

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica Anica				
1	Il Foglio	07/03/2020	TUTTI A CASA	3
6	Il Manifesto	07/03/2020	APERTA SOLO LA META' DELLE SALE, RISPETTO AL 2019 INCASSI -89,95% (A.br.)	5
10	Il Sole 24 Ore	07/03/2020	MOSTRE E VISITE CULTURALI IN CALO DELL'80% (A.Biondi)	6
	AGENZIE	07/03/2020	AGENZIE INTEGRAZIONE	7
Rubrica Anica Web				
	Bitcity.it	06/03/2020	CORONAVIRUS, CONFINDUSTRIA CULTURA ITALIA: SOSTENERE L'INTERO SETTORE	9
	Huffingtonpost.it	06/03/2020	UN COLPO AL CUORE PER L'INDUSTRIA CULTURALE ITALIANA	11
	Imgpress.it	06/03/2020	EMERGENZA CORONAVIRUS: CONFINDUSTRIA CULTURA ITALIA CHIEDE AL GOVERNO INTERVENTI URGENTI A SOSTEGNO	13
	It.finance.yahoo.com	06/03/2020	CORONAVIRUS, ANICA: E' EMERGENZA PER SETTORI PRODUZIONE CINEMA	15
	Primaonline.it	06/03/2020	CORONAVIRUS, CONFINDUSTRIA CULTURA: QUESTA CRISI E' UNA CALAMITA'; SERVONO INTERVENTI URGENTI A SOSTE	16
	RbCasting.com	06/03/2020	CORONAVIRUS, ANICA: EMERGENZA PER TUTTI I SETTORI DELLA PRODUZIONE	17
	Repubblica.it	06/03/2020	CORONAVIRUS, LA CRISI DEL CINEMA E L'OBBLIGO DI SEDERSI A POSTI ALTERNATI	18
	Tradebiz.it	06/03/2020	CONFINDUSTRIA CULTURA ITALIA CHIEDE INTERVENTI URGENTI AL GOVERNO	21
	Wired.it	06/03/2020	IL CORONAVIRUS RIBALTA TUTTI I PIANI DI HOLLYWOOD: BLOCKBUSTER RINVIATI, SET ITALIANI CHIUSI	23
	Zazoom.it	06/03/2020	UN COLPO AL CUORE PER L'INDUSTRIA CULTURALE ITALIANA	28
Rubrica Cinema				
6	Il Sole 24 Ore	06/03/2020	Int. a G.Leone: PRODUTTORI TV: "SONO A RISCHIO SERIE E PROGRAMMI" (A.Biondi)	29
25	Corriere della Sera	07/03/2020	Int. a A.Anile: LA FOTO (RECUPERATA) DI ALBERTO SORDI CON STANLIO E 01110 (A.Fulloni)	30
49	Corriere della Sera	07/03/2020	L'ITALIA DELLA LENTEZZA IN UN FILM (R.Franco)	31
17	Il Mattino	07/03/2020	"RICOMINCIO DALLA TV" (F.Scorcucchi)	32
23	Il Mattino	07/03/2020	CINEMA, VOLONTARI E PALLONE: QUELLI CHE NON SI FERMANO (G.Covella)	34
37	Il Mattino	07/03/2020	"TRASH", E' MADE IN NAPLES IL PRIMO CARTOON SUI RIFIUTI (G.Chianelli)	38
25	Il Tempo	07/03/2020	AL CINEMA GRANDI SUCCESSI SCONTATI CON IL POP CORN EXTRA	39
14	Italia Oggi	07/03/2020	IL CINEMA DI BESSON CEDUTO AGLI AMERICANI (A.Ratti)	40
20	Italia Oggi	07/03/2020	DISNEY, RICA VI A 310 MIN (-4,1%) (C.Plazzotta)	41
23	La Gazzetta del Mezzogiorno	07/03/2020	IO, TRA I MIGRANTI IN UN FILM TUTTO AL FEMMINILE (N.Tamberlich)	42
XVI/	La Gazzetta del Mezzogiorno	07/03/2020	IL CINEMA E IL VIRUS SI ENTRA IN COPPIA SI VEDE IL FILM SEPARATI (N.Morisco)	43
XVII	La Gazzetta del Mezzogiorno	07/03/2020	CIAK, IN PUGLIA NON SI GIRA LO STOP AI SET (I.Mora)	44
96	Panorama Icon (Panorama)	01/03/2020	ARRIVA UN'ARIA NUOVA PER IL CINEMA? (M.Mancuso)	45
Rubrica Audiovisivo & Multimedia				
8	Avvenire	07/03/2020	IN TELEVISIONE CAMBIO PROGRAMMA (A.Calvini)	46
33	Il Giornale	07/03/2020	E PER IL VIRUS DAI PALINSESTI SPARISCONO I FILM CATASTROFICI (P.Armocida)	47
19	Il Messaggero	07/03/2020	"SEX EDUCATION", SU NETFLIX LA SERIE PIU' IRONICA (I.Ravarino)	48
23	Il Messaggero	07/03/2020	DISNEY+ SI SVELA TRA CLASSICI ANIMATI E SUPEREROI MARVEL	50

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica Audiovisivo & Multimedia				
1	Italia Oggi	07/03/2020	<i>CORONAVIRUS: I BRAND DEBBONO PUNTARE SULLE INIZIATIVE SOCIALI</i>	51
17	Italia Oggi	07/03/2020	<i>ESSELUNGA: 2,5 MIN AGLI OSPEDALI E CONSEGNE GRATIS AGLI ANZIANI</i>	53
19	Italia Oggi	07/03/2020	<i>COVID-19, ASSARMATORI: UNA CABINA DI REGIA E STOP ALLA TASSA DI ANCORAGGIO</i>	54
19	Italia Oggi	07/03/2020	<i>DEBUTTA IL BRAND WINDTRE (A.Secchi)</i>	55
20	Italia Oggi	07/03/2020	<i>DISNEY+ AL VIA NELLA PENISOLA CON 25 CONTENUTI ESCLUSIVI</i>	56
22	Italia Oggi	07/03/2020	<i>CHESSIDICE IN VIALE DELL'EDITORIA</i>	57
1	La Repubblica	07/03/2020	<i>GOVERNO: GARE IN CHIARO MA LA SERIE A DICE NO (F.Vanni)</i>	58
28	Libero Quotidiano	07/03/2020	<i>LA RAI SI TRASFORMA IN VIDEO-SCUOLA (M.Pezzi)</i>	60
28	Milano Finanza	07/03/2020	<i>BISCIONE AL TEST DEL M&A (A.Montanari)</i>	61
Rubrica Internazionale Web				
	Screenrant.com	07/03/2020	<i>EARLY BLACK WIDOW BOX OFFICE PROJECTIONS PREDICT \$115M OPENING WEEKEND</i>	63
	Hollywoodreporter.com	06/03/2020	<i>BOX OFFICE: 'ONWARD'BATTLING TO HIT \$40M IN U.S. OPENING CHRISTINA AGUILERA RETURNS TO DISNEY ROOTS</i>	67
	Hollywoodreporter.com	06/03/2020	<i>GEENA DAVIS' BENTONVILLE FILM FEST PUSHED BACK AMID CORONAVIRUS CONCERNS BOX OFFICE: 'ONWARD'BOUNDS</i>	69
	Screendaily.com	06/03/2020	<i>UK BOX OFFICE PREVIEW: ONWARD GOES FORTH AGAINST MILITARY WIVES</i>	70
	TheWrap.com	06/03/2020	<i>ONWARD' CONJURES \$2 MILLION AT THURSDAY BOX OFFICE</i>	74
	Variety.com	06/03/2020	<i>BOX OFFICE: ONWARD' MAKES \$2 MILLION ON THURSDAY NIGHT</i>	75
	Variety.com	06/03/2020	<i>PIXAR'S ONWARD' CASTING SPELL WITH \$40 MILLION BOX OFFICE OPENING</i>	77
Rubrica Internazionale				
27	The Economist	13/03/2020	<i>APOCALYPSE SOON</i>	79
27	Frankfurter Allgemeine Zeitung	07/03/2020	<i>BYTEDANCE BIETET NEUE STREAMING-APP</i>	80
26	Le Figaro	07/03/2020	<i>BASCULE'E SUR LE WEB, LA CHAÎNE BBC 3 POURRAIT REVENIR A' LA TELEVISION</i>	81
36	Le Figaro	07/03/2020	<i>ALERTE AU CORONAVIRUS DANS "PLUS BELLE LA</i>	82
9	The New York Times - International Edition	07/03/2020	<i>WHAT IF EVERYONE STAYS INSIDE? (A.Goolsbee)</i>	83
1	Wall Street Journal Usa	07/03/2020	<i>GLOBAL OUTBREAKS ARE LIKELY TO INCREASE, EXPERTS SAY</i>	85
1	Wall Street Journal Usa	06/03/2020	<i>WORKPLACE TECHNOLOGY -OFFICE 2030</i>	87
4	Wall Street Journal Usa	06/03/2020	<i>BUSINESS & FINANCE-TIKTOK EXECUTIVE IS ADDED TO GUARD APP USERS' DATA</i>	89
4	Wall Street Journal Usa	06/03/2020	<i>WORKPLACE TECHNOLOGY -WHAT COMPANIES NEED TO KNOW WHEN INTRODUCING NEW TECHNOLOGY</i>	90

Tutti a casa

Cinema e teatri chiusi o deserti per paura del contagio, eventi rinviati o cancellati. Con qualche vantaggio

Gli imperturbabili sono il direttore e gli organizzatori del Festival di Cannes, in programma dal 12 al 23 maggio. Ieri è arrivata la conferma dell'accredito, con la

DI MARIAROSA MANCUSO

data della conferenza stampa, il 16 aprile. Sembrava la risposta un po' stizzita a Variety, che qualche giorno prima aveva scritto: "Il coronavirus minaccia anche Cannes". Sono vietati gli assembramenti particolarmente numerosi, dicono le regole imposte da Macron. E il festival - i festival - è un gigantesco assembramento di gente che attende almeno mezz'ora in file serrate, poi va in sala e ci rimane un paio d'ore, litigandosi il bracciolo con vicini spesso debordanti e scarsi di doccia. Vale per i 4.000 giornalisti. A cui bisogna aggiungere almeno i 10.000 buyer accreditati per il Marché du Film.

Tutti gli altri hanno fatto marcia indietro. Chiudendo i cinema e i teatri, cancellando le anteprime e le uscite cinematografiche, contingentando le entrate nei musei, rinviando a data da destinarsi i tour promozionali degli scrittori. Spostando le manifestazioni (quando era possibile), o addirittura cancellandole: è il caso di "Libri come" a Roma, l'apertura era in programma il 12 marzo all'Auditorium. Quel giorno sarà dato l'annuncio dei 12 candidati che si disputeranno poi la quinta del Premio Strega. Speriamo non assistano tutti i 54 romanzieri entrati nella long list: una piccola folla che sfida ogni norma adottata per il contenimento dell'epidemia.

(segue nell'inserto XI)

Popcorn

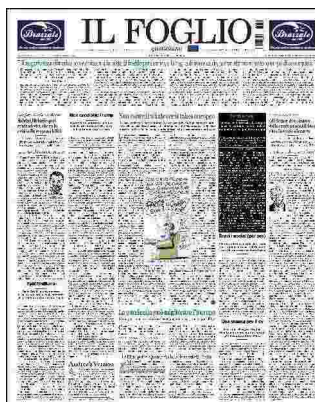
(segue dalla prima pagina)

I dati provengono da Confindustria Cultura Italia, che riunisce le associazioni dell'editoria (Aie), della musica (Afi, Fimi, Pmi), del cinema e audiovisivo (Anica, ApaA, Univideo) e dei servizi per la valorizzazione del patrimonio culturale (Aicc). Il presidente Innocenzo Cipolletta chiede "Fate presto". Sono stati cancellati oltre 7.000 spettacoli dal vivo: la perdita economica solo per la musica ammonta a dieci milioni e mezzo di euro, il cinema ha avuto un calo del 75 per cento, parlando di incassi (con un record negativo l'altro ieri, del 90 per cento). 324 mila persone contro il milione che avevano frequentato le sale nello stesso periodo dell'anno scorso. Le vendite dei libri sono calate del 25 per cento, con punte del 70 nelle regioni più colpite.

"No Time to Die", l'ultimo film di James Bond che sarebbe dovuto uscire in aprile (ogni battuta sul titolo è già stata fatta, astenersi se non sono brillantissime), slitta prudentemente a novembre. Privando le sale cinematografiche di un sicuro richiamo per le folle. Ma appunto, son le folle che vanno evitate. Da ieri circola la fotografia di un cinema romano - e non è l'unico - dove una poltrona su due è sbarrata dal naso adesivo. Andare al cinema si può, ma ben distanziati (sarà così, annunciano, anche alle anteprime). Non c'è da stupirsi se qualche esercente ha deciso di chiudere - si fa prima. Ecco perché stanno uscendo quasi solo film di nicchia. Con l'eccezione di Giorgio Diritti e il suo "Volevo nascondermi", sul pittore Antonio Ligabue: c'era da sfruttare il traino della Berlinale e l'Orso d'argento vinto da Elio Germano. Ottime le critiche, ma non avrebbe comunque attirato le masse popolari. Paziente zero, il film di Carlo Verdone (in basso nella foto LaPresse), "Si vive una volta sola", destinato a una lunga quarantena: non è il momento di vedere chirurgici e anestesisti che architettano scherzi crudeli.

Si auspicano dunque sostegni economici e soprattutto spintarelle culturali. Già partito l'hashtag #leggiunbuonlibro, dove quel "buon" è la solita spina nel fianco. Ma almeno adesso che siamo in quarantena, si potrà dire che i libri sono un divertimento, non una punizione? Gianrico Carofiglio suggerisce come atto di resistenza culturale "entrate in libreria e comprate un libro" (non importa se ne avete già uno a casa). Altri sperano che i consumi librari siano davvero anticiclici: l'economia scende e le vendite dei libri salgono.

Restano un paio di cattivi pensieri. Presentare i libri come "il passatempo che vi resta quando non potete fare proprio niente altro" non è proprio un geniale lancio pubblicitario. Non lo è neppure: "Andate al cinema per sostenere il prodotto nazionale e i lavoratori dello spettacolo" (sa tanto di scarpe autarchiche con la suola di sughero). Non si piangono neppure le decine di presentazioni librerie cancellate (ancora in forse i festival balneari): la più diffusa pratica sostitutiva della lettura.





I DATI CINETEL POST ORDINANZA

Aperta solo la metà delle sale, rispetto al 2019 incassi -89,95%

■ I dati Cinetel sulla giornata del 5 marzo - la prima post ordinanza - illustrano il momento peggiore per le nostre sale: l'incasso totale dei cinema è di 105.203 euro, meno 89,95% rispetto alla giornata analoga del 2019, in cui il box office complessivo ammontava a 1.046.867 euro.

A restare aperti dopo il decreto sono 1.946 schermi: la metà a confronto con l'anno scorso, quando se ne contavano 3.893. Un altro dato rende conto dell'emorragia: gli ingressi al cinema di ieri sono stati 18.865, nel 2019 erano 129.470. In testa a questo box office ai tempi della crisi Coronavirus c'è *Volevo nascondermi* di Giorgio Diritti, uscito il 4 marzo sfidando il clima generale e la chiusura delle sale del nord, e che ieri ha totalizzato 19.165 euro. L'anno precedente il film più visto era *Captain Marvel* con un incasso di 537.485 euro. Anche rispetto alla settimana scorsa -

quando già era stata imposta la chiusura delle sale nelle regioni e province del nord più colpite - il confronto è impietoso: gli incassi sono ulteriormente scesi del 44.10%.

E A VENIRE gravemente colpiti dall'emergenza non sono solo le sale, ma i film stessi e chi ci lavora: ieri la presidente della sezione produttori dell'Anica (Associazione nazionale industrie cinematografiche audiovisive e multimediali) Francesca Cima ha convocato una riunione «per affrontare i drammatici problemi legati all'emergenza Coronavirus che stanno colpendo tutti i settori della produzione», e durante la quale si è concordata l'istituzione di «un urgente tavolo di lavoro tecnico di tutti i settori della produzione, anche per stimolare il governo a fornire chiarificazioni e risposte indispensabili per scongiurare la completa paralisi del settore». (g. br.)





C'è folla solo per vedere il Raffaello. La mostra alle Scuderie del Quirinale per i 500 anni dalla morte di Raffaello

Mostre e visite culturali in calo dell'80%

CULTURA

Cipolletta (Cci): «Danni rilevanti su investimenti e sul versante liquidità»

Andrea Biondi

L'elenco dei contraccolpi da coronavirus è nutrito. Si va dalla cancellazione dei concerti, all'annullamento di festival ed enti fieristici, alla chiusura delle sale cinematografiche, alla sospensione delle produzioni audiovisive nazionali e internazionali (si veda *Il Sole 24 Ore* di ieri), alla disdetta di mostre e visite culturali «con presenze nei musei che non raggiungono il 20% di quelle normalmente registrate». Quindi c'è un 80% di quelle presenze andato perduto nel gorgo di un Covid-19 che sta inghiottendo ricavi e tenuta di un'economia sempre più in tensione.

Il presidente di Confindustria Cultura Italia (Cci), Innocenzo Cipol-

letta, non nasconde la preoccupazione. E del resto il rosario dei colpi da coronavirus ormai si sgrana come una giaculatoria. «In generale il congelamento di attività o iniziative già programmate sta generando danni economici assai rilevanti su tutto il territorio nazionale, stravolgendo investimenti e sviluppo delle industrie per quest'anno e, probabilmente, anche per quelli a venire e generando una crisi di liquidità per le aziende del settore», dice il presidente della Federazione che riunisce le associazioni di editoria (Aie); musica (Afi, Fimi, Pmi); cinema e audiovisivo (Anica, Apa, Univideo); servizi per la valorizzazione del patrimonio culturale (Aicc).

È in questo quadro che si inserisce la lettera inviata al premier Giuseppe Conte, al ministro dell'Economia Roberto Gualtieri, al ministro dei Beni culturali Dario Franceschini e al titolare dello sviluppo economico, Stefano Patuanelli. Una missiva con un nutrito *cahier de doléances*, unito però a richieste e suggerimenti per

affrontare la situazione o comunque, permettere di attenuare la sofferenza di un nodo che sembra sempre più stringersi al collo delle aziende.

La nota di Confindustria Cultura Italia lascia poco spazio a dubbi: incassi cinematografici crollati del 75%; ben 7.400 spettacoli dal vivo saltati provocando perdite di incassi pari a 10,5 milioni di euro per i soli eventi musicali; calo di vendite per i libri del 25% con punte del 50% e oltre in Lombardia, Veneto ed Emilia. «Sono dati che parlano da soli e disegnano un quadro che non sapremmo definire altro che di crisi grave e profonda», dichiara in un'altra nota il presidente dell'Aie, Ricardo Franco Levi, che chiede misure «da adottare con urgenza» come «la detrazione fiscale degli acquisti di libri, la ricostruzione della dotazione di 18App, un rafforzamento del fondo destinato alle famiglie bisognose per i testi scolastici fermo da vent'anni alla cifra di 103 milioni di euro».

Non può non essere evidente a tutti che per il comparto culturale -

che ha a che fare con il pubblico e con la sua capacità di spesa ma anche di partecipazione agli eventi - la situazione, dicono da Confindustria Cultura Italia, ha i tratti della calamità.

Da qui le misure suggerite dalla gravità della situazione. Innanzitutto quelle volte a garantire liquidità alle imprese: la sospensione del pagamento dei contributi previdenziali e delle imposte, e una maggiore attenzione da parte del sistema bancario per l'accesso al credito. Sul fronte lavoro: l'istituzione della Cigs per i lavoratori delle imprese del settore anche dove non già prevista. Altro intervento: la necessità di assicurare in modo rapido i pagamenti da parte della Pubblica amministrazione.

Il carattere è quello dell'urgenza, con la necessità, conclude Confindustria Cultura, di sostenere una domanda di prodotti culturali «per scongiurare il rischio che i cambiamenti di comportamento di consumo contingenti diventino strutturali al termine dell'emergenza».

RIPRODUZIONE RISERVATA

9COLONNE - CINEMA, ANICA: EMERGENZA PER TUTTI SETTORI PRODUZIONE

Questa mattina, si è tenuta presso la sede dell'ANICA una riunione convocata dalla Presidente della Sezione dei Produttori ANICA, Francesca Cima, durante la quale sono stati affrontati i drammatici problemi legati all'emergenza Coronavirus che stanno colpendo tutti i settori della produzione. La riunione, tenutasi in audio conferenza, ha coinvolto i produttori cineaudiovisivo di APA e APE. Al termine dell'incontro - si legge in una nota - si è convenuto di istituire un urgente tavolo di lavoro tecnico di tutti i settori della produzione, anche per stimolare il Governo a fornire chiarificazioni e risposte indispensabili per scongiurare la completa paralisi del settore. Il tavolo di lavoro si riunirà nuovamente lunedì prossimo 9 marzo.

ANSA - CORONAVIRUS: ANICA, EMERGENZA IN TUTTI SETTORI PRODUZIONE

I drammatici problemi legati all'emergenza Coronavirus che stanno colpendo tutti i settori della produzione sono stati al centro di una riunione tenuta presso la sede dell'Anica e convocata dalla presidente della sezione dei produttori, Francesca Cima. La riunione, tenutasi in audio conferenza, ha coinvolto i produttori cineaudiovisivo di Apa e Ape. Al termine dell'incontro si è convenuto di istituire un urgente tavolo di lavoro tecnico di tutti i settori della produzione, anche per stimolare il governo a fornire chiarificazioni e risposte indispensabili per scongiurare la completa paralisi del settore. Il tavolo di lavoro si riunirà nuovamente lunedì 9 marzo.

ASKANEWS - CORONAVIRUS, ANICA: È EMERGENZA PER SETTORI PRODUZIONE CINEMA GOVERNO FORNISCA RISPOSTE PER EVITARE PARALISI COMPARTO

L'emergenza del Coronavirus rischia di paralizzare tutti i settori della produzione nel cinema. A lanciare l'allarme è l'Anica che chiede al Governo di fornire risposte adeguate. "Questa mattina - si legge in una nota - si è tenuta presso la sede dell'Anica una riunione convocata dalla Presidente della Sezione dei Produttori Anica, Francesca Cima, durante la quale sono stati affrontati i drammatici problemi legati all'emergenza Coronavirus che stanno colpendo tutti i settori della produzione. La riunione, tenutasi in audio conferenza, ha coinvolto i produttori cineaudiovisivo di Apa e Ape. Al termine dell'incontro si è convenuto di istituire un urgente tavolo di lavoro tecnico di tutti i settori della produzione, anche per stimolare il Governo a fornire chiarificazioni e risposte indispensabili per scongiurare la completa paralisi del settore. Il tavolo di lavoro si riunirà nuovamente lunedì prossimo 9 marzo".

DIRE - CORONAVIRUS. ANICA: ISTITUITO TAVOLO CRISI CONTRO PARALISI SETTORE "STIMOLARE GOVERNO A DARE RISPOSTE"

"Questa mattina, si è tenuta presso la sede dell'Anica una riunione convocata dalla presidente della Sezione dei Produttori Anica, Francesca Cima, durante cui sono stati affrontati i drammatici problemi legati all'emergenza Coronavirus che stanno colpendo tutti i settori della produzione. La riunione, che si è tenuta in audio conferenza, ha coinvolto i produttori cineaudiovisivo di Apa e Ape". È quanto si legge in una nota dell'Anica. "Al termine dell'incontro- spiega il comunicato- si è convenuto di istituire un urgente tavolo di lavoro tecnico di tutti i settori della produzione, anche per stimolare il Governo a fornire chiarificazioni e risposte indispensabili per scongiurare la completa paralisi del settore. Il tavolo di lavoro si riunirà nuovamente lunedì prossimo 9 marzo"

ITALPRESS - ANICA, ISTITUITO TAVOLO LAVORO TECNICO

Questa mattina, si è tenuta presso la sede dell'ANICA una riunione convocata dalla Presidente della Sezione dei Produttori ANICA, Francesca Cima, durante la quale sono stati affrontati i drammatici problemi legati all'emergenza Coronavirus che stanno colpendo tutti i settori della produzione. La riunione, tenutasi in audio conferenza, ha coinvolto i produttori cineaudiovisivo di APA e APE. Al termine dell'incontro si è convenuto di istituire un urgente tavolo di lavoro tecnico di tutti i settori della produzione, anche per stimolare il Governo a fornire chiarificazioni e risposte indispensabili per scongiurare la completa paralisi del settore. Il tavolo di lavoro si riunirà nuovamente lunedì prossimo 9 marzo.

LAPRESSE - CORONAVIRUS, ANICA: EMERGENZA PER TUTTI I SETTORI DELLA PRODUZIONE

Questa mattina, si è tenuta presso la sede dell'Anica una riunione convocata dalla Presidente della Sezione dei Produttori Anica, Francesca Cima, durante la quale sono stati affrontati i problemi legati all'emergenza Coronavirus che stanno colpendo tutti i settori della produzione. La riunione, che si è tenuta in audio conferenza, ha coinvolto i produttori cineaudiovisivo di APA e Ape. Al termine dell'incontro si è convenuto di istituire un urgente tavolo di lavoro tecnico di tutti i settori della produzione, anche per stimolare il Governo a fornire chiarificazioni e risposte indispensabili per scongiurare la completa paralisi del settore. Il tavolo di lavoro si riunirà nuovamente lunedì prossimo 9 marzo.

PRODOTTI

MOBILE

DIGITAL LIFE

GAMING

Homepage > Notizia

Coronavirus, Confindustria Cultura Italia: sostenere l'intero settore

Confindustria Cultura Italia: "L'intera industria culturale italiana sta accusando in modo pesante le conseguenze dell'emergenza del COVID-19 e delle misure adottate per limitare la diffusione del virus".

Autore:  Redazione BitCity

Publicato il: 06/03/2020

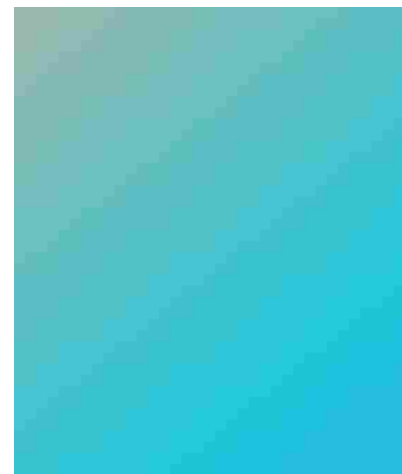
Digital Life



Interventi immediati a sostegno dell'intero settore culturale per contenere il pesantissimo impatto che l'emergenza **Coronavirus** sta avendo sulle imprese e sui lavoratori. Lo chiede **Innocenzo Cipolletta**, presidente di **Confindustria Cultura Italia (CCI)**, Federazione Italiana dell'Industria Culturale che riunisce le associazioni dell'editoria (AIE), della musica (AFI, FIMI, PMI), del cinema e audiovisivo (ANICA, APA, UNIVIDEO) e servizi per la valorizzazione del patrimonio culturale (AICC), in una lettera inviata al Presidente del Consiglio dei Ministri, **Giuseppe Conte**, al Ministro dell'economia e delle finanze, Roberto Gualtieri, al Ministro per i beni e le attività culturali e per il turismo, Dario Franceschini e al Ministro dello sviluppo economico, Stefano Patuanelli.

"Gli effetti della diffusione del virus sulle aziende e lavoratori del settore - **spiega Cipolletta** - è significativo e preoccupante. Il drastico calo di vendite di prodotti culturali, libri, musica e dvd, la cancellazione di concerti, la disdetta di mostre e visite culturali con presenze nei musei che non raggiungono il 20% di quelle normalmente registrate, l'annullamento di festival ed eventi fieristici, la chiusura delle sale cinematografiche, la sospensione delle produzioni audiovisive nazionali e internazionali e in generale il congelamento di attività o iniziative già programmate stanno generando infatti danni economici assai rilevanti su tutto il territorio nazionale, stravolgendo investimenti e sviluppo delle industrie per quest'anno e, probabilmente, anche per quelli a venire e generando una crisi di liquidità per le aziende del settore".

In quest'ultimo week end **gli incassi cinematografici sono crollati del 75%** e sono andate al cinema solo 324.000 persone, mentre l'anno scorso erano più di un



milione; nella sola giornata di ieri, il crollo ha raggiunto il 90%. **Il 70% delle prenotazioni online di mostre e musei sono state cancellate**, così come ben 7.400 spettacoli dal vivo provocando perdite di incassi pari a 10,5 milioni di euro per i soli eventi musicali, mentre i libri hanno subito un calo di vendite del 25% con punte del 70% nelle zone maggiormente colpite dal virus.

"Quella che le imprese culturali stanno affrontando ha ormai il carattere di una vera e propria calamità, al pari di quanto sta avvenendo per molte altre imprese che operano in Italia, che potrebbe produrre danni strutturali con il rischio di piegare un sistema di imprese strategico per il futuro del Paese, per la salvaguardia del suo patrimonio, la diffusione della cultura, essenziale non solo per l'economia italiana ma per la stessa qualità della vita. Va affrontata in una logica emergenziale anche questa parte della crisi che sta attraversando il sistema Italia, con interventi urgenti di contenimento dei suoi effetti a breve e medio termine" scrive in una nota l'associazione.

Per questo Confindustria Cultura Italia chiede misure suggerite dalla gravità della situazione:

- **misure volte a garantire liquidità alle imprese** come la sospensione del pagamento dei contributi previdenziali e delle imposte, e una maggiore attenzione da parte del sistema bancario per l'accesso al credito;
- **CIGS per i lavoratori delle imprese del settore anche dove non già prevista;**
- **assicurare in modo rapido i pagamenti da parte della Pubblica Amministrazione.**

Se questo articolo ti è piaciuto e vuoi rimanere sempre informato con le notizie di **BitCity.it** iscriviti alla nostra [Newsletter gratuita](#).

Tag:

Notizie che potrebbero interessarti:



Digital Life

Coronavirus,
Confindustria Cultura
Italia:...



Digital Life

Wind e Tre si
uniscono
definitivamente:
nasce...



IN COLLABORAZIONE CON GEDI

POLITICA ECONOMIA ESTERI LIFE CULTURE CITTADINI BLOG VIDEO Italia Edition



Enzo Mazza
 CEO di FIMI (Federazione dell'industria musicale italiana)

IL BLOG

Un colpo al cuore per l'industria culturale italiana

06/03/2020 15:34 CET | Aggiornato 6 ore fa



CESARE FERRARI VIA GETTY IMAGES

La situazione che si è creata negli ultimi giorni con le disposizioni relative all'emergenza Coronavirus nel mondo degli eventi e più in generale nel settore della cultura potrebbe portare ad una crisi irreversibile. Molte rappresentanze del settore hanno evidenziato le problematiche che riguardano concerti, cinema, teatri, ma anche incontri con autori, showcase e instore di artisti in tutta Italia.

Interventi immediati a sostegno dell'intero settore culturale per contenere il pesantissimo impatto che l'emergenza Coronavirus sta avendo sulle imprese e sui lavoratori sono stati richiesti ieri al Governo da Innocenzo Cipolletta, presidente di Confindustria Cultura Italia (CCI), Federazione Italiana dell'Industria Culturale che riunisce le associazioni dell'editoria (AIE), della musica (AFI, FIMI, PMI), del cinema e audiovisivo (ANICA, APA, UNIVIDEO) e servizi per la valorizzazione del patrimonio culturale (AICC), in una lettera inviata al Presidente del Consiglio dei Ministri, Giuseppe Conte, al Ministro dell'economia e delle finanze, Roberto Gualtieri, al Ministro per i beni e le attività culturali e per il turismo, Dario Franceschini, e al Ministro dello sviluppo economico, Stefano Patuanelli.

"Gli effetti della diffusione del virus sulle aziende e lavoratori del settore - spiega Cipolletta - sono significativi e preoccupanti. Il drastico calo di vendite di prodotti culturali, libri, musica e dvd, la cancellazione di concerti, la disdetta di mostre e visite culturali con presenze nei musei che non raggiungono il 20% di quelle

TENDENZE



"Il virus si sta trasformando". Audio fake attribuito alla ministra Azzolina, la senatrice renziana ammette: "L'ho fatto

io"



Scoperto album realizzato con la pelle di una vittima di un campo di sterminio nazista



Francia e Germania come l'Italia. Riunione dei ministri: "Collaborare di più"



49 morti di coronavirus e 620 nuovi contagi in 24 ore. Iss: "Valutiamo altre zone rosse in Lombardia"



Se il Coronavirus spegne Salvini



"Ecco il risultato del 'non vi preoccupate è solo un'influenza'. Burioni vs il "coronavirus party" a Palermo

ISCRIVITI E SEGUI

Ricevi le storie e i migliori blog sul tuo indirizzo email, ogni giorno. La newsletter offre contenuti e pubblicità personalizzati. Per saperne di più

✉ **Newsletter**

redazione@email.it

Iscriviti ora →



normalmente registrate, l'annullamento di festival ed eventi fieristici, la chiusura delle sale cinematografiche, la sospensione delle produzioni audiovisive nazionali e internazionali e in generale il congelamento di attività o iniziative già programmate stanno generando infatti danni economici assai rilevanti su tutto il territorio nazionale, stravolgendo investimenti e sviluppo delle industrie per quest'anno e, probabilmente, anche per quelli a venire e generando una crisi di liquidità per le aziende del settore".

In quest'ultimo week end gli incassi cinematografici sono crollati del 75% e sono andate al cinema solo 324.000 persone, mentre l'anno scorso erano più di un milione; nella sola giornata di ieri, il crollo ha raggiunto il 90%. Il 70% delle prenotazioni online di mostre e musei sono state cancellate, così come ben 7.400 spettacoli dal vivo provocando perdite di incassi pari a 10,5 milioni di euro per i soli eventi musicali, mentre i libri hanno subito un calo di vendite del 25% con punte del 70% nelle zone maggiormente colpite dal virus.

Quella che le imprese culturali stanno affrontando ha ormai il carattere di una vera e propria calamità, al pari di quanto sta avvenendo per molte altre imprese che operano in Italia, che potrebbe produrre danni strutturali con il rischio di piegare un sistema di imprese strategico per il futuro del Paese, per la salvaguardia del suo patrimonio, la diffusione della cultura, essenziale non solo per l'economia italiana ma per la stessa qualità della vita. Va affrontata in una logica emergenziale anche questa parte della crisi che sta attraversando il sistema Italia, con interventi urgenti di contenimento dei suoi effetti a breve e medio termine.

Si tratta di affrontare questa crisi come una vera e propria calamità naturale, con cinema, teatri e venue da concerti che sono nell'identica situazione di strutture distrutte ed inagibili per un terremoto o un'alluvione.

ALTRO:

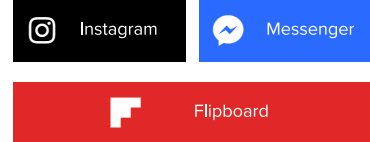
coronavirus Cinema coronavirus italia spettacolo eventi concerti

Commenti

Taboola Feed



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



DAL WEB

Contenuti Sponsorizzati



Trova suv immatricolati nel 2018 con sconto del 50%

Offerte Suv Compatti | Ricerca Annunci



Confronta 100 Offerte LUCE e GAS di 40 Gestori italiani

ComparaSemplice



I giocatori di tutto il mondo hanno atteso questo gioco!

Forge of Empires

da Taboola



HOME ATTUALITÀ POLITICA INCHIESTA CULTURE L'INTERVISTA L'EROE SPORT GALLERY

CAFFETTERIA QUESTA È LA STAMPA TECNOLOGIA STRACULT LIBRI PERSONAGGIO DEL GIORNO

ULTIMA NOTIZIA > [6 Marzo, 2020] A.O.U. Policlinico G. Martino ed emergenza coronavirus ▶ CERCA ...

HOME > CULTURE > EMERGENZA CORONAVIRUS: CONFINDUSTRIA CULTURA ITALIA CHIEDE AL GOVERNO INTERVENTI URGENTI A SOSTEGNO DELL'INTERO SETTORE

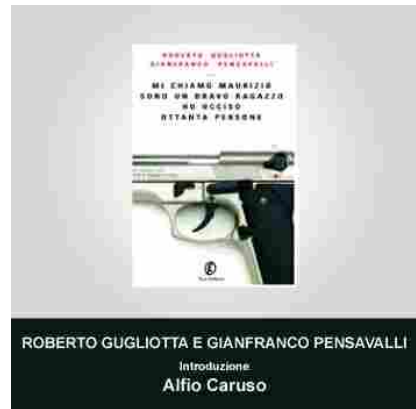
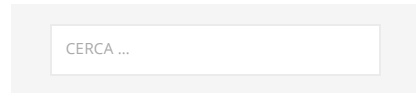
EMERGENZA CORONAVIRUS: CONFINDUSTRIA CULTURA ITALIA CHIEDE AL GOVERNO INTERVENTI URGENTI A SOSTEGNO DELL'INTERO SETTORE

6 Marzo, 2020 Culture



Interventi immediati a sostegno dell'intero settore culturale per contenere il pesantissimo impatto che l'emergenza Coronavirus sta avendo sulle imprese e sui lavoratori.

Lo chiede Innocenzo Cipolletta, presidente di Confindustria Cultura Italia (CCI), Federazione Italiana dell'Industria Culturale che riunisce le associazioni dell'editoria (AIE), della musica (AFI, FIMI, PMI), del cinema e audiovisivo (ANICA, APA, UNIVIDEO) e servizi per la valorizzazione del patrimonio culturale (AICC), in una lettera inviata al Presidente del Consiglio dei Ministri, Giuseppe Conte, al Ministro dell'economia e delle finanze, Roberto



Gualtieri, al Ministro per i beni e le attività culturali e per il turismo, Dario Franceschini e al Ministro dello sviluppo economico, Stefano Patuanelli.

“Gli effetti della diffusione del virus sulle aziende e lavoratori del settore – spiega Cipolletta – è significativo e preoccupante. Il drastico calo di vendite di prodotti culturali, libri, musica e dvd, la cancellazione di concerti, la disdetta di mostre e visite culturali con presenze nei musei che non raggiungono il 20% di quelle normalmente registrate, l’annullamento di festival ed eventi fieristici, la chiusura delle sale cinematografiche, la sospensione delle produzioni audiovisive nazionali e internazionali e in generale il congelamento di attività o iniziative già programmate stanno generando infatti danni economici assai rilevanti su tutto il territorio nazionale, stravolgendo investimenti e sviluppo delle industrie per quest’anno e, probabilmente, anche per quelli a venire e generando una crisi di liquidità per le aziende del settore”.

In quest’ultimo week end gli incassi cinematografici sono crollati del 75% e sono andate al cinema solo 324.000 persone, mentre l’anno scorso erano più di un milione; nella sola giornata di ieri, il crollo ha raggiunto il 90%. Il 70% delle prenotazioni online di mostre e musei sono state cancellate, così come ben 7.400 spettacoli dal vivo provocando perdite di incassi pari a 10,5 milioni di euro per i soli eventi musicali, mentre i libri hanno subito un calo di vendite del 25% con punte del 70% nelle zone maggiormente colpite dal virus.

Quella che le imprese culturali stanno affrontando ha ormai il carattere di una vera e propria calamità, al pari di quanto sta avvenendo per molte altre imprese che operano in Italia, che potrebbe produrre danni strutturali con il rischio di piegare un sistema di imprese strategico per il futuro del Paese, per la salvaguardia del suo patrimonio, la diffusione della cultura, essenziale non solo per l’economia italiana ma per la stessa qualità della vita. Va affrontata in una logica emergenziale anche questa parte della crisi che sta attraversando il sistema Italia, con interventi urgenti di contenimento dei suoi effetti a breve e medio termine.

Per questo Confindustria Cultura Italia chiede misure suggerite dalla gravità della situazione:

- **misure volte a garantire liquidità alle imprese** come la sospensione del pagamento dei contributi previdenziali e delle imposte, e una maggiore attenzione da parte del sistema bancario per l’accesso al credito;
- **CIGS per i lavoratori delle imprese del settore anche dove non già prevista;**
- **assicurare in modo rapido i pagamenti da parte della Pubblica Amministrazione.**

A questi interventi di carattere generale devono essere associate urgenti misure specifiche a sostegno della domanda di prodotti culturali per scongiurare il rischio che i cambiamenti di comportamento di consumo contingenti diventino strutturali al termine dell’emergenza.

 **Stampa**



« **PRECEDENTE**
 AMAM MESSINA: EROGAZIONE
 RIDOTTA OGGI E DOMANI IN
 TUTTA LA CITTA’

SUCCESSIVO »
 A.O.U. Policlinico G. Martino ed
 emergenza coronavirus



ARTICOLI CORRELATI



Intervista a Giovanna Vizzaccaro e Roberto Gugliotta sul loro li...



Cerca notizie, simboli o aziende

Search

Accedi



Home Finanza Il mio portafoglio Panoramica del mercato Quotazioni Finanza personale Industry ...

(↔) Italia markets closed

FTSE MIB 20.799,89 -754,99 (-3,50%)	Dow Jones 25.631,39 -489,89 (-1,88%)	Nasdaq 8.492,99 -245,61 (-2,81%)	Nikkei 225 20.749,75 -579,37 (-2,72%)	Petrolio 42,15 -3,75 (-8,17%)
--	---	---	--	--

Chiudi annuncio | x

Coronavirus, Anica: è emergenza per settori produzione cinema

asknews **Sen**
Askanews 6 marzo 2020

Roma, 6 mar. (askanews) - L'emergenza del Coronavirus rischia di paralizzare tutti i settori della produzione nel cinema. A lanciare l'allarme è l'Anica che chiede al Governo di fornire risposte adeguate.

"Questa mattina - si legge in una nota - si è tenuta presso la sede dell'Anica una riunione convocata dalla Presidente della Sezione dei Produttori Anica, Francesca Cima, durante la quale sono stati affrontati i drammatici problemi legati all'emergenza Coronavirus che stanno colpendo tutti i settori della produzione. La riunione, tenutasi in audio conferenza, ha coinvolto i produttori cineaudiovisivo di Apa e Ape. Al termine dell'incontro si è convenuto di istituire un urgente tavolo di lavoro tecnico di tutti i settori della produzione, anche per stimolare il Governo a fornire chiarificazioni e risposte indispensabili per scongiurare la completa paralisi del settore. Il tavolo di lavoro si riunirà nuovamente lunedì prossimo 9 marzo".



Inizia la conversazione

[Accedi per pubblicare un messaggio.](#)

Cerca quotazioni



Visualizzazioni recenti >

La tua lista è vuota.

CORONAVIRUS,CONFINDUSTRIA CULTURA: QUESTA CRISI E' UNA CALAMITA'; SERVONO INTERVENTI URGENTI A SOSTE

Interventi immediati a sostegno dell'intero settore culturale per contenere il pesantissimo impatto che l'emergenza Coronavirus sta avendo sulle imprese e sui lavoratori. Lo chiede Innocenzo Cipolletta, presidente di Confindustria Cultura Italia (CCI), Federazione Italiana dell'Industria Culturale che riunisce le associazioni dell'editoria (AIE), della musica (AFI, FIMI, PMI), del cinema e audiovisivo (ANICA, APA, UNIVIDEO) e servizi per la valorizzazione del patrimonio culturale (AICC), in una lettera inviata al Presidente del Consiglio dei Ministri, Giuseppe Conte, al Ministro dell'economia e delle finanze, Roberto Gualtieri, al Ministro per i beni e le attività culturali e per il turismo, Dario Franceschini e al Ministro dello sviluppo economico, Stefano Patuanelli. "Gli effetti della diffusione del

virus sulle aziende e lavoratori del settore – spiega Cipolletta – è significativo e preoccupante. Il drastico calo di vendite di prodotti culturali, libri, musica e dvd, la cancellazione di concerti, la disdetta di mostre e visite culturali con presenze nei musei che non raggiungono il 20% di quelle normalmente registrate, l'annullamento di festival ed eventi fieristici, la chiusura delle sale cinematografiche, la sospensione delle produzioni audiovisive nazionali e internazionali e in generale il congelamento di attività o iniziative già programmate stanno generando infatti danni economici assai rilevanti su tutto il territorio nazionale, stravolgendo investimenti e sviluppo delle industrie per quest'anno e, probabilmente, anche per quelli a venire e generando una crisi di liquidità per le aziende del settore". In quest'ultimo week end gli incassi cinematografici sono crollati del 75% e sono andate al cinema solo 324.000 persone, mentre l'anno scorso erano più di un milione; nella sola giornata di ieri, il crollo ha raggiunto il 90%. Il 70% delle prenotazioni online di mostre e musei sono state cancellate, così come ben 7.400 spettacoli dal vivo provocando perdite di incassi pari a 10,5 milioni di euro per i soli eventi musicali, mentre i libri hanno subito un calo di vendite del 25% con punte del 70% nelle zone maggiormente colpite dal virus.

Quella che le imprese culturali stanno affrontando ha ormai il carattere di una vera e propria calamità, al pari di quanto sta avvenendo per molte altre imprese che operano in Italia, che potrebbe produrre danni strutturali con il rischio di piegare un sistema di imprese strategico per il futuro del Paese, per la salvaguardia del suo patrimonio, la diffusione della cultura, essenziale non solo per l'economia italiana ma per la stessa qualità della vita. Va affrontata in una logica emergenziale anche questa parte della crisi che sta attraversando il sistema Italia, con interventi urgenti di contenimento dei suoi effetti a breve e medio termine. Per questo Confindustria

Cultura Italia chiede misure suggerite dalla gravità della situazione: misure volte a garantire liquidità alle imprese come la sospensione del pagamento dei contributi previdenziali e delle imposte, e una maggiore attenzione da parte del sistema bancario per l'accesso al credito; – CIGS per i lavoratori delle imprese del settore anche dove non già prevista; assicurare in modo rapido i pagamenti da parte della Pubblica Amministrazione. A questi interventi di carattere generale devono essere associate

urgenti misure specifiche a sostegno della domanda di prodotti culturali per scongiurare il rischio che i cambiamenti di comportamento di consumo contingenti diventino strutturali al termine dell'emergenza. Share on Facebook Share on LinkedIn

[CORONAVIRUS,CONFINDUSTRIA CULTURA: QUESTA CRISI E' UNA CALAMITA'; SERVONO INTERVENTI URGENTI A SOSTE]



Prova il browser Opera
Sfrutta la velocità e la sicurezza del browser per arricchire la tua esperienza sul web!

RB MAGAZINE

CASTING

CASTING NEWS

RB SEARCH ACTORS

ISCRIVITI

ACCEDI

RECUPERA PASSWORD

CERCA ARTISTI

OCCHIO AL TALENTO

INTERVISTE

EVENTI

SPECIALI

ARTICOLI

NEWS

BOX OFFICE

ASCOLTI



Home > Articoli > Coronavirus, ANICA: emergenza per tutti i settori della produzione

ARTICOLI

Coronavirus, ANICA: emergenza per tutti i settori della produzione

marzo 6, 2020 104 0

CONDIVIDI



Facebook



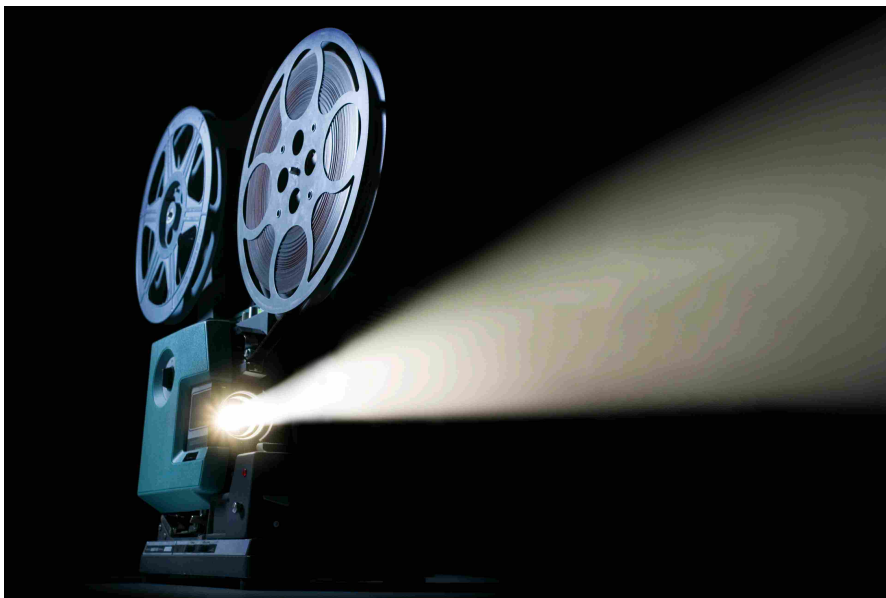
Twitter



Mi piace 8



Tweet



Riceviamo e inoltriamo il comunicato stampa dell'ANICA – Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive Multimediali.

Roma, 6 marzo 2020

Questa mattina, si è tenuta presso la sede dell'ANICA una riunione convocata dalla Presidente della Sezione dei Produttori ANICA, Francesca Cima, durante la quale sono stati affrontati i drammatici problemi legati all'emergenza Coronavirus che stanno colpendo tutti i settori della produzione. La riunione, tenutasi in audio conferenza, ha coinvolto i produttori cineaudiovisivo di APA e APE. Al termine dell'incontro si è convenuto di istituire un urgente tavolo di lavoro tecnico di tutti i settori della produzione, anche per stimolare il Governo a fornire chiarificazioni e risposte indispensabili per scongiurare la completa paralisi del settore. Il tavolo di lavoro si riunirà nuovamente lunedì prossimo 9 marzo.

Entra nel portale

Mail

Password

Entra

Password dimenticata | Registrati Iscriviti ai servizi



MEDECINS SANS FRONTIERES
MEDICI SENZA FRONTIERE

40 anni di azione umanitaria indipendente

50 ANNI PER I DIRITTI UMANI

AMNESTY
INTERNATIONAL



REGIONE
LAZIO

ASSESSORATO ALLA CULTURA,
ARTE E SPORT

Cronaca

HOME POLITICA ECONOMIA SPORT SPETTACOLI TECNOLOGIA MOTORI TUTTE LE SEZIONI ▾ D REP TV

Coronavirus, la crisi del cinema e l'obbligo di sedersi a posti alternati



Crollo degli incassi: giovedì secondo i dati Cinetel -89%. L'avvocato Alessandro Di Napoli che da anni si occupa di intrattenimento ed esercizio cinematografico: "Le indicazioni del DPCM sono rispettate se gli esercenti mettono in vendita posti alternati e a scacchiera (una poltrona sì ed una o due no, una fila sì ed una no ove la distanza tra file sia inferiore ad 1 metro)"

ABBONATI A **Rep:**

06 marzo 2020

Una crisi indotta dal coronavirus che equivale ad una vera e propria calamità per un intero settore, con fatturati che precipitano e prospettive di ripresa molto, molto lontane. Servono quindi interventi immediati a sostegno dell'intero settore culturale per contenere il pesantissimo impatto che l'emergenza sta avendo sulle imprese e sui lavoratori. Lo chiede Innocenzo Cipolletta, presidente di Confindustria Cultura Italia (CCI), Federazione Italiana dell'Industria Culturale che riunisce le associazioni dell'editoria (AIE), della musica (AFI, FIMI, PMI), del cinema e audiovisivo (ANICA, APA, UNIVIDEO) e servizi per la valorizzazione del patrimonio culturale (AICC), in una lettera inviata al presidente del Consiglio, Giuseppe Conte, al ministro dell'Economia e delle Finanze, Roberto Gualtieri, al ministro per i Beni e le attività culturali e per il turismo, Dario Franceschini, e al ministro dello Sviluppo economico, Stefano Patuanelli.

"Il DPCM 4 marzo 2020 in tema di misure di contrasto e contenimento sull'intero territorio nazionale del diffondersi del Coronavirus non impone la chiusura generalizzata ed integrale dei cinema e teatri - spiega da Roma l'avvocato

OGGI SU **Rep:**

Mattarella parla agli italiani: "Regole e unità, ne usciremo"

L'antidoto al caos

Con qualche merito

Coronavirus e la vita a un metro

Anziani isolati in casa di riposo. Anche gli affetti sono a distanza

la Repubblica

ILMIOLIBRO

Alessandro Di Napoli che si occupa da anni di intrattenimento ed esercizio cinematografico -. Come anche autorevolmente sostenuto dal Capo dello Stato occorre conformarsi alle prescrizioni del Governo che a sua volta sta seguendo le indicazioni degli esperti sanitari. Il DPCM sospende "le manifestazioni, gli eventi e gli spettacoli di qualsiasi natura, ivi inclusi quelli cinematografici e teatrali, svolti in ogni luogo, sia pubblico sia privato" solo se ciò comporta "affollamento di persone tale da non consentire il rispetto della distanza di sicurezza interpersonale di almeno un metro".

"Le indicazioni del DPCM - prosegue l'avvocato Di Napoli - sono rispettate se gli esercenti mettono in vendita posti alternati e a scacchiera (una poltrona sì ed una o due no, una fila sì ed una no ove la distanza tra file sia inferiore ad 1 metro; ma moltissimi cinema hanno file distanziate oltre 1 metro) e adottino correlatamente altri accorgimenti (ad esempio: distanza interpersonale alle biglietterie se non si acquistano i biglietti online; dispositivi igienizzanti all'ingresso). In tal modo si eviterebbe l'"affollamento" che il DPCM intende prevenire e che appare da intendersi come prolungata vicinanza e non quale occasionale contatto. Si pensi allo spettatore che si muove all'interno della struttura (ad esempio per recarsi in bagno): non vi sarebbe differenza tra i cinema e teatri rispetto a quanto oggi avviene in un ristorante o in un supermercato o anche solo in strada. Su questa linea si è mossa l' Associazione Nazionale Esercenti Cinema (Lazio)".

"Questo l'impianto normativo su base statale - conclude l'avvocato Di Napoli - ma ben vengano approfondimenti e chiarimenti o suggerimento dalle Autorità Pubbliche e senza volere invitare gli Esercenti ad abbassare la guardia o minimizzare, o peggio trascurare, il fenomeno"

LA MAPPA DEL CONTAGIO

Ed è drammatica la lettura dei dati più recenti del box office italiano: ieri (giovedì 5 marzo) secondo i dati Cinetel sono stati raccolti appena 105.203 euro, - 89.95% rispetto allo stesso giorno di un anno fa (1.046.867 euro), su un totale di 1946 schermi aperti (contro i 3.893 dello scorso anno, ossia la metà). Anche il confronto con la settimana scorsa è sconcertante con -44.10%. In una settimana si è passati da 33mila biglietti venduti ai 18mila.

"Gli effetti della diffusione del virus sulle aziende e lavoratori del settore - aggiunge Cipolletta, presidente di Confindustria Cultura Italia (CCI) - è significativo e preoccupante. Il drastico calo di vendite di prodotti culturali, libri, musica e dvd, la cancellazione di concerti, la disdetta di mostre e visite culturali con presenze nei musei che non raggiungono il 20% di quelle normalmente registrate, l'annullamento di festival ed eventi fieristici, la chiusura delle sale cinematografiche, la sospensione delle produzioni audiovisive nazionali e internazionali e in generale il congelamento di attività o iniziative già programmate stanno generando infatti danni economici assai rilevanti su tutto il territorio nazionale, stravolgendo investimenti e sviluppo delle industrie per quest'anno e, probabilmente, anche per quelli a venire e generando una crisi di liquidità per le aziende del settore".

In quest'ultimo week end gli incassi cinematografici sono crollati del 75% e sono andate al cinema solo 324.000 persone, mentre l'anno scorso erano più di un milione; nella sola giornata di ieri, il crollo ha raggiunto il 90%. Il 70% delle prenotazioni online di mostre e musei sono state cancellate, così come ben 7.400 spettacoli dal vivo provocando perdite di incassi pari a 10,5 milioni di euro per i soli eventi musicali, mentre i libri hanno subito un calo di vendite del 25% con punte del 70% nelle zone maggiormente colpite dal virus.

"La Repubblica si batterà sempre in difesa della libertà di informazione, per i suoi lettori e per tutti coloro che hanno a cuore i principi della democrazia e della convivenza civile"

Carlo Verdelli

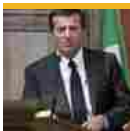
ABBONATI A REPUBBLICA

coronavirus

© Riproduzione riservata

06 marzo 2020

ARTICOLI CORRELATI



Il sindaco Gori: "Zona rossa vicino a Bergamo? Purché decidano in fretta"

DI ALESSIA GALLIONE



Ora sono a rischio anche Europei di calcio: lo sport 'deformato' dal Coronavirus

DI FABRIZIO BOCCA



Coronavirus, Miur: "Scuole chiuse fino al 5 aprile? Una fake news intollerabile"

IL NETWORK

Espandi v

Fai di Repubblica la tua homepage Mappa del sito Redazione Scriveteci Per inviare foto e video Servizio Clienti Pubblicità Privacy Codice Etico e Best Practices

Divisione Stampa Nazionale - [GEDI Gruppo Editoriale S.p.A.](#) - P.Iva 00906801006 - ISSN 2499-0817

E-DUESSE.IT

CINEMA

VENERDI' 6 MARZO 2020 - AGGIORNATO ALLE ORE 18:23

06 MARZO 2020 18:00

CONFINDUSTRIA CULTURA ITALIA CHIEDE INTERVENTI URGENTI AL GOVERNO

share f t in

Redazione



Confindustria Cultura Italia
Federazione Italiana dell'Industria Culturale

Elencate le misure necessarie a sostegno del settore

Interventi immediati a sostegno dell'intero settore culturale per contenere il pesante impatto che l'emergenza Coronavirus sta avendo sulle imprese e sui lavoratori. Lo chiede **Innocenzo Cipolletta**, presidente di Confindustria Cultura Italia (Cci), Federazione Italiana dell'Industria Culturale che riunisce le associazioni dell'editoria (Aie), della musica (Afi, Fimi, Pmi), del cinema e audiovisivo (Anica, Apa, Univideo) e servizi per la valorizzazione del patrimonio culturale (Aicc), in una lettera inviata al Presidente del Consiglio dei Ministri, Giuseppe Conte, al Ministro dell'economia e delle finanze, Roberto Gualtieri, al Ministro per i beni e le attività culturali e per il turismo, Dario Franceschini e al Ministro dello sviluppo economico, Stefano Patuanelli.

«**G**li effetti della diffusione del virus sulle aziende e lavoratori del settore - spiega **Cipolletta** - è significativo e preoccupante. Il drastico calo di vendite di prodotti culturali, libri, musica e dvd, la cancellazione di concerti, la disdetta di mostre e visite culturali con presenze nei musei che

EDITORIALISTI

02 Gennaio 2020

Urge un nuovo star system

Era l'inizio del nuovo millennio e una ventata di novità caratterizzava il cinema italiano. In quegli anni, e in quelli...

Stefano Radice



Di' che ti piace prima di tutti i tuoi amici

non raggiungono il 20% di quelle normalmente registrate, l'annullamento di festival ed eventi fieristici, la chiusura delle sale cinematografiche, la sospensione delle produzioni audiovisive nazionali e internazionali e in generale il congelamento di attività o iniziative già programmate stanno generando infatti danni economici assai rilevanti su tutto il territorio nazionale, stravolgendo investimenti e sviluppo delle industrie per quest'anno e, probabilmente, anche per quelli a venire e generando una crisi di liquidità per le aziende del settore».

Quella che le imprese culturali stanno affrontando ha ormai il carattere di una vera e propria calamità, al pari di quanto sta avvenendo per molte altre imprese che operano in Italia, che potrebbe produrre danni strutturali con il rischio di piegare un sistema di imprese strategico per il futuro del Paese, per la salvaguardia del suo patrimonio, la diffusione della cultura, essenziale non solo per l'economia italiana ma per la stessa qualità della vita. Va affrontata in una logica emergenziale anche questa parte della crisi che sta attraversando il sistema Italia, con interventi urgenti di contenimento dei suoi effetti a breve e medio termine.

Per questo Confindustria Cultura Italia chiede misure suggerite dalla gravità della situazione:

— misure volte a garantire liquidità alle imprese come la sospensione del pagamento dei contributi previdenziali e delle imposte, e una maggiore attenzione da parte del sistema bancario per l'accesso al credito

- CIGS per i lavoratori delle imprese del settore anche dove non già prevista;
- assicurare in modo rapido i pagamenti da parte della Pubblica Amministrazione

A questi interventi di carattere generale devono essere associate urgenti misure specifiche a sostegno della domanda di prodotti culturali per scongiurare il rischio che i cambiamenti di comportamento di consumo contingenti diventino strutturali al termine dell'emergenza.

ARTICOLO PRECEDENTE

EFM, SEI TITOLI PER KOCH MEDIA

ARTICOLO SUCCESSIVO

ACCADE OGGI

07 Marzo 2003

Film Commission: in Friuli Venezia Giulia il primo fondo regionale per l'audiovisivo

Con l'inizio del 2003 l'Italia ha il suo primo Film Fund (Fondo per il cinema). La Friuli Venezia Giulia Film Commission, infatti, ha attivato,...

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.



PLAY CINEMA



Il coronavirus ribalta tutti i piani di Hollywood: blockbuster rinviati, set italiani chiusi



di **Gabriele Niola**
Critico cinematografico e
videoludico
6 MAR, 2020



007 è stato il primo blockbuster a cambiare data ma molti altri potrebbero fare lo stesso, e anche quelli al momento in fase di riprese devono chiudere i set che hanno in Italia



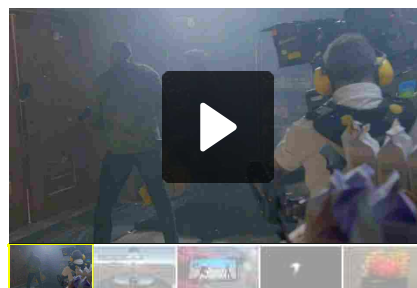
Più è grossa l'impresa, più è forte l'impatto del coronavirus. Lo hanno capito subito ad **Hollywood**. Nonostante infatti l'America al momento sia stata colpita in piccola parte dal contagio, il mercato del cinema cui si rivolgono i suoi film è mondiale. La

Cina è il secondo mercato del pianeta per importanza e molti film americani contano sugli incassi cinesi per il proprio ritorno.

Sonic, **L'uomo invisibile** e **1917** sono tre esempi di film che in Cina, Corea del Sud e Giappone dovevano, ognuno con le sue date, uscire in questo periodo e stanno rinviando. **Sonic** in particolare puntava tantissimo sulla Cina che invece è il paese più colpito dal virus.

L'Italia ovviamente non pesa e non conta come la Cina ma è diventato un banco di prova. A Hollywood stanno guardando molto da vicino cosa accade in Italia per capire cosa potrebbe accadere negli altri paesi europei e non, una volta che il virus arrivi anche da loro. Per questa ragione ad oggi le divisioni italiane delle major come la **Warner Italia**, la **Universal Italia** e la **Disney Italia** si trovano in una situazione problematica. Come sempre devono concordare la loro nuova politica sulle uscite con la casa madre e contemporaneamente non possono chiudere i battenti. Ad esempio Warner Italia da che aveva deciso di spostare in avanti l'uscita di questa settimana di alcuni suoi film, sperando di trovare una situazione migliore, in pochi giorni è tornata sui propri passi e ha fatto uscire il film horror **The Grudge**, dando l'impressione che altri titoli rimandati possano presto subire la stessa sorte. La linea comunicata è "cerchiamo di mantenere accesa la macchina", cioè di non mettere troppo in difficoltà le sale e aiutare il mercato a tamponare le perdite tenendo anche film americani in cartellone. Lo stesso ha fatto Universal pur con un titolo non tra i più importanti. Lo studio ha infatti spostato indietro l'uscita italiana di **Queen & Slim**: da che il film doveva uscire il 16 Aprile arriverà invece in sala da oggi.

VIDEO





Il punto è che a differenza di qualsiasi altra casa di produzione o distribuzione gli studios hollywoodiani compiono investimenti sui **film** che sono in alcuni casi mostruosi, possono anche arrivare al miliardo di dollari (considerando il marketing e la pubblicità) per una produzione molto molto importante. Con scommesse così forti è impensabile uscire in un momento in cui la gente non va al cinema, i danni possono essere irrecuperabili. Per questo il nuovo film di 007, **No Time To Die**, il primo blockbuster gigante di prossima uscita, è stato rinviato dalla Paramount da aprile addirittura a novembre. Bisogna vedere ora cosa farà la casa con un altro suo film importante (anche se non così tanto) previsto a marzo come **A Quiet Place II** e poi cosa faranno gli altri. Disney in teoria ha in uscita **Mulan** a fine Marzo e poi ancora con la Marvel **Vedova Nera** a fine Aprile. Dopo toccherà a Universal prendere una decisione per **Fast & Furious 9**. L'aria che tira è che nessuno vorrà rischiare niente e che molto, purtroppo, si affollerà in autunno pestandosi i piedi a vicenda con perdite minori per tutti, sempre meglio però di uscire con sale dimezzate se non di più.

Come noto da ieri le sale di tutta Italia sono obbligate a chiudere se non possono far rispettare la distanza di un metro l'uno dall'altro ai propri avventori. In parole povere si può andare al **cinema** basta che si stia a quella distanza, non si potranno quindi vendere tutti i biglietti di ogni sala. Gli esercenti sono orientati sull'idea di venderne uno ogni tre o una fila sì e una no, così da imporre la distanza e poter rimanere aperti

anche se in modalità ridotta. Sono soluzioni tampone nell'attesa che il ministero decida se rilasciare aiuti economici per il settore come ampiamente chiesto dall'industria e sollecitato da **Francesco Rutelli**, che da qualche anno è il presidente dell'associazione che rappresenta produttori e distributori.



Ma il cinema e le sale sono solo una parte del problema, l'altro sono i **set**. Da qualche anno infatti l'Italia è diventata una delle nazioni più scelte dalle produzioni straniere. Molti, americani inclusi, vengono a girare qui perché abbiamo adottato un regime fiscale molto conveniente alle produzioni e perché a parità di risparmio abbiamo un'industria e delle professionalità più elevate della media. Grazie anche al successo delle nostre serie e dell'aumento della produzione televisiva l'industria italiana aveva raggiunto qualche mese fa la piena occupazione, cioè tutte le maestranze erano occupate e stava diventando complicato trovare personale per mettere in piedi una **troupe**. Che era un'ottima notizia. Il contagio e l'emergenza hanno bloccato tutto e le produzioni straniere, hollywoodiane in primis, stanno giustamente cercando di andare altrove per non fermarsi.

Il caso più clamoroso è quello di **Mission: Impossible VII**, il nuovo capitolo della serie di film con **Tom Cruise** che doveva ambientare a Venezia una parte del film ma che, proprio mentre si trovavano in loco, ha dovuto sospendere tutte le riprese per via del contagio. Tom Cruise è stato portato via in elicottero (è

IL FUTURO DEI MEDIA

17 DIC

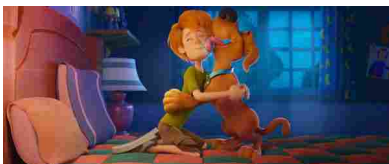
Il piano editoriale è morto?

La domanda è ...

una notizia non ufficiale ma riportata da fonti vicine alla lavorazione) e per il momento il set è sospeso. Sembra però evidente che stiano cercando soluzioni alternative, cioè di eliminare Venezia come location e cambiare la trama per andare altrove o di ricostruirla in altri modi. È un peccato perché anche **Mission: Impossible VIII**, già pianificato e scritto, aveva delle parti in Italia. E questo è solo il caso più grande, ci sono decine di produzioni straniere grandi e piccole, europee o americane che girano in Italia in questo momento e sono ferme. Cosa che nessuno può permettersi. Quanto ci vorrà per recuperare set e lavori una volta che sarà passata l'emergenza è impossibile da stabilire.

WM
WAVEMAKER
MEDIA. CONTENT. TECHNOLOGY.

LEGGI ANCHE



CINEMA - 18 MINUTI FA

Scooby! è il primo film animato su Scooby-Doo (dopo 50 anni di serie per la tv)



MEDICINA - 2 ORE FA

"Dalla minaccia si deve passare all'azione": l'analisi di Bill Gates sul coronavirus

TOPICS

CINEMA

CORONAVIRUS

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE



VANITYFAIR

«Competencia Official», Penélope Cruz e Antonio Banderas tornano sul set



VANITYFAIR

«Onward, oltre la magia»: censurato in Russia il primo personaggio LGBT della Disney



PUGLIA SVILUPPO

30 GEN

Puglia, futuro più verde grazie all'efficienza energetica ...

L'approccio ...



pugliasviluppo



Accedi

Zazoom

Social Blog

Top Trend

Ultima Ora

Video Tv

Segnala Blog Sito Web

Zazoom Social News



Mi piace 21.268



Un colpo al cuore per l'industria culturale italiana



La situazione che si è creata negli ultimi giorni con le disposizioni relative ...

Segnalato da : [huffingtonpost](#)

Commenta

Un colpo al cuore per l'industria culturale italiana

(Di venerdì 6 marzo 2020) La situazione che si è creata negli ultimi giorni con le disposizioni relative all'emergenza Coronavirus nel mondo degli eventi e più in generale nel settore della cultura potrebbe portare ad una crisi irreversibile. Molte rappresentanze del settore hanno evidenziato le problematiche che riguardano concerti, cinema, teatri, ma anche incontri con autori, showcase e instore di artisti in tutta Italia. Interventi immediati a sostegno dell'intero settore **culturale** per contenere il

pesantissimo impatto che l'emergenza Coronavirus sta avendo sulle imprese e sui lavoratori sono stati richiesti ieri al Governo da Innocenzo Cipolletta, presidente di Confindustria Cultura Italia (CCI), Federazione **italiana** dell'Industria **culturale** che riunisce le associazioni dell'editoria (AIE), della musica (AFI, FIMI, PMI), del cinema e audiovisivo (ANICA, APA, ...

LEGGI SU HUFFINGTONPOST

Seguici in Rete



Facebook



Twitter



Seguici



Iscriviti

[Segui @zazoomblog](#)



Il colpo al cuore della globalizzazione



Il colpo al cuore della globalizzazione



Colpo al cuore del turismo italiano : molti paesi sconsigliano l'Italia come meta - causa coronavirus

INDUSTRIA TELEVISIVA

Produttori tv: «Sono a rischio serie e programmi»

Leone (Apa): «Si rischiano danni su almeno il 50% delle produzioni»

Andrea Biondi
MILANO

Il Coronavirus colpisce anche il piccolo schermo. E la Tv al tempo del Covid-19 rischia di uscire molto impoverita da questo contagio, con contraccolpi per gli spettatori, che possono trovarsi senza molti degli appuntamenti di intrattenimento live che scandiscono i palinsesti, ma anche per le società di produzione, quelle che rappresentano l'impalcatura della tv italiana e che lanciano l'allarme: «Entro pochi giorni oltre la metà delle produzioni di intrattenimento sarà colpita dall'emergenza sanitaria. E anche sulla serialità gli effetti non tarderanno ad arrivare».

Giancarlo Leone, presidente di Apa, l'associazione che raggruppa le società grandi e piccole di produttori audiovisivi indipendenti - Endemol, Magnolia, Banijay, Fremantle, Lux, Cattleya, Palomar, solo per citarne alcune - mette in guardia da un contraccolpo «già visibile» agli aficionados di quel simulacro familiare che, pur se uscito dai confini del televisore allargandosi a tablet, smartphone e vari device, rimane pur sempre un punto

centrale nella vita degli italiani godendo in questi giorni, fra scuole chiuse e smart working, di ascolti in crescita. Un esempio? «La Corrida», il varietà condotto da Carlo Conti su Rai1, è la prima vittima: slittata a data da destinarsi. L'elenco è però lungo fra programmi che rischiano di saltare, altri che andranno in onda senza pubblico, e altri ancora con produzioni che stanno ritardando in attesa di capire meglio l'evoluzione.

Il problema è anche sulla serialità. «In questo caso - dice Leone - gli effetti si vedranno più in là, visto che le serie trasmesse sono state prodotte e consegnate fino a maggio. Ma quelle in partenza e in via di completamento rischiano».

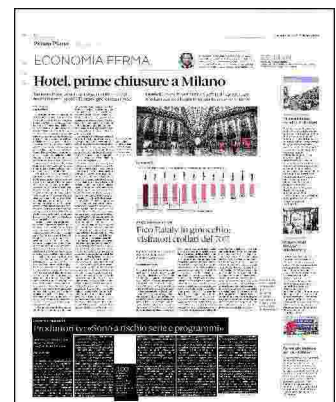
È evidente che le società di produzione sono in allarme. Studi vuoti e palinsesti in bilico che i broadcaster potrebbero trovarsi a rattoppare qua e là con film, serie e intrattenimento d'archivio, vogliono dire anche, lato produzione, un contraccolpo «che rischia di essere fortissimo». Per dare un'idea, il comparto del cinema e dell'audiovisivo ha un valore della produzione che, stando agli ultimi report, si aggira sul miliardo di euro, dando lavoro a 100 mila addetti: 250 milioni per il cinema; 370 milioni per la serialità; 320 per l'intrattenimento; 60 da documentari e animazione. In questo quadro, un episodio di coronavirus su un set o in un albergo che ospita le troupe può mandare all'aria il lavoro. E per le pro-

duzioni seriali che in generale oscillano fra i 4 ai 12 milioni di euro di investimento, tutto questo rappresenta un sostanziale disincentivo a partire.

Dal mondo della produzione tv arriva così un allarme rosso, che potrebbe sostanzarsi nella perdita di commesse anche dall'estero visto che colossi come Netflix o Amazon hanno scommesso su produzioni locali. «In questa situazione - aggiunge Leone - riteniamo che si debba tenere in massima considerazione l'allarme che stiamo lanciando». In tal senso, pur nella consapevolezza che il problema è esogeno, «qualcosa per affrontarlo si potrebbe fare. Penso ad esempio alla possibilità di derogare alla disciplina dello split payment cui sono sottoposti committenti come la Rai o Tim con la sua Timvision». L'idea è quella di permettere a queste società di versare l'Iva ai fornitori (le società di produzione) invece che direttamente all'Erario. In questo modo le società di produzione avrebbero risorse in più per affrontare il momento critico. «Penso però anche a interventi assicurativi a garanzia dei blocchi di produzione. Un soggetto pubblico come Sace o Simest potrebbe supplire in una fase in cui questi tipi di copertura assicurativa da parte dei privati non sono offerti». Essenziale sarà non perdere tempo. «L'emergenza va presa di petto. È l'unico modo e noi non possiamo che muoverci in stretta collaborazione con il Mibact che è il luogo ideale, con collaboratori e competenze necessarie per affrontare questa fase».

100

MIGLIAIA DI ADDETTI
Il settore dell'audiovisivo ha un giro d'affari di circa un miliardo di euro e dà lavoro a 100 mila addetti in Italia



La foto (recuperata) di Alberto Sordi con Stanlio e Ollio

Risale al 1950, era nell'archivio dell'attore. «Lui li doppiava a Roma durante uno spettacolo dal vivo»

Una vecchia foto in bianco e nero. In questi giorni circola parecchio sui social ed emoziona molto. Mostra Alberto Sordi davanti a un microfono, dietro di lui compaiono Stanlio e Ollio, i due celeberrimi comici, il primo britannico e il secondo statunitense. È l'unico «clic» che ritrae assieme i tre immensi attori e a ritrovarlo è stato Alberto Anile, storico del cinema e critico, nel corso di una ricerca durata un paio d'anni tra le carte dell'archivio personale di Sordi. Da cui è emerso che quella foto — messa in rete dall'Ansa

— venne scattata la sera del 25 giugno 1950 a Roma, a Villa Aldobrandini, sul colle del Quirinale, durante una tournée europea di Stan Laurel e Oliver Hardy oramai a fine della carriera. Un viaggio iniziato in Costa Azzurra e terminato in Italia — all'arrivo alla stazione Termini Stanlio e Ollio furono accolti da una folla impressionante — finalizzato al lancio di quello che sarebbe stato il loro ultimo lungometraggio, «Atollo K».

Tra gli appuntamenti nella Capitale, anche quello di cui Anile racconta nel suo libro

appena pubblicato, «Alberto Sordi», edito da Fondazione Centro Sperimentale/Edizioni Sabinæ. Uno sketch memorabile davanti a una platea con forse tremila persone — è la ricostruzione dello storico — tra cui famiglie con bambini, tantissimi, entrati gratis. Sul palcoscenico Stanlio e Ollio improvvisano le loro gag, leggeri passi di danza, smorfie e mimica unica. Dietro, nascosti da un telo, Alberto Sordi e Mauro Zambuto danno le voci ai due comici proprio come facevano nei film». I due italiani erano

infatti i doppiatori ufficiali di Laurel e Hardy. Veri e propri alter ego, «apprezzati assai da Stanlio e Ollio. Sordi stava avviandosi a diventare una star mentre Zambuto pochi anni dopo avrebbe lasciato lo spettacolo per trasferirsi negli Usa, insegnando computer science all'università». Ma la foto? «Chi la scattò la diede ad una rivista che non c'è più. Sordi la ritagliò, conservandola nel suo immenso archivio che aggiornava con scrupolo, catalogando tutto in album divisi per anni e film. Lo ripeteva spesso: "Voglio conservare tutte le mie cose"».

Alessandro Fulloni
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Mito Da sinistra, Ollio, Stanlio e Alberto Sordi (Fondo Alberto Sordi/CSC)

A Villa Aldobrandini

Era il 25 giugno:
chi scattò l'immagine
la diede a una rivista
che oggi non esiste più



Sul web

L'Italia della lentezza in un film

«Nuovo Cinema Paralitico» di Ferrario e Arminio. Da oggi gli episodi su Corriere.it

L'elogio della lentezza e della Piccola Bellezza, un viaggio nella straordinaria varietà dell'ovvio, un'immersione nella superficie profonda del nostro Paese. Un regista e un poeta che raccontano storie e creano emozioni: da questa idea di Davide Ferrario e Franco Arminio è nato *Nuovo Cinema Paralitico*, un cinema «inferno» in cui non succede niente. «Viviamo in un Paese che è già abbastanza spiegato da tutti — racconta il regista Davide Ferrario —. La nostra idea è stata quella di fermarsi e invece di spiegare, stare zitti ad ascoltare e guardare. Non bisogna avere paura della lentezza, perché lentezza non vuol dire noia».

Nuovo Cinema Paralitico è nato quasi per scherzo: «Stavo parlando a Franco Arminio del mio nuovo film con Harvey Keitel e Malcolm McDowell: scene di massa, scontri, sparatorie. Lui mi disse che film così sono brutti perché succedono sempre troppe cose e che bisognerebbe fare un film in cui non suc-

cede niente. Fui conquistato dall'idea all'istante. Il cinema tradizionale ormai è pieno di cose, assomiglia sempre più a un videogame, e invece penso che si debba tornare anche alla natura del cinema come osservazione della realtà. Abbiamo messo la macchina da presa non dove succedono le cose ma a lato: l'opposto di quello che facciamo quotidianamente».

Nuovo Cinema Paralitico ha una declinazione crossmediale: un centinaio di microepisodi da circa 2 minuti che vanno a comporre la serie online da oggi su *Corriere.it* (gli episodi vengono rilasciati a gruppi per nove weekend consecutivi); e poi la versione cinematografica, nelle sale a giugno.

Ferrario e Arminio hanno girato l'Italia alla ricerca di minime storie straordinarie nella loro ordinarietà, contrappuntate dai versi del poeta letti in luoghi imprevedibili o fuori campo, «come un contraltare verbale al visibile». I due hanno sperimentato che quel che conta del viaggio è il percorso e non la meta: «La

cosa più bella era scoprire le cose lungo la via, c'è un'Italia affascinante che sta tra le pieghe, l'Italia dell'ultimo banco, né bella né brutta, né moderna né antica, un posto curioso dove si annida la realtà. Un'Italia, soprattutto quella dell'interno, lentamente abbandonata ma che è la culla della nostra tradizione».

Ne sono uscite tante tessere apparentemente slegate ma che alla fine hanno riprodotto un mosaico coeso: «Pensavo che questa poetica del frammento fosse una sorta di accumulazione, in realtà c'è qualcosa di molto coerente da una parte all'altra del Paese; c'è un senso nell'essere in questo posto in questo momento; si trova il significato di cosa è essere italiani adesso, non in senso sociologico ma piuttosto in senso poetico».

Il quadro è un'Italia fatta di paesi sospesi nella storia e nel tempo, dove transita una piccola umanità: «Arminio lo dice con una delle sue poesie: credo che tutte le cose siano belle e se le guardo e non sono belle vuol dire che devo guardare meglio».

Renato Franco

© RIPRODUZIONE RISERVATA

- 1 Il teatro sannita di Pietrabbondante (Isernia)
- 2 Un venditore a Ganzirri (una frazione di Messina)
- 3 Leri Cavour (Vercelli)
- 4 Sorano (Grosseto)

Il regista



● Regista e autore di documentari, Davide Ferrario è nato 63 anni fa a Casalmaggiore (Cremona)

● Ferrario ha debuttato al cinema con «La fine della notte» (1989). Tra i suoi film: «Dopo mezzanotte» con Pasotti e «Se devo essere sincera»



1



2



3



4

Cate Blanchett mette da parte il cinema e punta sulle serie: in «Mrs. America» è l'antifemminista Phyllis Schlafly, in «Stateless» racconta il dramma migranti

«Ricomincio dalla tv»

Francesca Scorucchi

Nell'epoca in cui il cinema e gli altri luoghi di aggregazione pubblica diventano una minaccia per la salute pubblica, Cate Blanchett si avvicina al piccolo schermo: non poteva scegliere momento migliore per interpretare due progetti ispirati a storie vere, come «Stateless» e «Mrs. America».

Quest'ultimo, in onda in aprile su Ff, è una miniserie che racconta la storia del movimento femminista americano negli anni Settanta e della sua più ferma oppositrice, Phyllis Schlafly, interpretata dalla diva premio Oscar per «The Aviator» di Scorsese (miglior non protagonista) e «Blue Jasmine» di Allen (miglior protagonista). «Stateless», miniserie in sei puntate, tratta, invece, il tema dell'immigrazione attraverso l'intersecarsi di quattro vite in un centro di detenzione per immigrati in Australia. La Blanchett interpreta una donna che con la famiglia fugge dalle grinfie di una setta religiosa.

«Con la televisione tutto è cominciato e ora credo sia il momento giusto per ricominciare dal piccolo schermo», spiega l'attrice australiana, riferendosi alle serie tv in cui ha recitato a inizio carriera: «Heartland», «Bordertown» e «Police rescue», tutte prodotte dall'emittente australiana ABC negli anni Novanta.

In «Mrs. America», creata dall'autore di «Mad men» Dahvi

Waller, Cate, che della miniserie è anche produttrice esecutiva, interpreta la controversa attivista repubblicana Phyllis Schlafly. In particolare la Schlafly si batté ferocemente - ed ebbe successo - contro l'approvazione dell'emendamento denominato Equal Rights Emendament (Era), con cui il movimento femminista chiedeva la garanzia costituzionale di eguali diritti per tutti gli americani, senza la distinzione del sesso. La Schlafly fondò il gruppo «Stop the Era» e arrivò persino a creare un'organizzazione politica, the Moral Majority, vicina al partito repubblicano e alla destra cristiana, che sosteneva le sue idee, fondate sulla presunzione che il movimento femminista, con le sue pretese di uguaglianza, avrebbe sottratto alle donne il "diritto" di dipendere dal marito e di occuparsi a tempo pieno della casa e della famiglia. Le sue controparti in questa battaglia fra donne sono Rose Byrne che interpreta la femminista Gloria Steinem, Tracey Ullman che veste i panni di Betty Friedan, Uzo Aduba che è Shirley Chisholm la prima donna di colore eletta al congresso americano, Margo Martindale (Bella Abzug) e da Elizabeth Banks che interpreta Jill Ruckelshaus. È davvero una battaglia violenta quella raccontata in «Mrs. America», spiega la protagonista di «Elizabeth»: «Phyllis Schlafly pagò il suo estremismo quando, una decina di anni dopo, avrebbe potuto entrare a fare

parte del gabinetto del presidente Reagan. La abbiamo soprannominata "la distruttrice originale". Fece in modo che le donne non entrassero nell'esercito, era convinta che la loro presenza lo avrebbe indebolito e nella sua testa creò un nesso fra la causa femminista e il pensiero comunista. È incredibile quanto appassionata e determinata fosse quella donna per una causa che io ritengo sbagliata. Erano tempi incredibili».

Il tema dell'immigrazione è invece al centro di «Stateless», destinato a Netflix: «È ambientata in Australia ma ha un tema universale», dice la Blanchett, anche in questo caso produttrice con la sua Dirty Films, e creatrice del progetto, «e al suo centro di esso ci sono quattro storie molto diverse: un'assistente di volo ossessionata dalla danza, una famiglia afghana in fuga dalla persecuzione, un operaio che cerca di migliorare la vita sua e del suo nucleo familiare, una burocrate accusata di corruzione. Le loro vite si incroceranno in un centro per la detenzione degli immigrati nel deserto australiano».

Per la Blanchett è importante raccontare storie su temi di attualità come quello dei flussi migratori: «Credo che il mondo abbia difficoltà ad accettare che le situazioni non sono tutte bianche o nere. Gli immigrati non sono tutti buoni o tutti cattivi e credo che uno dei compiti dell'arte sia mostrare tutte le zone grigie che ci sono fra gli estremi».

LA DIVA DUE VOLTE PREMIO OSCAR: «È IMPORTANTE AFFRONTARE STORIE DI TRAGICA ATTUALITÀ»





LA DIVA Cate Blanchett, 50 anni, in «Mrs. America» e, sopra, in «Stateless»

Le storie**Cinema, volontari e pallone: quelli che non si fermano**

Cinema, sport, cucina e volontariato: quattro storie di persone che hanno deciso di resistere alla paura. *Covella a pag. 31*

Pagina a cura di **Giuliana Covella**

Luciano Stella Produttore

«Cinema? Il mio è aperto una battaglia di civiltà»

«Per noi è una battaglia di civiltà, un atto di resistenza per l'intera comunità». Così Luciano Stella, produttore cinematografico e patron del Modernissimo, spiega la decisione di restare aperti al pubblico nella multisala di via Cisterna dell'Olio, la prima del sud Italia da lui fondata nel 1994, in pieno centro. Pur rispettando le misure previste dal decreto emanato dal premier Giuseppe Conte lo scorso 4 marzo, Stella è uno degli imprenditori coraggiosi che ha scelto di non incrementare allarmismi e psicosi nella popolazione. «Premesso che il Covid-19 è una cosa seria - dice - e che le misure preventive stabilite dal Governo servono a impedire l'ulteriore diffusione dell'infezione, nell'ambito di decreti e direttive ci siamo attenuti a rispettare le regole basilari, scegliendo di restare aperti al pubblico». Ma quali sono queste precauzioni? «Anzitutto mantenere le distanze indicate dal provvedimento. Al Modernissimo (dove già ci atteniamo a precise regole in base alle dimensioni della sala e alla sua capienza), come hanno fatto in altre regioni italiane tra cui il Lazio, ci siamo attrezzati prevedendo una distanza di due posti vuoti tra uno spettatore e l'altro».



“
La vita non si ferma anche se incasserò poco voglio andare incontro a tutti i napoletani pronti a svagarsi un po'”

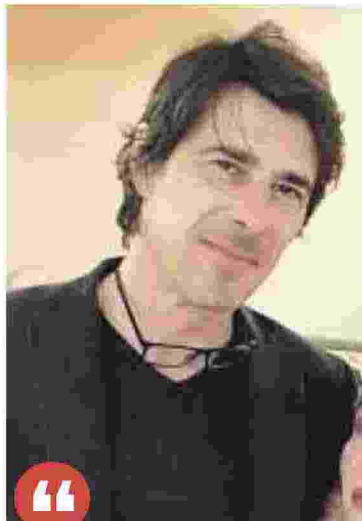
Rispettiamo le regole imposte dal ministero al «Modernissimo» due poltrone vuote accanto allo spettatore

Eppure Stella non si ritiene un «coraggioso», né pensa di aver compiuto una «scelta azzardata»: «Il mio non è un atto eroico né temerario, beninteso - sottolinea - Ovviamente gli incassi non saranno elevati e il numero degli spettatori che verranno al cinema sarà ridotto. Ma la mia scelta nasce dal fatto che trovo giusto che ognuno di noi, in questo momento critico, faccia uno sforzo per continuare a vivere. Non possiamo pensare di fermare tutto. Il cinema in tal senso è un elemento di "luce" all'interno di una comunità e se un single o una coppia scelgono, ad esempio, di andare a vedere l'ultimo film con Elio Germano (che è stato premiato con il Leone d'argento alla Berlinale come miglior attore 2020) nei panni di Ligabue, non possiamo certo impedirgli di vivere una loro passione». E se da un lato ricorda quando nelle sale arrivò il divieto di fumare nel lontano 1975, e si pensò subito «ecco, adesso il cinema è morto», il produttore sottolinea dall'altro che «mentre in situazioni drammatiche come le catastrofi naturali cresce la solidarietà, in questo caso mi sembra che il Coronavirus abbia la potenzialità di "spappolamento" del senso di comunità».

Vincenzo Falco Volontario

«Guanti, camice e visiera al lavoro nel reparto Aids»

Visiera, camice, doppi guanti e occhiali speciali. A vederlo così equipaggiato ci si rende conto del concreto rischio a cui tutti noi siamo esposti ogni giorno, in tempi di emergenza da Coronavirus. Ma da decenni lui vive ogni giorno a stretto contatto col rischio, prendendosi cura insieme ad altri volontari di persone sieropositive e non solo. Ora, in questi giorni critici, all'ospedale Cotugno sta fronteggiando insieme agli altri operatori sanitari quella che si è rivelata un'emergenza a tutti i livelli. E, come tutti i suoi colleghi che frequentano gli ospedali, ha l'obbligo di rispettare le misure preventive stabilite dal decreto emesso dal presidente del Consiglio lo scorso 4 marzo: «Perché non potremmo fare altrimenti, anche se non vanno incrementate paure nell'utenza». Si tratta di Vincenzo Falco, presidente della sezione Campania di Anlaid e dell'associazione V.o.l.a. (Volontari ospedalieri lotta all'aids), una onlus di volontari che da anni opera sul territorio per attività finalizzate alla prevenzione delle malattie sessualmente trasmesse, che traccia un bilancio di chi vive in trincea in queste settimane ed è continuamente esposto al



“
All'interno del Cotugno seguo i sieropositivi non potrei mai lasciarsi in un momento più difficile del solito

Abbiamo attivato tutti i dispositivi precauzionali sospese solo le visite negli ambulatori

pericolo. «Opero nel settore dal 1992 - spiega - e dal 2003, quando è nata l'associazione V.o.l.a., che ha sede all'interno del Cotugno seguo pazienti sieropositivi, con i quali vanno presi i dovuti accorgimenti. Per questi pazienti dobbiamo fare molta attenzione. Ovviamente non solo per loro, ma in questo caso i dati sono allarmanti: secondo il Coa (Centro operativo aids), sono 3.643 i pazienti infetti dal virus Hiv, di cui 800 sono giovani che non sanno nemmeno di esserne affetti e 300 hanno tra un'età compresa tra i 15 e i 25 anni. Ciò significa che nel 2020 c'è ancora poca informazione su questa malattia». Di conseguenza per chi è a contatto ogni giorno anche con questi ammalati, alla luce dell'allarme da Coronavirus, sono stati attivati i cosiddetti dispositivi di protezione individuale: «Oltre ad attenerci alle direttive del decreto Conte - specifica Falco - tutti noi operatori dobbiamo indossare una visiera, una mantellina, un camice, sovrascarpe, un doppio paio di guanti e occhiali particolari. Inoltre - aggiunge il volontario - per questi pazienti affetti da aids, eccetto i ricoveri, in via precauzionale sono stati bloccati le prestazioni ambulatoriali e i day hospital».

Rossano Vettosi Allenatore

«Qui giochiamo a calcetto mai rinunciare allo sport»

«Non possiamo impedire ai bambini di fare sport e stare insieme agli altri. Basta solo seguire le regole che il Governo ci ha imposto, a tutela della loro salute». Rossano Vettosi, allenatore e presidente della Scuola calcio Petrarca di viale Virgilio, è un esempio "virtuoso" per i 130 minori che seguono gli allenamenti ogni giorno. Bambini dai 3 ai 13 anni che sono tra i soggetti più a rischio infezione, come indicato dagli specialisti. Ma alla luce del provvedimento che ha sospeso le lezioni per ora fino al 15 marzo (data che potrebbe essere prorogata), come si possono tenere a casa i bambini, senza correre il rischio di isolarli dal mondo esterno? «Da 23 anni seguiamo i minori che vogliono imparare a giocare a calcio - spiega il mister, che tutti (allievi e genitori) chiamano affettuosamente Rosso - la nostra scuola non è solo un luogo dove si fa sport, ma di aggregazione. Perciò andiamo in contro tendenza. E anziché tenere 130 bambini dai 3 ai 13 anni davanti alla tv, al cellulare o al joystick tutto il giorno, li facciamo venire a fare esercitazioni di calcio dalle 10 alle 16 all'aperto, ma a porte chiuse per i genitori». Ovviamente Vettosi rispetta



Non vanno a scuola e studiano poco se gli togliamo le gare passeranno la giornata attaccati al cellulare

Molta attenzione da parte di tutti noi niente spogliatoio e genitori a casa voglio solo i ragazzi

alla lettera il decreto di Conte: niente bimbi negli spogliatoi («vengono già in tuta»), ognuno ha la sua borraccia, alcol per disinfestare palloni e casacche e amuchina per lavarsi le mani ogni volta che si entra ed esce dal campo. Inoltre dopo le partite frutta fresca come antidoto al virus per ogni bimbo: «anziché merendine, patatine, coca-cola e altri cibi poco sani per la loro alimentazione diamo a ciascuno frutta fresca, per la quale spendiamo 7.500 euro l'anno». Tra le attività per i minori anche le uscite in canoa o al cinema: «La nostra funzione non è solo quella di insegnare loro la competizione - rimarca Vettosi - ma di creare un gruppo, di far capire l'importanza dello stare insieme. E, nella fattispecie, che i risultati sul campo da gioco sono tre: vittoria, sconfitta e pareggio e tutti si devono accettare. Ecco perché diciamo no a genitori esasperati che inculcano nei figli insegnamenti sbagliati». Pronti dunque a continuare a scendere in campo, perché «dobbiamo sì fronteggiare l'emergenza sanitaria, senza trascurare l'emergenza secondaria, quella cioè che vedrebbe i bambini che non vanno a scuola abbruttirsi in casa», conclude l'allenatore.

Francesco Gallifuoco Pizzaiolo

«Margherite e pizze fritte il forno è sempre acceso»

«La situazione è più complicata di quel che si possa pensare, ma ho deciso di rimanere aperto perché se la gente vede la scritta "locale chiuso" potrebbe pensare che io sia stato contaminato dal virus». Tutt'intorno, dalle prime luci del mattino fino a sera, quando si spengono le insegne, è una desolazione nell'area di piazza Garibaldi. Ma Francesco Gallifuoco, titolare dell'omonima pizzeria in corso Arnaldo Lucci, non ci sta a gettare la spugna e decide di resistere. Un luogo, quello della zona a ridosso di via Galileo Ferraris, da sempre strategico per le attività ristorative e ricettive, data la vicinanza con la stazione ferroviaria di piazza Garibaldi. «Ma da quando è scoppiato il panico da Coronavirus di viaggiatori che scendono dai treni non se ne vedono più - ammette il giovane maestro pizzaiolo - abbiamo avuto disdette dal 28 febbraio al 30 aprile. Noi lavoriamo per lo più con gruppi, scolaresche e turisti, soprattutto giapponesi. Fino a poco tempo fa accoglievamo 150 persone al giorno, oggi al massimo facciamo 20 coperti e la crisi comincia a farsi sentire». Eppure Francesco ha deciso di sfidare quella che per molti è solo una psicosi collettiva e di



Da 120 coperti al giorno sono passato a venti ma non mi abbatto e continuo a sperare che presto tutto finirà

Ho sanificato il locale così come prevede l'ordinanza comunale rispetto le regole e garantisco la pulizia

restare aperto al pubblico, in barba alle prescrizioni di istituzioni e specialisti.

«Purtroppo so di correre un rischio per me e per il mio personale - dice - ma se avessi scelto di chiudere, la clientela o i passanti avrebbero pensato che io, o qualcuno dei miei collaboratori, avessi contratto il Covid-19. Purtroppo credo che l'Italia non sia un Paese in grado di fronteggiare quest'emergenza e che i danni li conteremo tra qualche mese, specie noi ristoratori». Intanto le serrande di Gallifuoco continuano ad alzarsi ogni mattina, sia quelle della pizzeria-ristorante che del vicino bar. «In quest'ultimo paradossalmente lavoriamo più di notte, perché chi va a lavorare o chi esce per svago, seppure vi sia il rischio di contagio, non rinuncia a prendere un caffè al banco». Resta tuttavia lo scrupolo di osservare le misure imposte dal Governo: «Abbiamo sanificato il locale, come previsto dall'ordinanza comunale. Anche se mensilmente facciamo i tamponi per l'Asl. Mi chiedo dunque a cosa servano le sanificazioni, se dopo il locale resta aperto e passano altre persone potenzialmente infette? Tanto vale stare in quarantena tutti in casa per 15 giorni», chiosa sarcastico.

«Trash», è made in Naples il primo cartoon sui rifiuti

Giovanni Chianelli

I protagonisti della favola sono Slim, acuto e dinoccolato, Bubbles, ciccone e ottimista, e il piccolo Spark. Potrebbe sembrare una storia come le altre: e invece i personaggi sono rifiuti. Slim è una scatola di cartone, Bubbles una bottiglia di plastica per l'acqua gassata, Spark una confezione di un giocattolo. Insieme agli altri - tra cui Bliss, bottiglia di rhum-femme fatale, e Jet, barattolo di marmellata - compongono l'universo di «Trash», il primo film d'animazione sul mondo della spazzatura. Una sorta di «Toy Story» dell'immondizia, o meglio «un viaggio dantesco che come finalità educative ha la divulgazione della differenziazione e dell'importanza del riciclo» dice Alan Vele, 43 anni, napoletano. Con la sua società Al-One è il produttore del film, diretto da Luca Della Grotta e Francesco Dafano, con un brano inedito di Raphael Gualazzi nella colonna sonora.

La matita da cui sono usciti i personaggi è quella di Andrea Scoppetta, disegnatore partenopeo con trascorsi alla Pixar e alla DreamWorks, che spiega: «Ho lavorato sui rifiuti dal vivo. Osservandoli, cercando di capire che personalità potevano avere, la loro funzione narrativa. E poi li ho rotti immaginando un loro riutilizzo diverso dall'originale perché la vicenda, concepita come un viaggio epico, avesse degli scopi precisi». Infatti il percorso degli eroi è verso la «piramide magica», una sorta di paradiso dove i rifiuti hanno una seconda chance, una nuova vita. L'universo del riciclo, appunto. «Il luogo mitico in cui è possibile rinascere, tornare a essere puliti e utili agli altri» dice Vele. A rafforzare lo scopo didattico del film è stata creata una app ludica per smartphone, «Trash game», videogioco simile al Tetris in cui ogni rifiuto deve finire nel suo smaltitore indicato. Chi gioca può così fare punteggio e realizzare nuovi personaggi dalla spazzatura ricic-

NON SOLO 3D
 Una scena da «Trash», la cui uscita è rimandata a dopo l'estate



data. Un po' tutto il film è una storia a lieto fine, racconta il produttore: «Ho puntato su professionisti italiani che lavoravano per lo più all'estero. Il film è costato 4 milioni di euro, una cifra piccola, ma con la quale ab-

**SORTA DI «TOY STORY»
 DELL'IMMONDIZIA
 IL FILM È PRODOTTO
 DA ALAN VELE
 E DISEGNATO
 DA ANDREA SCOPPETTA**

biamo confezionato un prodotto di avanguardia. Ha partecipato la Regione Campania tramite la Film commission con un contributo di oltre 100.000 euro. Hanno letto il progetto e si sono presto convinti della bontà dell'idea». Per il «casting» dei personaggi Scoppetta ha guardato al John Belushi di «The Blues Brothers» e al Danny (Noah Taylor) di «E morì con un felafole in mano». Dice il disegnatore: «Un progetto difficile ma molto stimolante. Inizialmente dovevano essere 9 personaggi e mi sembrava tantissimi, alla fine ne sono oltre 40. Siamo riusciti a non inserire figure umane come si pensava all'inizio, così da dare centralità ai

protagonisti. Credo che siamo riusciti a parlare di riciclo senza mai nominarlo».

«Trash» è realizzato in computer grafica con un parte in 3D e un'altra tratta da ambientazioni reali che sono state poi trasformate in disegni in postproduzione: «Una difficoltà è stata immaginare i passi o le panoramiche condotte da oggetti minuscoli, immedesimarsi in oggetti di uso comune è molto formativo, dà stimoli creativi insospettabili» spiega Scoppetta.

L'uscita del film, prevista per il 22 aprile, causa coronavirus slitterà a dopo l'estate.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



NEGLI UCI PARCO LEONARDO, PORTA DI ROMA E ROMA EST

Al cinema grandi successi scontati con il pop corn extra

••• Fino all'11 marzo negli Uci Cinemas, il principale Circuito cinematografico in Italia con 49 multisale per un totale di 488 schermi, lancia i «Magic Days», un'iniziativa speciale che permette di vedere tre grandi titoli della stagione cinematografica alla tariffa esclusiva di 2,90 euro, 4,90 euro negli Uci Luxe. Inoltre tutti gli spettatori che acquisteranno un menù Pop Corn riceveranno in omaggio un refill di Pop Corn da 125gr, un'occasione unica per unire l'amore per il cinema a quello per il famoso snack.

I titoli selezionati per questa esclusiva promozione sono: «Jojo Rabbit», il film diretto e interpretato da Taika Waititi con Roman Griffin Davis, Scarlett Johansson, Sam Rockwell e Rebel Wilson su un giovane seguace di Hitler che scopre che sua madre sta nascondendo una giovane ebrea nella stanza della sorella morta, distribuito da 20th Century Fox; «1917», il film distribuito da 01 Distribution, diretto da Sam Mendes e interpretato da George MacKay,

Dean-Charles Chapman, Mark Strong, Andrew Scott, Richard Madden, Colin Firth e Benedict Cumberbatch che racconta un anno cruciale della Prima guerra mondiale; «Sonic», il film diretto da Jeff Fowler e interpretato da James Marsden e Jim Carrey sul riccio blu elettrico che corre ad una velocità superiore a quella del suono

Le multisale romane che parteciperanno alla promozione fino all'11 marzo sono: Uci Parco Leonardo, Uci Porta di Roma e Uci Roma Est.

Nel resto d'Italia: Uci Alessandria, Uci Arezzo, Uci Bolzano, Uci Cagliari, Uci Casoria (NA), Uci Luxe Campi Bisenzio (FI), Uci Catania, Uci Cinepolis Marcianise (CE), Uci Showville Bari (BA), Uci Firenze, Uci Fiumara (GE), Uci Fiume Veneto (PN), Uci Messina, Uci Molfetta (BA), Uci Moncalieri (TO), Uci Palermo, Uci Perugia, Uci Red Carpet Matera, Uci Sinalunga, Uci Torino Lingotto, Uci Verona, Uci Villesse (GO), Uci Seven Gioia del Colle (BA).

©RIPRODUZIONE RISERVATA

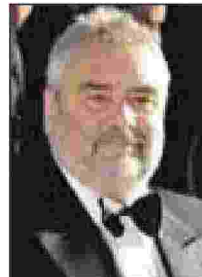


PRODUSSE GRANDI FILM COME GRAND BLEU

Il cinema di Besson ceduto agli americani

DI ANGELICA RATTI

Il gruppo di Luc Besson passa sotto le insegne americane. Il gruppo francese EuropaCorp sarà controllato per il 60,15% dal fondo di investimento Vine Alternative di New York. Un altro fondo americano, Falcon Strategic Partners IV possiederà il 6,25% del capitale. Luc Besson ha dovuto capitolare sotto la montagna di debiti accumulati. Avendo rifiutato un'acquisizione da parte di Pathé a luglio 2019, il suo gruppo, EuropaCorp, sotto una procedura di salvaguardia per nove mesi, sarà acquisito dal fondo dagli americani Vine Alternative Investments.



Luc Besson

Il piano di salvaguardia è stato approvato da parte dei creditori con il sostegno di Luc Besson e della sua holding personale, Front Line. Convertendo i suoi debiti, valutati in 180 milioni di euro, in azioni EuropaCorp, il fondo di investimento americano Vine Alternative Investments controllerà il 60,15% del gruppo francese. Secondo lo stesso schema, un altro fondo americano, Falcon Strategic Partners IV, deterrà il 6,25% del capitale. Una vera scommessa, poiché la valutazione di mercato del gruppo di Luc Besson è crollata a 23 milioni di euro. Alla fine di questa riorganizzazione Besson abbandonerà tutte le funzioni di gestione e diventerà direttore artistico di EuropaCorp. Gli attuali azionisti saranno ampiamente diluiti, ma manterranno comunque il 33,56% del finanziamento. La quota del direttore di *Le Grand Bleu* si diluirà dal 31,57 al 10,6%, quella della FF Motion Invest (Fundamental Films) cinese dal 27,9 al 9,3%.

» Riproduzione riservata



I conti 2019 del gruppo in Italia. Boom del cinema, cala l'area media. Organici ridotti di 44 unità

Disney, ricavi a 310 mln (-4,1%)

Utile per 8,4 milioni. Distribuiti 26 mln di dividendi

DI CLAUDIO PLAZZOTTA

I soci di Walt Disney Italia si sono riuniti a Milano alla fine di gennaio per approvare i conti dell'esercizio 2019 terminato al 30 settembre 2019. Nel frattempo, dopo le delibere del consiglio di amministrazione del 17 luglio scorso circa l'apertura di una procedura di licenziamento collettivo, al 31 dicembre si è arrivati a una riduzione degli organici pari a 44 unità. Il personale era di 231 dipendenti nel 2017, sceso poi a 207 nel 2018 e a 203 nel settembre 2019.

E la necessità di riorganizzare il business in Italia, spiegano gli amministratori, è arrivata «dal nuovo modello di distribuzione dei prodotti a marchio Disney e Fox (gruppo passato a Disney nel marzo 2019, ndr) a livello globale, incentrato sulla piattaforma Disney+ (vedere box in pagina, ndr), e dalla centralizzazione delle funzioni relative alla divisione Consumer products di Disney Italia».

Sotto la guida dell'amministratore **Daniel Frigo** e del nuovo presidente (nominato lo scorso 28 novembre) **Anthony Gerard Chambers**, l'esercizio 2019 di Disney

Italia si è chiuso con un valore della produzione di 310 milioni di euro (-4,1%), con costi della produzione pari a 300,5 milioni (-3,2%), dei quali 37,8 milioni sono costi del personale. La voce sale del 21,5% soprattutto a causa del forte aumento degli incentivi all'esodo, esplosi a 11,9 milioni rispetto ai 6,8 mln del 2018.

Si è comunque arrivati a un utile di 8,4 milioni di euro (9,1 mln nel 2018), un po' aiutati da 1,2 milioni di proventi straordinari e da due milioni di utili su cambi, voci che invece erano piccolissime nell'esercizio precedente (circa 130 mila euro).

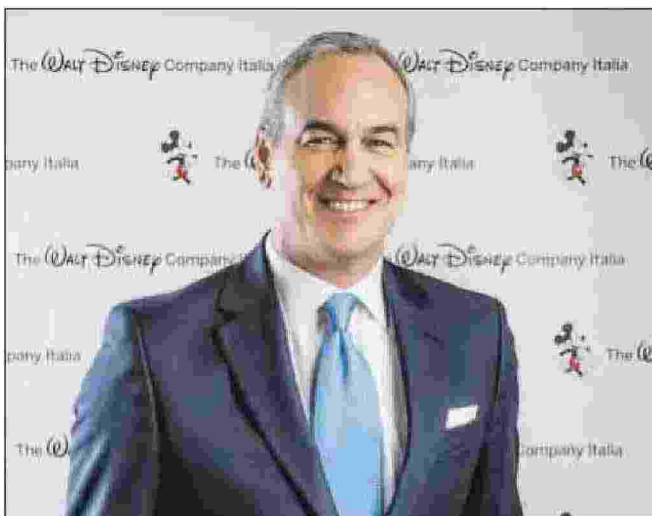
Nonostante i licenziamenti di massa, Disney Italia è comunque una società che stacca ricchi dividendi per la casa madre: 40 milioni di euro distribuiti nel 2018, e 26 milioni di euro distribuiti nel 2019. Ora, dopo l'acquisizione delle attività di Fox anche sulla Penisola, si tratterà di vedere come avverrà l'integrazione, soprattutto quando tutti i dipendenti di Fox Italia (un centinaio) si trasferiranno da Roma alla sede Disney di Milano nell'estate di quest'anno.

Il perimetro di Walt Disney Italia comprende tre aree di business principali: quella televisiva, quella cinematografica e quella di prodotti al consumo. In particolare, i ricavi delle vendite di Disney Italia nel 2019 sono stati pari a 287,8 milioni (-2,7% sul 2018), di cui 161 milioni di euro dall'area Media (canali televisivi distribuiti via satellite, produzione e distribuzione di programmi tv, raccolta pubblicitaria), in calo del 19%; e poi 66 milioni di euro da Motion Pictures (distribuzione cinematografica) in fortissima crescita a +86%; 34,5 milioni dal licensing, che sale del 7% e dove nel 2020 partirà un accordo con il gruppo Gucci sul personaggio di Topolino; 11,5 milioni dal licensing nel comparto editoriale; e, infine, 15 milioni di euro dall'home entertainment (dvd, ecc), giù del 23%.

Da un lato, quindi, ci sono gli ottimi risultati nella distribuzione cinematografica, soprattutto grazie ai box office di pellicole come *Il re leone*, *Avengers: endgame*, *Aladdin*, *Il ritorno di Mary Poppins*, *Captain Marvel*, *Dumbo*, mentre, spiegano

gli amministratori di Disney Italia, la divisione media è la più sofferente perché «sono mutate le strategie di lungo periodo nella vendita dei diritti tv; ci sono state performance inferiori sulla piattaforma pay; c'è stato un calo del 36% dei ricavi pubblicitari televisivi». Questo ha portato alla decisione di chiudere il canale Dxd, che dal 30 settembre 2019 non è più presente sulla piattaforma Sky dove invece restano Disney Jr e Disney channel. Prosegue invece con soddisfazione la vendita di serie tv a grandi canali generalisti, come *Criminal Minds*, *Body of proof* e *Castle* a Rai Due, e *Grey's anatomy* a La7.

In base alle stime dei primi tre mesi dell'esercizio 2020 (quindi ottobre, novembre e dicembre 2019), i ricavi di Disney Italia viaggiano in linea con quelli dell'esercizio 2019, con un netto miglioramento sul fronte costi. Va tuttavia segnalato che il business complessivo di Disney sulla Penisola si è molto ridimensionato nelle ultime stagioni: basti pensare che nel 2016 i ricavi delle vendite erano pari a 363,7 mln, poi in costante calo a 327,2 mln nel 2017, a 295,8 mln nel 2018 e a 287,8 mln nel 2019.



Daniel Frigo



L'INTERVISTA

Io, tra i migranti in un film tutto al femminile

Isabella Ragonese martedì in Tv

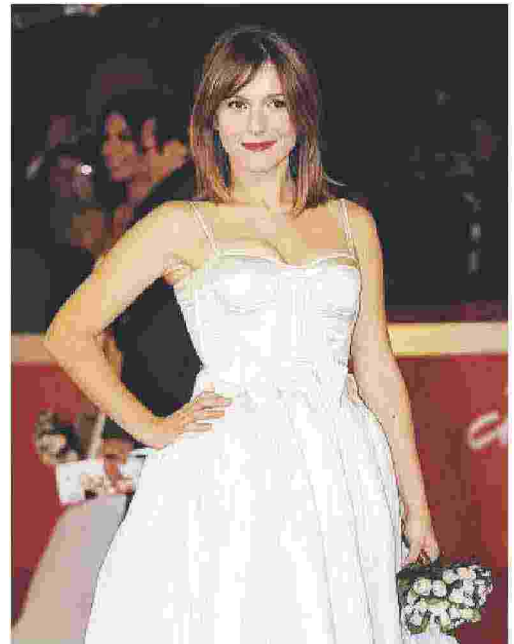
di NICOLETTA TAMBERLICH

«È stata l'occasione di dare voce, senza falsa retorica, a persone, e voglio sottolineare persone, che vengono genericamente chiamati migranti, e sempre ridotti a dei numeri. Ci siamo liberamente ispirati a una

storia vera che non è mai stata portata sullo schermo quella di una donna, Agnese Ciula, che nel film si chiama Adele che è stata lungimirante, una madre, assessore alla cittadinanza sociale a Palermo, non un'eroina, ma una persona in grado di guardare dove altri non distolgono lo sguardo».

Isabella Ragonese, da sempre si divide tra cinema (candidata al David per *Mio fratello rincorre i dinosauri*) e tanta Tv, (reduce dal successo della miniserie su Rai1 *La Guerra è finita* con Michele Riondino) torna sull'ammiraglia Rai martedì 10 marzo alle 21.15 nel film tv con *Tutto il Giorno davanti*, di Luciano Manuzzi (che cura anche la sceneggiatura con Federica Pontremoli) nel ruolo di Adele ispirato a quello dell'ex assessora palermitana ai servizi sociali che mise a punto, racconta: «Lo strumento del tutoraggio volontario dei minori non accompagnati, (durante l'emergenza sbarchi 2012 e il 2017)».

Il Tv Movie è prodotto da Angelo Barbagallo e Rai Fiction e vede nel cast Andrea Tidona, Paolo Briguglio, Sara D'Amario, Selene Caramazza, Aurora Quattrocchi, Massimo Sestini. Ragonese confessa «tra tanti film e serie tv che ho realizzato nella mia carriera è la prima volta che mi capita di girare nella mia città Palermo. È stato un regalo. Uno strumento quello messo a punto da Agnese - ricorda l'attrice - che non dimentichiamo è entrato nella legge, e questo grazie a una donna, una vera pioniera. Adele Cucci ha una vita decisamente intensa e



PALERMITANA Isabella Ragonese è nata nel 1981

faticosa. Ha due figli che comportano gli impegni a cui devono assolvere tutte le mamme». Adele li accudisce, li accompagna a scuola, prepara loro da mangiare, se è il caso li rimprovera e li consola quando sono tristi. Nella vita della donna, però, oltre ai figli ci sono altri quattrocento ragazzi che ogni giorno hanno bisogno del suo aiuto. Da quando è assessore alle politiche sociali di Palermo, infatti, lei sono stati affidati i minori sbarcati in città senza i loro genitori. Ufficialmente è la loro referente, la tutrice legale, ma in realtà è come una madre. Ogni giorno, Adele affronta mille ostacoli, problemi e imprevisti. Quando va a letto, però, è orgogliosa di avercela fatta ancora una volta. «Agnese - aggiunge Ragonese - ha preso atto di un'emergenza e ha proposto la sua soluzione, un piccolo gesto per lei normale che è diventato un esempio per tanti».

Come si sviluppa il film? «È un taglio inedito - risponde - nell'arco di una sola giornata che parte come le altre nella vita di questa donna, all'alba, eccezionale per il solo risultato di arrivare alla sera. La giornata di una mamma che deve accompagnare a scuola, ascoltare, capire, sgridare e consolare i suoi due figli per poi scappare al lavoro dove l'aspettano altri quattrocento ragazzi e bambini a cui badare». Infatti spiega Ragonese rispondendo proprio alla domanda della figlia più piccola che si sente defraudata della sua presenza del suo affetto perché troppo presa dal lavoro con i ragazzi, e giustamente come tutti i figli reclama affetto, risponde nel modo più diretto ed elementare di fatto a tutti coloro che hanno paura dell'altro che temono l'appropriazione di un campo altrui: «ma se tu arrivassi in paese straniero non vorresti trovare qualcuno che ti accoglie?».

Ragonese dall'8 marzo darà voce a tutti i personaggi di *Indomite* in esclusiva su RaiPlay: mini biografie di donne straordinarie.

Il cinema e il virus si entra in coppia si vede il film separati

E a Bari l'incasso medio per ogni sala è solo di 61 euro

di NICOLA MORISCO

Le sale cinematografiche contro il Coronavirus. Nel decreto emanato dal Governo che contiene le nuove norme sull'emergenza coronavirus, oltre alle tante disposizioni che comportano anche la chiusura delle scuole e degli atenei su tutto il territorio nazionale, sono contemplate le restrizioni ampliate anche a cinema e teatro fino al 20 marzo. Nello specifico sono stati sospesi tutti quegli eventi, in luogo pubblico o privato e in luogo chiuso aperto al pubblico, che comportino affollamento di persone e che non garantiscano il rispetto della distanza di sicurezza interpersonale di almeno un metro.

Molti gestori delle sale cinematografiche, tra Bari e pro-

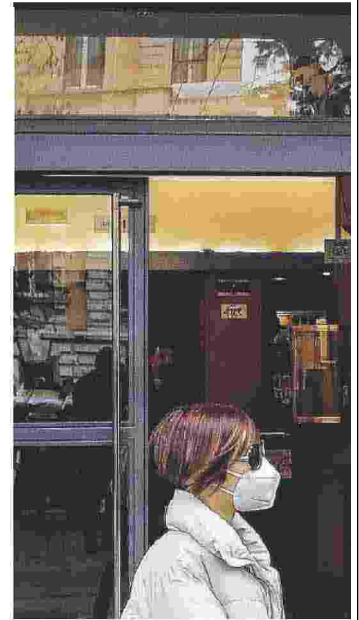
vincia e non solo, stanno adottando misure precauzionali affinché i cittadini possano godersi un film con tranquillità. L'Anec di Puglia e Basilicata, secondo i dati CineTel, ci conferma che nelle giornate erano aperte 43 strutture su 100 censite, con un totale di incasso di 8.600 euro. Per la sola Città di Bari, che ha 26 schermi in tutto, tutti aperti nella giornata di giovedì, la media di incassi e presenze è stata di 13 presenze a schermo e di 61 euro di incasso a sala.

«Abbiamo adottato le accortezze suggerite dal decreto - commenta Francesco Santalucia, responsabile del Multisala Galleria -, che prevede una sedia occupata e due libere. In queste condizioni la sala si riduce di due terzi, quindi in una sala da 300 posti entrano 100 persone e devono stare a distanza di oltre un metro». Anche il cinema Esedra ha messo in campo le norme dettate dal governo a iniziare dalla riduzione di posti a sedere. «Oltre alla distanza delle

poltrone - precisa il responsabile della sala Mario Gentile -, abbiamo intervallato le file con una occupata e l'altra no. Insomma, da 300 abbiamo ridotto a 70 posti a sedere, così come anche la distanza dalla biglietteria è a norma».

La direzione barese dell'Uci Cinema Showville, conferma che per le loro sale sono state adottate le norme governative, cosa che accade anche al cinema Splendor e al Ciaky, tutti di Bari. «Il primo giorno di programmazione post DPCM del 4 marzo - si legge nella nota dell'Anec - ha confermato che il problema delle sale cinematografiche non si risolve contingendo gli ingressi e dividendo il pubblico con capienze ridotte di un terzo, ma è purtroppo solo una conferma del grave stato di crisi del settore motivo per cui l'Associazione ha da giorni avviato su tutti i tavoli istituzionali l'interlocuzione affinché sia dichiarato lo stato di crisi con le opportune e necessarie prese di posizione a sostegno, al netto del fatto che in questo momento la salvaguardia della salute ha la priorità assoluta».

All'emergenza salute, bisogna anche fare i conti con i costi gestionali, oltre che all'uscita di nuovi film che al momento sembrano al di sotto delle previsioni. La gente è spaventata e una parte di pubblico non sta frequentando le sale - conclude Santalucia -, anche se, con molta sorpresa, c'è tanto pubblico che ci chiama continuamente per prenotare. C'è stato un blocco nella distribuzione, ma nell'ultima settimana sono usciti comunque un paio di film importanti tra cui *Volevo nascondermi* di Giorgio Diritti con Elio Germano. Il problema è capire se questa situazione andrà avanti, comunque lunedì tireremo le somme e capiremo cosa fare, anche se cercheremo di andare avanti il più possibile».



TEMPI BUI PER LE SALE
Come per ogni altro settore compreso il comparto sanitario anche nei luoghi di svago e di cultura come i cinema è tempo di crisi

«RESISTIAMO»
In giro tra Multicinema Galleria, Showville, Ciaky e Splendor



APULIA FILM COMMISSION SOSPESI I CASTING

Ciak, in Puglia non si gira

Lo stop ai set

In aprile pronti al via

Il cinema in Puglia al tempo del Coronavirus. Al momento tutto è bloccato per il cinema made in Puglia. In questo periodo, inoltre, non si registrano set aperti in tutta la regione, se non preparativi legati a produzioni che si spera possano al più presto riprendere il lavoro sul nostro territorio. Il comparto dell'audiovisivo pugliese ha vissuto uno straordinario 2019, grazie all'alternarsi di prestigiosi artisti, registi e produttori a conferma di quanto è importante il cinema realizzato in Puglia non solo dal punto di vista artistico, ma anche economico e lavorativo.

Nei mesi scorsi, infatti, abbiamo avuto il piacere di ospitare la regina del cinema internazionale Sophia Loren, le riprese di *Bond 25*, con Daniel Craig nei panni di James Bond a Gravina in Puglia, Matteo Garrone e il suo *Pinocchio*, con il dal premio Oscar Roberto Benigni, Carlo Verdone con *Si vive una sola volta*, in attesa di entrare nelle sale, Checco Zalone al suo esordio da regista con *Tolo Tolo*, nomi di artisti e film che hanno visto in prima linea la Fondazione Apulia Film Commission e la Regione Puglia.

In questo momento, però, è tutto bloccato in attesa di momenti migliori che si spera possano arrivare al più presto. Lello Petrone, produttore della Dynamo Film e organizzatore di diversi film in Puglia, conferma il momento difficile che sta vivendo il cinema. «Ho sentito in questi giorni molti colleghi, tutti mi hanno confermato che le produzioni sono ferme in tutta Italia, quindi molti hanno deciso di posticipare la data di inizio riprese. In realtà non è molto chiaro se il set cinematografico rientri negli eventi di aggregazione, quindi molti non sanno se girare o no. Personalmente sto seguendo dei progetti che si dovrebbero concretizzare nei mesi di settembre-ottobre». Di sicuro in Puglia sono attesi nei prossimi mesi diverse produzioni, nazionali e internazionali, alcuni dei quali avevano già avviato il lavoro di preparazione con casting e sopralluoghi. Ma è anche vero che, a partire dal 23 marzo a Monopoli, è previsto e confermato l'inizio delle riprese di una serie televisiva prodotta da Bibi Film con Rai Fiction, così come l'avvio di diverse produzioni a partire da metà aprile. [n. mor.]



Inventario
CULT



SPRITZ
di Mariarosa
Mancuso



ARRIVA
UN'ARIA
NUOVA
PER IL
CINEMA?

«Parasite, che ha trionfato agli Oscar, è una rivoluzione fatta senza proclami. Una mossa straordinaria, che fa ben sperare per il futuro del premio: il mediocre vincitore dello scorso anno, Green Book di Peter Farrelly, potrebbe essere stato solo un incidente di percorso. L'Academy degli anni '20 ha premiato un film diretto da un regista coreano celebre in patria e noto ai festivalieri, che non aveva finora conquistato il grande pubblico, neanche con il bellissimo Snowpiercer».

Aria nuova agli Oscar. L'anno scorso *Roma* era rimasto nel recinto "film straniero", a dispetto della statuetta ottenuta dal messicano Alfonso Cuarón come regista. Quest'anno *Parasite* è uscito dal ghetto: Bong Joon-ho regista e sceneggiatore, e miglior film senza l'alibi della provenienza geografica. Anche se bisogna vederlo con i sottotitoli, cosa che gli spettatori americani hanno fatto di buon grado – gli incassi Usa, prima del rilancio dovuto agli Oscar, avevano superato i 40 milioni (gli italiani ancora aspettano che i sottotitoli diventino un'abitudine e non più una bizzarria). È la prima volta in 92 anni, dicono i cultori della materia. Sbagliato: è una "prima volta" che nessuno avrebbe mai immaginato.

È una rivoluzione fatta senza proclami. Una mossa straordinaria, che promette bene per il futuro del premio: il mediocre vincitore dell'anno scorso (*Green Book* di Peter Farrelly, già dimenticato) potrebbe essere stato solo un incidente di percorso. L'Academy degli anni 20 ha premiato un film diretto da un regista coreano celebre in patria e noto ai festivalieri, che non aveva finora conquistato il pubblico internazionale neanche con il bellissimo *Snowpiercer*, dalla graphic novel *Le Transperceneige*.

Snowpiercer racconta la lotta di classe, anche ferroviaria. È ambientato a bordo di un treno che viaggia intorno alla Terra, su un binario circolare. A bordo ci sono i sopravvissuti alla catastrofe ecologica. Vuol dire: causata dai verdi che volevano raffreddare la Terra, e l'hanno surgelata. *Parasite* racconta una storia di servi e padroni, perfino più interessante. L'idea che i giurati degli Oscar – considerati fino a dieci anni fa anziani o quasi moribondi, pronti a premiare qualsiasi sciocchezza, purché in costume – abbiano applaudito certe scene fa

ben sperare per il futuro. Nostro di spettatori, e del cinema che ama il suo pubblico.

Oltre al film da Oscar – andavano fortissimo anche i biopic, l'attore o l'attrice avevano garantita la nomination, come se "recitare" volesse dire "sommigliare" – c'era un'altra categoria che pareva immutabile. Il film made in France, con la presenza obbligatoria di Juliette Binoche o Catherine Deneuve. Al genere ha ceduto anche un giapponese brillante come Hirokazu Kore-eda. Vincitore a Cannes con *Shoplifters* (nel 2018, l'anno prima che la Palma d'oro andasse a *Parasite*) ha omaggiato il cinema francese con *Le verità*, annoiando gli spettatori e rasentando la parodia. Unico pregio: una perfida Mademoiselle Deneuve.

Rullo di tamburi. Il 12 marzo uscirà nelle sale italiane *Les Misérables*, premio della giuria l'anno scorso a Cannes. Un film francese come non ne avete mai visti. Ambientato a Montfermeil, comune della cintura parigina dove Victor Hugo aveva fatto incontrare il forzato Jean Valjean con Cosette, ragazzina maltrattata dai genitori adottivi. Oggi ci stanno gli immigrati. Lì è nato e cresciuto (e ancora vive) il regista Ladj Ly, i genitori erano arrivati dal Mali. Ma nella prima scena vediamo gli Champs-Élysées, dove i ragazzini della banlieue festeggiano *Les Bleus*, la squadra francese vittoriosa ai mondiali di calcio 2018.

A 15 anni Ladj Ly filmava i poliziotti troppo violenti in servizio. Qui segue una pattuglia: un agente venuto da fuori e una coppia colaudata (nel bene e soprattutto nel male). Un gruppo di ragazzini ruba un leoncino al circo. Mossa sconsiderata, che rompe gli equilibri e porta lo spettatore dove i film francesi entrano di rado. Mai – ma proprio mai – con questa grinta e questa bravura.

LA DECISIONE

In televisione cambio programma

La Rai fa le prove per la "tv dei ragazzi": più cartoni e film nei palinsesti

ANGELA CALVINI

Ci voleva l'emergenza coronavirus, con conseguente chiusura delle scuole, per vedere riapparire sulle reti generaliste Rai la tv dei ragazzi. Da ieri mattina, grazie alla collaborazione di Rai Ragazzi, su Rai 2 è stata inaugurata al volo una fascia di cartoni e programmi educativi per bambini fra i 5 e i 9 anni in onda ogni giorno dalle 7 alle 8.30, mentre nel pomeriggio arrivano film tv dedicati ai ragazzi. Questo è solo uno dei primi effetti della riprogrammazione dei palinsesti Rai decisa lunedì nel corso del Cda di viale Mazzini dove, fanno sapere da Viale Mazzini, prendendo atto dell'intenso lavoro della task force Rai per il recepimento in azienda delle direttive governative per il contrasto al Covid-19, si è discussa la riprogrammazione dei palinsesti. Diverse voci si erano levate, all'indomani della decisione del Governo di chiudere le scuole, per chiedere al servizio pubblico di offrire un supporto educativo agli 8 milioni di studenti rimasti a casa. «Questa potrebbe essere un'ottima e doverosa occasione per chiedere alla Rai di cambiare momentaneamente i palinsesti. Più spazio all'educazione e alla cultura per trasformare un momento eccezionale in un'eccezionale opportunità di apprendimento». Così il viceministro dell'I-

struzione Anna Ascani aveva supportato l'appello rivolto dai presidi italiani alla Rai. Modificare i palinsesti già approvati inserendo «programmi di spiccata natura informativa e didattica» ha infatti chiesto Antonello Giannelli, presidente Nazionale dell'Anp, l'associazione nazionale dirigenti pubblici e alte professionalità della scuola, al presidente della Rai, Marcello Foa. Inviti in tal senso erano arrivati anche da Michele Anzaldi (Italia Viva) e Flavia Piccoli Nardelli (Pd) della Commissione di Vigilanza Rai. «Appena il Governo ha decretato la chiusura delle scuole italiane, ci siamo subito riuniti il lunedì mattina per intervenire immediatamente a favore dei bambini rimasti a casa da scuola. Siamo il servizio pubblico, rientra nella nostra missione» conferma ad *Avvenire* Luca Milano, direttore di Rai Ragazzi che fornisce i contenuti dedicati ai minori anche su Rai 2 e su Rai Play. In più sono stati rafforzati i contenuti culturali delle reti tematiche per bambini e preadolescenti Rai Yo Yo e Rai Gulp con serie di cartoni formativi sull'inglese, l'arte, la musica, la scienza. Mentre il canale Rai Scuola, il portale web di Rai Cultura arricchiscono la propria offerta didattica per studenti, insegnanti e famiglie aggiungendo altre cinque ore dal lunedì al venerdì con un programma divisa per materie e argomenti. L'offerta della piattaforma

di Rai Play, inoltre, si arricchisce di sezioni speciali dedicate all'apprendimento e alla cultura, rivolte agli studenti di tutte le età. Il Cda della Rai ha deciso all'unanimità di inoltre procedere all'implementazione del canale in inglese, stabilendo che avrà sede a Milano. «Stiamo facendo tutto il possibile per fornire educazione ed anche divertimento ai bambini in questo periodo per loro di grande stress – aggiunge Milano –. Per esempio da lunedì 9 marzo su Rai 2 e Rai Yoyo torna *L'Albero Azzurro*, lo storico programma della Rai, che quest'anno festeggia 30 anni». Sempre su Rai 2 arriverà il cartone italiano "Leo Da Vinci", cui seguiranno altri cartoni su natura, scienza ed arte. Su Rai Yo Yo e Rai Gulp sono stati cambiati i palinsesti aggiungendo più programmi educativi come il cartone "Max e Maestro" che insegna la musica con il maestro Daniel Barenboim, altri cartoni sulla storia e il senso civico, la storia dell'arte e l'inglese. «È stato uno sforzo pensato velocemente – continua Milano – Per noi l'attenzione alla formazione dei bambini è prevalente nell'attività di produzione di contenuti. La Rai resta, un punto di riferimento dei bambini e delle famiglie». E la nuova tv dei ragazzi sulle generaliste? «Cerchiamo di raggiungere ancora più pubblico, ma anche vogliamo dare un posto ai bambini nella tavola dei grandi in questa situazione di inquietudine che stanno vivendo – aggiunge Milano –. L'uso della tv si è diversificato fra youtube, smartphone, pc, ma l'importante è mantenere la centralità sui contenuti. La Rai vuole spostare l'attenzione sulle giovani generazioni che sono il futuro del Paese».

Rai 2, nuova fascia dedicata dalle 7 alle 8.30. Sui canali tematici rafforzato l'insegnamento dell'inglese. Parla il direttore Milano



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

RAI (E NON SOLO)
E per il virus
dai palinsesti
spariscono
i film catastrofici

Pedro Armocida

■ L'emergenza Coronavirus sta colpendo anche il mondo del cinema e dello spettacolo rischiando di metterlo in ginocchio. Dai cinema, chiusi in alcune regioni mentre nelle altre si rispetta il metro di distanza con la conseguente diminuzione dei posti, ai teatri completamente chiusi, ai concerti saltati, a tutti i festival cinematografici che si dovevano svolgere da febbraio ad aprile e che invece si stanno spostando più avanti, fino alle produzioni tv come ha detto, allarmato, in un'intervista a *Italia Oggi* Giancarlo Leone, presidente dell'Apa, l'associazione che raggruppa i produttori dell'audiovisivo: «C'è il rischio che in pochi giorni le produzioni di intrattenimento per la televisione si riducano del 50%».

In questo clima di allarme permanente ed effettivo c'è però chi cerca di non stressare ancora di più il pubblico, in questo caso televisivo. Così la Rai ha preso la decisione di eliminare dai palinsesti i film «catastrofici». Non c'è alcuna direttiva ufficiale e i responsabili di rete, più realisti del Re, stanno andando avanti in ordine sparso. Già l'altra sera, giovedì, Rai2 ha all'improvviso tolto dalla programmazione in prima serata il film *Pompei* di Paul W.S. Anderson sull'eruzione del Vesuvio del 79 d.C., sostituendolo con *3 Days To Kill* con Kevin Costner (che però non sappiamo quanto avrà tranquillizzato gli spettatori visto che il protagonista è un agente dei Servizi Segreti con una malattia in fase terminale alla ricerca di un terrorista).

Anche Rai Movie, che pro-

pone 14 film al giorno, sta correndo ai ripari e, seguendo questa sensibilità aziendale, farà saltare la messa in onda oggi in prima serata di *The Crew. Missione impossibile* di Nikolaj Lebedev, film russo catastrofico tra vulcani in eruzione e aerei che rischiano di precipitare, sostituito dal più tranquillo *Indian. La grande sfida* di Roger Donaldson sulla vita del motociclista Burt Munro interpretato da Anthony Hopkins. Mentre mercoledì prossimo è stata annullata la replica di *The Impossible* di Juan Antonio Bayona, il film sullo tsunami provocato da un terremoto che, il Natale 2004, si abbatté sulle spiagge della Thailandia causando migliaia di vittime. Al posto suo la commedia *In Her Shoes. Se fossi lei* di Curtis Hanson su due sorelle con i caratteri agli antipodi, Cameron Diaz e Toni Collette, ma con la passione in comune per le scarpe.

Stesso discorso per Rai4 che eliminerà dal palinsesto film e serie tv con al centro epidemie o zombie vari. La tv ai tempi del Coronavirus...





**Il fenomeno
“Sex Education”,
su Netflix
la serie
più ironica**

Ravarino a pag. 23

Una scena
di “Sex
Education”
A destra,
Barbara
Martin, morta
a 76 anni

Sex Education, i tabù sfidati dalla “clinica” degli studenti

LA STORIA

Due stagioni, una terza in arrivo, in tutto 16 episodi per conoscere – parafrasando Woody Allen - tutto quello che avreste voluto sapere sul sesso e non avete mai avuto il coraggio di chiedere. Ambientata in una scuola superiore britannica, l'Istituto Moordale, in un'epoca imprecisata (sembrano gli anni Ottanta, ma i ragazzi usano i cellulari), *Sex Education* di Netflix è la serie da recuperare in queste settimane.

PROBLEMI E PAURE

Intelligente e provocatoria, soprattutto nella sua prima stagione, la serie di Laurie Nunn, diretta da Kate Herron e Ben Taylor, mette in campo con disarmante onestà le domande, i problemi, le incertezze, le paure che gli adolescenti nutrono sul sesso. Senza giri di parole, né metafore o allusioni: qui i nudi

ci sono e sono in primo piano, si parla di problemi di dimensioni, di eiaculazione precoce e di handicap emotivi (il protagonista non riesce a masturbarsi), di desideri più o meno repressi (il bondage, la bisessualità), persino di molestie e traumi, e tutto con la leggerezza di una commedia mai volgare, ma spesso acida e realisticamente vicina all'umanità che rappresenta.

I SIPARIETTI

Sempre preceduti da un siparietto “piccante” che racconta, in una manciata di minuti, uno dei temi caldi della sessualità di adulti e ragazzi, gli episodi seguono le disavventure del sedicenne Otis Milburn e dei suoi amici Eric Effiong (omosessuale dichiarato, in conflitto con la famiglia profondamente cattolica) e Maeve Wiley (ragazza interrotta dal passato turbolento e una storia tossica in famiglia), amministratori di una clinica del sesso clandestina aperta per guadagnare qualche soldo tra le mura di scuola. La clinica, ini-

ziata come un gioco, finisce tuttavia per essere apprezzata dagli studenti, soprattutto grazie alla specifica competenza di Otis, figlio di due sessuologi di chiara fama. Nella parte di sua mamma Jean c'è una superba Gillian Anderson, qui splendida milf disinibita e svampita, dispensatrice di chicche sul sesso ma pessima madre e terribile educatrice. Perfetta da guardare in famiglia, per affrontare tabù che sia la scuola che la televisione generalista rifuggono con orrore, *Sex Education* è anche un grande vivaio di volti e attori che faranno il cinema di domani, da Emma Mackey (Maeve) a Asa Butterfield (Otis), Patricia Allison (Ola) e Tanya Reynolds (Lily). In arrivo la terza stagione, prevista nel 2021: con oltre 40 milioni di visualizzazioni nelle prime quattro settimane dal suo arrivo sulla piattaforma, *Sex Education* è uno dei prodotti più amati di Netflix. Da recuperare subito.

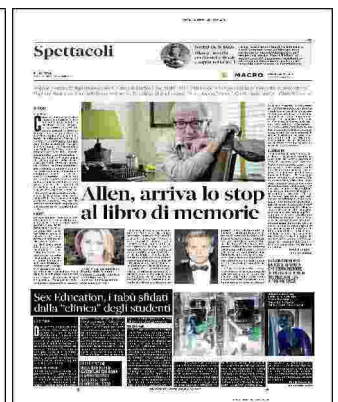
Ilaria Ravarino

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**LE DUE STAGIONI
DELLA SERIE NETFLIX
RACCONTANO CON IRONIA
IL RAPPORTO DEGLI
ADOLESCENTI CON
IL MONDO DEL SESSO**



A fianco, una scena della serie tv Netflix "Sex Education" Qui sotto, l'attrice Gillian Anderson, 51 anni



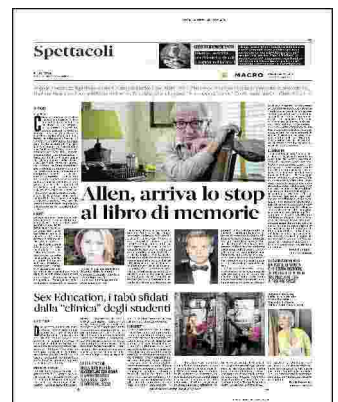


Sevizi | ID: 01143775

IN ITALIA DAL 24 MARZO

Disney+ si svela tra classici animati e supereroi Marvel

Disney+ sarà disponibile in Italia dal 24 marzo e svela i contenuti. Oltre 500 film e più di 350 serie tv per un totale di 7000 episodi e 25 produzioni esclusive. Marvel (30 film e 40 serie) e classici d'animazione, come Dumbo e Aladdin (nella foto) saranno i protagonisti indiscussi. Prezzo fissato a 4,99 euro al mese.



125121

LO DICE MORACE

Coronavirus: i brand debbono puntare sulle iniziative sociali

Sottilaro a pag. 17

Il marketing della crisi secondo Francesco Morace, presidente di Future Concept Lab

Per i brand è l'era del societizing

Solo verità e servizi. Il comparto? Rinascerà migliore

DI FRANCESCA SOTTILARO

Zero campagne, cancellati gli eventi, no alle trovate a effetto. Via libera invece alle iniziative sociali (si veda box sotto), alla sobrietà, agli imprenditori in primo piano, «tenendo presente che le priorità e gli eroi sono negli ospedali». **Francesco Morace**, sociologo e fondatore di Future Concept Lab, la fucina che dagli anni 80 alimenta le tendenze, dalla moda, alle banche, dall'hi-tech alla gdo, sembra versare un disinfettante purificante sulle pratiche che hanno oleato il marketing moderno. «L'epidemia da coronavirus sta investendo con forza la comunicazione e gli strateghi. Il momento è da resa dei conti. Anche perché dagli albori della strategia d'impresa non era mai accaduto che un evento così pesante calamitasse le persone giorno per giorno, nello stesso modo, a livello globale», racconta a *ItaliaOggi*. «Vai al bar e ne parli. Il Covid-19 stesso è diventato brand e scava una nuova linea da seguire, quella della verità».

Domanda. Sembra si parli di un altro mondo, cosa è rimasto di ciò che era marketing tre settimane fa?

Risposta. Partiamo dai consumatori: la loro attenzione a selezionare messaggi autentici

aveva già portato le aziende a investire sulla credibilità. L'esplosione del virus ha dato un'accelerazione a questa consapevolezza, lo scarto tra l'opinione e i fatti si è azzerato: ciò che è sotto scacco è l'integrità del fisico.

D. Tradotto per chi cerca nuove direttrici?

R. Il marketing diventerà societizing, seguendo le regole sociali. Siamo di fronte a un fenomeno talmente veloce e misurabile, parlo della conta giornaliera dei decessi e dei contagiati, che chiunque non aderisca allo scenario che si vive e tenti di manipolare l'opinione è destinato a essere smentito se non a scomparire.

D. Sui social l'hanno buttata sul ridere. Ognuno in via meme ironici per sdrammatizzare...

R. Sì, ma bisogna evitare autogol se si fa comunicazione. Clamorosa la creatività di Re-Power che ha usato il claim «Fatevi Contagiare». È come sparare in pubblicità in tempo di guerra. O parlare di marketing virale. Sepolto.

D. Nel frattempo a Wuhan, focolaio

del contagio in Cina, girano le foto degli infermieri segnati dalle mascherine insieme all'hashtag

#everydayhero...

R. Un'immagine potentissima. Anche in Italia si investe molto per sostenere gli eroi di tutti i giorni che stanno combattendo per il bene comune.

Chi sta fuori dallo steccato però deve rispettare la gravità del momento. O far prevalere il principio di responsabilità. Il bene di ciascuno è una priorità collettiva. Non dimentichiamo che molti italiani sono confinati in casa.

D. Di che cosa hanno bisogno oggi un consumatore,

un cittadino, una mamma, un bambino?

R. Non della pubblicità cui eravamo abituati, piuttosto di una comunicazione di relazione e le aziende hanno tutti i mezzi per metterla a punto. Per il nostro mondo è un colpo forte, io stesso ho cancellato oltre 20 eventi. Nessuno quando scoppia un assedio ti dice «durerà mesi, anni», e siamo in una condizione simile. Per questo bisogna rallentare e ascoltare le necessità. Poi, si rinasce più forti di prima, pensiamo al dopoguerra in Italia.

D. Che ruolo hanno gli imprenditori?

R. Sono l'ossatura e gli unici a poter raccontare le loro real-

tà nel territorio, a partire dalle aziende: aiutare i dipendenti un giorno e la comunità un altro. Anche nelle zone rosse. È il principio di Olivetti che resiste alla storia.

D. Nielsen ha fotografato tra il 24 febbraio e il primo marzo un boom del 12,2% delle vendite nei supermercati e secondo le rilevazioni Iri per Centromarca è esplosa la spesa online...

R. La velocità del vero si è tradotta subito con una corsa alla gdo. Ma dopo le emergenze dei primi giorni la situazione si è normalizzata, parlo delle zone colpite al Nord.

D. L'Italia si è divisa sull'approccio all'emergenza?

R. È sempre stata divisa, un campanile un'opinione, ma ora si gioca una partita comune. Io che sono di Napoli e ho mezza famiglia là a fine febbraio ho vissuto il paradosso e la rivalsa da chi non aveva contagiati. Bisogna attendere che il passaggio di paradigma sia compiuto da tutti emotivamente.

D. Qual è la sua visione?

R. È molto difficile cambiare i riti quotidiani cui si è abituati. Bisogna guardare al futuro in modo differente e questo sarà comune a tutti i paesi del mondo: ritrovare un abbraccio autentico, riappropriarci degli spazi pubblici senza limiti, dei cinema. Sarà un nuovo inizio.

© Riproduzione riservata



La campagna di RePower e gli infermieri in Cina nell'iniziativa social #everydayhero



Francesco Morace



Esselunga: 2,5 mln agli ospedali e consegne gratis agli anziani

«Non possiamo stare fermi, vogliamo essere al servizio della comunità». Con queste parole Sami Kahale, ceo di Esselunga, ha introdotto ieri il piano strategico dell'insegna della gdo per offrire il proprio contributo nell'emergenza coronavirus che l'intero Paese sta affrontando. Per gli ospedali e gli istituti impegnati in prima linea nell'assistenza dei pazienti e nella ricerca scientifica il gruppo ha previsto donazioni per 2,5 milioni di euro. Il progetto di Esselunga riguarda l'Istituto Nazionale Malattie Infettive Lazzaro Spallanzani di Roma, la Fondazione Irccs San Matteo di Pavia, l'Ospedale Luigi Sacco di Milano, l'Ospedale Papa Giovanni XXIII di Bergamo, l'Ospedale Guglielmo da Saliceto di Piacenza, la Fondazione Irccs Ca' Granda Ospedale Maggiore Policlinico. Per i fornitori è stato potenziato l'accordo con Unicredit che agevola i

pagamenti allo scopo di alleviarne la tensione finanziaria. Saranno messi a loro disposizione da UniCredit Factoring 530 milioni di euro di affidamenti dedicati alle anticipazioni di pagamento dei crediti commerciali. Per tutti gli over 65 anni, da oggi e fino a Pasqua, il contributo di consegna della spesa diventerà gratuito sia per l'e-commerce Esselunga a Casa sia per le consegne dai negozi all'abitazione, in tutte le zone dove Esselunga è presente con il servizio. Per i 5,5 milioni di possessori di Carta Fidaty parte un'iniziativa speciale per dare anche a chi aderisce al programma fedeltà la possibilità di aiutare le realtà sanitarie e di ricerca: ogni 500 punti Fidaty utilizzati Esselunga donerà 5 euro agli ospedali. Per tutti i collaboratori dei negozi Esselunga, visto il lavoro eccezionale di queste settimane al servizio della

clientela, sia nei negozi che nella preparazione delle spese online, è stato programmato un intervento straordinario di welfare del valore di 150 euro a persona. «Non possiamo stare fermi a guardare la difficoltà e preoccupazione generale causata dalla diffusione del Covid-19. Ognuno deve fare la sua parte», ha sottolineato Kahale. «Esselunga, che ha sempre cercato di essere vicina ai territori in cui è presente, vuole confermare concretamente il proprio impegno. Vogliamo ringraziare medici, personale sanitario e ricercatori impegnati nel servizio alla comunità, i nostri collaboratori che nei negozi stanno lavorando instancabilmente e allo stesso tempo offrire un aiuto tangibile alle persone più anziane così come ai nostri fornitori, in non pochi casi piccole e medie imprese del territorio».

© Riproduzione riservata



Covid-19, Assarmatori: una cabina di regia e stop alla tassa di ancoraggio

Gestione unitaria delle misure di emergenza e sospensione della cosiddetta tassa di ancoraggio. Sono queste le richieste che Assarmatori, l'associazione di categoria degli armatori aderente a Confraporto-Confcommercio, ha lanciato al governo italiano per fronteggiare la situazione causata dal coronavirus.

Prima che scoppiasse l'epidemia di Covid-19 in Cina, infatti, le previsioni per il 2020 stimavano un incremento della crescita mondiale del trasporto merci marittimo oltre il +0,7% registrato nel 2019, ora invece si prevede un calo globale dell'1%. Ma ad aggravare la situazione è arrivata dai focolai di contagio in Italia, che ha portato al rifiuto di far attraccare navi italiane in porti esteri mentre altre navi originariamente dirette verso i porti italiani hanno preferito indirizzarsi verso approdi diversi. Un problema non solo per l'economia nazionale, colpita sia dal lato dell'export che da quello dell'import, ma anche per i conti pubblici, che vedranno un calo sensibile del gettito derivante da dazi e da altre imposte sulle merci.

Inoltre, ad aprile 2019, le stime di crescita prevedevano per il 2020 circa 12,8 milioni di passeggeri nei porti italiani, con una crescita del 7,8% sul 2019 e con un impatto economico sul territorio pari a circa 16 miliardi di euro. Da poco più di una settimana, però, l'ondata di disdette ha riguardato circa il 50% delle prenotazioni già effettuate. Più alta è invece la quantità di disdette pervenute alle compagnie di traghetti che operano nelle cosiddette Autostrade del mare, si supera il 55%, per arrivare oltre il 60% sulle linee di corto raggio che collegano le isole minori.

Dati, questi, che hanno spinto Assarmatori a chiedere all'esecutivo innanzitutto di garantire una gestione unitaria delle misure di emergenza, rafforzando

la cabina di regia centrale per eliminare i problemi rappresentati dalla somma di decisioni unilaterali adottate dalle amministrazioni periferiche, spesso in contrasto con le direttive impartite dal centro. Un esempio è la recente ordinanza della Regione Sardegna che prevede il controllo sanitario dei passeggeri che arrivano sull'isola e non all'imbarco. Il provvedimento non solo non mette al sicuro l'isola dal contagio (il passeggero potrebbe aver passato il virus ad altri compagni di viaggio, sbarcati prima di lui e ancora senza alcun sintomo evidente), ma comporta il rischio di una messa in quarantena dell'intera nave con tutte le conseguenze del caso, dalla gestione del blocco dell'unità che l'amministrazione si troverebbe ad affrontare al danno economico che graverebbe sull'impresa armatoriale interessata.

Per contenere i danni e mantenere il più possibile inalterati i volumi di traffico nei porti l'associazione degli armatori ha proposto la sospensione della tassa di ancoraggio, un tributo che si paga in ragione della stazza della nave e non in rapporto al carico trasportato. Si tratta di una misura che non richiede nuove leggi o decreti ma un atto amministrativo visto che l'attuale legislazione prevede che «nell'ambito della propria autonomia finanziaria, alle autorità portuali è consentito di stabilire variazioni in diminuzione, fino all'azzeramento, delle tasse di ancoraggio e portuale». Per le autorità si tratterebbe di rinunciare a una parte dei loro introiti (incassano il 50% di quel tributo), ma un calo dei traffici farebbe perdere loro altre entrate come quelle derivanti dalla tassa di imbarco e sbarco delle merci, oltre a tributi come Iva e dazi.

© Riproduzione riservata



La compagnia di tlc completa l'integrazione. Hedberg: stiamo investendo 6 mld

Debutta il brand WINDTRE

Rete unica da 20mila siti e da luglio si parte col 5G

DI ANDREA SECCHI

Un'azienda unica anche nel marchio: ieri è stato presentato WINDTRE il nuovo brand del gruppo nato dalla fusione nel 2016 del terzo e del quarto operatore italiano delle tlc. In questi anni l'integrazione è stata progressiva e graduale e oggi Wind e Tre hanno anche una rete unica già pronta per il 5G.

«Il lancio di WINDTRE in un unico nuovo marchio rappresenta una svolta decisiva per la nostra azienda, l'inizio di una nuova fase per i nostri clienti consumer e business», ha dichiarato con una nota il ceo **Jeffrey Hedberg** dopo che il grande evento di presentazione a Roma è stato annullato a causa delle restrizioni da coronavirus. «A nome di tutta la nostra squadra, che, negli ultimi tre anni, ha lavorato



Jeffrey Hedberg

senza sosta all'integrazione e alla modernizzazione della nostra rete, dei nostri sistemi e di tutti i principali touchpoint con i clienti, ho il grande piacere di annunciare la nuova identità di WINDTRE. Per conseguire questi risultati stiamo investendo 6 miliardi di euro in cinque anni in innovazione e in infrastrutture moderne, un investimento che si riflette al meglio nella nostra rete 5G ready. Il Dna del

nuovo brand, che mette sempre al centro i clienti, e le nostre persone ci permetteranno di offrire e lanciare servizi di elevata qualità

su tutto il territorio nazionale. In particolare in questo periodo di grandi incertezze, come team abbiamo un ruolo cruciale nel mettere a disposizione dei nostri clienti una connettività di alta qualità, oggi come nello sviluppo futuro del Paese».

Il processo di integrazione delle due reti era già avvenuto per zone, a partire dalle grandi città, dopo la cessione di parte di frequenze e siti imposta dalla Commissione europea per dare l'ok alla fusione come misura per garantire la concorrenza, una decisione in seguito alla quale è stata lanciata Iliad. Ora però tutti i clienti di Wind e Tre potranno contare su una rete da oltre 20 mila siti e quindi su una copertura più ampia. L'unificazione del marchio ci sarà anche per i clienti aziendali e i professionisti, con WINDTRE Business.

«Il ruolo di un'azienda di tlc come la nostra deve essere quello di facilitatore delle relazioni umane», ha aggiunto

Gianluca Corti, chief commercial officer della compagnia. «Per questo, WINDTRE vuole avvicinare le persone attraverso la tecnologia, supportandole ogni giorno nelle sfide del presente. Con il nuovo brand unico e l'infrastruttura mobile più grande d'Italia,

re a regime il prossimo anno. Dal canto suo, **Benoit Hansen**, chief technology officer dell'azienda, ha spiegato si tratta di una rete «Top Quality», secondo i test condotti dalla società internazionale di consulenza e di soluzioni ingegneristiche unlaut: «la rete WINDTRE rappresenta il network mobile più grande d'Italia sia come traffico gestito che come capacità di accesso disponibile e consentirà di implementare rapidamente lo standard di rete di quinta generazione».



Il nuovo brand sarà protagonista di una campagna media on air da domani diretta da **Gabriele Muccino** e con **Fiorello** e **Fabio Rovazzi** ambassador. La campagna è dell'agenzia **Wunderman Thompson** mentre la pianificazione è di **Dentsu Aegis**. Già online, infine, il nuovo sito istituzionale windtregroup.it.

precisa Corti, potremo proporre nuove ed efficaci soluzioni commerciali, attraverso una rinnovata rete di negozi su tutto il territorio nazionale».

I 20 mila siti di trasmissione pronti per il 5G daranno la possibilità di lanciare l'offerta con la nuova generazione di telefonia già da luglio in alcune città per poi arriva-

© Riproduzione riservata



Disney+ al via nella Penisola con 25 contenuti esclusivi

Il nuovo servizio Disney+, over the top al via in Italia dal 24 marzo, è centrale nelle strategie del colosso americano: offrirà al pubblico della Penisola, in streaming a pagamento, 25 contenuti originali esclusivi, produzioni italiane, oltre 500 film, più di 350 serie per un totale di oltre 7 mila episodi, al costo di 6,99 euro al mese (o 69,99 euro all'anno), oppure a 59,99 euro all'anno per chi si abbona entro il 23 marzo.

C'è l'universo Marvel, con oltre 30 film, oltre 40 serie e tutte le novità. E poi la saga di *Star Wars*, film, serie, compresa l'attesissima *The Mandalorian*; l'animazione Pixar; oltre 500 episodi de *I Simpson*; documentari e serie targati *National Geographic*; tutti gli storici grandi classici Disney; serie per bambini e ragazzi, con prodotti come *Violetta* e *Hannah Montana* o gli inediti *Stargirl* e *Timmy Frana*; il meglio del cinema hollywoodiano Disney, con film di culto. Nei prossimi mesi, inoltre, saranno disponibili in esclusiva anche due produzioni originali italiane, *Penny on Mars* e *I cavalieri di Castelcorvo*.

In arrivo, infine, pure 25 contenuti originali esclusivi: tra questi, *High School Musical: The Musical: La Serie*, la serie di *National Geographic Il Mondo Secondo Jeff Goldblum* e il remake di *Lilli e il vagabondo*.

© Riproduzione riservata



CHESSIDICE IN VIALE DELL'EDITORIA

Coronavirus: -25% per il mercato del libro. Calò del 25% in media, con punte del 50% e oltre in Lombardia, Veneto ed Emilia. Questa la prima fotografia dell'impatto dell'emergenza sanitaria da coronavirus sul mondo e sul mercato del libro. «Sono dati che parlano da soli e che disegnano un quadro che non sapremmo definire altro che di crisi, grave e profonda», ha dichiarato il presidente dell'Associazione Italiana Editori (Aie) Riccardo Franco Levi. «Profonda perché tocca tutti, dagli autori e dagli editori sino ai punti vendita finali. E grave, non solo per i primi dati sulle vendite, ma per le onde lunghe, oggi largamente imprevedibili e che, se non contrastate, potrebbero seguire: calo dei consumi, delle prenotazioni, delle tirature, delle novità. Con un impatto pesante sulla lettura, vera e costante emergenza nazionale». Il comitato di presidenza di Aie ha deliberato di presentare con urgenza al governo lo stato di gravissima sofferenza del settore, chiedendo che «vengano posti in cima alla lista delle misure da adottare con urgenza la detrazione fiscale degli acquisti dei libri, la ricostituzione della dotazione originaria della carta cultura per i giovani (la cosiddetta 18App), un rafforzamento del fondo

destinato alle famiglie bisognose per l'acquisto dei testi scolastici fermo da vent'anni alla cifra di 103 milioni di euro».

L'Albero Azzurro torna su Rai 2. Da lunedì 9 marzo su Rai 2 e Rai Yoyo torna L'Albero Azzurro. In occasione dell'apertura su Rai 2 della fascia mattutina dedicata ai bambini, che in questi giorni sono a casa in seguito alla chiusura delle scuole per l'emergenza sanitaria, la nuova edizione del programma che quest'anno festeggia 30 anni andrà in onda alle ore 7.30 sul secondo canale della tv pubblica e alle ore 16.20 su Rai Yoyo. Le puntate saranno disponibili anche su RaiPlay e l'App RaiPlay Yoyo.

A Daniela Poggio la comunicazione di Angelini Pharma. Daniela Poggio entra in Angelini Pharma nel nuovo ruolo di global communications head, a diretto riporto del ceo Pierluigi Antonelli, con l'obiettivo di potenziare le attività di comunicazione esterna, i rapporti con la stampa, i social network, e la comunicazione interna sia in Italia che nelle geografie in cui il gruppo farmaceutico è presente.



Scontro sul calcio in tv

DOMANI TORNA IL CAMPIONATO

Governo: gare in chiaro Ma la Serie A dice no

di Cosimo Cito e Franco Vanni
● alle pagine 42 e 43

Partite in chiaro il nuovo fronte tra governo e Serie A

Juve-Inter e le altre cinque gare in tv, Dal Pino dice no a Spadafora
Le minacce di Rai e Mediaset. Solo un decreto può sbloccare tutto

di Franco Vanni

MILANO – È scontro fra governo e Lega di Serie A sulla possibilità di trasmettere in chiaro non solo Juventus-Inter, come ipotizzato nei giorni scorsi, ma tutte le sei gare della 26esima giornata in programma domani e lunedì. A innescare la polemica è il ministro Spadafora, che in una lettera a Figc, Lega e Sky chiede che le partite siano visibili in tv senza pagare: «Sarebbe un bellissimo segnale verso tutti gli italiani», nonché «un modo per cooperare attivamente al raggiungimento delle finalità delle misure di contenimento del coronavirus». In pratica: trasmettendo gratis le partite, tutte giocate a porte chiuse come prevede il decreto del governo in vigore fino al 3 aprile, si permetterebbe ai tifosi di seguirle da casa senza affollare i bar, con i rischi di trasmissione del virus che questo comporta. Titolari dei diritti di trasmissione sono infatti Dazn e Sky, piattaforme a pagamento a cui possono accedere solo gli abbonati.

La Figc ha dato il proprio nulla osta alla trasmissione in chiaro. La Lega, che rappresenta le squadre di Serie A, dopo ore di riunioni con i propri legali, ha invece ribadito quello che già aveva detto giorni fa, quando Sky si disse pronta a trasmettere gratis la sola gara Juve-Inter: la legge Melandri sui diritti tv non consente la trasmissione in chiaro, perché il servizio non è mai stato messo a bando.

Mediaset e Rai, all'idea che Sky possa trasmettere Juve-Inter sul suo canale gratuito Tv8, nei giorni scorsi hanno inviato alla Lega lettere di diffida. Il servizio pubblico e

il gruppo controllato da Fininvest temono il crollo degli ascolti sui propri canali, con perdite economiche. Perdite di cui chiederebbero poi conto alla Lega di Serie A.

Tanto Mediaset quanto Rai si sono dette pronte a trasmettere in chiaro la partita di cartello, Juve-Inter, ma Sky che ne ha pagato i diritti finora non è stata disponibile a cederli. Né può farlo d'imperio la Lega di Serie A, che con Sky ha firmato un contratto. A sbloccare la situazione potrebbe essere un decreto ad hoc del governo, necessariamente da firmare questa mattina. Un provvedimento imperativo, ispirato al criterio della salute pubblica, che imponga la trasmissione delle partite in chiaro. Ma il ministro Spadafora al momento ha preferito la via della *moral suasion*, conquistando il plauso di migliaia di tifosi e lasciando il cerino in mano alla Lega Calcio.

Per la Lega autorizzare la trasmissione in chiaro significherebbe provocare la rivolta dei propri iscritti: le squadre di Serie A, dopo avere perso i soldi dei biglietti con le porte chiuse allo stadio, rischierebbero di dovere pagare risarcimenti milionari alle tv. Cruciale nella vicenda è la posizione che prenderà Sky, che si è detta sì pronta a trasmettere in chiaro su Tv8 Juve-Inter alle 20.45, ma non si è pronunciata (né lo ha fatto Dazn) sulla possibilità di trasmettere in chiaro le altre partite. Teoricamente Sky potrebbe cedere per una sola domenica (per il futuro si vedrà) le altre partite che ha diritto di trasmettere, esclusa Juve-Inter, a Rai e Mediaset, in una sorta di storica pax televisiva. Un'ipotesi complicata, visto che Sky non detiene i di-

ritti per la trasmissione in chiaro, ma solo per quella criptata. E sarebbe comunque poca cosa: per l'audience, il pezzo pregiato è il big match serale allo Stadium.

Se tutti resteranno arroccati sulle proprie posizioni, è probabile che le partite saranno trasmesse da Sky e Dazn su canali per soli abbonati. Chi l'abbonamento non lo ha, dovrà scegliere se rinunciare ad assistere alla partita o andare a vederla in compagnia. A Milano, cuore della Lombardia degli oltre 2600 casi totali di contagio (a ieri sera), i pub si attrezzano per servire birre di fronte ai maxischermi. Un aiuto per le loro casse provate dall'emergenza. Un grande rischio per la diffusione del contagio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il servizio pubblico e i canali di Fininvest temono il crollo degli ascolti e farebbero causa ai club Sky non vuole cedere i diritti ai concorrenti



RICCARDO ANTIMIANI/ANSA

—“—
La libera fruizione televisiva degli eventi calcistici a porte chiuse costituirebbe un bellissimo segnale verso tutti gli italiani

VINCENZO SPADAFORA
MINISTRO DELLO SPORT

—”—

▲ **2-1 Juve**

Un contrasto tra De Ligt e Lautaro nel match d'andata a San Siro, vinto dalla Juventus per 2-1. In gol nei primiminuti Dybala, poi il pareggio di Lautaro su rigore e, nel secondo tempo, il gol decisivo di Higuain



«GULP» E «YOYO» INSEGNANO

La Rai si trasforma in video-scuola

Da «L'arte di Matì» a «Fumbleland»: i due canali cambiano per intrattenere i bambini a casa

MARIA PEZZI

Ormai la televisione italiana è stravolta. Un cambiamento epocale, senza precedenti, tocca il nostro Paese a causa del coronavirus, ogni attività è sottosopra. I programmi tv vanno in onda senza pubblico, altri vengono cancellati, gli stessi conduttori tengono distanze di sicurezza. In questo scenario la Rai fa qualcosa di importante, da vero servizio pubblico.

Diventa maestra di inglese, arte, musica, educazione civica, scienza. Cambiano i palinsesti dei canali Rai per bambini e ragazzi, in questi giorni costretti a trascorrere buona parte del tempo in casa in seguito alla chiusura delle scuole per l'emergenza sanitaria. Rai Yoyo e Rai Gulp, i canali Rai dedicati ai bambini e ai preadolescenti, presentano un'offerta arricchita di programmi in cui la componente formativa va di pari passo con la distensione e il divertimento.

CORSI DI LINGUA

I corsi di inglese partono da *Fumbleland - Mi è scappato un errore*, in onda dal lunedì al sabato, alle ore 16:35. Si tratta di una storia con protagonisti una classe di bambini alle prese con cretuline strambe generate dagli errori di ortografia della lingua inglese: I Fumbles. Dal 9 marzo, torna *Disney English*, il programma, misto di animazione e live action, che avvicina i più piccoli



«Fumbleland», uno dei programmi di intrattenimento e divulgazione in onda su Rai YoYo

all'apprendimento della lingua inglese in compagnia dei personaggi Disney più amati. Da martedì 10 marzo, alle ore 10.45 è il turno di *Let's go Pocoyo*. In questa serie, che vede protagonista Pocoyo, i piccoli spettatori sono stimolati a osservare, ascoltare e interagire sia in italiano che in inglese, con una impostazione narrativa semplice e diretta. L'offerta in lingua inglese si completa con *Peppa Pig* in inglese, in onda tutti i giorni alle 10.30.

Spazio anche all'educazione artistica con *L'arte di Matì* e *Dadà*, in onda da martedì 10 marzo, alle ore

11:05. Il cartone presenta due protagonisti, Matì, una bambina di 7 anni con la passione per la pittura e Dadà, un divertente robot vagamente dadaista. Matì e Dadà viaggiano nel tempo nel tempo per incontrare i più grandi artisti della storia, da Raffaello, Michelangelo, Caravaggio, a Picasso, Mondrian, Kandinskij, e molti altri.

I tutorial di Giulio Coniglio, in onda ogni giorno, alle ore 11:30. Disegnare, fare lavoretti di bricolage, e perfino cucinare: tutto è più facile insieme al simpatico coniglio che dall'editoria è diventato popolare

anche come cartone animato. Musica, scienza, educazione civica, sono al centro dell'offerta di Rai Gulp, rivolta ai bambini e ragazzi da 8 anni in su. Da martedì 10 marzo, alle ore 10:50, torna *Max & Maestro*, con il Maestro Daniel Barenboim, in versione cartone animato, che presenta ai ragazzi la musica classica in modo nuovo, all'interno di una serie affascinante, inattesa e anche divertente.

NON SOLO ASTRONOMIA

Non solo astronomia, ma tutte le scienze sono al centro di *Space to Ground - Guida per viaggiatori galattici*. Dallo spazio alla terra perché è dalla Stazione Spaziale Internazionale che il comandante Luca Parmitano si rivolge ai giovani con video girati in esclusiva, raccontando non solo come si vive a bordo della ISS ma anche quali sono gli esperimenti che si possono effettuare in condizione di microgravità e cosa accade durante le "passeggiate" extraveicolari di "riparazione" e manutenzione di AMS "il cacciatore di materia oscura". Da terra, Linda Raimondo, studentessa di fisica e aspirante astronauta, ci apre le porte di ESTEC, il cuore tecnologico dell'Agenzia Spaziale Europea, in Olanda. Da lunedì 9 marzo su Rai 2 e Rai Yoyo torna "L'Albero Azzurro". Una nuova edizione per lo storico programma della Rai, che quest'anno festeggia 30 anni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



TELEVISIONE Gli investimenti pubblicitari sono attesi in discesa. Per farvi fronte Mediaset proverà a stringere sul progetto di polo europeo. Ma c'è l'incognita rappresentata da Vivendi. E la La7 di Cairo fa gola

Biscione al test del m&a

di Andrea Montanari

Il mercato tedesco è quello più importante in Europa in termini di investimenti pubblicitari: 23 miliardi. Solo il Regno Unito lo supera (25 miliardi). Perciò non è trascurabile il fatto che il principale network commerciale locale, ProsiebenSat.1 in due sole sedute (giovedì 5 e venerdì 6 marzo) abbia perso quasi il 10% dopo aver comunicato i dati 2019: ricavi in crescita a 4,13 miliardi ma un utile netto in forte calo a 387 milioni (-154 milioni rispetto al 2018) e cedola abbassata da 1,19 a 0,85 euro per azione. La public company guidata da Max Conze ha già captato l'effetto-coronavirus per il mercato locale e l'advertising. Un segnale da non sottovalutare per Mediaset che di ProsiebenSat.1 è il primo socio (15,1%) e vuole coinvolgerla nell'ipotizzato polo europeo della tv generalista free che dovrà partire dalla capofila MediaForEurope. Ma la newco di diritto olandese ancora non c'è. Perché la guerra legale con l'azionista di minoranza Vivendi (28,8% del Biscione rispetto al 41,1% della Fininvest dei Berlusconi) non molla d'un centimetro e continua a dare battaglia (legale). Una guerra di carte bollate che dura dal luglio del 2016, ossia da quando la società che fa riferimento a Vincent Bolloré (è indagato con l'ad Arnaud de Puyfontaine nell'ambito dell'inchiesta aperta anni fa dalla Procura di Milano) ha fatto dietrofront

rispetto all'accordo vincolante per l'acquisto di Mediaset Premium, la pay del Biscione, confluita solo in parte (i canali e i contenuti) in Sky Italia.

Se dopo aver superato le forche caudine dei giudici di Milano, il broadcaster guidato da Pier Silvio Berlusconi ha modificato lo statuto (oltre a quello della controllata Mediaset España), adesso il banco di prova è il tribunale di Amsterdam al quale si è appellata ancora una volta Vivendi. Questo ha portato il gruppo di Cologno Monzese a ritirare temporaneamente il progetto Mfe per ripresentarlo con le modifiche di governance e statutarie richieste dai francesi: una mossa fatta per avere l'ok dei giudici olandesi. Detto questo, è innegabile, come è emerso nell'ultimo corposo report di Mediobanca sul settore media-tlc, *Letters from the future*, che in un'ottica di medio termine gli operatori del settore saranno obbligati ad accelerare il percorso di aggregazione e concentrazione su scala europea. «Il rapido processo di globalizzazione che sta determinando lo scenario internazionale è tale che le aziende europee dei media devono unire le forze se vogliono continuare a competere, o anche solo resistere, contro eventuali attacchi da parte dei giganti globali», ha dichiarato nel report di Mediobanca Marco Giordani, cfo di Mediaset, uno dei promotori, assieme a Pier Silvio Berlusconi, del progetto Mfe. Del resto, la sfida che Netflix, Disney+, Amazon, Apple, Google, Facebook e la più tradizionale

Comcast (ha speso 30 miliardi di sterline per rilevare la pay tv Sky) hanno lanciato è globale. E se non si arriverà alla creazione/nascita di un campione europeo sarà assai difficile competere. Insomma, come evidenziato nel report di Mediobanca sarà la sfida decisiva Ott (over the top) contro i media tradizionali. In tal senso non vanno trascurate le recenti dichiarazioni dei vertici della tedesca Bertelsmann che aprivano a un merger tra la controllata Rtl e la stessa ProsiebenSat.1. Così come va notato che Vivendi, comprando il polo televisivo M7 e affiancandolo alla sua pay tv, Canal+, ha ora un bacino d'utenza rilevante. Ponendosi così come antagonista di Sky: curiosamente il gruppo di Bolloré non è attivo con la sua offerta in Inghilterra, Germania e Italia, i mercati della pay tv satellitare.

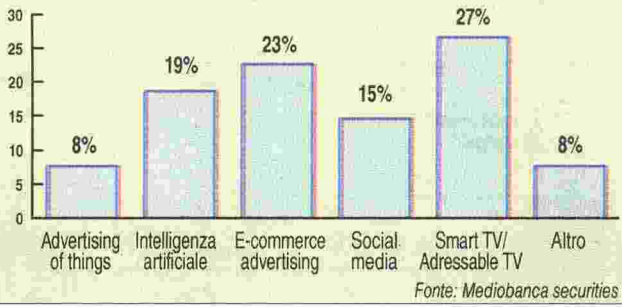
Il calo strutturale del business coniugato all'effetto-coronavirus può rappresentare lo stimolo per un'operazione di m&a. In questo ambito il network dei Berlusconi dovrà giocarsela, sapendo di avere una spina nel fianco non da poco: i 3 miliardi incassati da Vivendi per la vendita del 10% di Universal Music sono di gran lunga superiori alla capitalizzazione attuale del Biscione, pari a 2,2 miliardi. Senza trascurare la variabile della politica legata al futuro di Forza Italia, del centrodestra e del fondatore Silvio Berlusconi. Essendo il decisore finale, il Cav dal buen retiro di Arcore dovrà prima o poi dire la sua. Sarà

questa la svolta per le ambizioni europee del Biscione.

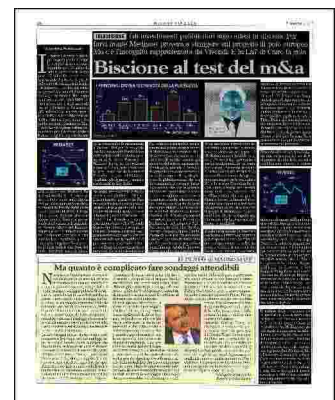
Guardando al mercato italiano non va trascurato un altro elemento: il calo della raccolta pubblicitaria causato, a partire dal mese di marzo, dall'epidemia di covid-19. Dopo un primo bimestre buono, o quantomeno non negativo, i gruppi si aspettavano una ripresa degli investimenti in advertising. Anche in vista degli Europei di calcio di giugno, per ora in calendario. Ma lo scoppio del coronavirus ha portato alla cancellazione di importanti eventi di settore (Mobile World Congress di Barcellona, Salone dell'auto di Ginevra e Art Basel di Hong Kong) e al rinvio (Salone del Mobile di Milano), spingendo le aziende a rivedere il budget pubblicitario. Un danno enorme che porterà a un calo dei ricavi per broadcaster e società media, che dovranno rivedere le loro strategie in un mondo che volge al digitale.

Il rischio delle tv appare così inevitabile. Uno scenario che, in Italia, non può non toccare La7. La tv del gruppo Cairo (la controllata Rcs Mediagroup sta valutando se mantenere in calendario il Giro d'Italia, che vale 60 milioni di ricavi e oltre 30 milioni di margine) è ormai rimasta sola in un contesto che vede combattere big come Rai, Mediaset, Sky e Discovery. Il canale di Urbano Cairo non è sul mercato ma fa gola agli altri network anche se la valutazione, sfiora i 150 milioni, è alta. Ma se la soglia di prezzo scendesse a 100 milioni sarebbe una bella e facile preda. (riproduzione riservata)

I PRINCIPALI DRIVER DI CRESCITA DELLA PUBBLICITÀ



GRAFICA MF-MILANO FINANZA



TLDR

Early Black Widow Box Office Projections Predict \$115M Opening Weekend

Early box office projections for Black Widow predict the Marvel Studios' Phase 4 movie will open to \$115 million domestically in its opening weekend.

BY COOPER HOOD
MAR 06, 2020



Black Widow movie scarlett johansson

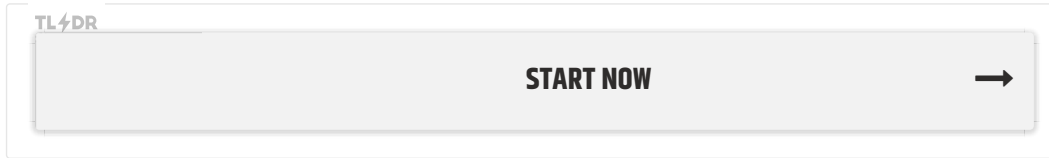
Early box office projections for ***Black Widow*** call for the movie to have an impressive opening weekend. Phase 4 of the Marvel Cinematic Universe is right around the corner as Scarlett Johansson will finally lead her own film, after years of fans expressing interest in a Black Widow movie. After Natasha Romanoff's death in *Avengers: Endgame*, though, her solo adventure will take place between *Captain America: Civil War* and *Avengers: Infinity War*.

Even though audiences around the world already know how Natasha's story ends, *Black Widow* allows Marvel Studios to make her the centerpiece for the first time. In addition to telling Black Widow's story, the movie will also introduce several characters who could have significant roles in the future of the MCU. As a result, there has been plenty of excitement among hardcore fans - even if it can still be argued that Marvel is delivering the film too late. Although there may not be *Infinity War* or *Endgame* levels of excitement for *Black Widow*, it is still projected to

perform very well at the box office.

Continue Scrolling To Keep Reading

Click the button below to start this article in quick view.



ARTICLE CONTINUES BELOW ADVERTISEMENT

RELATED:

Black Widow Theory: Natasha Is Completing The Avengers' Civil War Mission

According to early projections from *Box Office Pro*, Marvel Studios could see *Black Widow* open to \$115 million domestically in its opening weekend. On the low end, the site predicts a \$90M opening and a high of \$130M. If the film does open to the predicted \$115M, it is then projected that *Black Widow* will finish its domestic run with over \$300M earned. However, these figures are not from official box office tracking, which will not arrive until much later.

Black Widow 2020 teaser poster

Using the predicted \$115M opening as a baseline for *Black Widow*, this would allow the film to have a very successful box office run. It would become the fourteenth MCU movie to open north of \$100M domestically and open on par with *Spider-Man: Homecoming's* \$117M opening. However, the film would need to perform exceptionally well overseas if it were to make

\$1 billion worldwide. That could prove to be even more challenging with the coronavirus' effect on the movie industry around the world. Still, Disney is reportedly not planning to delay *Black Widow* to avoid it.

ARTICLE CONTINUES BELOW ADVERTISEMENT

If *Black Widow* has the type of success that it is currently projected to have, it could open up the possibilities of Marvel Studios continuing the franchise in different ways. The introduction of Yelena Belova (Florence Pugh) could allow her to take over the Black Widow mantle and be the lead of a possible sequel. It also isn't out of the realm of possibility that Johansson could star in a sequel, as one could theoretically be set between *Infinity War* and *Endgame*. As long as ***Black Widow*** performs well, it is difficult to imagine Marvel Studios not finding additional ways to keep this story going.

ARTICLE CONTINUES BELOW ADVERTISEMENT

MORE:

Marvel Will Struggle To Delay Movies Because Of Coronavirus

Source: *Box Office Pro*

★ Key Release Dates

- **Black Widow (2020)**
Release Date: May 01, 2020
- **Eternals (2020)**
Release Date: Nov 06, 2020
- **Shang-Chi And The Legend Of The Ten Rings (2021)**
Release Date: Feb 12, 2021
- **Doctor Strange In The Multiverse Of Madness (2021)**
Release Date: May 07, 2021
- **Spider-Man: Homecoming 3 (2021)**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Release Date: Jul 16, 2021

- **Thor: Love And Thunder (2021)**
Release Date: Nov 05, 2021
- **Black Panther 2 (2022)**
Release Date: May 06, 2022



BRANDON ROUTH SAYS BRYAN SINGER WAS DIFFICULT ON SUPERMAN RETURNS SET

Related Topics



ADVERTISING

About The Author
Cooper Hood is a news and feature writer for Screen Rant. He joined Screen Rant in late 2016 following a year-long stint with MCU Exchange, which came after first developing an MCU blog of his...
[More About Cooper Hood >](#)

ADVERTISING

POPULAR NOW



MOVIES

Box Office: 'Onward' Battling to Hit \$40M in U.S. Opening

1:41 PM PST 3/6/2020 by Pamela McClintock



Courtesy of Disney / Pixar

The new Pixar movie could prove an early litmus test as to whether moviegoing is being impacted by worries over the coronavirus.

The animated family pic *Onward* is having trouble finding its groove at the Friday box office, according to early returns.

At this pace, projections show the Disney-Pixar release opening in the \$37 million to \$40 million range domestically in what would mark one of the lowest nationwide openings ever for the storied Pixar brand. Heading into the weekend, *Onward* was already tracking for a relatively modest domestic launch of \$40 million to \$45 million, meaning that expectations were muted for the original offering.

Box office analysts say they won't know until later this weekend, when they are able to study returns on a market-by-market basis, whether worries over the coronavirus are impacting *Onward*, or whether it is the movie itself.

Onward follows two teenage elf brothers (Chris Pratt and Tom Holland) who embark on a quest to discover if there is still magic out there, and if they can use it to bring back their late father. Dan Scanlon, who directed *Monsters University*, is behind the film and wrote the movie with Jason Headley and Keith Bunin.

The film, which currently sits at an 86 percent on Rotten Tomatoes, is playing in 4,301 theaters in North America, including 400 Imax screens, 800 premium large-format screens and 2,300 3D locations.

In 1995, *Toy Story* — Pixar's first release — opened to \$29.1 million domestically, not adjusted for inflation. Pixar's other lowest nationwide opening belonged to 2015's *The Good Dinosaur* (\$39.2 million).

Also launching this weekend is Warner Bros.' adult drama *The Way Back*, starring Ben Affleck as a former basketball all-star struggling with the loss of his wife and addiction as he attempts to make a comeback by becoming the coach of his alma mater's high school basketball team.

The Way Back is on course for a domestic start of \$8 million, which would put it on the higher end of expectations.

Focus Features' *Emma* expands across the country this weekend, and should clear a solid \$5 million to \$6 million.

Studio distribution executives and box office analysts were heartened Friday that the two films, along with a cluster of holdovers, were doing solid business.

Universal and Blumhouse's *The Invisible Man* could fall 50 percent or less in its second weekend with nearly \$14.5 million or more, good enough for a second-place finish.



PAMELA MCCLINTOCK

✉ THRnews@thr.com

🐦 PamelaDayM



© 2020 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

STEREODIUM

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](#)

**GEENA DAVIS' BENTONVILLE FILM FEST PUSHED BACK AMID CORONAVIRUS CONCERNS
BOX OFFICE: 'ONWARD'BOUNDS**

Amid ongoing coronavirus concerns, Geena Davis' Bentonville Film Festival is the latest event to push back its dates this year. The festival, held in Arkansas and backed by corporate sponsors that include Walmart and Coca-Cola, has been delayed from its original April 29 to May 2 date to later in summer, August 5 to 8. "This decision comes after careful consideration and consultation with our partners. Our number one concern is the safety of our content creators and our community of attendees," said Geena Davis, co-founder and chair of the Bentonville Film Festival.

Davis added, "We are grateful for the support and recommendations we've received and look forward to welcoming everyone to the 6th edition of BFF this August." According to the Arkansas Department of Health, as of March 6, there hasn't been a confirmed case of COVID-19 in the state. However, in the U.S. there have been more than 200 cases and, worldwide, more than 100,000, according to a John Hopkins University research tracker. The festival is one among many that are changing plans amid the spread of the virus globally. In Austin, the annual SXSW festival is continuing as planned on March 13 to 22 but there have been a slew of cancellations among tech and entertainment companies that normally present activations. In France, Cannes Film Festival (May 12 to 23) has also not yet changed its dates, although television market MIPTV and TV festival (March 30 to April 2) was canceled. The movie is eyeing a weekend in the \$40 million to \$45 million range.

Pixar's Onward began its box office journey with \$2 million in Thursday night previews. Disney is expecting a debut in the \$40 million range, with other industry experts saying that the box office could reach up to \$45 million. The animation studio's last installment, Toy Story 4, earned \$12 million in preview grosses, the second highest Thursday night box office gross for an animated movie behind Pixar title The Incredibles 2 (\$18.5 million). While Onward's preview earnings fall well below both films, it is on par with Pixar's last original feature, Coco, which earned \$2.3 million in Tuesday-night previews ahead of its five-day Thanksgiving weekend debut.

Onward voice stars Chris Pratt and Tom Holland as two teenage elf brothers in a suburban fantasy world that embark on a quest to discover if there is still magic out there, and if they can use it to bring back their late father. Dan Scanlon, who directed Monsters University, is behind the film and wrote the movie with Jason Headley and Keith Bunin. Onward, which currently sits at an 86 percent on Rotten Tomatoes, will expand to over 4,200 theaters, including 400 Imax screens, 800 premium large format screens and 2,300 3D locations.

Also opening this weekend is Warner Bros.' adult drama The Way Back, starring Ben Affleck as a former basketball all-star struggling with the loss of his wife and addiction as he attempts to make a comeback by becoming the coach of his alma mater's high school basketball team. The movie did not screen for Thursday previews, but is opening in 2,718 theaters this weekend. The movie is expected to take in \$6 million to \$10 million at the box office on a \$20 million budget. Opening in a limited release in A24 movie First Cow, while holdovers at the national box office include Universal and Blumhouse's The Invisible Man, heading into its second weekend.

[GEENA DAVIS' BENTONVILLE FILM FEST PUSHED BACK AMID CORONAVIRUS CONCERNS
BOX OFFICE: 'ONWARD'BOUNDS]



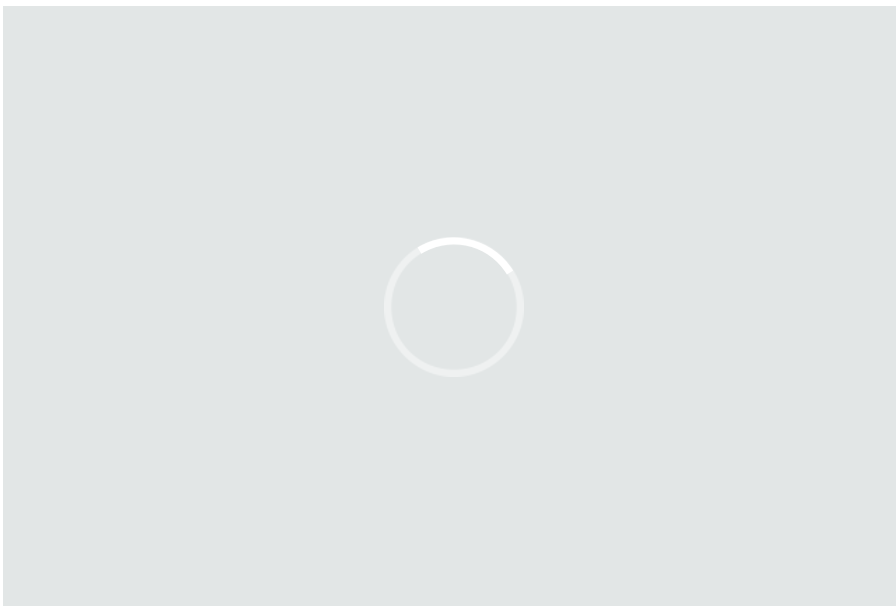
Search our site



NEWS

UK box office preview: 'Onward' goes forth against 'Military Wives'

BY BEN DALTON



SOURCE: DISNEY / LIONSGATE
 'ONWARD', 'MILITARY WIVES'

Disney-Pixar's latest animated offering *Onward* opens wide at the UK box office this weekend, as the coronavirus epidemic threatens to affect UK box office takings.

Directed by Dan Scanlon, *Onward* is the story of two teenage elf brothers in a suburban fantasy world who embark on a quest to see if magic still exists.

Screen Star of Tomorrow 2012 Tom Holland and Chris Pratt lead the voice cast, which also includes Julia Louis-Dreyfus, Octavia Spencer and Lena Waithe. The film debuted as a Special title at last month's Berlin Film Festival.

Scanlon's first Disney credit came as an animator on straight-to-video 1998 sequel *Pocahontas II: Journey To A New World*. He has worked on further sequels including *The Hunchback Of Notre Dame 2: The Secret Of The Bell*, *101 Dalmatians 2: Patch's London Adventure*, and *Tarzan 2: The Legend Begins*. Scanlon graduated to the senior creative team at Pixar for 2012's *Brave* (opened: £820,084, closed: £22.2m), and held a spot on the team for 2015's *Inside Out* (opened: £7.4m, closed: £39.3m), 2018's *Coco* (opened: £5.2m, closed: £18.9m), 2018's *Incredibles 2* (opened: £9.6m, closed: £56.2m) and 2019's *Toy Story 4* (opened: £13.3m, closed: £66m).

His sole theatrically-released directorial feature so far is 2013 sequel *Monsters University*, which began with £3.5m in the UK on its way to £30.8m.

After a slew of blockbuster titles across last year including *Avengers: Endgame*, *Toy Story 4* and *The Lion King*, 2020 has been a quieter start for Disney. *Star Wars: The Rise Of Skywalker* took a sizeable £14.4m opening but dropped off sharply to finish around the £58.1m mark; 2019 release *Frozen II* is still in cinemas after an impressive 16 weekends, having grossed up to £53.6m last time out.

This weekend also sees the return to UK cinemas of British director Peter Cattaneo, with Toronto 2019 title ***Military Wives***, released through Lionsgate. Starring Kristin Scott Thomas and Sharon Horgan, it is a fictionalised version of the true story of the wives of British military personnel away in Afghanistan who formed a choir which gained international attention.

Cattaneo's last feature *The Rocker* was released 12 years ago, opening to £217,745 and ending on a low £401,231.

However, he still holds the record for the highest-grossing independent film in the UK. The £52.2m takings of 1997's *The Full Monty*, from a modest £1.6m start, is one of the great British cinema success stories, and boosted the careers of actors such as Robert Carlyle and Tom Wilkinson.

Cattaneo also directed 2001's *Lucky Break* (£1.3m cume) and 2006's *Opal Dream*, which was not released theatrically.

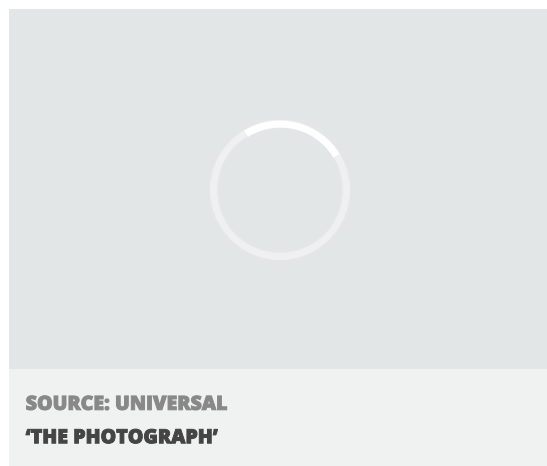
***Fantasy Island, Photograph* open up**

Two popular US titles will attempt to replicate their success across the pond this weekend.

Blumhouse's Fantasy Island (called just *Fantasy Island* in the US) is the latest title produced by horror specialists Blumhouse, released by Sony. Michael Peña, Maggie Q and Lucy Hale star in the adaptation of the 1970s TV show about a magical island resort.

Another Blumhouse production, *The Invisible Man*, topped the box office last weekend with an impressive £2.2m opening. If it holds well, it will aim towards the company's record gross of £11.4m for 2017's *Split*.

Middling reviews and the absence of a star such as Elisabeth Moss mean *Fantasy Island* would do well to break into a seven-figure opening.



Universal is opening ***The Photograph***, a romantic drama directed by Stella Meghie and starring LaKeith Stanfield and Issa Rae. It has attracted attention as one of a small number of major studio romances led by BAME actors.

It took \$12.2m (£9.4m) on opening in the US, and is at \$19.6m (£15.1m) as of last weekend.

Stanfield has racked up a quality list of credits since appearing alongside Brie Larson, Rami Malek and Kaitlyn Dever in Destin Daniel Cretton's 2013 *Short Term 12* (opened: £12,294, closed: £38,891).

He had key supporting roles in 2017 breakout horror hit *Get Out* (opened: £2.2m, closed: £10.4m) and 2020's *Uncut Gems* (released through Netflix in the UK, who do not provide figures); while he led 2018 Sundance title *Sorry To Bother You*, which opened to £251,137 and took £736,457 in total.

Rae is best known for her starring role in TV's *Insecure*, while her film credits include *The Hate U Give* and *Little*.

Republic has Timothy Greenfield-Sanders' latest documentary ***Toni Morrison: The Pieces I Am***, about the successful US writer who passed away in August 2019.

The director has previously made six features, five of which are part of the 'List' series (eg. 2008's *The Black List: Volume One* and 2013's *The Out List*).

Modern Films is releasing Julian Jarrold's ***Sulphur And White*** starring Mark Stanley and Emily Beecham. It is UK director Jarrold's sixth feature; his highest gross to date is the £3.8m made by Jane Austen origin story *Becoming Jane* in 2007, from a £649,323 opening.

Pedro Costa's ***Vitalina Varela***, about a Cape Verdean woman discovering the illicit life of her recently deceased husband in Lisbon, Portugal, is released through Second Run.

This is Costa's ninth feature as a director, in a career that began with 1989's *Blood*. **He criticised the current state of filmmaking** in a recent masterclass session at International Film Festival Rotterdam.

Jonny Tull has fin-de-siècle drama ***Sea Without Shore***; while Signature is distributing Francis Annan's ***Escape From Pretoria***, a thriller starring Daniel Radcliffe and Daniel Webber about the real-life prison break of two political captives.

In non-English language titles, Disney has Bollywood action threequel **Baaghi 3**, while Magnetes Pictures is distributing Polish-language singer biopic **Zenek** and Miracle Comms has Japanese drama **Immortal Hero**.

Aside from *The Invisible Man*, key holdovers include *Sonic The Hedgehog*, and Oscar winner *Parasite*, which is on £10.9m as of Thursday, March 5 and should become the highest-grossing non-English language title of all time this weekend, overtaking the £11.1m of *The Passion Of The Christ*.

• **Cartoon Movie 2020: Five talking points from the European animation event**

Box Office UK/Ireland



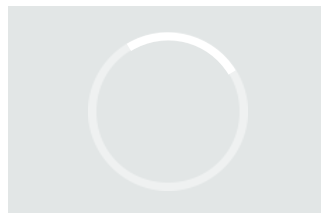
RELATED ARTICLES



News

Lionsgate UK starts company choir to boost mental health in the workplace (exclusive)

Inspired by *Military Wives*, company president Nicola Pearcey first set the group up in November.



News

Outlook boards hit sexual predator documentary 'Caught In The Net' (exclusive)

Feature doc about online sexual predators has broken records in the Czech Republic and prompted police investigations.



News

How Paramount UK worked with Rapman and exhibitors to ensure 'Blue Story' reached a wide audience

The London-set drama has taken more than \$6m at the box office.

ONWARD' CONJURES \$2 MILLION AT THURSDAY BOX OFFICE

Disney and Pixar's "Onward," the latest original film from the animation studio after several years of blockbuster sequels, made \$2 million at the box office in Thursday night previews. It opens on over 4,200 screens this weekend. This adds to the sneak peak total of \$650,000 the film brought in on Leap Day.

"Onward" is one of two original films Pixar has planned for this year, the other being "Soul" this summer. That makes "Onward" the first Pixar movie released in the spring, and also the first original title the studio has put out since "Coco" in 2017. Projections for the movie are sitting around \$45 million, but it could climb higher up to at least \$50 million if word of mouth is strong, and the A-list cast of "Avengers" alums Tom Holland and Chris Pratt voicing the leads shouldn't hurt either. While "Coco" was the last original Pixar film, it's not necessarily the best comparison seeing as it opened over the Thanksgiving holiday in 2017. It made \$2.3 million in its previews and went on to a \$50.8 million opening. A closer point of reference might be the Disney animated original "Zootopia," which opened in March 2017 and made \$1.7 million in its previews on its way to a \$75 million start.

As is the case with any family film however, preview numbers are far less reliable than your standard blockbuster, as the films primarily make their money in matinees over the weekend with younger audiences. "Onward" is set in a fantasy world populated by mystical creatures who now all live in modern suburbia. The story follows two elf brothers, played by Holland and Pratt, who learn that their late father was once a wizard. For the youngest brother's 16th birthday, the father leaves his son a magical staff that will allow them to summon their father and say their goodbyes. But when the spell goes wrong and they accidentally summon only his bottom half, the brothers go on a road trip to recover the rest of their father before the spell wears off.

Julia Louis-Dreyfus, Octavia Spencer, Lena Waithe and Ali Wong co-star in the film that's directed by Dan Scanlon based on a screenplay Scanlon co-wrote in honor of his own father along with Jason Headley and Keith Bunin. While "Onward" doesn't have the stellar reviews of some of Pixar's best films, it does have a strong 87% on Rotten Tomatoes.

Also opening wide this weekend is "The Way Back" from Warner Bros., an inspiring drama starring Ben Affleck as a Midwestern basketball coach battling alcoholism and personal trauma. The film did not open in Thursday night previews. "The Accountant" director Gavin O'Connor directed the film, and it has an 82% on Rotten Tomatoes. Finally, the Jane Austen adaptation "Emma." is expanding wide this week into 1,550 theaters nationwide. Autumn de Wilde directs the comedy that stars Anya Taylor-Joy. It has an 85% score on Rotten Tomatoes. More to come...

[ONWARD' CONJURES \$2 MILLION AT THURSDAY BOX OFFICE]



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

MARCH 6, 2020 7:50AM PT

Box Office: 'Onward' Makes \$2 Million on Thursday Night

By DAVE McNARY



Disney-Pixar's fantasy film "Onward" launched with \$2 million in North America on Thursday night.

The number is in the same range as "The Secret Life of Pets 2," which opened with \$2.3 million in previews in June and went on to a \$47 million launch weekend.

"Onward" is expected to dominate domestic moviegoing this weekend and collect between \$40 million and \$45 million at 4,310 sites. The movie centers on a pair of teenage elf brothers — voiced by Chris Pratt and Tom Holland — on a quest to resurrect their dead father, who had arranged for them to receive a magic staff with a spell that will bring him back for only 24 hours so his sons can meet him.

Critical reception has been enthusiastic, earning the film an 86% score on Rotten Tomatoes. Octavia Spencer, Julia Louis-Dreyfus, Lena Waithe and Ali Wong are also in the voice cast. "Monsters University" helmer Dan Scanlon directed "Onward" from a script he wrote with Jason Headley and Keith Bunin. "Onward" is the first Pixar film to debut during the March/early spring corridor; all other Pixar titles have been released in the summer or November.

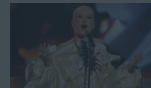
ADVERTISEMENT

if estimates hold, "Onward" should see inaugural weekend box office receipts similar to Pixar titles such as 2017's "Coco" (\$50 million), 2017's "Cars 3" (\$53 million) and 2015's "The Good Dinosaur" (\$39 million). "Onward" has already generated \$3 million globally — and \$685,000 in North America — from several early screenings that Disney hosted on Leap Day. Internationally, the film is opening day and date in many territories other than Italy, South Korea and China, where the coronavirus crisis has hit hardest.

Ben Affleck's sports drama "The Way Back" is also launching this weekend amid downbeat forecasts of between \$6 million to \$10 million from 2,718 venues — a lackluster start given its A-list leading man. Warner Bros. opted to forego Thursday night previews.

Affleck plays an alcoholic construction worker who becomes the coach of a high school basketball team. Warner Bros. had originally dated the film to open last October, but pushed it back to this year. The movie, which was previously titled "The Has-Been" and "Torrance," is directed by Gavin O'Connor. Affleck is a producer on the film, along with O'Connor, Jennifer Todd, Gordon Gray and Ravi Mehta. The movie also stars Al Madrigal (the assistant coach who believes in Affleck's character), Janina Gavankar, Hayes

★ Most Viewed



Christina Aguilera Releases New 'Mulan' Song, Has 'Reflection'



Mark Wahlberg in 'Spenser Confidential': Film Review



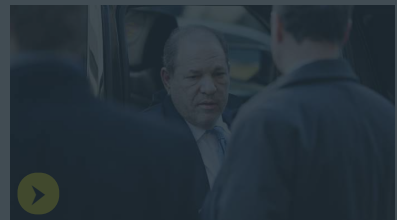
Disney Plus Reveals Massive Content Lineup for U.K. Launch

ADVERTISEMENT

Must Read



BIZ
How Coronavirus Is Affecting Entertainment: All Major Delays, Cancellations



BIZ
Harvey Weinstein Is Being Moved to Rikers Island



MacArthur, Brandon Wilson and Rachael Carpani.

Critics have been impressed so far, and "The Way Back" carries an 85% Rotten Tomatoes score. The film is likely to finish behind the second weekend of Elisabeth Moss' "The Invisible Man," which has taken in \$35 million in its first six days in North America. The fourth frame of "Sonic the Hedgehog" will probably battle "The Way Back" for third place.

"Onward" and "The Way Back" are opening amid the coronavirus crisis impacting businesses and causing schools to close around the United States. Paul Dergarabedian, senior media analyst with Comscore, said there has been no discernible impact so far on the bottom line for moviegoing.

"This weekend is important because every movie theater in North America is open for business and 'Onward,' 'The Way Back' and a strong slate of holdovers will look to draw audiences who are seeking the traditional escape that the movies provide," he added.

Overall 2020 North American box office totaled \$1.61 billion as of March 4, up 2.4% over the same period in 2019, according to Comscore.

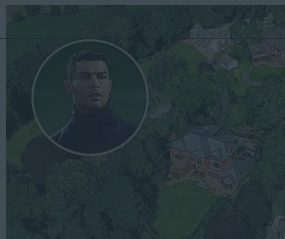
RELATED VIDEO:

LEAVE A REPLY

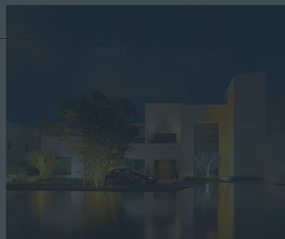
- ONWARD
- THE INVISIBLE MAN
- THE WAY BACK

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

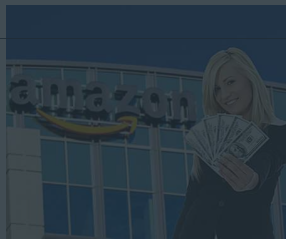
Sponsored Stories



Cristiano Ronaldo Selling Former Manchester Mansion for £3.25M
Mansion Global



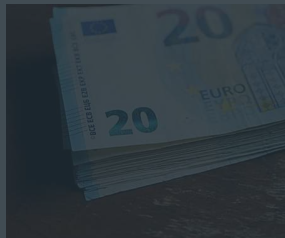
Discover the Most Luxurious Homes in Dubai
Mansion Global



Azioni Amazon: Bastano solo 200€ per Ottenere un Secondo Stipendio Fisso!
Investi nel Migliore: Amazon



Se investissi solo 200€ sui titoli Amazon, potresti essere milionario tra...
INVESTI ORA



Investi 200€ in Amazon e ottieni una seconda entrata mensile
newsdiqualità.it



Gioca per 1 minuto e capirai perchè sono tutti assuefatti
Vikings

FILM

Box Office: 'Mulan' Eyes Huge \$85 Million-Plus Opening Weekend

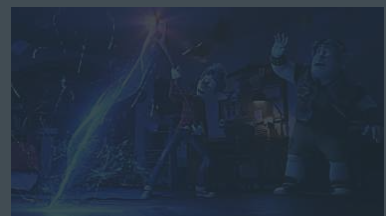
Sign Up for Daily Insider Newsletter

Email _____

SIGN UP >

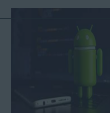
ADVERTISEMENT

PMC TRENDING



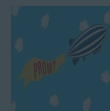
IndieWire

'Onward': Director Dan Scanlon Bared His Soul For Pixar, and That Was Only the Beginning



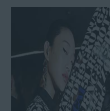
BGR

Some mobile apps have found a brilliant way to sneak malware onto your...



sheknows

The "Promposal" Is Everything That's Wrong With 2020 Teens & It...



FN

This Cult Favorite Nike Collaborator Is Guest-Designing Jean Paul...

The Big Ticket with Marc Malkin

Each week Marc Malkin, one of Hollywood...



BREAKING NEWS

SXSW Canceled Amid Coronavirus Fears



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

MARCH 6, 2020 1:34PM PT

Pixar's 'Onward' Casting Spell With \$40 Million Box Office Opening

By DAVE McNARY



Disney-Pixar's fantasy film "Onward" will cast a spell on North American moviegoers this weekend, opening with \$38 million to \$40 million at 4,310 locations, early estimates showed on Friday.

The figure is slightly below pre-release forecasts, which had pegged "Onward" for a launch in the \$40 million to \$45 million range. The movie centers on a pair of teenage elf brothers — voiced by Chris Pratt and Tom Holland — on a quest to resurrect their deceased father, who had arranged for them to receive a magic staff with a spell that will bring him back for 24 hours.

Ben Affleck's sports drama "The Way Back" is projected to make around \$8 million at 2,718 venues for the weekend, in line with forecasts, which had ranged from \$6 million to \$10 million.

Universal's sophomore frame of Elisabeth Moss' "The Invisible Man," which has taken in \$35 million in its first six days in North America, will finish second with about \$14 million. The fourth frame of "Sonic the Hedgehog" will probably battle "The Way Back" for third place.

ADVERTISEMENT

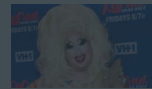
If estimates hold, "Onward" should see inaugural weekend box office receipts similar to Pixar's 2015 release "The Good Dinosaur" at \$39 million. "Onward" has already generated \$3 million globally — and \$650,000 in North America — from several early screenings that Disney hosted on Leap Day. Internationally, the film is opening day and date in many territories, other than Italy, South Korea and China, where the coronavirus crisis has hit hardest. Several Middle East countries have banned "Onward" due to the film's reference to a lesbian relationship.

Critical reception for "Onward" has been enthusiastic, earning the pic an 87% score on Rotten Tomatoes. Octavia Spencer, Julia Louis-Dreyfus, Lena Waithe and Ali Wong round out the voice cast. "Monsters University" helmer Dan Scanlon directed "Onward" from a script he wrote with Jason Headley and Keith Bunin. "Onward" is the first Pixar movie to debut during the March/early spring corridor; all other Pixar titles have been released in

★ Most Viewed



SXSW 2020 Canceled Amid Coronavirus Fears



'RuPaul's Drag Race' Contestant Sherry Pie Disqualified After



Hachette Drops Woody Allen Memoir After Staff Walk-Out

ADVERTISEMENT

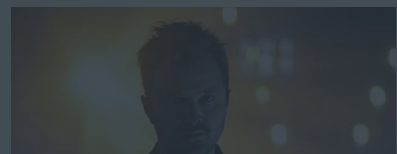
Must Read



MUSIC
SXSW 2020 Canceled Amid Coronavirus Fears



TV
How 'Grey's Anatomy' Wrote Out Justin Chambers



the summer or November.

"The Way Back" stars Affleck as an alcoholic construction worker who becomes the coach of a high school basketball team. The movie, which was previously titled "The Has-Been" and "Torrance," is directed by Gavin O'Connor. Critics have been impressed so far, and "The Way Back" carries an 86% Rotten Tomatoes score.

RELATED VIDEO:

LEAVE A REPLY

ONWARD

THE WAY BACK

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

TV

'Westworld' Season 3: TV Review

Sign Up for Daily Insider Newsletter

Email

SIGN UP

ADVERTISEMENT

Sponsored Stories



Il conto che fa per te? Conto Webank a zero spese e zero canone. contocorrente.webank.it



Novità assoluta! Occhiali progressivi di nuova tecnologia a 109€... occhiali24.it



Se investissi solo 200€ sui titoli Amazon, potresti essere milionario tra... INVESTI ORA

PMC TRENDING



FN

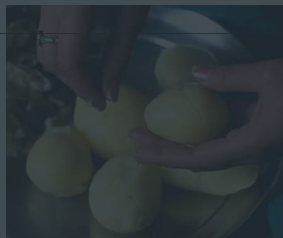
Nordstrom Is Closing All of Its Trunk Club Stores — But It's Not the End of the Personal Styling Service



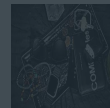
Richiedi Carta Verde American Express: per te quota gratuita il primo... American Express



Con E-Light Luce hai il prezzo più basso tra le offerte di Enel Energia. Enel

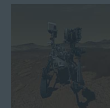


Intestino: dimentica i probiotici e piuttosto fai questo. Nutrivia



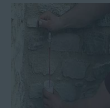
Robb Report

Your Nightstand Says a Lot About Your Personality. Which Type Are You?



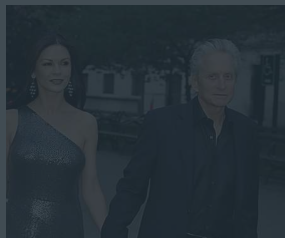
BGR

The Mars 2020 rover finally has a name



Robb Report

Wine on Tap? One Italian Town Had Lambrusco Flowing Through the...



Mansion Global Daily: Celebs in the New York Suburbs, the... Mansion Global



Investi 200€ su Poste Italiane! Calcola Subito quanto Potresti Ottenere! Investi nelle Azioni Poste Italiane



Scopri e acquista il miglior materasso per un sonno perfetto Mattresses | Sponsored Listings

The Big Ticket with Marc Malkin

Each week Marc Malkin, one of Hollywoo...



James Marsden Mar 5, 2020 • 30 min

Alex Wolff Feb 27, 2020 • 29 min

More From Variety

- Celebrities Who Died in 2020
- Netflix Cancels SXSW 2020 Screenings, Panels Amid Coronavirus Fears (EXCLUSIVE)

means that when "Shit Hits the Fan" they will be the *übermenschen*.

Britain's spate of coronavirus infections has so far remained rather mild, with the number of cases rising to 87 on March 4th, and 12 people who tested positive have recovered. But the government's latest plans make for alarming reading. Police will ignore all but the most serious crimes, concentrating on public order. Health workers currently enjoying retirement will be called back to nurse the infected. Large-scale gatherings could be reduced and schools closed. Lockdown would prove popular, according to Ipsos MORI, a polling firm, which found that three-quarters of Britons support quarantining cities and towns. At present, the government is content with reminding citizens to wash their hands. The British public are complying. Hand sanitiser sales are up by 255%.

Those disinclined to stay calm are stripping supermarket shelves of bottled water, tinned food, pasta and cleaning products. Some are joining the survivalist clubs. One Facebook group "Coronavirus UK Preppers S.H.T.F raw survival" has gained 787 new members in the last 30 days, bringing their total to 5,872. They also offer a specialist offshoot account, selling items that they judge will be handy in the event of social collapse: crossbows fitted with telescopic sights and 12-hour ration packs. These are the hardcore survivalists, who see Armageddon round every geopolitical corner. Last year, their name was "Preppers UK S.H.T.F brexit raw survival".

Their advice ranges from stockpiling tips to instructions on fitting ultraviolet lights above your doormat that kill germs arriving on your mail. Mostly, though, the survivalists' advice is about discouraging people from going rogue and "bugging out" (running away). "A lot of people think they are going to live in the woods, and live off rabbits and fish," says the South East England Preppers commander, a Gillingham travel agent by day. "If they do go and live off that diet for three weeks, they are going to be very ill indeed." He is giving lessons on what happened after the Romans left Britain. To help his followers survive the modern Dark Ages now looming, he has been instructing amateurs in the making of pottage, a vegetable stew.

Others have turned to more professional outfits. James Blake, who runs Europe's largest crisis food supplier, says orders are up 100-fold. Demand, Mr Blake suggests, may have been suppressed in recent years. "We've had a long extended period of austerity, so emergency planning has always taken a back seat." It's a reasonably priced way to get ready for the apocalypse: £425 (\$550) buys three months' supply of food that will last 25 years. For even more parsimonious preppers, there's the budget option: pottage. ■

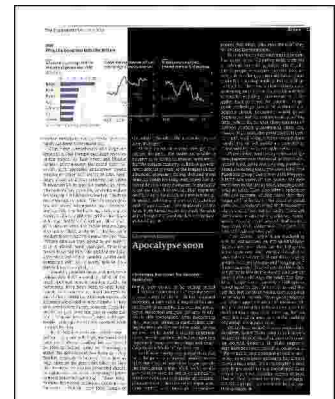
Coronavirus preppers

Apocalypse soon

Christmas has come for disaster hobbyists

"I'M NOT GOING to be selling boiled heads on a market stall," says the anonymous leader of the South East England Preppers, a survivalist group that has meticulously planned for the coming apocalypse. Historical analysis, he says, is crucial to this preparation. After discovering that peasants turned to cannibalism during the Russian famine in the 1920s, he was spurred on to avoid a similar situation. Since then he has brought fellow-travellers together through online groups and away-days to share bushcraft techniques.

Until now emergency preparation has been the preserve of a small band of eccentrics. But since coronavirus began spreading throughout Britain, their social media groups have seen an influx of applicants. To these hobbyists of disaster, all catastrophes are streamlined into the simple acronym "SHTF", and thorough preparation



Bytedance bietet neue Streaming-App

bfch. FRANKFURT. Die Tiktok-Muttergesellschaft Bytedance hat in Indien ihren Streamingdienst gestartet. Der Markteinstieg mit der Resso genannten App erfolgte nach einer Testphase in Indien und Indonesien, über die Mitte November 2019 erstmals berichtet wurde und die in Indonesien noch weitergeführt wird. Tiktok ist vor allem unter jungen Nutzern sehr beliebt und gilt als das am schnellsten wachsende soziale Netzwerk der Welt. Kern der App sind kurze Videos, oft unterlegt mit Musik, zu der die Nutzer Playback singen können.

Einige dieser Tiktok-Elemente sind auch Teil von Resso, womit sich der Dienst von den etablierten Streamingdiensten wie Spotify, Apple Music oder Amazons Angebot unterscheidet. So können Resso-Nutzer etwa die Texte der Lieder, die sie hören, mitlesen, interaktive Inhalte erstellen sowie mit anderen Nutzern teilen. Bytedance nennt Resso entsprechend „soziale Musik-Streaming-App“. Wie auch bei Spotify gibt es eine Gratis-Version mit geringerer Qualität und Werbeunterbrechung zwischen einzelnen Liedern und eine Premium-Variante. Diese enthält keine Werbung und verspricht eine bessere Ton-Qualität. Die Monatspreise hierfür liegen umgerechnet bei rund 1,35 Dollar auf Android-Geräten und 1,62 Dollar für Nutzer des Apple-Betriebssystems iOS. Zum Vergleich: Ein Spotify-Abonnement für eine Person kostet in Deutschland 9,99 Euro. Diesen Preis rufen auch Apple und Amazon für ihre Dienst auf, wobei Amazon Nutzern ihres Prime-Programms 2 Euro erlässt.

Der Resso-Start in Indien erfolgt vor dem Hintergrund, dass sich einerseits die westliche Konkurrenz wie Marktführer Spotify hier schwer tut und andererseits Tiktok im Land sehr populär ist. Nicht zuletzt gilt unter anderem Indien in der Musikbranche als großer Wachstumsmarkt, während Fachleute in Amerika oder Großbritannien ein Abflauen des rasanten Streamingbooms prognostizieren. Audio-Streaming ist mittlerweile der wichtigste Umsatztreiber auf dem weltweiten Markt für Musik-

aufnahmen.

Ein interessantes Detail am Resso-Start offenbart sich mit Blick auf die Liste der Rechteinhaber, mit denen eine Lizenzvereinbarung über die Nutzung ihrer Werke getroffen wurde. Während neben diversen lokalen Plattenfirmen etwa auch die unter der Lizenzplattform Merlin versammelten Indie-Labels vertreten sind, fehlte zum Start ausgerechnet das größte Label der Welt, Universal Music. Mit den anderen beiden sogenannten Major-Labels, Warner Music und Sony Music, wurde dagegen augenscheinlich eine Einigung über die Nutzung ihres Werke-Katalogs erzielt. (Kommentar Seite 28.)



BASCULÉE SUR LE WEB, LA CHAÎNE BBC 3 POURRAIT REVENIR À LA TÉLÉVISION

□ Quatre ans après avoir cessé d'émettre et vu ses programmes transférés sur le web, la chaîne pour jeunes adultes du service audiovisuel public anglais pourrait faire son retour à la télévision, selon le *Daily Mail*.



Alerte au coronavirus dans « Plus belle la vie »

Il y a un an, les scénaristes du feuilleton de France 3 avaient anticipé l'épidémie. La réalité a, hélas, rattrapé la fiction.

Mort de Jacques Chirac, incendie de la cathédrale Notre-Dame... *Plus belle la vie* a pris l'habitude de réagir à l'actualité par le biais de saynètes tournées en dernière minute pour le plus grand plaisir de ses téléspectateurs.

La semaine prochaine, les fidèles du feuilleton (ils sont 3,6 millions par jour) seront très certainement surpris de trouver une longue intrigue autour d'une épidémie touchant l'hôpital où évoluent de

nombreux personnages de la série quotidienne de France 3. Larmes, scènes de panique, quarantaine, personnel médical en combinaison... « *La réalité nous a rattrapés dans ces neuf épisodes* », avoue Sophie Gigon, directrice des fictions de journée à France Télévisions. « *C'est un cas unique que nous sommes en train de vivre, d'habitude, nous faisons l'inverse. Nous rebondissons sur l'actualité, là nous l'avions anticipée* », ajoute-elle.

Dans le premier épisode de cette nouvelle arche narrative, en place à partir du jeudi 12 mars, un patient de retour d'un déplacement professionnel se rend aux urgences avec de la fièvre et des frissons... Il est alors pris d'une violente quinte de toux, crache du sang et s'effondre. Les médecins qui le prennent en charge

comprennent rapidement qu'il s'agit d'un nouveau virus. Le préfet ordonne la mise en quarantaine du service des urgences. Pendant ce temps, la police cherche à retracer le parcours de l'individu revenant d'Asie pour retrouver les personnes avec qui il aurait pu être en contact. Cette épidémie est liée, dans le feuilleton, à l'émergence d'un nouveau type de... coronavirus !

Ce scénario catastrophe ne date pas d'avant-hier. Non, il a été imaginé il y a plus d'un an. « *Dans les feuilletons, il y a toujours deux lieux dramatiques qui sont toujours en place : l'hôpital et le commissariat. Et l'on a régulièrement des réunions pour créer des histoires avec des sujets forts*, explique Sophie Gigon. *Elles ont des répercussions sur les personnages et les intrigues suivantes. Elles sont là pour dénoyauter les relations et renouveler les scénarios.* » Au printemps 2019, c'est donc à l'hôpital que la direction de la chaîne et la production de *Plus*

belle la vie s'arrêtent pour imaginer une nouvelle intrigue.

En quarantaine

Quelques semaines plus tard, les auteurs, après s'être documentés auprès d'un épidémiologiste, proposent cette thématique de quarantaine. Elle est validée et les scénaristes sont écrits en novembre 2019. Le tournage de ces épisodes se déroule alors mi-janvier 2020 au moment même où les autorités chinoises prennent conscience de l'arrivée et la propagation du Covid-19. Un peu dépassée, la patronne des fictions quotidiennes de France 3 regarde l'évolution de l'épidémie de très près. « *On vérifie au jour le jour si nous ne sommes pas en contradiction avec la réalité*, confie-t-elle. *Notre rôle, c'est de faire vivre des personnages qui traversent une aventure, une histoire forte avec des moments émouvants.* » En somme, la fiction se doit d'être et de rester moins anxiogène que la réalité...



décryptage
série

PAR ROMAIN DELACROIX
@romaindx

Dans le premier des neuf épisodes, une personne, hospitalisée après un séjour en Asie, est diagnostiquée atteinte par un nouveau coronavirus...



What if everyone stays inside?

Economic View

BY AUSTAN GOOLSBEE

After a string of deaths, some heart-stopping plunges in the stock market and an emergency rate cut by the Federal Reserve, there is reason to be concerned about the ultimate economic impact of the coronavirus in the United States.

The first place to look for answers is China, where the virus has spread most widely. The news has been grim, with deaths, rolling quarantines and the economy's seeming to flatline, though the number of new cases has begun to fall.

Advanced economies like the United States are hardly immune to these effects. To the contrary, a broad outbreak of the disease in them could be even worse for their economies than in China. That is because face-to-face service industries — the kind of businesses that go into a tailspin when fearful people withdraw from one another — tend to dominate economies in high-income countries more than they do in China. If people stay home from school, stop traveling and don't go to sporting events, the gym or the dentist, the economic consequence would be worse.

In a sense, this is the economic equivalent of the virus's varied health effects. Just as the disease poses a particular threat to older patients, it could be especially dangerous for more mature economies.

This is not to minimize the indiscriminate and widespread damage that the disease has caused by disrupting the global supply chain. With shortages of everything from auto parts to generic medicines and production delays in things like iPhones and Diet Coke, a great deal of pain is coming from the closing of Chinese factories. That proliferating damage has central



If people stop traveling, going to the dentist, the gym, or March Madness basketball games, the economic impact in the United States will be enormous.

banks and financial analysts talking about a global recession in the coming months.

Nor is it to discount the possibility that the United States will be spared the worst effects. Scientific and public health efforts might limit the spread of the virus or quickly find a treatment or vaccine. The warmer weather of summer might slow the spread of the coronavirus as it usually does with the seasonal flu. Many things could prevent an outbreak as large as the one in China.

But it is to say that an equivalent outbreak in the United States might easily have a worse economic impact.

As a baseline, several factors work against the United States. China's authoritarian government can quarantine entire cities or order people off the streets in a way that would be hard to imagine in America, presumably giving China an advantage in slowing the spread of the disease. In addition, a large share of American workers lack paid sick days and millions lack health care coverage, so people may be less

likely to stay home or to get proper medical care. And 41 percent of China's population lives outside urban areas, more than twice the share in the United States. Diseases generally spread faster in urban areas.

Beyond those issues, however, is a fundamental difference in economic structure: When people pull back from interacting with others because of their fear of disease, the things they stop doing will frequently affect much bigger industries in the United States.

Consider travel. The average American takes three flights a year; the average Chinese person less than half a flight. And the epidemiological disaster of the Diamond Princess has persuaded many people to hold off on cruises. That cruise ship stigma alone potentially affects about 3.5 percent of the United States, which has about 11.5 million passengers each year, compared with only 0.17 percent of China, which has about 2.3 million passengers.

People may stop attending American sporting events. There have even been

calls for the N.C.A.A. to play its March Madness college basketball tournament without an audience. But sports is a huge business in the United States. People spend upward of 10 times as much on sporting events as they do in China.

And if 60 million Americans stopped spending \$19 billion a year on gyms, that would be a much a bigger deal than if the 6.6 million gym members in China stopped spending the \$6 billion they devote to gyms now.

That's just a start. Who wants to go to the dentist or the hospital during an outbreak if a visit isn't necessary? Yet health spending is 17 percent of the U.S. economy — more than triple the proportion spent in China. Of course, not every service sector is so much larger than in China. Retail and restaurants, for example, have comparable shares of gross domestic product in both countries. But over all, the United States is substantially more reliant on services than China is. And, on the flip side, agriculture, a sector not noted for day-to-day social interaction and so potentially less harmed by social withdrawal, is a 10 times larger share of China's economy than it is in the United States.

So for all the talk about the global "supply shock" set off by the coronavirus outbreak and its impact on supply chains, we may have more to fear from an old-fashioned "demand shock" that emerges when everyone simply stays home. A major coronavirus epidemic in the United States might be like a big snowstorm that shuts down most economic activity and social interaction only until the snow is cleared away. But the coronavirus could be a "Snowmageddon-style storm" that hits the whole country and lasts for months.

So go wash your hands for the full 20 seconds. And show some more sympathy for the folks quarantined in China and elsewhere. Because if it spreads rapidly in the United States, it could be a heck of a lot worse.





PHOTOGRAPHS BY ALYSSA SCHUKAR FOR THE NEW YORK TIMES

Face-to-face service industries tend to dominate economies in high-income countries like the United States more than they do in China. A broad U.S. outbreak could lead to a tailspin.

- ◆ Global outbreaks are likely to increase, experts say..... A6
- ◆ Crude prices log worst day since financial crisis..... B1

Global Outbreaks Are Likely to Increase

Pandemic experts say the new coronavirus shouldn't have come as a surprise at all

By JON HILSENATH

The rapid and global spread of the deadly new coronavirus caught households, business leaders, investors and policy makers off guard, but health experts and economists who study pandemics say it shouldn't have come as a surprise at all.

Epidemics of infectious diseases have become a regular part of the global landscape in the past quarter-century, thanks in part to economic trends including urbanization, globalization and increased human consumption of animal proteins as society becomes more prosperous, these experts say.

The public needs to prepare for more of them, they add.

An old rule of thumb in pandemic research was that such events happened about three times every century, said David Finnoff, an economist at the University of Wyoming College of Business. So far this century, the world has already confronted an array of viral scares, including SARS in 2002 and 2003, the swine flu (also known as H1N1) in 2009, MERS in 2012, Ebola in 2014 to 2016, Zika in 2015 and Dengue fever in 2016.

The incidence of infectious disease events has more than doubled from the 1940s to 1960s, according to EcoHealth Alliance, a New York-based nonprofit research group that built a database tracking disease events globally. The rate of such incidents surged in the 1980s with the advent of HIV and is now rising, says Peter Daszak, the group's president.

"They're increasing exponentially," he said.

Already this century infectious disease pandemics—not counting the common influ-

enza—have claimed more than 300,000 lives globally, according to Harvard researchers David Bloom and Daniel Cadarette.

Mr. Daszak estimates pandemics could cost as much as \$23.5 trillion over the next 30 years. That estimate includes not just lost economic activity and property, but also the statistical value of lost human lives.

Urbanization means people are packing together more tightly, making them more prone to catching bugs from others. Ebola is one example. It isn't a new disease but became widespread and deadly when it spread to large cities in Liberia and Sierra Leone.

At the same time, globalization means people are venturing out farther across borders, giving bugs wider reach.

Moreover, animal-protein consumption is putting people in closer contact with livestock such as pigs and chickens, which can act as carriers of disease from other species. Between 2000 and 2019, global consumption of chicken grew to 97 million metric tons from 53 million, according to the U.S. Department of Agriculture. And as dense populations spread, Mr. Daszak says, people and their livestock are coming into closer direct contact with wildlife such as bats that are direct carriers of disease.

"Urbanization, agricultural intensification and deforestation are all part of the land-use change variable that was significantly correlated with emerging infectious diseases," Mr. Daszak said.

China, the epicenter of the latest outbreak, is also the epicenter of many of the economic trends giving unhealthy viruses a wider canvas on which to multiply. No country has urbanized more rapidly in the past quarter-century, according to World Bank estimates. In 2018, 59% of its population lived in urban areas, according to the World Bank, up from 36% in

2000 and 19% in 1980.

The U.S. has urbanized, too, though at a slower rate. Between 2000 and 2018 its urban population increased to 82% of total population from 79%.

During the same period, China became the center of globalization, as multinational companies built their manufacturing bases there. Between 2003 and 2018, air traffic between the U.S. and China increased to 8.5 million passengers from fewer than 700,000, according to the U.S. Transportation Department.

"Viruses don't need passports," said Michael Merson, a professor at Duke University's Global Health Institute.

Wuhan, the Chinese city where the new coronavirus and the illness it causes, Covid-19, first showed up, is an example of these trends. Between 2000 and 2018, its population grew from eight million to 11 million. In the process, developed land in the city more than tripled from about 210 square kilometers to 720 square kilometers, according to the Wuhan Statistics Bureau.

Wuhan opened a subway system in 2004 as a single line with 10 stations, the Communist Party-run People's Daily reported at the time. By December, it had grown to nine lines with 228 stations that handled 1.2 billion trips last year, according to state broadcaster Wuhan TV.

People have been flowing into the city in greater numbers, too, aided by more and speedier travel links. Wuhan hosted about 20 million tourists in 2000 and 288 million in 2018. In 2009, the city got high-speed rail service to Guangzhou, a prosperous megacity in southern China, as well as its third passenger railway station, according to the local Communist Party-run Changjiang Daily.

Travelers can reach 25 major cities from Wuhan on

high-speed trains, cutting the time it takes to get to Beijing from 10 hours to five. Wuhan Tianhe International Airport replaced an older airport in 1995 and by the second half of 2018 had flights to 52 international destinations and 84 domestic ones, according to the provincial government of Hubei, of which Wuhan is the capital.

This development in the city coexists with trade in wildlife, a presumed vector of infection that Chinese authorities have promised to shut down across the country.

The rise of global pandemics creates a problem of collective action, says Ramanan Laxminarayan, a researcher at Princeton University. One of the best ways to combat the spread of a virus is for authorities to report their emergence rapidly to isolate bugs in early stages.

Individual countries, however, have an incentive to delay reporting until a problem is certain, because notifying others comes with economic costs, such as reduced travel and trade. In that context, reporting delays in China and Iran aren't a surprise, Mr. Laxminarayan said.

Mr. Finnoff said the U.S. needs to build a stronger health infrastructure to fight future pandemics.

"We have a huge military that is out there ready to be deployed to reduce the risk to this country from anything that occurs. Most of the time it is not being used, it is waiting," he said. The U.S. needs to start thinking about preparing for pandemics the same way, he said.

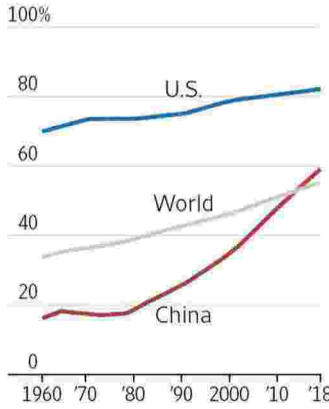
Mr. Daszak said he thinks the current crisis will prove to be manageable, noting that the mortality rate of Covid-19 isn't as great as SARS and the spread isn't rampant. "I'm not hiding in my bunker right now," he said. "We're going to get hit by a much bigger one sometime in the next 10 years."

—Xiao Xiao in Beijing contributed to this article.

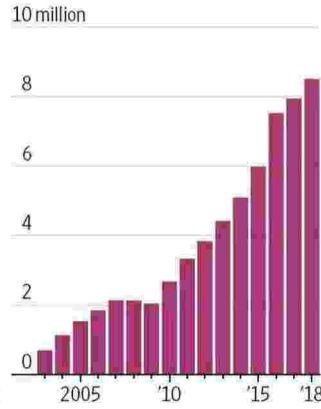
Growing Exposure

Epidemics have proliferated as people have moved closer together and travel globally at a rising rate.

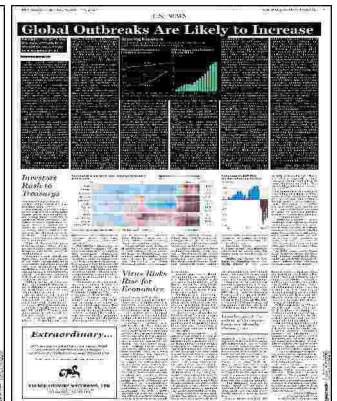
Percentage of population living in urban areas



Airline passengers between U.S. and China



Sources: World Bank (urban population); Bureau of Transportation Statistics (passengers)



Office
2030

Experts envision the changes technology will bring to the workplace of the future **R6**

What Office Life Might Look Like in the Year 2030

Technology is set to transform the office from a physical workspace into a digital one.

Office buildings, cubicles, meeting rooms—even water-cooler gossip—are being reshaped by virtual and augmented reality, artificial intelligence, machine learning and other emerging software capabilities.

Over the next decade, these tools will turn offices into digitally dominated environments, where people slip on VR goggles and work at virtual desks instead of real ones, delegate complex tasks to software assistants and chat with colleagues around the globe in holographic spaces.

Cisco Systems Inc. Executive Vice President Amy Chang says work is becoming less about where you go and more about what software enables you to do, from wherever you are.

“Collaboration that once exclusively took place across the conference-room table will increasingly take place across time zones, across geographies and across language boundaries,” Ms. Chang says.

We asked commercial-real-estate managers, software makers and workplace-technology analysts to predict how all of these new developments will reshape their industries over the next decade. Here’s what they had to say.

Working on the Go

For some workers, the commute of the future will mark the start of the workday, not just the process of getting there, says Vinod Kumar, chief executive officer of **Vodafone Group PLC**’s business-services division. He says the outgrowth of 5G wireless networks and connected machines, appliances and other devices will redefine how road networks and vehicles interact. Connectivity will enable self-driving cars to take over driving tasks, but that is just the start.

Mobile-office setups will let people do far more than just check a few emails or voice mails while a robot driver takes the wheel, he says. Instead, virtual on-the-go workstations will provide all the digital amenities of the workplace, from AI-powered assistants that prep whiteboard presentations to virtual-reality headsets that put you at the table of a morn-

ing meeting with co-workers around the world.

Making the commute even more pleasant is that there may be fewer people making a commute in the first place as remote work gets easier.

And that means fewer traffic jams for workers in less remote-friendly industries, such as medical care or manufacturing, says Darren Murph, head of remote working at software developer **GitLab Inc.**

Flexible Floor Plans

When workers do arrive at their office building, data from connected sensors and wearable devices will let elevators know what floor to go to, says Mihir Shah, chief executive officer of commercial-real-estate giant **Jones Lang LaSalle Inc.**’s tech unit.

Rather than rows of desks arranged by business divisions, he says, offices will have more modular layouts that can be changed based on sensor data showing how staff across different divisions are interacting as they work together on specific projects.

“Stately corporate offices of the past are already disappearing in favor of smaller, ultraconnected huddle rooms and other flexible spaces,” says Michael Helmbrecht, chief operating officer of videoconferencing-equipment maker **Lifesize.**

“The physical work environment is being transformed to a social environment,” says Karen Cobb, senior project manager for global real estate, workplace and projects at **SAP SE.**

While some of these features have already begun reshaping office-floor designs, 5G connectivity, improved videoconferencing and virtual-reality hardware, and smart collaboration tools are expected to spark a full-scale transformation within the next decade.

“We’re currently redesigning our Dallas hub location, and designated office space, including my own office, will disappear,” says James Mylett, vice president of U.S. digital buildings at **Schneider Electric SE.**

In their place, Mr. Mylett says, the office is putting in flexible workspaces, collaboration hubs and individual workspaces.

Goodbye, Desk

Cubicles with desktop computers will give way to augmented-reality headsets, says Arun Sundararajan, professor of technology, operations and statistics at New York University’s Stern School of Business. You won’t need a physical desk; park yourself anywhere at home or in a huddle room and have a simulated office before your eyes—one that goes wherever you go and links you with co-workers around the world.

“Google Glass was too early when it came out, but it was a harbinger of the future of interfaces,” Mr. Sundararajan says.

Forget conventional typing: These headsets will give you virtual computers to work on, with screens and keyboards that float in space before your eyes, Mr. Sundararajan says. You’ll also be able to give detailed verbal commands.

Chris Bedi, CIO of cloud software company **ServiceNow**, says, “We’ll see voice commands replace any task typically handled by typing. This shift has already begun in our personal lives and will have a profound impact on the enterprise.”

Your Robot Assistant

All workers at all levels will be using robotic helpers in the future, says Don Schuerman, chief technology officer at **Pegasystems Inc.**, a Cambridge, Mass., cloud-computing-software developer.

“I don’t mean everyone gets a C-3PO,” Mr. Schuerman says. Instead, these software-based bots, resembling Siri or Alexa, will be enabled by artificial intelligence and voice-activated commands to sort through incoming email, schedule meetings and other appointments, manage expenses, create spreadsheets and charts, and do other day-to-day tasks.

Vijay Khanna, chief corporate-development officer at robotic-process-

automation firm **UiPath** Inc., says employees at every level of the corporate structure will be able to delegate mundane tasks to a software robot that can be easily fine-tuned by each worker to help with specific jobs.

Suppose, he says, you get a spreadsheet every Monday with data on all the new employees starting that week—such as emergency contacts and direct-deposit information—and you need to pick out pieces of information to send to various departments so the employee is set up for work. A software assistant could open the document and “cycle through each row in the spreadsheet, open each application where the data needs to be entered, navigate to the correct place to input the data, copy the data from the Excel spreadsheet to the appropriate place, save the new record and close the applications,” he says.

ServiceNow’s Mr. Bedi says that robot assistants will manage your work flow as your priorities change during the day. After strategy meetings, the assistants might scour your meeting notes or emails to see what tasks need to be put at the top of the list.

“These assistants will surface the most relevant work in real time, adapt to events throughout the day based on priorities tied to digital signals,” he says.

Larry Gadea, chief executive officer at digital-registration maker Envoy, says, “At the core of it, the office of the future will fundamentally work for you. It will learn to anticipate what you

want and do it for you. It will be proactive and remove the daily pains and inconveniences we currently go through every day,” such as prioritizing emails and filing expenses.

Smarter Brainstorming

Most meetings will take place between different groups of workers in modular huddle rooms and in multiple locations—including many at their own kitchen table. They will be enabled by smart collaboration software and crystal-clear videoconferencing, allowing co-workers to seamlessly share ideas and brainstorm with colleagues across time zones and language barriers, says Cisco’s Ms. Chang. AI and machine-learning applications will take notes and generate transcripts, scan people’s speech to find action items and automatically update records in workers’ calendars or spreadsheets, she says.

Many of these tools aren’t new, but are improving fast, says Kirsten Wolberg, chief technology and operations officer at electronic-signature company DocuSign Inc. “In the past, the reliability and usability of these kinds of platforms just wasn’t there—it is there now and getting better every year,” Ms. Wolberg says.

Newer capabilities include interactive digital whiteboards, which automatically upload relevant information and data into a meeting platform where it can be incorporated into notes and distributed among attendees, says Stephen Franchetti, head of business technology and IT at Slack Technologies Inc. “We see a big focus on making people feel like they are all in the same room, so automation that

helps collaboration is an area ripe for progress,” he says.

The Virtual Water Cooler

What happens to human interaction in an office staffed by remote workers? Jason Kingdon, executive chairman at Blue Prism, says co-workers connected only by collaboration tools will be all the more eager to cross paths and catch up in person whenever possible. In the meantime, he says, informal get-togethers will take place via virtual- and augmented-reality headsets, where workers hang out together in digitally imagined spaces. Imagine a holodeck-like space where workers might encounter each other as holograms or avatars.

“Virtual coffee chats, global pizza parties and visits to far-flung colleagues will create far richer bonds than forced conversation around a water cooler,” Mr. Kingdon says.

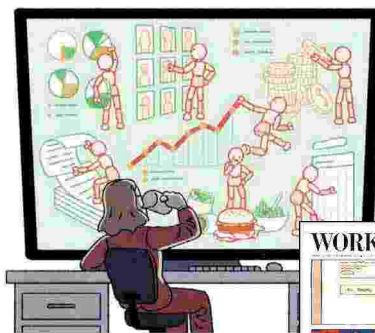
Mr. Helmbrecht of Lifesize says these virtual break rooms could feasibly become an always-on gathering spot, allowing distributed team members to drop in and catch up between scheduled meetings or other projects whenever they like, running into anyone else who happens to be there, too.

“This would be an evolution building on how companies already create channels, on Slack or Microsoft Teams, dedicated to casual topics like discussing weekend plans, sharing puppy or baby pictures, or bantering about the World Series, World Cup or the Super Bowl,” Mr. Helmbrecht says.

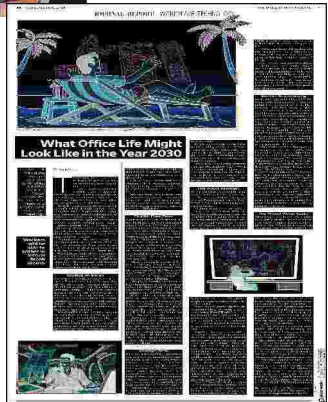
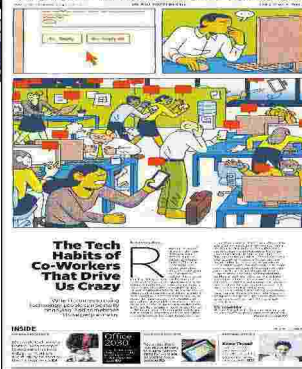
Mr. Loten is a Wall Street Journal reporter in New York. He can be reached at angus.loten@wsj.com.

Glimpses of the future include working commutes, smarter elevators, robot assistants, flexible floor plans and maybe even productive meetings

Workers will be able to gather in virtual break rooms.



WORKPLACE TECHNOLOGY



TikTok Executive Is Added to Guard App Users' Data

BY GEORGIA WELLS

TikTok said Thursday it is hiring its first chief information security officer as the popular short-video app seeks to reassure regulators and lawmakers that it is safely guarding its users' data.

The new cybersecurity executive, Roland Cloutier, joins TikTok from ADP, where he served as chief security officer at the payroll-services provider. At TikTok he will be in charge of the company's efforts to protect its data at a moment when that issue is central to the company's future.

U.S. regulators are weighing whether the app poses a national-security threat, given that it is owned by the massive and growing Chinese conglomerate **Bytedance Inc.**

TikTok has said the Chinese government has never asked for access to any of its user data and that the company wouldn't share any if asked.

The U.S. military has already banned its members from using TikTok because of the app's ties to China. TikTok also has considered steps to distance itself from its parent company.

TikTok, which is hugely popular among young people,

took off in 2019, when more than 40 million people in the U.S. downloaded the app, according to mobile data and analytics firm App Annie.

"We have a clear responsibility to continue to maximize security on our platform," TikTok CEO Alex Zhu said in a statement, calling out Mr. Cloutier's hire as someone who can help the company deliver on that promise. "Under his leadership, and with the exceptional global team we already have in place, we are confident in our ability to earn the trust of the broader community."

At ADP, Mr. Cloutier's role included monitoring the company's information-protection, crisis-management and investigative-security operations. Before that, Mr. Cloutier was chief security officer at enterprise software firm EMC Corp. He started his career in the U.S. Air Force as a combat security specialist. He also worked with the Defense Department as an aerospace protection and antiterrorism specialist.

In 2016, Mr. Cloutier wrote a book titled: "Becoming a Global Chief Security Executive Officer: A How to Guide for Next Generation Security Leaders."



What Companies Need to Know When Introducing New Technology Into the Workplace

By MATTHEW KASSEL

When it comes to putting new technology in the workplace, the easiest part is often picking the technology. The trickier part is introducing it to employees.

If you do it wrong—and even if you have the best of intentions—employees may end up feeling alienated by the change and reject it, introducing a whole new set of problems, says Kevin Craig, an assistant professor in the information-systems and statistics department at Baruch College's Zicklin School of Business.

Here's a look at some best practices when it comes to changing technologies in the office.

Know the workflow.

Companies often rush into adopting a flashy new technology that doesn't end up meshing well with their usual workflow, says David Johnson, a principal analyst at Forrester Research Inc. who advises companies on employee experience and workplace productivity. This happens, he says, when managers haven't made an effort to understand how employees do their jobs on a granular level and exactly how the new technology would help them do that work more effectively. The result can be disgruntled workers who either don't use the tool or work less effectively because of it.

Maintain a human touch.

Managers should consider how workers will react to new technology emotionally and try to relate to those feelings, Mr. Johnson says. There are a number of concerns workers have as new technology encroaches on the workplace, including the fear that new tools may cost them their jobs. There are also the day-to-day frustrations associated with adjusting to new technologies, which take time to learn.

Some employees may require extra guidance or attention, Mr. Johnson says. Introducing a new technology is an opportunity for managers to demonstrate their ability to be supportive of employees as individuals, he says.

Start small.

As a general rule, managers should try not to roll out a new technology to every employee at the same time, says Gerald Kane, a professor of information systems at Boston College's Carroll School of Management. At any company, there will be some workers who are more interested than others in learning how to use new tools, so it's important to seek out a "coalition of the

willing," and introduce changes to this group first, Prof. Kane says.

Prof. Kane recommends trial periods of six or eight weeks to implement small changes with measurable results, which companies can learn from and build on.

Have patience.

New technology also can take longer than expected to bring about performance improvements. Indeed, research suggests that companies may see a dip in productivity after a new technology is introduced, Prof. Kane says.

On average, it can take about six months before productivity goes up, he says, though it may be less for simpler technologies.

Be transparent.

WorkTango, an employee-feedback software business, recently rolled out an organization-wide change, switching from one suite of office software to another, says Rob Catalano, the company's co-founder. The reason, he says, was to strengthen WorkTango's information security.

When the launch came, Mr. Catalano assumed it would be easy for employees to switch systems for simple tasks like email, file sharing and internal communications. But because the leadership team failed to provide context for the switch, employees were initially confused by the purpose of the new interface and frustrated that common tasks were taking much longer than before.

When management provided an explanation for the change, there was broad acceptance, Mr. Catalano says. The lesson, he says, is that it is important to maintain clear communication whenever new technologies are introduced.

Expect the unexpected.

It's difficult to predict the problems that will arise when a new technology goes live, says Lynn Wu, an assistant professor of operations, information and decisions at the Wharton School of the University of Pennsylvania.

Prof. Wu says she helped a large consulting organization roll out a digital collaboration tool designed to make it easier for employees to access experts across the firm. The expectation was that certain employees on the firm's periphery, with little access to the information those experts could provide, would benefit.

The tool helped improve productivity over time, and the service was particularly beneficial for some women and new employees, Prof. Wu says. But it also gave a leg up to those in the company who already were well connected because it allowed them to extend their networks. The effect was to reinforce the status quo, says Prof. Wu. Companies should be on the lookout for unexpected consequences once new technology is in place, Prof. Wu says.

Mr. Kassel is a writer in New York. He can be reached at reports@wsj.com.

