfahrungen im TV-Produktions- und Lizenzmarkt, leitete zuvor unter anderem das RTL-Geschäft in Kroatien. Nieslony kann Stationen beim hauseigenen



Henning Tewes, Henning Nieslony

## RTL will Main-Streamer sein

Die Mediengruppe RTL Deutschland ordnet das Management ihrer Streamingplattform TV Now neu. Das Angebot wird mit klassischem TV verzahnt.

Vermarkter IP Deutschland und bei der Leitung des Büros der früheren RTL-Chefin Anke Schäferkordt vorweisen.

„Das starke Wachstum unserer Streamingplattform TV Now übertrifft unsere Erwartungen deutlich. Mit diesem Rückenwind werden wir das systematische Zusammenspiel unserer Broadcasting- und Streamingaktivitäten forcieren. Dafür schaffen wir mit der organisatorischen Neuordnung die besten Voraussetzungen“, sagt Stephan Schäfer, einer der Geschäftsführer der zum Familienunternehmen Bertelsmann gehörenden Mediengruppe.

Die Kölner TV-Macher setzen vor allem auf lokale Inhalte. Solche Stoffe lassen global agierende Streamingkonzerne meistens links liegen, da sie die Inhalte weltweit verwerten.

Der Ausbau des Streamingdienstes ist nötig, denn der TV-Werbemarkt schrumpft. Darüber klagten unisono die deutschen TV-Sender bei der Präsentation der Quartalszahlen im November. Der schwache Werbemarkt ist eine Folge des veränderten Mediennutzungsverhaltens: Gerade junge Menschen favorisieren Streamingdienste statt des klassischen Fernsehens. RTL baut deshalb TV Now aus.



**Das starke Wachstum unserer Streamingplattform TV Now übertrifft unsere Erwartungen deutlich.**

Stephan Schäfer  
Mediengruppe RTL Deutschland

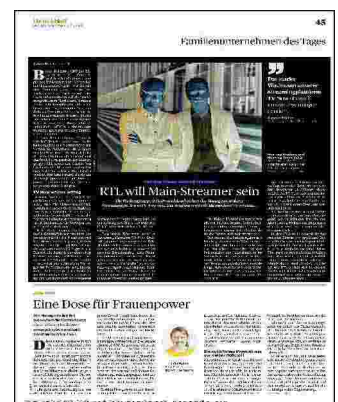
### Henning Nieslony und Henning Tewes (v.l.):

Die beiden Co-Geschäftsleiter sollen bei RTL Streaming und Fernsehen verzahnen.

Zu den jüngsten Quartalszahlen Anfang November hatte der TV-Konzern insgesamt 1,4 Millionen Abonnenten bei TV Now und dem niederländischen Pendant Videoland genannt. Das bedeutet ein Wachstum von 50 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

TV Now bietet derzeit rund 34 000 Programmstunden an - mit überwiegend lokalen Inhalten. Das Monats-Abo kostet 4,99 Euro und liegt unter dem Abopreis der internationalen Streaminganbieter.

In den USA ist in diesem Herbst mit dem Eintritt von Apple und Disney Plus in dem Streamingmarkt ein Kampf um die Aufmerksamkeit der Zuschauer entfacht. Vor allem Disney Plus punktet mit beliebten Inhalten wie „Star Wars“, die der Unterhaltungskonzern von dem bisherigen Abspieldienst Netflix bezieht. Anbieter wie RTL wollen sich in diesem Markt mit lokalen und massentauglichen Inhalten absetzen. Und werden daher „Main-Streamer“.



# La drôle de guerre des GAFA

La hache de guerre semble déterrée entre Google, Amazon, Facebook et Apple. Chacun de ces géants du numérique **empiète sur le terrain de son voisin**. Amazon fait une entrée fracassante sur le marché de la publicité, chasse gardée de Google et de Facebook, qui tentent, eux, de se faire une place dans l'e-commerce. Autres secteurs convoités, les appareils domestiques et la santé

## DOSSIER

**L**e tacle était subtil, mais il n'a échappé à aucun initié: en janvier, à Las Vegas, lors du fameux Salon de l'électronique, Apple a placardé une affiche géante sur un immeuble, avec le slogan: «Ce qui se passe sur votre iPhone reste sur votre iPhone». Tous ont vu dans ce message une provocation non dissimulée envers les géants de la donnée publicitaire Google et Facebook... d'autant plus que la publicité surplombait le métro aérien de la ville, dont les rames étaient pour l'occasion repeintes de l'apostrophe «Hey Google!»

Car désormais, la guerre est déclarée entre Google, Amazon, Facebook et Apple, ces GAFA qui font peur à la terre entière et dont on imagine parfois qu'ils se partagent le monde du numérique en bonne intelligence. Pour Cyril Vart, le vice-président de Fabernovel, une agence de conseil en numérique, ce n'est plus vrai, alors que, «jusqu'à récemment, dit-il, ils n'avaient pas intérêt à entrer en conflit entre eux, car il y avait assez de valeur à gagner sur leurs marchés d'origine».

Même Carolina Milanese, l'analyste star de la Silicon Valley, aujourd'hui au cabinet de prospective Creative Strategies, reconnaît que les temps ont changé: «Il y a plus de tension entre eux qu'avant. Aujourd'hui, leurs domaines d'action se recoupent davantage.» Leurs terrains étaient, en effet, autrefois bien séparés: à Google la publicité sur la recherche, à Facebook celle sur les réseaux sociaux, à Amazon l'e-commerce et à Apple les téléphones, tablettes et ordinateurs. Mais les «porte-avions» du Web font aujourd'hui ce qu'on appelle en marine «route de collision». Leurs itinéraires peuvent les mener à se percuter.

### RUÉE VERS LE STREAMING

Certains, comme des rivières, sortent de leur lit. Ainsi, Amazon a fait une entrée fracassante sur le marché de la publicité, chasse gardée du duopole Google-Facebook. Quasi

inexistants il y a trois ans, ses revenus vont atteindre 14 milliards de dollars (12,7 milliards d'euros) en 2019, selon l'institut eMarketer. Amazon ne s'est arrogé «que» 4,2 % du marché mondial de la publicité en ligne – contre 31 % pour Google et 20 % pour Facebook –, mais sa part devrait atteindre 10 % en 2021 aux Etats-Unis. Le groupe de Jeff Bezos a également lancé son propre outil de mesure de l'efficacité des campagnes publicitaires, qui vient concurrencer ceux de Google et de Facebook, «qui sont déjà en guerre l'un contre l'autre», note Emmanuel Brunet, le PDG d'Eulerian, acteur indépendant de ce domaine. Effet miroir, Google et Facebook tentent, eux, de se faire une place... dans l'e-commerce. Depuis septembre, «Acheter sur Google» propose des produits de Carrefour, Fnac-Darty ou Kickers. Facebook tente, lui, d'imposer son projet de monnaie numérique, la libra, et de rapprocher ses messageries WhatsApp, Messenger et Instagram. L'objectif affiché: faire décoller les ventes sur ses réseaux sociaux, afin que les marques y investissent davantage.

«Ces quatre acteurs investissent aussi de nouveaux marchés, comme les services bancaires», relève Nicolas Colin, essayiste et cofondateur de The Family, un «accompagnateur de start-up». Face à la libra, Google s'est associé à la mi-novembre avec la banque Citigroup, alors que sont déjà lancés les services Apple Pay, Apple Card, Amazon Pay ou Amazon Cash.

«On assiste à une course aux armements pour accéder aux consommateurs et aux entreprises clientes de la prochaine décennie», estime Daniel Ives, analyste pour la société d'investissement Wedbush Securities. Sur le versant grand public, c'est la bataille des «contenus». Apple lance, à coups de milliards de dollars, des services de séries et de films, ainsi que de musique, qui concurrenceront ceux d'Amazon, mais aussi du leader de la vidéo par abonnement Netflix, ainsi que les plates-formes de vidéo gratuites de Google et Facebook.

Cette ruée vers le streaming se prolonge dans le jeu vidéo: Amazon a racheté la plate-forme Twitch, alors que Google et Apple

viennent de lancer les services Stadia et Arcade, sans que Facebook ait abdiqué. Sur le marché du service aux entreprises, une lutte sourde a lieu sur le très lucratif domaine de l'hébergement en ligne cloud: le leader, Amazon, est mis au défi par Microsoft, et Google continue d'investir, là encore, des milliards de dollars dans de gigantesques centres de données.

Parmi les terrains d'affrontement pointent aussi en bonne place les appareils domestiques, dont les enceintes connectées, que chaque GAFA équipe de son assistant personnel à commande vocale. Sans oublier le secteur de la santé, qui les intéresse tous les quatre. Google vient d'ailleurs de racheter le fabricant de bracelets connectés Fitbit... que Facebook convoitait aussi.

Pourquoi les GAFA n'hésitent-ils plus à venir «au contact», comme on dit dans la boîte? C'est parce que, après avoir explosé, la croissance de leurs marchés ralentit sérieusement, explique Benoît Flamant, qui parle de «courbe en S». Investisseur de longue date dans le numérique et aujourd'hui responsable «gestion actions» à la société suisse Corratier Gestion, il estime que le marché du smartphone est saturé depuis 2016. C'est pour cela qu'Apple, trop dépendant de l'iPhone, se lance massivement dans les services. Même constat, selon lui, pour le marché de la publicité de Google et Facebook, lui aussi «très avancé». Celui d'Amazon est en revanche moins mature, l'e-commerce pesant environ 15 % du commerce de détail.

### BATAILLE D'IMAGE

«Ces entreprises sont fondées sur l'aspiration à la croissance, ajoute un ancien salarié d'une d'entre elles. Elles doivent maintenir la forte hausse de leur cours de Bourse. En plus, leurs dirigeants ont une peur aiguë que leur société ne soit plus là dans vingt ans. D'où la recherche intense de relais de croissance...»

L'expansion internationale apparaît alors comme une solution logique. Mais, au cours des cinq dernières années, «on a compris que l'économie numérique n'était pas si globale que cela», souligne Nicolas Colin.

Comme Uber, Google, Facebook et Amazon ont dû abandonner leurs rêves de s'installer en Chine. Et leurs positions en Asie du Sud-Est ou en Afrique sont fragiles. « Leur marché potentiel s'est rétréci. Donc, elles se sentent à l'étroit et se bousculent », décrit l'essayiste.

D'où la tendance à vouloir se concentrer sur leurs utilisateurs actuels en leur proposant de nouveaux types de services et de produits. « L'idée est d'apporter davantage de valeur aux consommateurs », explique M<sup>me</sup> Milanese. Les GAFAs suivent ici un modèle chinois : WeChat, une application qui mêle réseau social, messagerie, plate-forme de vidéo, système de paiement en ligne... C'est la logique de club ou de « jardin fermé » qu'avait tenté d'imposer le fournisseur d'accès AOL au début des années 2000, note M. Vart. Après une « phase de spécialisation », ce serait le retour des « agrégateurs ».

Paradoxalement, au moment où leurs stratégies se rapprochent, Google, Amazon, Apple et Facebook se livrent une bataille d'image pour se différencier les uns des autres. Car leur réputation s'est ternie depuis l'élection du président Donald Trump et le scandale Cambridge Analytica, ce prestataire qui a récupéré indûment des millions de profils d'utilisateurs de Facebook. Face à l'adversité, les GAFAs sont tentés par le chacun-pour-soi. Apple a ainsi profité des déboires de Facebook pour se poser en champion de la vie privée, en bloquant certains outils de traçage des internautes ou en réclamant une loi pour réguler « le complexe industriel des données ». « Le respect de la vie privée ne peut pas être un produit de luxe », a riposté le PDG de Google, Sundar Pichai, en référence aux prix élevés d'Apple. « C'est nouveau que ces dirigeants se critiquent en public. Apple a rompu une règle tacite : on ne tire pas publiquement sur le voisin », dit dans un sourire un connaisseur du secteur.

« Les groupes cherchent à détourner l'attention vers les autres pour se protéger des menaces politiques », commente M. Flamant. Les autorités de la concurrence laissent en effet planer la menace d'un démantèlement de certains actifs : les réseaux WhatsApp et Instagram pour Facebook, le moteur de recherche pour Google, le magasin d'applications App Store d'Apple, la place de marché pour Amazon...

#### À LA FOIS ENNEMIS ET AMIS

Chacun s'efforce donc de montrer qu'il n'est pas un GAFAs menaçant, mais un gentil : Facebook assure rester dans son cœur de métier – « connecter les gens entre eux » – et ne se plier qu'aux évolutions des besoins des utilisateurs, friands de messageries privées. Amazon se décrit en groupe qui exerce dans le monde physique et emploie 650 000 personnes. Google se pose en défenseur du « Web ouvert » face aux réseaux sociaux et aux applications, plus « fermés ». Apple brandit la vie privée et la sécurité...

Pour M. Colin, une « perturbation » supplémentaire s'ajoute à la bataille d'image en cours entre les GAFAs : l'élection de Donald

Trump, qui « les oblige à se positionner ». Choyés sous Barack Obama, ils sont dépeints en adversaires de l'actuel président des États-Unis. Doivent-ils faire le dos rond ou se distinguer comme ennemi ou comme allié de Donald Trump ? Des rapprochements avec les républicains ont été opérés, mais ils ont suscité des critiques internes d'employés. Ces tâtonnements éthiques et politiques jouent un rôle dans une autre lutte cruciale pour ces groupes : celle pour attirer les « talents », très sourcilieux sur les valeurs de leur entreprise. Bien sûr, toutes ces diversifications pèsent peu par rapport à leur cœur d'activité, analyse M. Flamant. Et entre ces géants de la tech, « il y a eu dans le passé des épisodes plus tendus », rappelle M. Colin : quand, en 2009, Google a racheté le système d'exploitation mobile Android, son dirigeant, Eric Schmidt, a ainsi dû démissionner du conseil d'administration d'Apple, devenu un concurrent.

Ces entreprises se décrivent de longue date comme des « frenemies » – à la fois ennemis et amis. Google verse, par exemple, des milliards à Apple pour être le moteur de recherche par défaut sur les iPhone. Et ces entreprises font parfois cause commune au sein d'associations professionnelles comme le CCIA, aux États-Unis, ou l'ASIC, en France. Même si, dans ce dernier syndicat, des « crispations » sont aussi apparues, raconte un membre : « Chacun joue un peu sa carte personnelle. Avant, on jouait plus la carte de l'industrie. » Certains auraient été agacés que Facebook lance en solo un projet de « Cour suprême » de modération des contenus ou qu'Amazon annonce de son côté qu'il allait répercuter la « taxe GAFAs » française sur les prix de ses commissions.

Où cette nouvelle rivalité entre les GAFAs va-t-elle mener ? Ils pourraient être poussés à se convertir à d'autres modèles économiques, comme le payant pour Google dans la santé, pense M<sup>me</sup> Milanese, pour qui le consommateur pourrait bénéficier de la bataille en cours.

Mais, à force de vouloir enfermer le client dans une toile de services en tous genres, ils prennent un risque. « Tout centraliser, ça ne marche pas », estime Nicolas Colin, qui rappelle qu'Apple n'a pas réussi à imposer son service de cartographie sur ses iPhone, car celui de Google est jugé meilleur par les utilisateurs.

#### « SE RAPPELER QUE LES CHINOIS SONT LÀ »

Du coup, « il est possible que le cœur de business de ces géants recule avant qu'ils n'aient eu le temps de faire monter leurs nouvelles activités », souligne Benoit Flamant. Dans ce cas, ils verraient les investisseurs boursiers exiger d'eux le versement de dividendes ou des rachats d'actions pour maintenir un cours de Bourse jusque-là dopé par la croissance.

L'un de ces quatre mousquetaires pourrait-il devenir le maillon faible, voire mourir ? « Une des pistes de réflexion est l'analyse de la solidité du cœur de métier de chacun :

plus l'activité serait tangible, plus elle serait pérenne », répond M. Colin. A ce jeu-là, Amazon, avec son réseau d'entrepôts, serait le plus « solide » et Facebook le plus « fragile ». L'entreprise de Jeff Bezos pourrait-elle être le grand gagnant ? Pourquoi pas. D'autant qu'elle échappe aux tensions commerciales entre les États-Unis et la Chine, qui menacent les usines et les ventes d'Apple, note M. Colin.

« On observe la bataille entre les géants occidentaux, mais il faut se rappeler que les Chinois sont là », prévient Carolina Milanese. Jusqu'ici, Tencent, la maison mère de WeChat, ou son compatriote Alibaba se sont concentrés sur leur marché intérieur. Mais ils débordent en Asie et en Afrique. Et s'intéressent à l'Europe, selon Cyril Vart : « Leur expansion peut créer une surconcurrency. Si ça se trouve, tout cela se finira par un duel Google-Tencent », déclare-t-il en souriant. ■

ALEXANDRE PIQUARD

LES  
« PORTE-AVIONS »  
DU WEB FONT  
AUJOURD'HUI  
CE QU'ON APPELLE  
EN MARINE  
« ROUTE  
DE COLLISION »

AMAZON,  
AVEC SON RÉSEAU  
D'ENTREPÔTS,  
SERAIT LE PLUS  
« SOLIDE » ET  
FACEBOOK LE PLUS  
« FRAGILE »

## « Les vieilles habitudes n'ont pas disparu »

**MARGARET O'MARA** est l'auteure de *The Code: Silicon Valley and the Remaking of America* (Penguin, non traduit, 512 pages), un livre sur l'histoire du fief californien de l'industrie technologique américaine. Professeure d'histoire à l'université de Washington, elle rappelle que les tensions entre géants du numérique ont parfois été plus vives dans le passé. Mais elle souligne, dans un entretien, la puissance et la diversification inédites de Google, Amazon, Facebook et Microsoft.

### Les tensions actuelles entre les géants du numérique sont-elles plus fortes que par le passé ?

La Silicon Valley a toujours été un endroit très concurrentiel. Dans cette région longtemps isolée, où les dirigeants se connaissaient souvent, c'était une compétition amicale mais intense. C'était le cas, dans les années 1960 et 1970, dans l'industrie des microprocesseurs, entre Intel, AMD...

Puis, à l'ère de l'ordinateur personnel et de l'Internet, dans les années 1980 et 1990, la grande bataille s'est cristallisée autour d'Apple et Microsoft. Elle a même opposé la Silicon Valley et Microsoft, installé à Seattle, plus au nord. Le procès antitrust de Microsoft a ainsi été lancé à la suite des plaintes d'une entreprise de la Silicon Valley, Netscape.

Paradoxalement, Microsoft était à ses débuts un partenaire de la Silicon Valley et d'Apple. Mais quand la guerre entre Apple et l'industrie du PC a gagné en intensité, la relation est devenue moins amicale entre Bill Gates et Steve Jobs. La rivalité actuelle entre les dirigeants de la « big tech » n'est pas aussi âpre que l'opposition entre le fondateur de Microsoft et celui d'Apple.

### En quoi la rivalité actuelle entre Google, Amazon, Facebook et Apple est-elle singulière ?

On oublie parfois leurs modèles

économiques différents : la publicité pour Google et Facebook, la vente d'appareils pour Apple, le commerce pour Amazon...

Mais c'est étourdissant de voir combien d'activités ces groupes mènent aujourd'hui. Auparavant, Intel faisait des microprocesseurs, Apple des ordinateurs... Aujourd'hui, la bataille est multifronts.

### Les GAFAs ne mènent-ils pas aussi une bataille d'image ?

Si, bien sûr. L'ambiance politique autour du secteur « tech », qui était l'enfant chéri des Etats-Unis, a radicalement changé depuis l'élection du président Donald Trump en novembre 2016. Des entreprises comme Apple et Microsoft répètent qu'elles souhaitent des lois pour mieux protéger la vie privée. Elles tentent de se poser en bon citoyen. Les leaders du numérique s'emploient à protéger leurs activités des réglementations à venir.

Mais paradoxalement, ils continuent d'aller vers de nouveaux marchés et de racheter des entreprises, comme Google avec le fabricant de bracelets connectés Fitbit.

### Cela implique une sorte de dualité...

Oui. Ces groupes ont en ce moment une identité double : ils reconnaissent devoir changer leurs pratiques, afin de repousser le front politique bipartisan qui s'oppose à eux et, simultanément, ils cherchent toujours à croître au maximum...

Leurs vieilles habitudes n'ont pas disparu, malgré le climat politique hostile. Cela vient peut-être de l'attitude des dirigeants du secteur, qui se disent : « Ce mauvais moment va passer. Il suffit de faire le dos rond en continuant à développer notre business, parce qu'à la fin, c'est nous qui aurons raison. » ■

PROPOS RECUEILLIS PAR  
AL. P.

## En Chine, le duel Alibaba-Tencent écrase l'Internet

**AU FIL DES ANS**, l'affrontement entre les géants de l'Internet chinois a pris un air de duel : Alibaba, fondé par l'exubérant Jack Ma, domine le commerce en ligne et, de plus en plus, le commerce physique. Tencent, bébé du discret Pony Ma, est le champion des réseaux sociaux avec l'omniprésent Wechat, mais aussi du divertissement : médias, films, jeux vidéo. Tous deux détiennent les portefeuilles électroniques utilisés massivement par les Chinois, Wechat Pay et Alipay. Aujourd'hui, Alibaba est valorisé 487 milliards de dollars (442 milliards d'euros) et Tencent 404 milliards, pas si loin de Facebook et ses 570 milliards de dollars. Une avance écrasante alors qu'aucune autre entreprise du Web n'atteint les 100 milliards de dollars.

D'autant qu'il est aujourd'hui difficile de réussir sans le soutien – et les millions de yuans d'investissements – de l'un ou de l'autre des deux

géants. Il suffit de regarder la carte des acteurs de l'Internet chinois pour s'en convaincre : derrière Alibaba, les numéros deux et trois du commerce en ligne, JD.com et Pinduoduo, sont détenus respectivement à 18 % et 16,9 % par Tencent. Le champion des réseaux sociaux est également présent dans la musique avec QQmusic, dans la vidéo avec Tencent Video, dans l'édition en ligne avec Tencent Literature, et domine le marché mondial des jeux vidéo, contrôlant les principaux studios mondiaux dont Riot Games, Ubisoft et Supercell.

### Baidu distancé par les deux géants

De son côté, Alibaba est présent dans les livraisons avec Ele.me, numéro deux du secteur ; dans la vidéo avec Youku ; dans les médias avec le quotidien hongkongais *South China Morning Post* ; dans la distribution avec des participations chez Suning, Sun Art, Carrefour. Et enfin dans les voitu-

res avec chauffeur avec Didi, l'une des rares start-up à compter les deux rivaux parmi ses investisseurs.

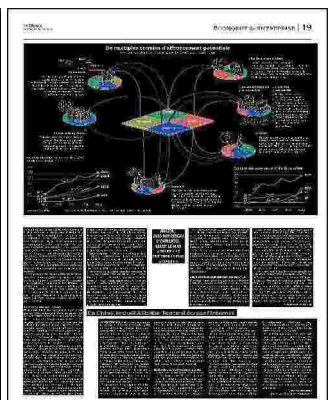
Quant à Baidu, le moteur de recherche qui fit un temps jeu égal avec les deux géants pour former le trio « BAT », il a été distancé depuis longtemps, faute d'avoir su négocier le passage au smartphone. Aujourd'hui, Baidu a la même valeur qu'en 2010, alors que celle de Tencent a été multipliée par dix depuis lors, tandis que celle d'Alibaba a doublé depuis son introduction en Bourse en 2014.

Pour trouver la concurrence, il faut plutôt regarder du côté des nouveaux venus : Meituan, entré en Bourse en 2018 à Hongkong, est une application à tout faire, un peu comme Alipay et WeChat : spécialisé dans la livraison de repas, Meituan offre aussi des services d'achat de tickets de cinéma ou d'agence de voyages, où il a pris, cette année, la place de numéro un du secteur en Chine.

Actuellement, Meituan vaut 67,5 milliards d'euros, contre 37 milliards pour Baidu. Mais Meituan est étroitement lié à Tencent.

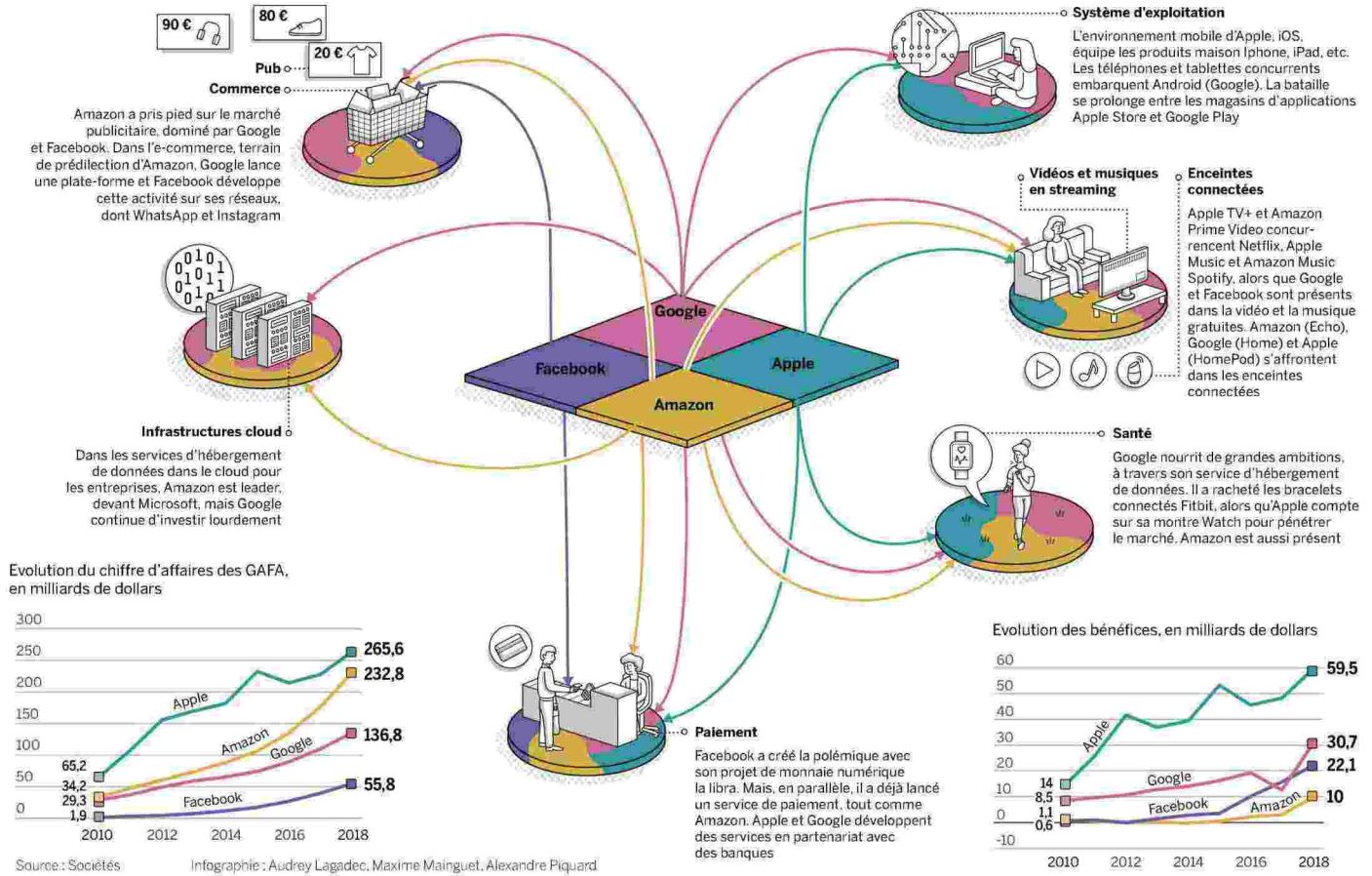
Le seul indépendant qui sorte vraiment du lot est ByteDance. La start-up la plus chère du monde (estimée à 70 milliards d'euros) est le champion du divertissement ciblé, grâce à de puissants algorithmes capable d'apprendre rapidement les préférences des utilisateurs. C'est le créateur de Jinri Toutiao, un agrégateur d'information, et de Douyin et TikTok, applications de vidéos courtes. L'entreprise est récemment passée devant Baidu et Tencent en matière de revenus publicitaires. Mais le numéro un reste Alibaba, qui, avec sa seconde introduction en Bourse à Hongkong le 26 octobre, pourrait bien dominer un peu plus l'Internet chinois. ■

SIMON LEPLÂTRE  
(SHANGHAÏ, CORRESPONDANCE)



## De multiples terrains d'affrontement potentiels

Les secteurs d'activité dans lesquels les GAFA se concurrencent



Larry Page, cofondateur de Google.  
BLOOMBERG VIA GETTY IMAGES



Jeff Bezos, PDG d'Amazon.  
CLODAGH KILCOYNE/REUTERS



Mark Zuckerberg, PDG de Facebook.  
STEPHEN LAM/REUTERS



Tim Cook, PDG d'Apple.  
STEPHEN LAM/REUTERS

# Amazon's expansive, creeping influence

BALTIMORE

## A look at Baltimore shows how the e-commerce giant reaches into daily lives

BY SCOTT SHANE

Another big Prime Air 767 takes off from Baltimore-Washington International Airport — where Amazon's shipping last year eclipsed that of FedEx and U.P.S. put together — and wheels above the old industrial city. Below, the online giant seems to touch every niche of the economy, its ubiquity and range breathtaking.

To the city's southeast stand two mammoth Amazon warehouses, built with heavy government subsidies, operating on the sites of shuttered General Motors and Bethlehem Steel plants. Computers track workers during grueling 10-hour shifts, identifying slow performers for firing. Those on the floor earn \$15.40 to \$18 an hour, less than half of what their unionized predecessors made. But in Baltimore's postindustrial economy, the jobs are in demand.

Near the Inner Harbor are the side-by-side stadiums of the Ravens football team and the Orioles baseball team, where every move on the field is streamed to Amazon Web Services for analysis using artificial intelligence. Football players have a chip in each shoulder pad, and baseball players are tracked by radar, producing flashy graphics for television and arcane stats for coaches.

In City Hall downtown and at Johns Hopkins University a few miles away, procurement officers have begun buying from local suppliers via Amazon Business — and even starred in a national marketing video for the company.

As federal regulators and Congress assess whether Amazon's market power should be curbed under antitrust laws — and whether, as some politicians argue, the company should be broken up — The New York Times has explored the company's impact in one American community: greater Baltimore.

Anirban Basu, a Baltimore economist who has studied the region for years, is skeptical of apocalyptic claims about Amazon, saying Sears and Walmart were both once seen as all-powerful. But he called Amazon a "profit-margin killer" and said it should be scrutinized, particularly because technological trends that include artificial intelligence, driverless trucks, drones and new payment systems all play to its advantage.

Ken Knight has felt Amazon's long reach. He plans to close his 152-year-old Baltimore houseware and hardware store, Stebbins Anderson, at the end of the year. He pins most of the blame on Amazon.

"It's put me out of business," said Mr.

Knight, 70. Mr. Knight is especially aggrieved by government subsidies to the company in the name of job creation; he will be laying off 40 employees.

Amazon insists, in an argument it is likely to use in antitrust proceedings, that its market power is nothing like what people imagine.

Yes, it accounts for 40 percent to 50 percent of online retail in the United States — but that is only 4 percent to 5 percent of total retail. (Walmart's revenue is still twice that of Amazon, though Amazon's total value on the stock market is the fourth largest among American companies, more than double Walmart's.) And while Amazon may sell nearly half of cloud-computing services, it points out that the cloud makes up a small fraction of information technology spending.

Baltimore offers in microcosm the contentious issues that Amazon's conduct has raised nationally. The erosion of brick-and-mortar retail. Modestly paid warehouse work and the looming job destroyer of automation. An aggressive foray into government and institutional procurement, driving local suppliers to partner with Amazon or face decline. A swift expansion in air cargo, challenging FedEx and U.P.S. And the steady conquest of the computing infrastructure that underlies commerce, government and communications, something like an electric utility — except without the regulation imposed on utilities.

Amy Webb, founder of the Future Today Institute, a strategy firm, who lives part time in Baltimore, said Amazon's impact only began with its retail platform.

"It's the invisible infrastructure that powers our everyday lives," said Ms. Webb, who examines Amazon in her book on the tech giants, "The Big Nine." "Most of us don't know 95 percent of what Amazon is doing."

### COMMERCE AND CULTURE

None of this was imaginable in 1994, when Jeff Bezos paged through a dictionary in search of a name for an online bookseller and stopped at "Amazon." Not only was it the largest river in the world by volume — it was four times bigger than the runner-up, which appealed to Mr. Bezos' outsize ambitions. Books were just the start.

Some 25 years later, fueled by customers' addiction to click-and-done convenience and speedy delivery, Amazon has quietly flowed into many areas of life, bringing to more and more arenas its tireless innovation, relentless focus on data, unforgiving employment prac-

tices and omnivorous competition. More than half of American households now have an Amazon Prime membership, and most shopping searches begin on Amazon, not Google. Globally, Amazon, whose critics call it the "apex predator"

of digital business, delivered 10 billion packages last year — more than the number of people on the planet.

Greater Baltimore accounts for 1 percent of Amazon's sales nationwide — just about its share of the population, according to data prepared for The New York Times by Rakuten Intelligence, which tracks e-commerce.

But as a transportation hub, with Interstate 95 and major rail lines converging near a busy port and airport, Baltimore punches above its weight — originating 2.38 percent of Amazon's shipments in the United States, Rakuten said.

Even with all that shipping and logistics, Amazon ranks just 14th among local employers, according to The Baltimore Business Journal. Yet like an online shopper who realizes one day that half his possessions came from Amazon, a Baltimorean who looks for the company's footprints can find them everywhere.

Through Amazon Web Services, the biggest provider of cloud computing, the company is building the country's digital backbone. A.W.S. employs a small staff of software engineers in Baltimore — the company declined to say how many — and provides the computing infrastructure for many institutions, from Johns Hopkins to the investment firm T. Rowe Price. Even the secretive National Security Agency, south of Baltimore at Fort Meade, acknowledged that it relied on A.W.S. "for various administrative and mission needs."

The arms of Amazon sometimes cross in unexpected ways. The Maryland Department of Human Services downtown partners with A.W.S. in a cloud-computing effort called MD Think, designed to streamline social services. At the same time, the department said, it provides food stamps to nearly 600 local Amazon employees, largely part-time warehouse workers.

### A NEW KIND OF ASSEMBLY LINE

Shaquetta Taylor, who goes by Shaq, scanned an item — a bag of glazed pecans. Her screen directed her to "Stow Item," and the digital clock started counting — 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 — as she found space for it in the robotic pod.

Ms. Taylor, 43, mother of two sons and grandmother of a 3-year-old, arrived four years ago at Amazon's warehouse awed by the company's cachet. "When I first came here, I thought, 'I'm not good enough for Amazon,'" she said, taking a brief break from Stow Station 3301.

But after a year, she was asked to become an "ambassador," helping out newer colleagues at this Amazon Fulfillment Center, shorthand name BWI2, built where G.M.'s Baltimore Assembly Plant operated for seven decades. Its scale is mammoth: 27 acres of floor space, 2,500 employees, 14 miles of speeding conveyor belts.

If Ms. Taylor doesn't make her num-



bers, she can be fired. She's thrived because she's fast and accurate over a demanding 10-hour shift with two half-hour breaks, one of them paid.

The warehouse is run by Preet Virdi, general manager and an Amazon true believer who moved from India to attend Georgia Tech 13 years ago. Mr. Virdi, 35, said his top priority was safety; a whiteboard recently listed 40 head injuries and 109 foot injuries so far in 2019.

The real boss is data, however. If the computers said Ms. Taylor or other "associates" are too slow or sloppy, they're out. And if Mr. Virdi doesn't make his numbers, he'll be out too.

That is nothing new in industrial practice. But Amazon, with an unparalleled mastery of digital tools and the coolly calculating tone set by Mr. Bezos, has brought it to a rare extreme.

Some workers thrive despite the pace. "The day goes by quick," said Robert Taylor, 51, a leader in the warehouse chapter of Glamazon, for L.G.B.T. employees.

Others falter. Sharon Black, 70, a veteran Baltimore activist who has held assembly-line jobs at G.M. and other plants, worked for a few months at BWI2 last year and found a striking difference: At Amazon, the computers ruled.

Ms. Black said she quit after two written warnings that she wasn't meeting productivity standards, knowing a third would get her fired.

"The machines determine so much," she said. "You're clocked from beginning to end. They grind through people."

Workers at Amazon who run into that kind of trouble have no unions to represent them — a shift from Baltimore's past.

In the G.M. plant's final years, line workers made an average of \$27 an hour, equivalent to more than \$35 today. G.M. workers could make \$80,000 annually with overtime, according to contemporary news reports, equal to \$102,000 in 2019 dollars.

The vehemently anti-union Amazon has raised its lowest hourly pay to \$15.40, which is a little over double the federal minimum wage, the company points out. But even a veteran worker at its BWI2 warehouse would have to put in considerable overtime to get to \$40,000 a year, less than half of what a G.M. worker could make in the past.

Nor are the job numbers comparable. The G.M. plant employed 8,000 at its peak; Bethlehem Steel employed 30,000. Amazon has a total of 4,500 workers at the two warehouses.

Amazon gets plenty of applicants. Its hourly pay is \$2 or \$3 higher than at many comparable employers, and benefits are also more generous: medical, dental and vision coverage and a retirement savings plan with a 50 percent match. The company will reimburse an employee up to \$3,000 a year for further education or give \$10,000 to start a busi-

ness delivering Amazon goods.

Under the circumstances, government officials here are grateful for Amazon's presence. The company has gotten \$65 million in tax incentives and loans to build the two big warehouses and related smaller facilities, according to the Maryland Department of Commerce.

The company said it had spent about \$1 billion on infrastructure in Maryland to date; hired about 7,000 full-time direct employees, nearly all at warehouses; and used contractors who hired another 2,100 people.

Despite the demanding nature of their jobs, many warehouse workers fear Amazon intends to replace them with robots. Amazon has begun testing machines that can pack boxes; and humans can be prone to injury, easily exhausted, eager to unionize and outspoken about gripes.

The robots that silently cruise through the warehouses, each carrying up to 1,200 pounds of purchases, are none of these things.

But Ms. Webb, the futurist and technology writer, said she believed Amazon had made a different discovery: that the job is presently more cheaply performed by humans than by robots.

"It's not that the robots are taking over," Ms. Webb said. "It's that we've been relegated to robot status."

## ONWARD AND UPWARD

Anyone who wants a glimpse of Amazon's expansive appetite might pay a visit to B.W.I. Airport. Workers are putting the final touches on a \$36 million, 200,000-square-foot building, financed with tax-exempt bonds, that will dwarf Amazon's current airport operations. There are bays for 93 tractor-trailers to load and unload at once.

The growth at what Amazon Air calls its "gateway" — one of 25 around the country — has been rapid. In 2016, Amazon Air, a new division, did not operate through B.W.I. The following year, Amazon moved more freight through the airport than either FedEx or U.P.S., the industry leaders. And in 2018, it loaded and unloaded 9,300 metric tons of goods at B.W.I., more than FedEx and U.P.S. combined, though globally their fleets remain far larger.

Although its Boeing 767s are often painted with the Prime Air logo, Amazon contracts its flying to several lower-profile operators, including Atlas Air, ABX Air, Air Transport International and Southern Air. Atlas Air, the biggest Amazon flyer, pays pilots about one-third less than FedEx or U.P.S.

Robert Kirchner, who recently retired as an Atlas pilot and now is a union negotiator, said Amazon's drive for speedy delivery was stretching the work force to the breaking point.

"Atlas' fatigue complaints are through the roof," Mr. Kirchner said.

Atlas, responding to questions from The Times, said its pilots got a "competitive total compensation package" and flew an average of 42 hours a month,

compared with an industry average of 53.

Drive five minutes from Amazon's new air cargo hub, and you find a humbler scene: a package delivery station surrounded by Prime tractor-trailers, unmarked white vans used by Amazon contractors and the flex drivers who load their cars with packages for what the industry calls the "last mile." Drivers use the Amazon Flex app to sign up for "blocks" — \$54 for delivering a certain number of packages between 7 a.m. and 10 a.m. on one recent day, or \$72 between 5:15 p.m. and 8:15 p.m.

Amazon just opened a second Baltimore delivery station. Every such station Amazon opens, said Marc Wulfraat, a supply chain consultant, means that about 40,000 packages a day, previously delivered by the United States Postal Service and other carriers, shift to Amazon's own operation.

One consequence is a steady shift of work from unionized Postal Service jobs to flex drivers, many of them struggling to get by. In August, the Postal Service explained a big third-quarter loss by saying in a filing that "certain major customers" were cutting back on package shipping. In Baltimore over the past two years, the Postal Service share of Amazon deliveries has dropped from about 60 percent to under 30 percent, according to Rakuten. Amazon's own share of its Baltimore deliveries has risen to 50 percent from 20 percent in 2017.

But the most profitable part of Amazon's operations has nothing to do with the clamor of warehouses, airports and trucks. All but invisible to the public, Amazon Web Services hums quietly in the background of a huge and growing slice of American life.

Countless Baltimore-area businesses, nonprofits and government programs use A.W.S. When Baltimoreans stream a movie on Netflix instead of Amazon Prime, they are still using Amazon — because Netflix relies on A.W.S.'s cloud computing. (The Times is also an A.W.S. customer.)

T. Rowe Price, the global investment firm headquartered on Baltimore's Inner Harbor, has steadily replaced its own information infrastructure with Amazon's service.

A.W.S., like its cloud competitors, is especially popular with tech start-ups, which can pay as they grow, said Chris Sachse, founder of ThinkStack, a Baltimore company that works closely with A.W.S. and provides cybersecurity and infrastructure consulting.

Mr. Sachse, who serves on a state work force development board, said he saw tech jobs as a potential path for Baltimoreans without higher education because they require expertise but not degrees.

"A college degree doesn't help you with A.W.S. because it's all brand-new," he said. "A lot of people think the death of industry has made it impossible to have middle-class jobs. I think we have a path to those middle-class jobs."



**Amazon “put me out of business.”**

KEN KNIGHT, who says he plans to close his 152-year-old Baltimore store.



**“The day goes by quick.”**

ROBERT TAYLOR on the pace of working at an Amazon warehouse.



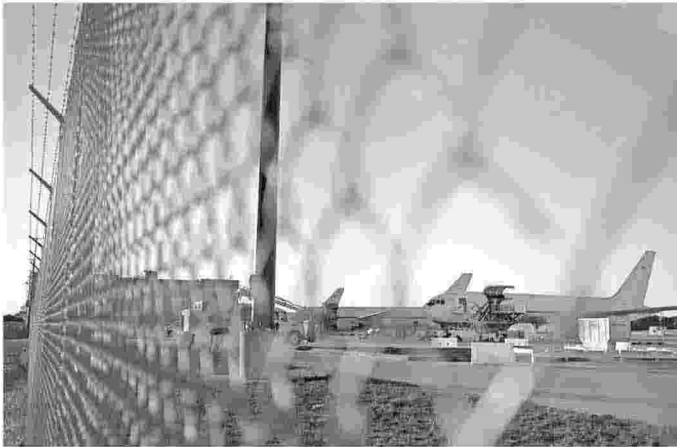
**“When I first came here, I thought, ‘I’m not good enough for Amazon.’ I became an ambassador about a year ago.”**

SHAQUETTA TAYLOR, a stower at BWI2, an Amazon warehouse.



**“This is all by the numbers. There’s no leeway.”**

SHARON BLACK, who left her job as a picker at BWI2.



Amazon cargo planes, left, at the Baltimore airport and an Amazon sorting warehouse, right. Baltimore handles 2.38 percent of Amazon's shipments in the United States.



The Inner Harbor of Baltimore. Amazon's operations in the city include warehouses, an airport cargo hub, government and business procurement and cloud computing services.

PHOTOGRAPHS BY GABRIELLA DEMCZUK FOR THE NEW YORK TIMES

# A better internet is waiting for us

**Annalee Newitz**

Contributing Writer

Social media is broken. It has poisoned the way we communicate with each other and undermined the democratic process. Many of us just want to get away from it, but we can't imagine a world without it. Though we talk about reforming and regulating it, "fixing" it, those of us who grew up on the internet know there's no such thing as a social network that lasts forever. Facebook and Twitter are slowly imploding. And before they're finally dead, we need to think about what the future will be like after social media so we can prepare for what comes next.

I don't mean brainstorming new apps that could replace outdated ones, the way Facebook did Myspace. I mean what will replace social media the way the internet replaced television, transforming our entire culture?

To find out what comes next, I went on a quest. I was looking for a deeper future than the latest gadget cycle, so I spoke to experts in media history, tech designers, science fiction writers and activists for social justice. I even talked to an entity that is not a person at all.

Collectively, they gave me a glimpse of a future where the greatest tragedy is not the loss of our privacy. It is the loss of an open public sphere. There are many paths beyond the social media hellscape, and all of them begin with reimagining what it means to build public spaces where people seek common ground.

I began on a steep, narrow street in San Francisco's North Beach, a neighborhood overlooking the Bay where beatniks used to hang out in the 1950s. It's miles away from techie-clogged SoMa, where Google employees eat their free lunches and the glowing Twitter sign looms over Market Street.

This is the home of Erika Hall's design firm Mule. She co-founded it 20 years ago, and she has watched the web move from the margins to the center of the business world. Back in the early aughts, companies were just trying to figure out how to have an "online presence." She and her team built websites and digital campaigns for them, using the principles of "user-centered" design to help people navigate the confusing new world of the internet.

"I absolutely believe that you can design interfaces that create more safe spaces to interact, in the same way we know how to design streets that are safer," she said.

But today, she told me, the issue isn't technical. It has to do with the way business is being done in Silicon Valley.

The problem, as most people know by now, is that tech companies want to grab a ton of private data from their customers without telling anyone why they need it. And this, Ms. Hall says, is bad design for users. It leaves them vulnerable to abuses like the Cambridge Analytica scandal, or to hacks where their data is exposed.

What's more, companies like Facebook and Twitter lack an incentive to promote better relationships and a better understanding of the news "because they make money through outrage and deception," Ms. Hall said. Outrage and deception capture our attention, and attention sells ads. "At a business model level, they are ad networks parasitic on human connection."

There is a lot of pressure on tech companies from the government as well as from activist employees to change what they do with user data. But that doesn't mean we're going to see an improvement. We might even see Facebook getting more comfortable with authoritarianism.

"They've already shown a willingness to do this — they've bent to the demands of other governments," said Siva Vaidhyanathan, a professor at the University of Virginia and author of a recent book, "Antisocial Media."

He predicts that we're about to see a showdown between two powerhouse social media companies — Facebook and WeChat. WeChat has more than one billion users in China and among Chinese diaspora groups, and their users have no expectation of privacy. Facebook has 2.4 billion users, dominating every part of the world except China. If Facebook wants to reach inside China's borders, it might take on WeChat's values in the name of competition.

As scary as that sounds, none of it is inevitable. We don't have to lose our digital public spaces to state manipulation. What if future companies designed media to facilitate democracy right from the beginning? Is it possible to create a form of digital communication that promotes consensus-building and civil debate, rather than divisiveness and conspiracy theories?

That's the question I posed to John Scalzi, a science fiction writer and enthusiastic Twitter pundit. His books often deal with the way technology changes the way we live. In "Lock In," for example, people with full body paralysis are given brain implants that allow them to interact with the world through robots — or even, sometimes, other people. The technology improves lives, but it also makes the perfect murder a lot easier.

Mr. Scalzi is fascinated by the unintended consequences that flow from new discoveries. When he thinks about tomorrow's technology, he takes the

perspectives of real, flawed people who will use it, not the idealized consumers in promotional videos.

He imagines a new wave of digital media companies that will serve the generations of people who have grown up online (soon, that will be most people) and already know that digital information can't be trusted. They will care about who is giving them the news, where it comes from, and why it's believable. "They will not be internet optimists in the way that the current generation of tech billionaires wants," he said with a laugh. They will not, he explained, believe the hype about how every new app makes the world a better place: "They'll be internet pessimists and realists."

What would "internet realists" want from their media streams? The opposite of what we have now. Today, platforms like Facebook and Twitter are designed to make users easy to contact. That was the novelty of social media — we could get in touch with people in new and previously unimaginable ways.

It also meant, by default, that any government or advertiser could do the same. Mr. Scalzi thinks we should turn the whole system on its head with "an intense emphasis on the value of curation." It would be up to you to curate what you want to see. Your online profiles would begin with everything and everyone blocked by default.

Think of it as a more robust, comprehensive version of privacy settings, where news and entertainment would reach you only after you opted into them. This would be the first line of defense against viral falsehoods, as well as mobs of strangers or bots attacking someone they disagree with.

The problem is that you can't make advertising money from a system where everyone is blocked by default — companies wouldn't be able to gather and sell your data, and you could avoid seeing ads. New business models would have to replace current ones after the demise of social media. Mr. Scalzi believes that companies will have to figure out ways to make money from helping consumers protect and curate their personal data.

This could take many forms. Media companies might offer a few cheap services with ads, and more expensive ones without. Crowdfunding could create a public broadcasting version of video sharing, kind of an anti-YouTube, where every video

is educational and safe for kids. There would also be a rich market for companies that design apps or devices to help people curate the content and people in their social networks. It's all too easy to imagine an app that uses an algorithm to help "choose" appropriate friends for us, or select our news.

This is where curation might go wrong, says Safiya Umoja Noble, a professor at the University of California at Los Angeles. She's the author of the groundbreaking work "Algorithms of Oppression," and was one of the first researchers to warn the public about bias in algorithms. She identified how data from social media platforms gets fed into algorithms, amplifying human biases about everything from race to politics.

Ms. Noble found, for example, that a Google image search for "beautiful" turned up predominantly young white women, and searches for news turned up conspiracy theories. Nevertheless, Facebook uses algorithms to suggest stories to us. Advertisers use those algorithms to figure out what we'd like to buy. Search engines use them to figure out the most relevant information for us.

When she thinks about the future, Ms. Noble imagines a counterintuitive and

elegantly simple solution to the algorithm problem. She calls it "slow media." As Ms. Noble said: "Right now, we know billions of items per day are uploaded into Facebook. With that volume of content, it's impossible for the platform to look at all of it and determine whether it should be there or not."

Trying to keep up with this torrent, media companies have used algorithms to stop the spread of abusive or misleading information. But so far, they haven't helped much. Instead of deploying algorithms to curate content at super-human speeds, what if future public platforms simply set limits on how quickly content circulates? It would be a much different media experience.

"Maybe you'll submit something and it won't show up the next minute," Ms. Noble said. "That might be positive. Maybe we'll upload things and come back in a week and see if it's there."

That slowness would give human moderators or curators time to review content. They could quash dangerous conspiracy theories before they lead to harassment or worse. Or they could behave like old-fashioned newspaper editors, fact-checking content with the people posting it or making sure they have permission to post pictures of someone. "It might help accomplish privacy goals, or give consumers better

control," Ms. Noble said. "It's a completely different business model."

The key to slow media is that it puts humans back in control of the information they share.

Before I chucked algorithms out altogether, I wanted to find out what our future media might look like if we let algorithms take over fully. So I contacted Janelle Shane, an algorithm designer and author of a book about (and named by) A.I., "You Look Like a Thing and I Love You." She has spent years creating humorous art with OpenAI's GPT-2 algorithm, a neural network that can predict the next word in text after learning from eight million web pages.

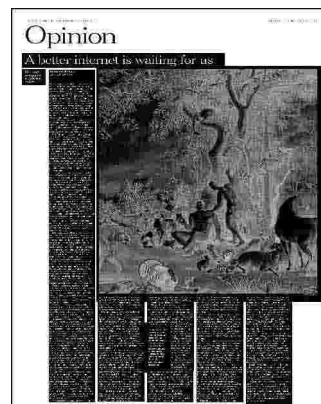
I asked Ms. Shane whether her algorithm could give us some text that might reveal something about the future after social media. She prompted the algorithm by feeding it the terms of service from Second Life, a virtual reality social network.

To generate its answers, GPT-2 drew on those terms of service along with everything it had learned from humans on the web. "In a sense, GPT-2 is based on just about every code of conduct on the internet, plus everything else on the internet," Ms. Shane told me. That means GPT-2 is as biased as every

NEWITZ, PAGE 12

Companies like Facebook and Twitter lack an incentive to promote better relationships and a better understanding of the news "because they make money through outrage and deception."

My quest to imagine a different reality.



# FBI Warns Of Data Risk in FaceApp

BY SARAH E. NEEDLEMAN

The Federal Bureau of Investigation warned that certain Russian-made software, including the viral hit FaceApp, pose a potential counterintelligence threat and could put Americans' private data at risk.

The FBI expressed the concerns in a letter sent to Chuck Schumer (D., N.Y.) that was released by the Senate minority leader on Monday.

The senator and Democratic National Committee in July urged the FBI and the Federal Trade Commission to investigate FaceApp for possible privacy violations due to its expansive terms of service.

FaceApp is a free mobile app that lets users upload photos of people's faces they can alter to appear older or younger.

"Russia's intelligence services maintain robust cyber exploitation capabilities," the FBI said in the letter.

A spokeswoman for the FBI declined to comment. The Russian Embassy in Washington couldn't be reached to comment.

FaceApp declined to comment on the FBI's letter.

A man who has identified himself as FaceApp's founder, Yaroslav Goncharov, said in a statement on Monday that his company doesn't sell or share data with third parties, and that all user data collected is stored in cloud servers and not transferred to Russia.



# Disney Film Wins Thanksgiving

By R.T. WATSON

Walt Disney Co.'s "Frozen 2" gobbled up the majority of box-office receipts on its way to a record-breaking Thanksgiving holiday weekend.

Bolstered by tremendous audience enthusiasm, the animated musical tale of sisters Elsa and Anna grossed \$123.7 million in the U.S. and Canada during the five-day weekend, according to preliminary studio estimates. That was easily enough to top the previous Thanksgiving-weekend record of \$110 million earned in 2013 by Lions Gate Entertainment Corp.'s "The Hunger Games: Catching Fire."

After two weekends in theaters, "Frozen 2" has made \$287.6 million in the domestic market, plus \$451 million overseas, bringing its worldwide total to \$738.6 million. The movie is well on its way to becoming Disney's sixth movie to gross more than \$1 billion globally this year.

"Frozen 2" helped narrow the gap between cumulative domestic box-office receipts in 2019 and 2018, a bumper year. After the five-day weekend, this year's total box-office receipts in the U.S. and Canada are behind last year by 5.6%. Before the holiday the deficit stood at 7%, according to media measurement company Comscore.

A cornucopia of movies fought over Disney's weekend leftovers. Lions Gate's "Knives Out" took second place behind "Frozen 2." Boasting both an all-star cast—including Chris Evans, Daniel Craig and Jamie Lee Curtis—and excellent reviews, the whodunit grossed



'Knives Out,' a Lions Gate whodunit with an all-star cast including Daniel Craig, took second place.

## Estimated Box-Office Figures, Through Sunday

FILM	DISTRIBUTOR	SALES, IN MILLIONS		
		WEEKEND*	CUMULATIVE	% CHG**
1. Frozen 2	Disney	\$123.7	\$287.6	-35
2. Knives Out	Lions Gate	\$41.7	\$41.7	—
3. Ford v Ferrari	Twentieth Century Fox	\$19	\$81	-16
4. A Beautiful Day in the Neighborhood	Sony	\$17.3	\$34.3	-11
5. Queen & Slim	Universal	\$15.8	\$15.8	—

\*Wednesday through Sunday (5 days) \*\*3-day v. 3-day Source: Comscore

\$41.7 million during the holiday weekend.

For Lions Gate—which had stood out in past Thanksgiving holiday weekends with its "Hunger Games" franchise but then last year bombed with a costly "Robin Hood" remake—

"Knives Out" offered another chance to build on what has largely been a turnaround year at the box office.

Powered by strong reviews, Disney's racing drama "Ford v Ferrari" cruised to third place, followed closely by Sony

Corp.'s "A Beautiful Day in the Neighborhood," which stars Tom Hanks as the beloved children's television host Fred Rogers. Both holdovers from previous weeks, the two films have so far grossed \$81 million and \$34.3 million, respectively.

"Queen & Slim," a gritty drama about a couple who go on the run after killing a policeman in self-defense, also opened over the holiday weekend.

The film—which cost about \$18 million to produce and is being distributed by Comcast Corp.'s Universal Pictures—grossed \$15.8 million during the holiday weekend, a decent total considering the movie was shown in about half as many theaters as the top-four-grossing titles.

# What's Behind One Big Screen

The owner of an independent theater struggles to make a living from his passion for movies

By CHRIS KORNELIS

**A**t noon on a Friday last spring, Craig Smith did something not many movie-theater owners do. He had a chat with his audience.

Before the showing of "A Star Is Born," Mr. Smith asked the six patrons in the 48-seat auditorium at the **Firehouse Theater** if they had seen the movie before. Then he told them a bit about the film, as well as a few other movies he'd be showing soon.

"Thanks for coming," he said before he stepped away. "I'll go start your movie."

That brief chat sums up Mr. Smith's vision for his two-screen cinema in Kingston, Wash., outside Seattle: a place that emulates the boutique, small-town theater experience he grew up with. He or one of his employees introduces each film most of the time. As a courtesy, he starts movies at their advertised showtimes, running previews in advance. And—one of the biggest draws—there is real butter on the popcorn.

But the chat also reflects the difficulty of owning an

It is a tough time to be in the theater business, of course, for big names as well as independents, in large part because of the increasing number of options people have for watching movies outside the theater. Box-office grosses are growing thanks to higher ticket prices, but fewer people are going to the movies.

The National Association of Theatre Owners clocked 1.3 billion tickets sold in the U.S. and Canada last year, down 17% from the peak in 2002, even though the figure was up almost 5% from the year before. Fewer tickets sold means fewer customers at the concessions stands, which operators like Mr. Smith count on for their profits.

Of the approximately \$210,000 to \$220,000 of Mr. Smith's ticket sales last year, most of that goes to the movie companies. Mr. Smith says that if he sells \$1,000 of tickets for "Captain Marvel," \$650 or \$700 goes to Disney. The rest gets eaten up by labor and utilities.

"I am really a concessionaire," he says. "I make my money on pop-

corn, not on the movie."

## Chowing down

Soda is the biggest moneymaker at the concession stand. A medium goes for \$5, and he pockets about \$4 of that. Theater-size servings of candy, such as Milk Duds, Mike and Ike and Kit Kat, cost him about \$1.15, and he sells them for \$3.50. His biggest seller is frozen Junior Mints.

As for the movie staple—popcorn—Mr. Smith goes out of his way to make it as appealing as possible.

"I have people who walk in here and buy it and don't see a movie," he says.

He uses Orville Redenbacher's kernels, which he believes taste best, even if they don't pop up as big as others. He uses coconut oil instead of canola, he says, because it tastes better and he believes it is healthier.

Critically, he uses real butter. Each month he goes through as much as 100 pounds of the stuff, which he buys at Costco. It is a pain to keep warm and it is more expensive than butter-flavored topping,

independent movie theater these days, as the vast bulk of moviegoers flock to large multiplexes with big, comfortable seats and other amenities. Mr. Smith has to win his audiences one customer (or in this case, six) at a time, focusing primarily on the movies themselves.

Mr. Smith, 65, is still paying off the projectors he bought a decade ago. Rent and labor costs eat up most of his revenue each month. To cut overhead, he works alone for most weekday matinees, as he did that Friday, and for later showings he relies on film-buff volunteers to help out his paid employees.

For all those efforts, Mr. Smith comes away with slim margins. He says he sells about 2,000 tickets a month—in a town of roughly 2,000 people—and he grossed \$300,000 last year, throwing off about \$18,000 in net profit, or 6%. He pays himself a \$1,000 bi-weekly salary, but only cashes his checks when the business can afford it—he's been holding back a lot lately—so he leans on his wife's income as a teacher and his own pay as a soccer coach to cover the household bills.

The theater's survival depends on a mix of customer loyalty, frozen Junior Mints and real butter.

"People travel to come here," he says, "because it reminds them of when they were a kid."

but, he says, you can't beat the taste.

All told, Mr. Smith sells a bucket of popcorn for \$9.95, and after paying for his ingredients (and the bucket), he clears around \$8, he says. But he sells four times as many small bags of popcorn as he does buckets; at \$4.95 a bag, he clears a bit more than \$4.

Extra butter costs patrons 75 cents. He'll sell bucket refills for \$2, and gives families plastic cups for easy sharing. "I came from a large family, and I know it's expensive," he says. "It's just an economical way for them to enjoy the experience."

Mr. Smith isn't so understanding about customers who sneak concessions in—which is a constant problem, as he sees from the wrappers in his garbage cans.

"The theatergoing experience is having something to eat when you watch the movie," Mr. Smith says. "And if you just can't afford it or you feel that we're overpriced for some reason, then go without. Respect us. When I catch people, I say: 'Hey, you know, this is how I make a

living, I don't appreciate that.' "

### Show time

Mr. Smith got into the independent-theater business after a long career running video and DVD rental stores. It was a natural fit: He has been a fan of the movies and movie theaters since he was a child. He used to walk to a local theater in the area when he was a teenager and go into Seattle to catch the latest arthouse film. He also studied acting and earned a degree in theater from the Evergreen State College in Olympia, Wash. "I believe in the art of cinema," he says.

In 2008, Mr. Smith spent \$400,000 turning an old firehouse into his movie theater. His vision was to re-create his childhood small-theater experience, the critical touch being an employee introducing each showing and engaging with the audience.

It is an experience he says helps distinguish him from the juggernauts, including the Regal Cinemas outpost 10 miles away.

Mr. Smith initially planned on showing independent and art-house films exclusively, and they continue to make up a little more than half of the films he shows. But he started showing blockbusters because there are so many people who want to see them. It just makes financial sense.

"I don't want to compete against the big corporate guys," he says. "But certain blockbusters you've just got to bring in, the big tentpole movies, like 'Star Wars.' "

Though Mr. Smith had some experience with movies, he struggled through his first year as a theater owner. So Mr. Smith hired a consultant at the urging of his landlord. In addition to suggesting he freeze Junior Mints, the consultant offered a lot of recommendations that Mr. Smith continues to deploy today.

The consultant taught him how to

package combos so that, for example, couples who once bought a medium and small soda buy two mediums. He also encouraged Mr. Smith to spread out evening show times by a few extra minutes to relieve tension and traffic in his parking lot.

In the years since he has opened, Mr. Smith has also figured out what show times his theater can support and staff accordingly. He used to run a lot of mid-afternoon showings, for example, but they weren't very popular. Cutting them saved him labor and utilities. (When he works alone, however, he can often break even with a tiny crowd, if they buy concessions.)

He also noticed that blockbusters are big popcorn sellers, but art-house fans don't buy as many buckets. So, he widened his concessions to include craft beer, wine and higher-end chocolate.

Another big lesson that Mr. Smith has taken away: The business is cyclical. In early summer, he'll have days when nobody will come for a showing, preferring sunshine to the inside of a theater. Then there is late summer, when customers are drawn to the air conditioning.

The winter brings its own peaks and valleys. A freak storm last year shut down the theater (and much of the town) for a full day, and he didn't show movies in the evenings for a week. For Christmas, though, "I'll have a \$10,000 weekend or something," he says.

### The price of admission

All of the seasonal ups and downs make it hard for Mr. Smith to predict his monthly revenue. His costs,

though, are fairly locked in.

His rent is \$4,600 a month, and he spends about \$4,000 a month on labor, which includes his own intermittent bi-weekly \$1,000 salary. Utilities set him back another \$700 a month.

He starts his handful of employees a little over minimum wage—\$12 an hour in Washington state, climbing to \$13.50 the first of the year. There is also a bookkeeper who works 20 hours a week for more than minimum and handles other jobs as well, such as ticket sales. A few community members who enjoy the theater volunteer to help him behind the counter in the 40 minutes or so between showings when things get crazy. They refuse payment—other than the occasional movie.

Over the years, the work has taken a toll on Mr. Smith. Several years ago, he had a heart attack while alone in his projection room. He made his way to the lobby, but his employee was in shock and couldn't call 911. Someone from the adjoining restaurant did.

"I ended up dying on the gurney. My heart stopped," he says. "I think I had been stressing for a long time."

The heart attack forced him to slow down, he says, but his health issues didn't go away; he ended up in the hospital twice for congestive heart failure. Mr. Smith says that he has tried to make mental adjustments to keep the pressure from getting too high.

"Don't sweat the small stuff," he says. "It's only money. You know what I mean? Manage your stress."

Ultimately, Mr. Smith is happy with his work—even though it is a low-margin business that hasn't been as lucrative as he'd hoped.

Besides "free" popcorn and Diet Dr Pepper, "I get to see movies," he says, adding, "And I get to entertain people who are very appreciative."

*Mr. Kornelis is a writer in Seattle. Email reports@wsj.com.*





From top:  
Owner Craig  
Smith in his  
element;  
moviegoers at  
the concession  
stand; a young  
fan (and friends)  
at a showing of  
'Frozen 2';  
employee, and  
former volunteer,  
Renee Myers  
serves popcorn.



### The big money is in snacks, not films.

●  
For theater owner Craig Smith, cost cutting is vital—that's why he works alone for most of the matinees on weekdays and leans on unpaid film-buff volunteers to help out at other times.



BOOKSHELF | By L. Gordon Crovitz

# In Competition We Trust

## United States v. Apple

By Chris Sagers

(Harvard, 325 pages, \$29.95)

Politicians and social critics who worry about “the curse of bigness”—and vow to rewrite antitrust law to break up Facebook and Google—forget what happened the last time the government used the law against a Silicon Valley company. In 2012 the government successfully sued Apple for daring to compete with Amazon in selling e-books. The unintended result was not exactly a victory for the consumer or for competition: the continued dominance of Kindle, Amazon’s e-book format and reading device; increased e-book prices; and suppressed e-book innovation.

Chris Sagers, a law professor at Cleveland State University, explains in “United States v. Apple: Competition in America” what he sees as confusion about antitrust law. His analysis can be helpful—he notes the long history of companies invoking claims of “predatory pricing” as a cudgel against more efficient competitors and stresses that consumers often benefit when industries and companies are driven out of business—but he is confused about the case itself.

His thesis is that Apple’s entry into the e-book market was so clearly a violation of antitrust law that critics of the case must not believe in competition. But critics object to an interpretation of antitrust law that ended up punishing Apple for introducing a new pricing approach—an approach that is now common in every other area of online sales. Mr. Sagers forgets the guardrail rule of antitrust: Don’t bring cases against innovations that create more competition.

Consumers were delighted when Amazon launched its Kindle e-reader in 2007, and book publishers were happy to sell books in digital form. But there was an unusual feature. In its selling of e-books, Amazon operated according to the same pricing arrangement that had governed the sale of print books—that is, it bought e-books wholesale and chose its own price for them, just as bookstores had long done with print books. Brick-and-mortar bookstores needed this pricing flexibility for many reasons, not least to clear their inventory of unsold books by means of lower prices. The arrangement let Amazon sell e-books for years as a loss-leader—at the low price of \$9.99—to boost profitable sales of its Kindle devices.

Around the same time, Apple had set about licensing music, video and games so that consumers would have reasons to buy its iPad. Apple realized that, for digital goods, there was no reason to follow the wholesale model. It could simply set up a revenue-sharing formula. Content owners and app developers—think of an iPad or iPhone game, such as “Minecraft” or “Fortnite,” that offers premium features—could pick their own price, even choosing to offer content

free, and Apple would take 30% of any sales as a commission.

When Steve Jobs decided to include e-books on the iPad in 2010, Kindle had a 90% market share. So book publishers were again delighted—that Apple would be entering the market with its revenue-share model and letting publishers set the prices for their e-books. The largest publishers met among themselves to agree on the terms for licensing their books to Apple. The government sued, claiming an unlawful conspiracy masterminded by Apple.

Mr. Sagers sees this as an open-and-shut case of an unlawful pricing conspiracy and expresses surprise that there was so much support for the book publishers and Apple. He rightly dismisses the self-serving argument that books are so culturally important that publishers and Apple deserved an antitrust exemption. He is also right to note that Amazon was not, despite its huge market share, an unlawful monopolist—big is not always bad.

This view contrasts with the argument of some academics and politicians, such as presidential candidate Elizabeth Warren, who want to reverse the long-standing aim of antitrust law: to maximize benefits to consumers. Their crusade, sometimes cheekily labeled “Hipster Antitrust,” would ignore the economic analysis of antitrust and redefine the law to prosecute companies for supposed social or political sins, even if the result harms consumers. Whatever the frustrations with Facebook and Google, it is surely better to address them by leaving antitrust law alone and instead enact digital-era privacy rules and clarify the property rights of individuals to their own data.

Mr. Sagers believes that opposition to the Apple case shows that Americans are ambivalent about competition. There are times, he says, when “competition seems destructive.” When antitrust law requires firms to compete in such circumstances, then “antitrust itself has seemed like a failure.” The government claimed that Apple conspired with book publishers, risking higher prices, but the case was perceived as a government favor to Amazon, which it was.

Indeed, people objected to the Apple case because it was ill-advised—limiting consumer choices and blocking lower prices. Appeals Court Judge Dennis Jacobs made this point, writing in his 2015 dissent that Apple’s conduct “immediately deconcentrated the e-book retail market, added a platform for reading e-books, and removed barriers to entry by others.” With Apple in the game, Amazon’s 90% market share fell to 60%. Now it’s back up to 83%, according to the latest industry estimate. As competition decreased, prices increased. The typical price for a Kindle best seller is now in the range of \$14.95.

Punishing Apple also suppressed innovation. Newspapers and magazines now offer digital versions with interactive features and enhanced premium products. In contrast, almost all e-books are still print books posted online. Judge Jacobs noted the opportunity cost. The iPad “integrated cutting-edge functions and applications,” and it was “impossible to know the likely course of innovation” if courts had left the iPad free to develop new kinds of e-books.

The Apple case violated the first rule of antitrust: First, do no harm. It’s also a warning against Hipster Antitrust, embraced by those who want to micromanage business by claiming “big is bad” and to substitute their opinion about how markets should work for how markets actually work.

*Mr. Crovitz, a former publisher of The Wall Street Journal, is co-CEO of NewsGuard, which rates news brands based on their journalistic reliability.*

**The government’s case against book publishers and Apple, pursued in the name of antitrust, ended up increasing prices and limiting choice.**

