

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica Anica				
12	La Repubblica - Ed. Napoli	29/11/2020	<i>CINEMA & FUMETTI NASCE IL FESTIVAL DELL'ANIMAZIONE (I.Urbani)</i>	4
Rubrica Anica Web				
	Ladiscussione.com	28/11/2020	<i>AL VIA IL TAVOLO CULTURA. LA STRADA DEL DIALOGO FA BENE AL PAESE</i>	6
	Primaonline.it	27/11/2020	<i>CINEMA E AUDIOVISIVO: VIA AL TAVOLO MIBACT PER IL RILANCIO DEL SETTORE DOPO L'EMERGENZA COVID</i>	8
Rubrica Cinema				
39	Corriere della Sera	30/11/2020	<i>HOLLYWOOD MORTO DAVID PROWSE FU DARTH VADER IN "GUERRE STELLARI"</i>	11
15	Corriere della Sera - Ed. Roma	30/11/2020	<i>"ANGIE: LOST GIRLS"</i>	12
19	Il Messaggero	30/11/2020	<i>IL MAESTRO GATTI DEL COSTANZI: "L'OPERA DIVENTA UN FILM PER LA TV" (S.Antonucci)</i>	13
28	Il Secolo XIX	30/11/2020	<i>"BEE GEES FEVER", IL FILM UN SUCCESSO NATO IN FAMIGLIA E TRE FRATELLI ENTRATI NEL MITO (F.Caprara)</i>	16
15	La Gazzetta del Mezzogiorno	30/11/2020	<i>GODARD, I 90 ANNI DI UN MAESTRO (M.Gradanti)</i>	17
15	La Gazzetta del Mezzogiorno	30/11/2020	<i>SE IL CINEPANETTONE VA IN STREAMING (F.Pierleoni)</i>	18
13	La Repubblica - Ed. Milano	30/11/2020	<i>TUTTI I SEGRETI DI HOLLYWOOD IN UN PODCAST (S.Spaventa)</i>	19
15	La Repubblica - Ed. Milano	30/11/2020	<i>A FILMMAKER DROGA, TRANS E IMMIGRAZIONE</i>	20
21	La Stampa	30/11/2020	<i>A NATALE E' INCERTO ANCHE IL CINEPANETTONE DA DIABOLIK ALLA COPPIA DE SICA-BOLDI</i>	21
22	La Stampa	30/11/2020	<i>GILLO PONTECORVO (A.Monda)</i>	22
22	Avvenire	29/11/2020	<i>L'OCCHIO CLINICO (M.Montebelli)</i>	24
26	Avvenire	29/11/2020	<i>CINEMA, "BOTOX" VINCE IL TFF</i>	25
13	Domenica (Il Sole 24 Ore)	29/11/2020	<i>FILMMAKER E' ONLINE. TRA I REGISTI, GUADAGNINO E JIA ZHANGKE</i>	26
13	Domenica (Il Sole 24 Ore)	29/11/2020	<i>STORIA DI UN RIBELLE RADICALE (C.Battocletti)</i>	27
1	Il Fatto Quotidiano	29/11/2020	<i>INDIFFERENTI BELLI E INFEDELI (C.Llera Moravia)</i>	28
21	Il Fatto Quotidiano	29/11/2020	<i>LYNCH DIRIGE SERIE NETFLIX</i>	29
23	La Gazzetta del Mezzogiorno	29/11/2020	<i>DIECI ANNI SENZA L'IRONIA DI MONICELLI</i>	30
23	La Gazzetta del Mezzogiorno	29/11/2020	<i>IL TORINO FILM FEST PREMIA "PINO"</i>	31
15	La Repubblica - Ed. Milano	29/11/2020	<i>LE ANTEPRIME DI FILMMAKER IN STREAMING</i>	32
19	La Stampa	29/11/2020	<i>"BOTOX" VINCE IL TFF DELLA PANDEMIA MENTRE IL CINEMA CERCA IL SUO VACCINO (F.Caprara)</i>	33
20	La Stampa	29/11/2020	<i>"VENITE, REGISTI A GIRARE UN FILM SUL MIO CASTELLO"</i>	35
150	D La Repubblica delle Donne (La Repubblica)	28/11/2020	<i>UTOPIA DI CUSACK: L'ATTORE PORTA L'IMPEGN IN UNA NUOVA SERIE. COSI' FANTASCIENTIFICA DA SEMBRARE (R.Croci)</i>	36
1	Il Fatto Quotidiano	28/11/2020	<i>IL FILM CON GERMANO, LA SERIE SULLA SIRIA, LA ROWLING BUONISTA (F.Pontiggia)</i>	37
25	Il Messaggero	28/11/2020	<i>L'ISOLA DELLE ROSE, L'UTOPIA ITALIANA NATA NEL '68 ARRIVA SU NETFLIX (G.Satta)</i>	39
29	Il Messaggero	28/11/2020	<i>"PINOCCHIO" TRIONFA CON BENIGNI, PREMI ANCHE A "FAVOLACCE"</i>	41
29	Il Messaggero	28/11/2020	<i>MENEGHETTI, ITALIANO DA OSCAR "MA CORRERO" PER LA FRANCIA" (G.S.)</i>	42
41	Il Messaggero - Cronaca di Roma	28/11/2020	<i>A OSTIA E FIUMICINO DOVE IL MARE D'INVERNO DIVENTA UN SET (G.Cipolla)</i>	43
XVII	La Gazzetta del Mezzogiorno	28/11/2020	<i>IL FILM "SOLE" DI SIRONI VINCITORE DEL SUDESTIVAL</i>	45

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica Audiovisivo & Multimedia				
6	Corriere della Sera	30/11/2020	LA RAI SI SCUSA CON MORRA ED E' DI NUOVO POLEMICA "INCREDIBILE, SI DIMETTA" (A.Baccaro)	46
9	Domani	30/11/2020	PIU' TASSE PER I REDDITI ALTI PER RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE (A.Roma)	47
13	Domani	30/11/2020	LA FORZA FINANZIARIA E GEOPOLITICA DEL K-POP STA CAMBIANDO IL MONDO (M.Stefanelli)	48
I	Il Secolo XIX	30/11/2020	TV, LA NUOVA CODIFICA IN FASE DI PARTENZA LE MODIFICHE IN ARRIVO PER I PRIMI CANALI (F.Margiocco)	49
11	Il Secolo XIX	30/11/2020	DAI FALSI ANNUNCI AI GIGANTI DEL WEB CHI GUADAGNA CON LA TRUFFA DEI BITCOIN (L.Bagnoli/L.Bodrero)	51
25	Il Tempo	30/11/2020	SU RAI 5 UN DOCUMENTARIO SVELA I SEGRETI DI TARZAN IL PRIMO DI TUTTI I SUPEREROI	53
15	La Gazzetta del Mezzogiorno	30/11/2020	"VINILICI", UN DOCUMENTARIO RACCONTA I "MALATI" DEI 33 GIRI (P.Biamonte)	54
1	La Stampa	30/11/2020	BEE GEES IL 14 DICEMBRE IL DOCUFILM SULLA BAND SIMBOLO DELLA DISCO MUSIC (F.Caprara)	55
45	L'Economia (Corriere della Sera)	30/11/2020	SONY CONTRO MICROSOFT IL GIOCO SI FA DURO (M.Triulzi)	58
31	QN- Giorno/Carlino/Nazione	30/11/2020	DAVID E GLI ALTRI, IL SUCCESSO SOTTO LA MASCHERA (G.Bogani)	59
43	Corriere della Sera	29/11/2020	Int. a R.Chailly: CHAILLY: LA MIA "PRIMA" (P.Panza)	60
55	Corriere della Sera	29/11/2020	IMPENNATA DI ASCOLTI CON L'ADDIO A MARADONA E L'INTERVISTA A CONTE (A.G.)	62
1	Il Fatto Quotidiano	29/11/2020	Int. a I.Seward: "THE CROWN RACCONTA BALLE SULLA REGINA" (S.Provenzani)	63
31	Il Messaggero	29/11/2020	ASCOLTI	65
27	Il Tempo	29/11/2020	UN CANALE DEDICATO AL NATALE	66
2	La Lettura (Corriere della Sera)	29/11/2020	LIBRI DUMAS CREO' LE SERIE TV (CHE ORA PARLANO LATINO) (F.Piccolo)	67
21/23	La Lettura (Corriere della Sera)	29/11/2020	LA REINVENZIONE DEI ROMANI (L.Azzolini/L.Capponi)	71
48	La Lettura (Corriere della Sera)	29/11/2020	COSI' PORTERO' I GIOVANI IN UN TEATRO (E.Costantini)	79
63	Corriere della Sera	28/11/2020	RITA LEVI MONTALCINI, LA FICTION DIVENTA UNO SCONTATO "SANTINO" (A.Grasso)	81
16	Il Mattino	28/11/2020	"NATALE IN CASA CUPIELLO" DI DE ANGELIS PER RAIUNO: LE PRIME IMMAGINI	82
35	Il Mattino	28/11/2020	GALA', CON "L'IMMORTALE" VINCONO MORELLI E CORSICATO (O.Cosulich)	83
32	Il Messaggero	28/11/2020	ASCOLTI	84
13	Il Sole 24 Ore	28/11/2020	GRUPPO 24 ORE AMPLIA L'OFFERTA SUI PODCAST	85
21	Italia Oggi	28/11/2020	CON L'IDENTITA' DIGITALE PER TUTTI 35 MILIARDI DI RISPARMI (C.Plazzotta)	86
21	Italia Oggi	28/11/2020	NEWS ONLINE, SI TORNA A MARZO (A.Secchi)	87
23	Italia Oggi	28/11/2020	LA NOZIONE DI SERVIZIO PUBBLICO RADIO-TV (M.Masi)	89
23	Italia Oggi	28/11/2020	NBCUNIVERSAL, PIENO DI SPOT PER LA PARATA DI MACY'S (F.Sottilaro)	90
23	Italia Oggi	28/11/2020	TF1 ARRIVA IN ITALIA (M.Livi)	91
1	Milano Finanza	28/11/2020	M&A QUANTE AZIENDE COMPRANO ALL'ESTERO (A.Montanari)	92
45	Milano Finanza	28/11/2020	GLI 8 REQUISITI CHE FANNO DELLA TV UN SERVIZIO PUBBLICO (M.Masi)	94
Rubrica Internazionale Web				
	Screendaily.com	30/11/2020	CHINA BOX OFFICE: THE CROODS: A NEW AGE OPENS WITH ALMOST DOUBLE ITS US GROSS	95
	Variety.com	30/11/2020	CONECTA FICTION'S GERALDINE GONARD, PRODUCER LUIS COLLAR UNVEIL SALES AGENCY FEEL CONTENT (EXCLUSIVE)	97

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica Internazionale Web				
	Variety.com	30/11/2020	<i>KOREA BOX OFFICE SLUMPS TO \$2.25 MILLION WEEKEND</i>	99
	Screenrant.com	29/11/2020	<i>BRITISH GOVERNMENT WORRIED PEOPLE WILL FORGET THE CROWN IS FICTION - SCREEN RANT</i>	100
	Screenrant.com	29/11/2020	<i>THE CROODS 2 ON TRACK TO BEAT TENET'S OPENING WEEKEND AT BOX OFFICE - SCREEN RANT</i>	103
	Variety.com	29/11/2020	<i>BOX OFFICE: THE CROODS 2' LEADS SLUGGISH THANKSGIVING HOLIDAY WEEKEND</i>	105
	Variety.com	29/11/2020	<i>UK CULTURE SECRETARY ASKS NETFLIX TO LABEL THE CROWN' AS FICTION</i>	109
	UniFrance.Org	27/11/2020	<i>BOX-OFFICE FRANCAIS DANS LE MONDE - OCTOBRE 2020</i>	110
Rubrica Internazionale				
36	Le Figaro	30/11/2020	<i>DENIS LAVANT: LE THEATRE MENI MOINS QUE LE CINEMA (P.Humm)</i>	112
7	The New York Times - International Edition	30/11/2020	<i>AMAZON HIRES AT A RECORD CLIP, 1,400 PER DAY (K.Weise)</i>	114
1	Wall Street Journal Usa	30/11/2020	<i>BUSINESS & FINANCE TECHNOLOGY: SOLAR-ENERGY PROJECTS ARE BOOMING IN TEXAS</i>	116
10	Wall Street Journal Usa	30/11/2020	<i>HEARD ON THE STREET</i>	117
15	Wall Street Journal Usa	30/11/2020	<i>FEDERICO FE LLINI: ICONICALLY ITALIAN</i>	119
32	El Pais	29/11/2020	<i>UNA PELI' CULA DE NETFLIX, DIRIGIDA POR HBO</i>	122
43	Frankfurter Allgemeine Zeitung	29/11/2020	<i>GLANZ UND ELEND</i>	123
5	El Pais	28/11/2020	<i>VUELVE BERLUSCONI (OTRA VEZ)</i>	126
11	Financial Times	28/11/2020	<i>ICY DEAL CONDITIONS AS BIG TECH GETS THE COLD SHOULDER</i>	127
14	Financial Times	28/11/2020	<i>THE DAY IN THE MARKETS</i>	128
1	Wall Street Journal Usa	28/11/2020	<i>REVIEW THEATER</i>	130
1	Wall Street Journal Usa	28/11/2020	<i>REVIEW WEEKEND CONFIDENTIAL</i>	132
12	Wall Street Journal Usa	28/11/2020	<i>HEARD ON THE STREET</i>	134

Cinema & fumetti nasce il festival dell'animazione



Ecco il Mad: una settimana di incontri con registi, scrittori, attori, musicisti ed artisti
In esclusiva le prime immagini di "The Walking Liberty", atteso film di Alessandro Rak

di **Ilaria Urbani**

Un robottino con due biglietti in una mano e i popcorn nell'altra porta al cinema un tucano, sullo sfondo c'è un bosco. È l'immagine realizzata dal regista, animatore e illustratore Marino Guernieri, direttore artistico di un nuovo festival "Movies Animation Digital Fest", ideato da Luciano Stella. La rassegna di animazione e linguaggi digitali, on line dall'11 al 15 dicembre, prevede una serie di incontri e anteprime in streaming con registi, attori, scrittori, musicisti, fumettisti, imprenditori, giornalisti e operatori del settore. Dal regista Gary Goldman a Francesco Rutelli, presidente dell'Anica. Ma non è tutto: si potrà anche andare idealmente al cinema attraverso "#iorestoinsala", il circuito di sale di qualità virtuali di cui fa parte il multicinema Modernissimo. Prova che l'energia creativa non si arresta con le restrizioni causate dalla pandemia, ma trova sempre nuove strade per esprimersi. L'evento di apertura del festival di animazione, digitale, effetti speciali, software applicati all'industria audiovisiva e videogame sarà aperto dalle prime immagini esclusive di "The Walking Liberty", nuovo atteso film di Alessandro Rak in fase di realizzazione nella factory Mad Entertainment nel ventre di Napoli con Rai Cinema e il sostegno di Mibact e Regione Campania.

"The Walking Liberty" è il nuovo film d'animazione targato Mad, dopo i due successi pluripremiati "L'Arte della Felicità" e "Gatta Cenerentola". Tra gli ospiti della prima edizione del "Movies Animation Digital Fest", di cui Repubblica è media partner, il regista e animatore, autore fra gli altri del cartoon "Anastasia", Gary Goldman, il disegnatore Bruno Bozzetto, lo scrittore Maurizio de Giovanni, Francesco Ebbasta e Ciro Priello dei The Jackal, gli attori Massimiliano Gallo e Maria Pia Calzone, i cantautori Francesco Di Bella e Dario Sansone, quest'ultimo frontman dei Foja e tra gli autori di "Gatta cenerentola" e Lorenzo Ceccotti (in arte LRNZ). Il direttore del Mann Paolo Giulierini e Fabio Viola discuteranno dei videogame applicati all'arte. E ancora dibattiti con Anna Laura Orrico, sottosegretario di Stato del Ministero per i Beni e le Attività Culturali, Francesco Rutelli, presidente dell'Anica, l'invitata di "Repubblica" Conchita Sannino, la produttrice Carolina Terzi, fondatrice con Luciano Stella della Mad Entertainment, Piera Detassis, presidente e direttore artistico dell'Accademia del Cinema Italiano, Titta Fiore, presidente della Film Commission Regione Campania, Lucia Milazzotto direttrice del Mercato Internazionale dell'Audiovisivo e Anne-Sophie Vanhollebeke, presidente di Cartoon Italia. «Vo-

gliamo creare - spiega il direttore artistico Marino Guarnieri, coregista di "Gatta Cenerentola, David di Donatello agli Effetti Digitali e Nastro D'Argento, e tra gli animatori de "L'arte della felicità" - un'occasione di incontro e confronto su presente e futuro del cinema, con l'obiettivo di offrire al pubblico l'opportunità di scoprire o rivivere con nuovi strumenti opere rappresentative dei più innovativi linguaggi e delle più contemporanee tecnologie, valorizzando autori e professionisti nazionali ed internazionali». Con il circuito "#iorestoinsala" sarà possibile vedere il capolavoro di Charlie Chaplin "Tempi moderni", restaurato e distribuito da Cineteca di Bologna, il cartoon d'animazione avventuroso "Minuscule" regia di Hélène Giraud, "La famosa invasione degli orsi in Sicilia" regia di Lorenzo Mattotti, tratto dal romanzo di Dino Buzzati, coprodotto da Indigo e Rai cinema, e "Buñuel - Nel labirinto delle tartarughe" di Salvador Simò. Durante la serata inaugurale, l'11 dicembre, l'evento di networking "Aperitooon" farà incontrare sul web artisti, studenti, giornalisti, film-maker, operatori culturali, broadcaster e produttori. Un modo per ridurre le distanze imposte dall'emergenza Covid, condividere progetti e dibattere sullo stato dell'arte del settore dell'animazione dell'arte digitale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Cultura

Al via il Tavolo Cultura. La strada del dialogo fa bene al Paese

di Rosaria Vincelli | sabato, 28 Novembre, 2020 | 9602

CONDIVIDI

0



Sponsor

AWELCO

Il momento delicato che stiamo vivendo ci ha dimostrato quanto fare sistema sia indispensabile per la sopravvivenza di ciascun settore. Il mondo della cultura in questi mesi ha realizzato uno straordinario lavoro di raccordo; si è avvertita come necessaria la strada di un dialogo continuo tra gli *stakeholders* e le istituzioni, tanto da arrivare all'adozione di importanti misure condivise.

Un dialogo, come ha orgogliosamente sostenuto Dario Franceschini, Ministro per i beni e le attività culturali e per il turismo, che è bene far diventare metodo di lavoro.

Così, il 16 novembre scorso è nato il tavolo permanente per lo spettacolo e il cinema, indispensabile per l'ascolto di realtà duramente colpite dalla pandemia.

Il 25 novembre, in modalità virtuale, si è svolto il primo tavolo di ascolto della filiera culturale con la partecipazione della Viceministra per gli affari esteri e la cooperazione internazionale, Marina Sereni, e del sottosegretario Manlio Di Stefano.

Presenti le associazioni di settore AIE (Associazione Italiana Editori), ANICA (Associazione Industrie

IN OMAGGIO AI NOSTRI LETTORI



SPONSOR

GENTILE
CATONE

SPONSOR

ARTICOLI RECENTI

Solo la riforma del Titolo V della Costituzione non basta

sabato, 28
Novembre, 2020

Contratti e polemiche: metalmeccanici, pochi 65 euro al mese in più. E sull'ex Ilva il Governo chiarisce

sabato, 28
Novembre, 2020

Cinematografiche, Audiovisive e Multimediali), APA (Associazione Produttori Audiovisivi), ASSORESTAURO.

L'iniziativa si inserisce nel piano di tavoli settoriali dedicati alle categorie produttive nazionali convocati dal sottosegretario Di Stefano, che ha la delega all'internazionalizzazione delle imprese. Una nuova serie di tavoli che fa seguito a quella tenutasi ad aprile, culminata nel Patto per l'Export.

Durante l'insediamento al Tavolo Cultura, il ministro Franceschini ha confermato l'importanza della collaborazione con organizzazioni e associazioni, sia durante la prima che la seconda fase dell'emergenza, quando tante sono state le criticità che hanno piegato il settore culturale. Criticità che non spariranno con la ripresa delle attività. Muteranno solo aspetto.

Per identificare le misure d'emergenza necessarie per attraversare la crisi e programmare la ripartenza, sono vitali le azioni di concerto, «anche in vista della discussione sulla nuova legge sullo spettacolo dal vivo e sulla destinazione delle risorse previste dalla legge di bilancio: i 240 milioni in più per il fondo cinema, che consentono di rendere permanente l'innalzamento al 40% dell'aliquota del tax credit, e i 50 milioni in più per il FUS, che dovranno essere indirizzate ad allargare il perimetro del sostegno statale a quelle realtà che non ne hanno mai goduto», secondo quanto ribadito dal Ministro.

Il lavoro fatto insieme, oltre a consentire di predisporre misure e stanziamenti economici, ha permesso di comprendere l'entità effettiva del fenomeno, constatare cioè quanti lavoratori di questo settore siano ancora sprovvisti di un inquadramento definito e conoscere il reale incremento di domande per le indennità speciali e la cassa integrazione effettuate dai lavoratori dipendenti.

«La quantità di risorse economiche arrivate sia con gli aiuti di carattere generale che con quelli particolari è significativa – ricorda Franceschini – sia in rapporto a quanto avvenuto in altri Paesi che rispetto ad altri settori. Ora che la crisi si allunga, bisogna fare di più. Se le misure di emergenza perdurano, bisogna prolungare gli aiuti e a questo stiamo lavorando nel nuovo decreto Ristori».

Dello stesso avviso anche la viceministra Sereni, titolare della delega per la promozione della cultura italiana nel mondo, la quale, pur riconoscendo l'ingente sforzo fatto per il sistema culturale nei mesi passati, ha aperto l'incontro ribadendo che «di fronte a un impatto così forte della crisi, è essenziale progettare e programmare al più presto strategie di ripresa e di rilancio del settore della cultura che siano efficaci, innovative, di ampio respiro e rivolte al medio-lungo periodo. In questo senso, dobbiamo sfruttare al meglio l'apporto che ci forniscono le tecnologie digitali, che possono consentire di articolare l'offerta culturale e creativa, attraverso esperienze ibride, e di ampliare così anche la platea dei destinatari».

La cultura, visto il suo ruolo di moltiplicatore economico e occupazionale, non può e non deve fermarsi alla bigliettazione.

«Occorre accompagnare una trasformazione del modello del business per arte e cultura. [...] Da qui, dalla tecnologia digitale, oltre che dall'impegno delle imprese e delle associazioni del settore, può scaturire una nuova domanda, più flessibile, più tecnologica. – ha proseguito la Viceministra – Il compito della Farnesina è quello di mettere a disposizione strumenti e opportunità che possano sostenere il Sistema impresa culturale e creativa a internazionalizzarsi, contribuendo così al rilancio del Sistema Italia nel mondo. Per questo obiettivo, dobbiamo valorizzare al massimo la rete degli Uffici diplomatici e consolari e degli Istituti Italiani di Cultura e utilizzare al meglio tutte le risorse nazionali ed europee disponibili».

Il Tavolo Cultura, pertanto, ha un valore estremamente centrale ed è pensato per andare ben oltre i confini nazionali. Si è compreso quanto il sistema culturale rivesta un ruolo di primo piano nella promozione dell'intero ecosistema nazionale.

L'augurio e le energie degli organismi coinvolti sono pertanto rivolti a realizzare un progetto di promozione integrata "3D" i cui pilastri sono rappresentati da cultura, economia e innovazione.

Il ministro Elena Bonetti: emergenza socio sanitaria, è nella famiglia la rete di sicurezza. Lotta alla violenza e tutela della...

🕒 sabato, 28
Novembre, 2020

Erosioni. Legambiente: litorali a rischio e mutazioni climatiche. Nasce l'Osservatorio, bando fotografico sulle coste

🕒 sabato, 28
Novembre, 2020

L'audizione. La critica Cisl: sul Recovery fund sconosciuti progetti e impegni di spesa

🕒 sabato, 28
Novembre, 2020

Period Products Bill: In Scozia gli assorbenti sono ora accessibili a tutte

🕒 sabato, 28
Novembre, 2020

Natale, si litiga pure sulla messa di mezzanotte e i ministri fanno i "teologi"

🕒 sabato, 28
Novembre, 2020

SPONSOR

Home > Prima pagina >

Cinema e audiovisivo: via al tavolo Mibact per il rilancio del settore dopo l'emergenza Covid

27/11/2020 | 16:16



A poco più di una [settimana dalla sua presentazione ufficiale](#), il 25 novembre si è riunito per la prima volta il 'Tavolo Permanente per lo spettacolo dal vivo, il cinema e l'audiovisivo a seguito dell'emergenza da Covid-19', istituito dal ministro Mibact, Dario Franceschini.

Il tavolo ha messo in calendario lavori a tappe forzate fino al 10 dicembre, partendo dalle problematiche dovute all'emergenza Covid per poi arrivare a esaminare prospettive per il futuro.

"Non vogliamo essere la vostra controparte ma la vostra rappresentanza nel Governo", le parole del ministro Franceschini, che ha ribadito la necessità di "scolto costante di tutte le realtà", con l'obiettivo di trasformare il confronto in un "metodo di lavoro".



Ristori per il settore e alleggerimento di obblighi non sostenibili sono state alcune delle prime richieste espresse da Franco Sidi, [in rappresentanza di Confindustria Radio Televisioni](#). "Il sistema dell'emittenza e dell'audiovisivo ha necessità di ristori", ha rilevato.

"Il settore ha garantito continuità di servizio durante il lockdown ma non può andare avanti a prescindere. Bisogna creare un sistema industriale solido tra produttori indipendenti e broadcaster, i quali investono circa 1 miliardo l'anno in contenuti audiovisivi e versano decine di milioni nel mondo autoriale (a parte gli

SPECIALE



Un anno di competizioni velistiche

NEWSLETTER

Primaonline ha due servizi di newsletter:
- **Prima Report**: quotidiana - lunedì-Venerdì alle ore 19 - con le notizie importanti della giornata;
- **Primaonline**: multisettimanale con gli esclusivi Muy Confidencial, i dati e i documenti più importanti.

Iscriviti subito!

ISCRIVITI

ANALISI ASCOLTI TV



26 novembre Montalcini/Sofia Ricci doppia Potter. Poi Maradona, Iene, Del Debbio

VEDI TUTTI

IN EDICOLA

obblighi del servizio Pubblico, nel campo privato solo Mediaset impegna 70 milioni su questo capitolo) e assicurano circa l' 80% degli investimenti per l'audiovisivo – film, fiction, format e intrattenimento, animazione documentari – ognuno per la sua parte”.

La richiesta al Governo italiano, sostenuta anche da Anica, Apa, Ape e Cartoon Italia, è di sostenere una posizione a livello europeo affinché nel 20% dei fondi che dovrebbero essere destinati al digitale siano ricomprese anche risorse dedicate alla produzione e distribuzione di contenuti audiovisivi e media.



'Prima Comunicazione' e il 'Grande Libro dell'Informazione' sono disponibili in edicola e in digitale

©RIPRODUZIONE RISERVATA



ARTICOLI CORRELATI

open fiber

Prima pagina

Open Fiber precisa: pienamente in linea con piano realizzazione rete; preoccupa fuga notizie



Prima pagina

Con 'Sky TG24 Live In' l'informazione Sky arriva nelle piazze e nelle città. Si inizia a Courmayeur il 5 dicembre



Prima pagina

Sostenibilità, Fraccaro, sottosegretario PDC: servono nuove politiche e un grande piano di investimenti pubblici

Ti potrebbe interessare



AD
Esclusiva Vodafone
(Vodafone)



AD
2 anni di quota gratuita con Carta Oro American Express. Richiedila ora

Abbonati

DOCUMENTI

ADOZIONE

Leader digitali & Ritardatari

Leader e Ritardatari



42% delle aziende USA classificate come "Leader" sono brand diretti

31% delle aziende USA classificate come "Ritardatari" sono brand tradizionali senza e-commerce

n|comm Quantcast

Marketing, Italia in ritardo sull'uso del machine learning. Mancanza di fondi e personale le cause principali

[VEDI TUTTI](#)

AGENDA

DICEMBRE 10 - 13 Roma – Maker Faire Rome: The European Edition. Fiera dell'innovazione tecnologica

NOVEMBRE 19 - 22 Milano/online – Focus Live, il festival della divulgazione scientifica di Focus

NOVEMBRE 19 - 21 Online – Vaticano: The Economy of Francesco. Papa Francesco e i giovani da tutto il mondo per l'economia di domani

[VEDI TUTTI](#)

DATI E CIFRE

TOP 15 VIDEO CREATOR DI SETTEMBRE. Benedetta Rossi e i Me Contro Te sempre in testa; di Jakidale il video più visto: Milano-Roma in monopattino

TOP INFLUENCER ITALIA, POST e PAID POST. A settembre sul podio Ferragni, Autogol e Rossi. In calo i contenuti dei personaggi più famosi

TOP 15 GIORNALISTI più attivi sui social. In settembre Scanzi primo con quasi 7 milioni di interazioni e 14 mln video views. Seguono Tosa e Mentana

[VEDI TUTTI](#)

LAVORO

Hollywood
Morto David Prowse
Fu Darth Vader
in «Guerre stellari»



David Prowse, l'ex bodybuilder di Bristol e attore celebre per aver interpretato Darth Vader nella trilogia originale di *Guerre Stellari*, è morto all'età di 85 anni. Prowse era stato scelto come Darth Vader (Dart Fener nella versione italiana) per il fisico imponente: era alto quasi due metri (1,98). Ma a causa del suo forte accento della West Country britannica, giudicato poco adatto alla parte, fu doppiato da James Earl Jones, la cui voce profonda prestata a Vader è entrata nell'immaginario collettivo. «Che la forza sia con lui, sempre! — ha detto Thomas Bowington, agente di Prowse —. Anche se era famoso per aver interpretato molti mostri, per me Dave è stato un eroe».



Riff
«Angie: Lost Girls»

A partire dalle ore 16.20 il programma odierno del Riff-Rome Independent Film Festival. Si comincia con il concorso di cortometraggi internazionali: *Consolation* di Lina Asadullina (Russia), *Decent People* di Maxime Roy (Francia), *El remanso* di Sebastián Valencia Muñoz

(Colombia) e *How Scared She Was* di Alessandro Repetti (Regno Unito/Italia). Alle 18.20, per i documentari italiani, *A riveder le stelle* di Emanuele Caruso, un viaggio a piedi per sette giorni in Val Grande, la più grande oasi selvaggia d'Europa, vicino al lago Maggiore. Alle 20.10, per i lungometraggi, il film *Angie: Lost Girls* di Julia Verdin (Usa) in anteprima europea (foto). Angie Morgan

è ancora nella sua fase adolescenziale. È ribelle, agisce contro i suoi genitori assenti e ha un nuovo fidanzato segreto che, a sua insaputa, gestisce una rete di traffico sessuale e trascina Angie in un mondo terrificante di stupri e abusi. Mentre la polizia e i suoi genitori lottano per trovarla, Angie e le altre ragazze lottano per rimanere in vita. Info e programma completo: www.riff.it





Teatro

**Il Maestro Gatti
del Costanzi:
«L'opera diventa
un film per la tv»**

Antonucci a pag. 22

L'intervista Daniele Gatti

Il Maestro del Costanzi di Roma presenta il *Barbiere di Siviglia* cinematografico che inaugura la stagione il 5 dicembre su Rai3

«Un'opera-film per un teatro che non molla»



Al Circo Massimo ha diretto un Rigoletto moltiplicato con steadycam su un maxi-schermo, che presto sarà un film per il cinema; al Teatro Costanzi nella *Zaide* di Mozart, con la sua bacchetta ha indirizzato gesti e voce di un attore teatrale, Remo Girone, quasi fosse un cantante. E ora sale su un podio per un'opera-film, il *Barbiere di Siviglia*, girato in un teatro vuoto con il cast "sguinzagliato" in platea, nel foyer, sul palco e sui palchi, pensato per la televisione generalista. Ma che musica, Maestro.

«È la musica di una Fondazione che non si adagia sull'usato "garantito" e propone idee». Daniele Gatti, milanese, 59 anni, direttore musicale del Teatro dell'Opera di Roma, dell'Orchestra Mozart e consulente artistico della Mahler Chamber Orchestra, già sul podio del Concertgebouw e dell'Accademia di Santa Cecilia, racconta la nuova avventura del lirico capitolino, la terza produzione anti-Covid da giugno, la prima "cinematografica", realizzata in una sala senza spettatori che diventa set e testimonianza creativa dei giorni della pandemia.

Dentro un labirinto di cime che "ingabbia" lo spazio scenico, dalle poltrone fino su, quasi a sfiorare il lampadario monumentale, con Rosina imbrigliata da lacci, come il mondo dello spettacolo e la nostra vita, tra restrizioni, confini, distanziamenti, si "gira" il capolavoro di Rossini che inaugura la stagione 2020/21. A porte chiuse, con gli artisti in costumi d'epoca (Don Bartolo si muove su una sedia a rotelle), sarà trasmesso da Rai Cultura su Rai 3, alle 16 di sabato 5 dicembre, due giorni prima dell'apertura della Scala. E la notte di Capodanno su Rai5. Una produzione "cinematografica" con la regia di Mario Martone e la direzione musicale di Daniele Gatti, protagonista entusiasta di questa nuova sfida.

Come si è arrivati alla scelta del *Barbiere di Siviglia*?
«Partendo da lontano. Dalla Cle-

menza di Tito, passando per il *Don Giovanni*. Titoli impossibili da realizzare come si deve in questa situazione. Ci siamo imposti un nostro protocollo, non soltanto sanitario, ma anche artistico. E quest'opera, che tra l'altro debuttò proprio a Roma, si può realizzare con 18 coristi e un'orchestra snella di una quarantina di musicisti. Avremmo potuto aggrapparci ad "ancore di salvataggio" come *l'Aida*, *Tosca*, *Traviata* e magari riempire le locandine di star. E invece, abbiamo scelto di non piegarci e trovare una nostra strada, nuova».

Nella crisi si sperimenta?
«La nostra è un'idea in più. Che completa il parco offerta di questo periodo. Ci sono concerti in streaming in presa diretta, titoli d'opera registrati e mandati in onda. Questa è invece una produzione in forma scenica destinata alla tv. Un'opera-film».

Un po' opera e un po' film? Spieghi meglio.

«Le registrazioni di un allestimento montato su un palco, in modo tradizionale, amplificano in streaming un evento che già c'è. Ma senza pubblico. E quindi finiscono per amplificare un evento che non è un evento. Il nostro *Barbiere di Siviglia* nasce appositamente per la televisione e non per una platea fantasma».

Chi sta dove?
«Abbiamo a disposizione tutto il teatro. Che diventa la scenografia. Con un doppio palcoscenico, quello vero e proprio e la platea. L'orchestra sarà regolarmente in buca con schermi di plexiglass per i fiati. E io con loro. Le macchine da presa sono ovunque e filmano seguendo un linguaggio propriamente cinematografico».

E lei come fa a dirigere i cantanti, tutti in giro?

«Le prove servono proprio a questo. Quando sono alle mie spalle, mi volto. Un lavoro che assomiglia molto a quello che si fa in sala di registrazione per le incisioni discografiche».

Chi dice "Ciak"? "Buona la prima"?

«L'intesa con il regista Mario Martone è totale. E vorrei sottolineare che questo spettacolo, così come il *Rigoletto* al Circo Massimo, con la regia di Damiano Michieletto, è assolutamente in linea con le mie aspettative musicali».

Esperimenti innovativi: verso quale direzione?

«Quella di tornare presto in sala con il pubblico. Anche se, sinceramente, sono molto incuriosito dal risultato».

E dopo il *Barbiere di Siviglia*?

«Il 4 dicembre debutta il nostro progetto sinfonico in diretta sul canale YouTube del Teatro dell'Opera, alle 19. Tre concerti "prudenti" e interessanti, perché riuniti da un fil rouge che lega il Settecento al Novecento. Due li dirigo io, il 4 e l'13 dicembre, uno, l'11, il Maestro Michele Mariotti. Un cammino sull'evoluzione musicale dal barocco al neobarocco, da Bach, con i Brandeburghesi, a Pulcinella di Stravinsky, Ravel, passando per Mozart e Beethoven. Un teatro deve produrre accostamenti, suggerimenti e inediti percorsi culturali».

E la stagione che inaugurate? Come sarà? Esisteva un progetto Wagner...

«Abbiamo un piano A e un piano B. I contratti sono già firmati. Aspettiamo di vedere che cosa succederà a gennaio. Il futuro sarà comunque in linea con la nostra identità e il cammino percorso finora».

Un futuro da "precari"?

«Così pare. Anche se dietro le parole "attività non fondamentali per la sopravvivenza", come la nostra, si nascondono percezioni imprecise. Se con un lavoro si mantiene una famiglia, come fa a rientrare nella categoria "non fondamentale"? Noi produciamo cibo per dei figli e cibo per l'anima. Non credo che, soprattutto in questi momenti, se ne possa fare a meno».

Simona Antonucci

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Vasilisa Berzhanskaya nei panni di Rosina nel Barbieri di Siviglia cinematografico che inaugura la stagione del Teatro dell'Opera Accanto Daniele Gatti il direttore musicale del Costanzi

A DICEMBRE UN CICLO DI TRE CONCERTI DA BACH A STRAVINSKY LEGATI DA UN FIL ROUGE BISOGNA PRODURRE PERCORSI INEDITI

UNA ROSINA IMBRIGLIATA DA LACCI E CANTANTI TRA PLATEA E PALCOSCENICO: CON LE SALE CHIUSE NON CI ADAGIAMO SULL'USATO GARANTITO



IL DOCUMENTARIO SU UNA DELLE BAND PIÙ POPOLARI DEL PIANETA

“Bee Gees Fever”, il film Un successo nato in famiglia e tre fratelli entrati nel mito

Fulvia Caprara

Oltre gli accordi ritmati di una musica che ha segnato epoche diverse, oltre i numeri straordinari del successo, tra vendite e posizioni nelle classifiche degli hit, oltre le esibizioni davanti a folle oceaniche, oltre i look sgargianti, camicie a sbuffo, giubbotti luminescenti, pantaloni a zampa d'elefante, c'è, nella storia dei Bee Gees, una qualità unica che riguarda i legami parentali, il loro essere, prima di tutto, fratelli, uniti da una solidarietà di affetti capace di reggere l'impatto della popolarità travolgente, ma anche quello delle tragedie esistenziali, delle perdite, delle dipendenze, delle morti improvvise. Guidati da questa visione, il regista Frank Marshall e il produttore Nigel Sinclair hanno realizzato "The Bee Gees: How can you mend a broken heart", il documentario che ricostruisce la vicenda della band formata da Barry, Robin e Maurice Gibb, artisti cruciali nella storia del pop e della disco music, nati nell'isola di Man, cresciuti a Manchester e poi emigrati in Australia, a Brisbane, alla fine degli Anni '50: «La ragione principale che ci ha spinti a realizzare il film - spiega Sinclair nell'intervista via Zoom - è stata la volontà di

ricostruire il percorso di una famiglia che, tra alti e bassi, accordi e disaccordi, è riuscita a stare insieme fino alla fine».

La scomparsa di Maurice, nel 2003, seguita da quella di Robin, nel 2012, chiude l'attività del gruppo che aveva deciso di chiamarsi Brother's Gibb e che, dalla contrazione delle iniziali, aveva poi tratto il nome definitivo: «Abbiamo seguito il loro viaggio alla scoperta di se stessi, scoprendo ogni giorno cose nuove. A differenza dei film, in cui tutto è previsto e scritto nelle sceneggiature, i documentari offrono occasioni di libertà illimitata».

L'unico dei fratelli tuttora in vita è Barry, classe 1946: «Come tante altre persone nel mondo - spiega Frank Marshall - ho amato da sempre la musica dei Bee Gees, ma solo quando, 3 anni fa, ho incontrato per la prima volta Barry, ho capito fino in fondo le ragioni che li hanno resi unici, il loro istinto creativo, l'umorismo, la forza della loro unione. Sono sempre attratto dai soggetti interessanti e questo lo era». Gli interrogativi di fondo riguardavano la longevità dei Bee Gees, la capacità di resistere alle mode, il miracolo dei celebri falsetti, i brani orecchiabili al primo ascolto: «Volevamo raccontare come mai le loro

canzoni sono riuscite a restare per tanto tempo nel cuore di tutti. Il talento di Barry, Maurice e Robin ha avuto un impatto straordinario in tutti i Paesi del mondo e influenzerà le generazioni a venire».

Foto dei fratelli ragazzini e poi adolescenti, delle prime esibizioni, dei fan in estasi, dei titoli enormi sui giornali, di atterraggi trionfali negli aeroporti del mondo, scandiscono la cronaca delle tappe salienti. Dopo "I started a joke", del '69, dopo "Best of Bee Gees", Robin sceglie di imboccare la strada di una carriera solitaria, ma il periodo di separazione non giova a nessuno dei fratelli e il trionfo arriva di nuovo solo nel '71, con il singolo che dà il nome al film: «Il mio brano preferito - dice Nigel Sinclair - quello che testimonia il desiderio di ritrovarsi e che, per questo, è diventato famosissimo».

Nel '77 i passi dei «Bee Gees» s'intrecciano con quelli di John Travolta che, sulle note della loro colonna sonora, volteggiava nella "Febbre del sabato sera". Il film fenomeno lancia il divo, scatenando un entusiasmo contagioso, in ogni angolo del pianeta. Le sale cinematografiche si trasformano in discoteche e gli spettatori, mentre seguono sullo schermo l'epopea di riscatto di

Tony Manero, si alzano per ballare seguendo i ritmi di "Stay in Alive", "Night Fever", "More than a woman". Le musiche vennero pubblicate il 10 dicembre, una settimana prima dell'uscita della pellicola, l'album scalò immediatamente le classifiche musicali per poi diventare il disco più venduto dell'anno in diversi Paesi, tra cui Italia, e occupare la prima posizione in più di 30 nazioni. Un'affermazione che quasi stupì gli stessi artefici: «Il blend delle loro voci e dei loro testi - osserva Marshall - era unico, capace di stabilire una connessione diretta con il pubblico e di trascendere le epoche». In "Bee Gees How can you mend a broken heart" (in versione sottotitolata dal 14 dicembre su Prime Video, Apple Tv e Google Play) sfilano le testimonianze celebri di Eric Clapton, Noel Gallagher, Chris Martin, Justin Timberlake, tutti interrogati sulle ragioni di una persistenza così ampia e trasversale: «In genere i gruppi musicali formati da fratelli - riflette Nigel Sinclair - non vanno avanti per molto tempo, a un certo punto si sciolgono. I Bee Gees, invece, hanno continuato a lavorare insieme e questo rende irripetibile la loro avventura umana». —

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I Bee Gees in uno scatto datato 1977



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Godard, i 90 anni di un maestro

Il regista francese è considerato tra i padri del cinema della cosiddetta «nouvelle vague»

di MARIA GRAZIA GRADANTI

«La fotografia è verità, e il cinema è verità ventiquattro volte al secondo». Parola di Jean-Luc Godard, 90 anni il 3 dicembre, uno degli esponenti più importanti della Nouvelle Vague, nonché uno dei registi più significativi del cinema francese e internazionale. La sua carriera è contraddistinta da una grande prolificità e soprattutto dalle grandi innovazioni linguistiche apportate al mezzo cinematografico. Leone d'oro nel 1984, ha inoltre ricevuto nel 2011 l'Oscar onorario.

L'esordio di Godard nel lungometraggio avviene nel 1959 con *Fino all'ultimo respiro* con Jean-Paul Belmondo, Jean Seberg e Jean-Pierre

Melville, film manifesto della Nouvelle Vague. La pellicola, che viene girata in sole quattro settimane con un budget limitato e il ricorso all'utilizzo della cinepresa a mano, ottiene il premio Jean Vigo e dà inizio al primo periodo della filmografia godardiana.

Nel tentativo di recuperare la propria identità artistica e politica Godard rimane per diversi mesi chiuso in se stesso e solo nel 1972 realizza, insieme a Jean-Pierre Gorin, *Crepa padrone, tutto va bene*, un'indagine sullo stato degli intellettuali dopo il Sessantotto. Nel 1975, con *Numéro deux*, Godard riparte utilizzando la nuova strumentazione video e mettendo in scena un irrequieto rapporto familiare, mescolando la documentazione reale con la fiction, la vita con la sua rappresentazione. Nasce un'attenzione più viva per le tematiche del privato, soprattutto quella familiare, che vengono riprese con toni maggiormente intimistici come in *Si salvi chi può*. In questo periodo Godard riesce a valorizzare la pura immagine a scapito del racconto utilizzando serie di sequenze auto-

nome simili a quadri staccati dalla trama come in *Passion* (1982).

Dal 1960 al 1967 Godard realizza ben ventidue film con un attivismo senza limiti che culmina nell'esperienza del «Sessantotto» vissuta dal regista in prima persona. Nel corso di questi anni, rivolge la propria attenzione ai contenuti erotici dell'immagine contemporanea: manifesti di attori, pubblicità, fumetti, riviste patinate. In quest'ottica nascono film come *Agente Lemmy Caution: missione Alphaville*, *Il bandito delle 11*, *Due o tre cose che so di lei*. Va citato anche quello che da molti viene considerata una delle massime espressioni della Nouvelle

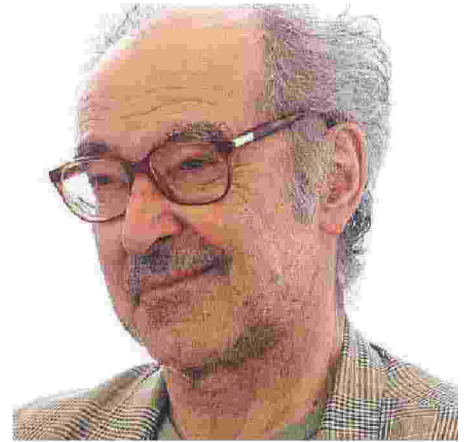
Vague, e cioè *Bande à part*.

All'interno di questa sua prima opera sono già presenti quelle «trasgressioni» ai modelli narrativi tradizionali che la

nouvelle vague utilizzerà per distanziarsi dal cosiddetto «cinema de papà»: montaggio sconnesso, attori che si rivolgono direttamente al pubblico, sguardi in macchina. Il suo secondo successo *Questa è la mia vita* (1962) con Anna Karina, vincitore del Premio Pasinetti e del Premio Speciale della Giuria al Festival di Venezia. L'anno successivo realizza dalla commedia antibellica *I carabinieri* di Beniamino Joppolo *Les carabinieri* (1963), un omaggio a Jean Vigo. Il produttore italiano Carlo Ponti gli chiede di adattare il romanzo di Alberto Moravia *Il disprezzo*. Nel cast Brigitte Bardot e Michel Piccoli, con la partecipazione di Fritz Lang che reciterà la parte di se stesso; il film diventa uno dei più grandi successi commerciali di Godard.

Dopo aver esaminato la possibilità di mettere in pratica un cinema realmente rivoluzionario (*La gaia scienza*, 1968), Godard fonda nel 1969 il Gruppo Dziga Vertov. Nello stesso anno dirige *Lotte in Italia*. Inoltre da ricordare *Veni d'est*, unico film in cui ha lavorato con Gian Maria Volonté.

Nel 1988 per Canal Plus, viene ideato il progetto *Histoire(s) du cinéma* che durerà fino al 1997 e dalla cui esperienza nasceranno quattro volumi con tutti i materiali interpretativi e iconografici che verranno pubblicati nel 1998. Con il film *Nouvelle Vague* del 1990 e con *Hélas pour moi* del 1993, Godard riesce a scrivere l'intera sceneggiatura senza usare una sua parola, ma facendo dire ai personaggi frasi di altri per poter lasciare libero spazio alle immagini che, con la loro musica interna, creano una perfetta geometria. Nel film *Germania nove zero* si diverte a giocare con le lingue (il francese e il tedesco).



FRANCESE Jean-Luc Godard, 90 anni il 3 dicembre

CIFRA PERSONALE

Una carriera contraddistinta da grandi innovazioni linguistiche



CINEMA DALL'ULTIMO PROIETTI A BOLDI E DE SICA E «DIABOLIK», SI PENSA A CORRERE AI RIPARI

Se il cinepanettone va in streaming

Uscite natalizie: piattaforme contro la pandemia

di FRANCESCA PIERLEONI

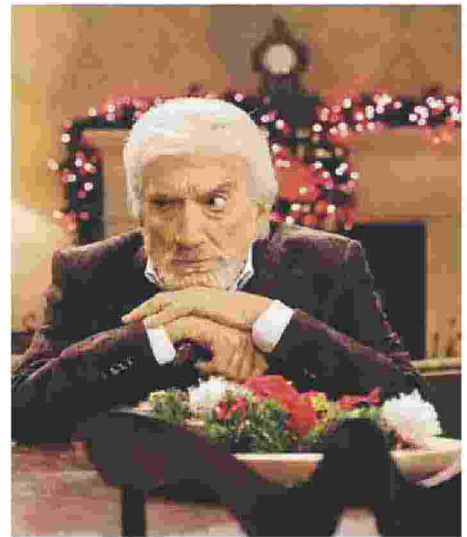
In un calendario d'uscite stravolto dalla pandemia e la chiusura del cinema, sui film delle Feste dominano i dubbi, l'attesa delle nuove misure anticovid e la via d'uscita sempre più frequente delle piattaforme. Un destino che colpisce anche i nostri «cinepanettoni», termine nato per indicare le classiche commedie farsesche italiane d'uscita natalizia. Un filone lungo decenni (a partire dal cult firmato Vanzina *Vacanze di Natale* del 1983, con regolarità annuale almeno fino al 2011), segnato da primi posti fissi negli incassi e come mattatori assoluti, insieme ma anche separati, Christian De Sica e Massimo Boldi, di ritorno in coppia anche quest'anno in *Natale su Marte*.

Con l'arrivo in scena però di Checco Zalone e suoi record assoluti al botteghino, i cinepanettoni negli ultimi anni hanno cambiato e arricchito sempre più la ricetta, fino a racchiudere nel termine le commedie italiane in varie tonalità delle Feste. Senza dimenticare che sempre più spesso si punta dal Pre-Natale alla Befana anche su grandi film italiani di altri generi, come *Pinocchio* nel 2019 o quest'anno gli attesissimi *Freaks out* di Gabriele Mainetti (la cui uscita ufficiale è

ancora il 16 dicembre, ma è difficile pensare che venga confermata) e *Diabolik* dei Manetti Bros (debutto finora previsto il 31 dicembre).

Venendo alle commedie, ha preso la via della piattaforma *10 giorni con Babbo Natale* di Alessandro Genovesi, con Fabio De Luigi, Valentina Lodovini e la new entry Diego Abatantuono, al debutto il 4 dicembre su Amazon Prime video (sarebbe dovuto arrivare in sala il 16). La commedia è il sequel del campione d'incassi *10 giorni senza mamma*, che aveva conquistato nel 2019 oltre 7.500.000 euro al botteghino. Non ci sono ancora invece nuove date ufficiali d'uscita né notizie di eventuali migrazioni su piattaforma, per le altre due commedie italiane delle Feste, *Io sono Babbo Natale* di Edoardo Galeone con Gigi Proietti, qui alla sua ultima interpretazione, e Marco Giallini (il debutto era previsto nei cinema il 3 dicembre) e *Natale su Marte* di Neri Parenti (data d'uscita indicata all'inizio il 17 dicembre), ambientato sul Pianeta rosso nel 2050, con Christian De Sica nei panni del papà di Massimo Boldi.

Nascono invece come Sky Original e debutteranno direttamente su Sky Movie, in prima serata i nuovi titoli di Luca Miniero e Giovanni Veronesi. Il 14 e il 21 dicembre, sarà protagonista in prima serata, l'action comedy in due appuntamenti *Cops - Una banda di*



«IO SONO BABBO NATALE» L'ultimo film di Proietti

poliziotti di Luca Miniero, con fra gli altri, Claudio Bisio, Stefania Rocca, Pietro Sermonti, Francesco Mandelli, Dino Abbrescia e Giulia Bevilacqua. Al centro della trama una squadra di poliziotti che si lancia un'impresa folle per evitare la chiusura del proprio commissariato. Esordirà invece il giorno di Natale su Sky Cinema, *Tutti per 1 - 1 per Tutti* di Giovanni Veronesi sulla nuova avventura dei suoi Moschettieri (a due anni dal primo film) interpretati da Pierfrancesco Favino, Valerio Mastandrea e Rocco Papaleo, con Margherita Buy che torna nei panni della Regina Anna d'Austria. «Sono molto orgoglioso di questo film, penso che il periodo natalizio sia la collocazione perfetta per un divertimento delle famiglie - ha detto Veronesi, commentando il debutto su Sky - È un film da guardare e vivere insieme. Con l'augurio di un Natale spero davvero più sereno, da parte mia e dei miei meravigliosi Moschettieri».



CINEMA

Tutti i segreti di Hollywood in un podcast

Da domani col Cinemino il dietro le quinte dei divi degli anni d'oro, da Dean a Bergman

di **Simona Spaventa**

Se il pubblico non può andare al Cinemino, sarà il Cinemino ad andare da lui. Prende in prestito il celebre proverbio legato a Maometto il cineclub di via Seneca che, costretto come tutte le sale cinematografiche alla chiusura dalla pandemia, si inventa una novità divertente: i podcast "Cinema Confidential", ossia «resoconti "confidenziali" dal dietro le quinte per storie ad alto tasso cinematografico», come recita il lancio dell'iniziativa, da ascoltare gratuitamente sui canali social della sala e sulle principali piattaforme di streaming (Spotify, Spreaker, Google, Apple), in *fo su* www.ilcinemino.it.

L'idea è venuta ad Agata De Laurentiis, tra i soci fondatori del cineclub, che con Andrea Diego Bernardini ha realizzato i testi, che sono stati poi affidati alla lettura di Simona Angioni e Marco Turco: racconti sospesi tra finzione e realtà che svelano amori sotto i riflettori, fini rocambolesche e altre mirabolanti avventure di dive e divi della celluloid.

Ogni martedì fino a metà gennaio 2021 verrà messo online un nuovo episodio, ma già ora ci si può

**Resoconti
"confidenziali"
di omicidi
e turbolente
storie d'amore
tra divi**

sollazzare con i primi tre. Il primo, *La morte di James Dean*, ci riporta a quel tragico 30 settembre 1955 quando l'attore di *Gioventù bruciata* (e de *La valle dell'Eden*, e de *Il gigante*, i soli tre film che girò in vita sua) parte da Los Angeles a bordo della sua Porsche. Ha 24 anni, sarà il suo ultimo giorno prima di essere consegnato al mito. Il secondo podcast si tinge di giallo con *Il mistero della Dalia Nera*: nel gennaio del 1947 il cadavere di una giovane donna, Elizabeth Ann Short, viene trovato orribilmente mutilato ai bordi di una strada alla periferia di Los Angeles, un delitto che sconvolse la Hollywood degli anni '40 ispirando scrittori e registi e che diventerà il cold case più famoso d'America (tra i sospettati di questo omicidio restato irrisolto ci furono addirittura il grande cantautore folk Woody Guthrie e il leggendario Orson Welles). Si arriva nell'Italia degli anni leggendari del neorealismo con il terzo episodio, *Girotondo Rossellini*, che racconta il turbolento triangolo amoroso tra il regista, Anna Magnani e Ingrid Bergman, uno scandalo che infiammò stampa e opinione pubblica a cavallo tra anni '40 e '50 e che diede vita a una sfida cinematografica leggendaria nel

▲ Gioventù spezzata

James Dean in una scena di "Gioventù bruciata", il secondo dei tre film che girò prima di morire nel 1955



mare della Eolie: quella tra i set dei film *Vulcano* e *Stromboli*. Ceeleberrima la lettera che Bergman scrisse a Rossellini: «Se ha bisogno di un'attrice svedese che parla inglese molto bene, che non ha dimenticato il suo tedesco, non si fa quasi capire in francese, e in italiano sa dire solo 'ti amo', sono pronta a venire in Italia per lavorare con lei». Non solo venne in Italia, non solo lavorò con lui, ma ci mise pure su famiglia.

Domani verrà poi messa in rete un'altra appassionante love story, questa volta hollywoodiana: Bogart e Bacall racconta l'amore sbocciato sul set del film di Howard Hawks *Acque del Sud*. Siamo nel 1944, lei è una splendida modella di 19 anni al suo esordio nel cinema, lui ne ha 45, è infelice-mente sposato ed è la star più arrogante di Hollywood. Intriganti anche i temi delle prossime puntate, che esploreranno via Veneto, regno dei paparazzi, e la scritta che ha fatto di Hollywood la città dei sogni, la guerra di maggiorate tra Gina Lollobrigida e Sophia Loren e il misterioso suicidio di Jean Seberg, icona della nouvelle vague (su tutti, celebre il suo ruolo in *Fino all'ultimo respiro* di Jean-Luc Godard), uccisasi con i barbiturici e il biglietto "Perdonatemi ma non posso più vivere coi miei nervi".

Cinema

A Filmmaker droga, trans e immigrazione

Un lunedì intenso quello in programma oggi a Filmmaker, tra film in concorso e fuori gara.

Per il concorso, si parte da *Petit samedi*, storia del rapporto tra una madre e il figlio eroinomane della regista belga Paloma Sermon-Dai: Damien e la mamma Ysma vivono fuori dal tempo, come se tutto si fosse fermato agli anni della giovinezza di Damien, quando iniziò a drogarsi. Audiocassette magnetiche, tv col tubo catodico e una vita da prigionieri di se stessi.

Nel secondo film, *Lieder von zuhause* di Laura Bianco, si parla del 12enne Hadi, rifugiato siriano in Germania, e del suo dialogo immaginario in forma di musical con la madre lontana che prima o poi lo raggiungerà.



▲ **La casa dell'amore**

Fuori con corso, ecco un ritorno a Filmmaker, quello del milanese Luca Ferri che presenta con due nuovi lavori. *La casa dell'amore* è il capitolo conclusivo (dopo *Dulcinea* e *Pierino*) del-

la sua "trilogia dell'appartamento" e segue l'incontro con Bianca Dolcemiele, prostituta trans milanese. Il secondo film, *Si*, apre invece un nuovo ciclo di cinque film, e mostra sul nero dello schermo materiali d'archivio che passano dalla retorica pubblicitaria casalinga a scene di caccia e scuoiamento di orsi polari (come in un sogno da cui è impossibile svegliarsi, un'apnea notturna che ricorda *Safari* di Ulrich Seidl), mentre in split screen le parole compongono una lettera di placido suicidio imminente.

Tutto il festival – che durerà fino al 6 dicembre – è visibile in streaming sulla piattaforma MYmovies al costo di € 9,90. Dal primo accesso, ogni film sarà disponibile per le successive 72 ore. per informazioni, telefono 02.3313411, www.filmmakerfest.com.

– **l.b.**



IL CINEMA BLOCCATO DALLA PANDEMIA

**A Natale è incerto anche il cinepanettone
Da Diabolik alla coppia De Sica-Boldi**

In un calendario di novità stravolto dalla pandemia e la chiusura del cinema, anche l'uscita delle pellicole dagli incassi più forti, i «cinepanettoni», risulta in bilico. Come gli attesissimi *Freaks out* di Gabriele Mainetti (il cui debutto teorico è ancora il 16 dicembre) e *Diabolik* dei Manetti Bros (probabilmente il 31 dicembre). Venendo alle commedie, ha preso la via della piattaforma *10 giorni con Babbo Natale* di Alessandro Genovesi, con Fabio De Luigi, Valentina Lodovini e la new entry Diego

Abatantuono, che sarà il 4 dicembre su Amazon Prime video (sarebbe dovuto arrivare in sala il 16). Nessuna data ufficiale per le altre due commedie italiane delle Feste, *Io sono Babbo Natale* di Edoardo Galeone con Gigi Proietti, qui alla sua ultima interpretazione, e Marco Giallini (era previsto nei cinema il 3 dicembre) e *Natale su Marte* di Neri Parenti (che doveva uscire il 17 dicembre), ambientato sul pianeta rosso nel 2050, con Christian De Sica nei panni del papà di Massimo Boldi.





Visti da vicino
da Antonio Monda

Gillo Pontecorvo

Il comunista poeta che collezionava ex voto

ANTONIO MONDA

Alla fine degli anni 90 ebbi il privilegio di curare con Richard Pena una retrospettiva dedicata a Gillo Pontecorvo dalla Film Society del Lincoln Center. Per l'apertura optammo per *La battaglia di Algeri*, invitando Gillo all'evento: si trattava di un capolavoro, e di un film leggendario per i cineasti americani. Non ci aspettavamo tuttavia neanche lontanamente quanto accadde in sala: una lunghissima fila si formò sin dal pomeriggio, dove molte star del cinema erano mescolate a un pubblico di appassionati. La proiezione avvenne in un silenzio religioso, e appena comparve la scritta «Fine» sul volto della donna algerina che continua a protestare e a danzare di fronte ai militari francesi, partì un interminabile applauso che si trasformò in una standing ovation: Gillo cercò di trattenere l'emozione, e sorrise al pubblico con quegli implacabili occhi blu, che, per dirla con Gozzano, sembravano di braccia azzurre. Quando finalmente uscimmo dal Lincoln Center, ci chiese il permesso di invitare un paio di amici alla cena in suo onore: erano Dustin Hoffman e Jonathan Demme, i quali, per tutta la serata, vollero parlare solo del film. «Opere d'arte come questa non se ne fanno più», diceva Hoffman, e Demme aggiungeva «e sono rarissime in tutta la storia del cinema»: il

giorno successivo decise di distribuirne in prima persona il film d'esordio, *La grande strada azzurra*, inedito in America.

Era lusingato, Gillo, persino intimidito, anche se era abituato a episodi del genere: pochi anni prima, quando dirigeva il Festival di Venezia, aveva deciso che il premio alla carriera andasse a Steven Spielberg. Era stato tra i primi a scoprirne il formidabile talento vedendo *Duel* a una proiezione per la stampa, dove i critici lo avevano già rubricato come un abile mestierante. Lui li rimproverò: «State sottovalutando questo ragazzo, ha qualcosa di fuori del comune». Venti anni dopo quella proiezione lo omaggiò a Venezia, e non si aspettava un colpo di scena. Nel momento in cui ritirò il premio, Spielberg cominciò a raccontare: «Qualche anno fa in un ristorante di Hollywood un cineasta americano incontrò un regista italiano e gli disse: "Sei così bravo, mi piacerebbe fare dei film belli come i tuoi". Qualche tempo dopo, il regista italiano si trovò senza lavoro e fu costretto a mettere all'asta i cimeli che possedeva, compreso il Leone d'oro vinto a Venezia per *La battaglia di Algeri*. Quel regista adesso è qui, e questo è il Leone d'oro che io comprai. Ora, Gillo, te lo restituisco: non si può acquistare il lavoro di un autore». In quella occasione Gillo non riuscì a trattenere la commozione: «Tienilo tu Steven, è in buone mani».

Una delle grandi fortune della mia vita è stato lavorargli a

fianco quando era presidente di Cinecittà: mi aveva chiesto di programmare una serie di eventi per promuovere il cinema italiano negli Stati Uniti, e rimasi subito colpito dalla sua generosità, la curiosità e la straordinaria apertura intellettuale. Era orgogliosamente comunista, ed era intrigato dal fatto che io non lo fossi mai stato. Nelle lunghe chiacchierate di quei giorni mi spiegò di aver vissuto per tutta la vita sotto una dittatura, per poi concludere che era la «dittatura della verità». Non aveva alcuna paura di andare controcorrente: negli anni di Venezia si distinse per l'apertura anche nei confronti del cinema hollywoodiano, e non ebbe alcun timore a consegnare il Leone d'oro alla carriera Roman Polanski, a cui era legato da una profondissima amicizia. Dimostrò analogo coraggio quando invitò Goran Paskaljevic, sebbene la Jugoslavia fosse all'epoca sotto embargo dell'Onu per via della guerra in corso in quei territori.

Ogni volta che andavo a trovarlo nella sua bella casa dei Parioli, dove amava offrire pasta e fagioli, rimanevo incantato da una parete decorata da decine di ex voto. Lui spiegava: «Se ne metti uno rischi il cattivo gusto, ma se decori un'intera parete assumono una forza, forse perfino una bellezza imprescindibile». Una volta gli chiesi di poter vedere le foto della sua gioventù, a cominciare da quelle che lo immortalavano come pescatore subacqueo e tennista: aveva giocato da professionista, arrivando in finale a

Montecarlo. Ce n'era una lunga serie con personaggi diversissimi e leggendari, come Stravinskij, Sartre e Picasso. Abbonavano ovviamente quelle con i divi del cinema, da De Niro a Marlon Brando, che aveva diretto in *Queimada*, ma era molto orgoglioso di un'immagine che lo ritraeva nel giorno della liberazione di Milano e di un'altra con Enrico Berlinguer. Di famiglia benestante ebraica, era stato costretto a fuggire nel 1938 a Parigi a seguito delle leggi razziali, ma sei anni dopo era ritornato in Italia, dove si era iscritto al Partito comunista e aveva combattuto la guerra partigiana con il nome Barnaba.

In un'occasione discutemmo del fatto che dopo l'11 settembre il Pentagono avesse deciso di mostrare *La battaglia di Algeri* alle squadre speciali antiterrorismo: Gillo era divertito, anche se riteneva Bush un presidente disastroso e ribadiva che gli algerini del film erano innanzitutto dei combattenti per la libertà. In quell'occasione il film venne distribuito nuovamente nelle sale americane e mi chiese di moderare un dibattito con Edward Said, che stimava molto, ma alla fine della discussione disse che andavano troppo d'accordo, e questo non era mai un buon viatico per «obbedire alla dittatura della verità». Più tardi, a cena, mi raccontò che da giovane avrebbe voluto fare il direttore d'orchestra, ma poi aggiunse «fortunatamente mi sono reso conto di non avere suf-

ficiente talento». La passione per la musica lo portò a comporre con Ennio Morricone la colonna sonora del suo capolavoro, e gli fece conoscere la moglie Picci, musicologa: ricordava con divertimento che pro-

prio Morricone aveva suonato la tromba all'oro matrimonio.

Negli ultimi tempi reagiva con ironia alle critiche ingenerose ricevute per alcuni film, a cominciare da *Ogro*. Non

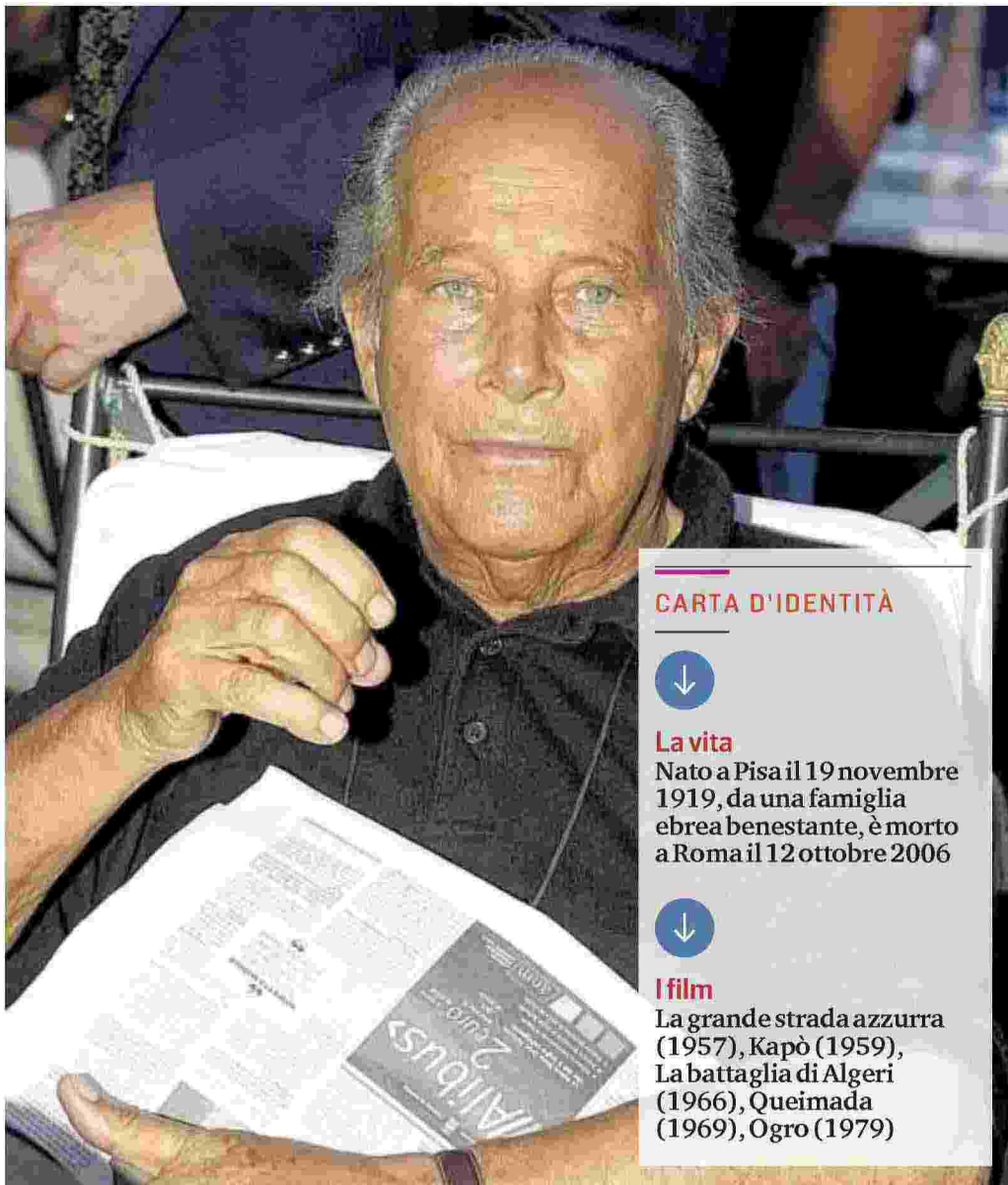
era riuscito tuttavia ad accettare che Jacques Rivette trovasse «immorale» l'uso del carrello per la morte di Emanuele Riva in *Kapò*, ma il sorriso di brace azzurra diventava luminoso quando ricordava

quello che aveva scritto Pauline Kael sul *New Yorker* quando uscì *La battaglia di Algeri*: «Gillo Pontecorvo è un comunista del tipo più pericoloso: un comunista poeta». —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Diceva di aver vissuto tutta la vita sotto una dittatura: la "dittatura della verità"

Appassionato di musica compose con Morricone la colonna sonora della "Battaglia di Algeri"



CARTA D'IDENTITÀ



La vita

Nato a Pisa il 19 novembre 1919, da una famiglia ebrea benestante, è morto a Roma il 12 ottobre 2006



I film

La grande strada azzurra (1957), *Kapò* (1959), *La battaglia di Algeri* (1966), *Queimada* (1969), *Ogro* (1979)

ANSA



L'OCCHIO clinico



di Maria Rita Montebelli

Il grande cinema americano riguardo a cibo e bevande è un cattivo maestro di vita

Il cinema non è un buon maestro di vita. Almeno non per quanto riguarda le abitudini alimentari. A rivelarlo è una minuziosa ricerca di Bradley Turnwald e colleghi della Stanford University (California, Usa), effettuata su 250 film americani, campioni d'incasso al botteghino (164 miliardi di dollari nel mondo), tra il 1994 e il 2018. Ma cosa ha provocato la stroncatura dei ricercatori americani? Lo studio ha censito e analizzato circa 15 mila tra cibi e bevande apparsi nei vari fotogrammi dei film blockbuster, rilevando che tre volte su 4 si tratta di cibo poco sano. La stroncatura è ancora più netta per le bevande, bocciate dagli esperti nel 90% dei casi (quasi sempre bevande alcoliche o piene di zucchero). E analizzando il food and beverage dei film attraverso la lente delle raccomandazioni nutrizionali stelle e strisce, ne viene fuori un livello di bevande alcoliche che supera del 313% quello che gli americani consumano nella realtà quotidiana. Nei film, troppo spesso gli attori alzano il gomito e mangiano

troppi grassi, poca fibra e troppo sale. In un caso su 4 si tratta di dolci o merendine o di bevande alcoliche (40,1%), purtroppo anche nei film 'per tutti'. Contesti nei quali, se fosse una pubblicità a pagamento, sarebbe rigorosamente vietata. Solo in una minoranza dei casi, gli attori sono ritratti mentre consumano vegetali (14,4%) o cereali (9,1%) e solo nel 15% dei casi bevono acqua, considerata dagli esperti in assoluto la bevanda più salutare. Insomma non sono abitudini da prendere ad esempio, neppure se il protagonista è uno degli attori più amati di Hollywood. E gli autori mettono in guardia: mostrare alimenti e bevande poco salutari sui media rappresenta un problema socio-culturale, che va ben al di là di quanto mostrano le pubblicità a pagamento. Molti Paesi hanno censurato le pubblicità degli alimenti poco sani e obesogeni, ma il cinema sembra andare nella direzione opposta e un attore famoso può facilmente diventare un role model di stili di vita poco salutari. Questo vale per

l'alcol, come per il fumo (dal 1998 negli USA è proibito mostrare la marca delle sigarette, ma non un attore che fuma), soprattutto nel caso di un pubblico di bambini e adolescenti. Esperimenti condotti in passato dimostrano che se i ragazzi assistono ad un film nel quale gli attori mangiano merendine e snack poco salutari, subito dopo la proiezione c'è una probabilità aumentata da 2,5 a 3 volte che gli stessi consumino quello stesso snack. Quello che si vede in un film insomma ha la potenzialità di influenzare le scelte dei consumatori. In conclusione, la 'dieta' ritratta nei grandi film americani sarebbe stroncata da qualunque linea guida nutrizionale, americana o europea. Ma proprio per la capacità che ha di influenzare le scelte del pubblico, il cinema potrebbe diventare anche un importante veicolo di promozione di corretti stili di vita. Sostituire il bicchiere di whisky con una tazza di tè verde, o il fast food con un bel piatto di insalata, toglierebbe forse un po' di fascino ai 'belli e dannati'. Ma di certo farebbe un gran bene alla collettività.

SALUTE & BENESSERE

Attenzione medica speciale, serve subito la diagnosi

BMS, 2020 anno di crescita
 Il primo studio mostra risultati ad un anno dall'implementazione di Giga...

La Sapienza Dora Casadei Falcini e Alberto
 Giovanni Iannelli, direttore di Neurologia con percorso di com...

Cinema, "Botox" vince il Tff

Ha chiuso ieri il 38° Torino Film Festival, prima edizione diretta da Stefano Francia di Celle e completamente online, con la vittoria di *Botox*, commedia nera iraniana di Kaveh Mazaheri tutta al femminile e giocata tra tradizione e modernità. Il film si aggiudica anche la sceneggiatura andata allo stesso regista e Sepinood Najian. Premio speciale della giuria è andato invece a *Identifying Features* della giovane regista e produttrice Fernanda Valadez con la sua storia di emigrazione che, tra l'altro, ha aperto il festival. Questi i due premi principali di questa edizione dei 12 film in concorso (divisi esattamente a metà tra registi e registe) e giudicati da una giuria tutta femminile. Nessun premio a *Regina* di Alessandro Grande, opera tra dramma e thriller e unico film italiano in concorso.



**FILMMAKER
È ONLINE.
TRA I REGISTI,
GUADAGNINO
E JIA ZHANGKE**



Fino

al 6 dicembre.

Si svolgerà online

la 40esima

edizione di

Filmmaker che ha

aperto con *Guerra*

e *pace* di Massimo

D'Anolfi e Martina

Parenti (ancora

disponibile in

streaming). Tra i

titoli, Luca

Guadagnino

(foto) con *Fiori,*

fiori, fiori e

Swimming out till

the sea turns blue

di Jia Zhangke

Su MyMovies si

potrà acquistare

ogni film per la

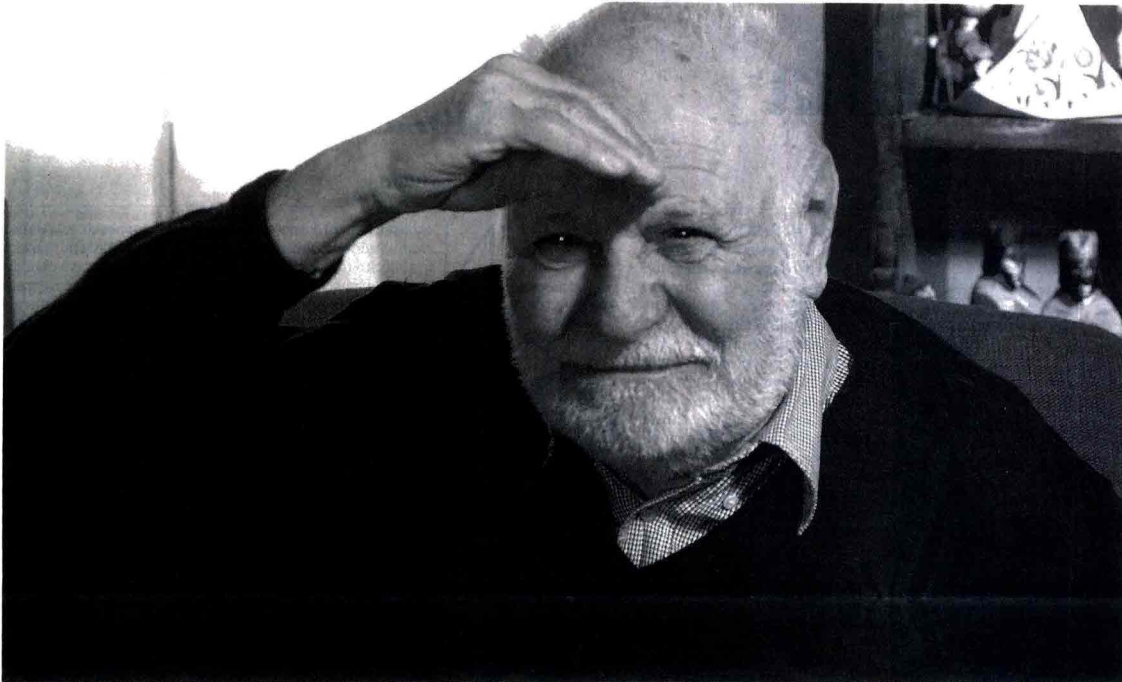
durata

di 72 ore

[www.filmmakerfest](http://www.filmmakerfest.com)

.com





Goffredo Fofi. A Torino il film di Pesoli celebra il critico, le sue battaglie sociali, le scoperte cinematografiche e i libri. Gli ultimi, un saggio sul mito di Dean e il «dizionario» delle star

Storia di un ribelle radicale

Cristina Battocletti

«<< o alla lotta di classe ci credo», esclama quasi protestando Goffredo Fofi, protagonista del bel documentario di Felice Pesoli, *Suole di vento*, che ritrae l'attivista e pensatore eugubino (guai a usare la parola intellettuale!) in tutta la sua ineticheggiante irraggiungibilità. La veemenza è dovuta alla consapevolezza che quella frase è oggi per i più uno slogan vuoto, mentre per lui, proletario per nascita e francescano per scelta, è stata ed è una fede. Per questo sale e scende in continuazione dai treni a portare la sua filosofia radicale dove lo invitano studenti, comunità, associazioni di qualsiasi tipo, purché libere.

Critico letterario e cinematografico, temutissimo per la sua ferocia dai Pasolini, dai Fellini e dagli Antonioni, sostenitore di nuovi talenti, «che poi impallano al tiro al piattello» si prende in giro, è soprattutto critico con la società. Portatore di un pensiero «in movimento», con cui ha riempito le riviste che ha contribuito a realizzare - «Quaderni rossi», «Quaderni piacentini», «Ombre rosse», «Positif» -, o ha creato - «Linea d'ombra», «Lo straniero», «Gli asini» - e molte pagine di questo giornale, ha raccomandato visioni e letture originali, marginali, disturbanti, sicuramente oppostive al narcisismo di massa, alla cultura dei baroni, contro cui ha fondato l'«università degli asini» per un sapere non convenzionale.

Il documentario, passato al Torino Film Festival, distribuito da Istituto Luce Cinecittà, è un'intervista per tappe biografiche e geografiche (le città in cui ha vissuto), attraverso cui si racconta un pezzo di Storia d'Italia. Pesoli lo ritrae nella sua casa romana, mentre passeg-

gia nel rione Monti con il bastone, anche se corre più veloce dei ragazzini. I racconti sono corredati da materiale archivistico ben appaiato, scovato nell'Archivio Audiovisivo Del Movimento Operaio e Democratico, dalla cineteca di Bologna e dalla Casa Delle Visioni.

Si parte da Gubbio, dove vive la sua famiglia contadina, così povera che il padre è costretto a emigrare in Germania, da cui fugge quando rischia di essere assoldato dai nazisti. Tornato in Italia, porta il piccolo Goffredo a Roma a visitare le Fosse Ardeatine che l'eccidio è ancora fresco, piantando un seme antifascista nel figlio. Il bambino, rapito da una terribile paura della morte, guarisce andando avanti e indietro dal cimitero come chierichetto. Il cattolicesimo è un punto fermo fino all'adolescenza, da qui la sua simpatia per i preti di strada e gli «ultimi» di padre Turoldo. Gubbio è anche la città dove si innamora del divertimento alla portata di tutti, il cinema, e soprattutto di Macario, Magnani (allora comica) e Totò e grazie a cui mette le fondamenta per teorizzare la grandezza artistica del principe di Curtis, su cui tutti poi lo avrebbero seguito.

Diplomato maestro, parte per la Sicilia di Danilo Dolci, si occupa dei bambini, mette in pratica gli scioperi alla rovescia, dove si costruiscono strade, scuole, fogge invece di incrociare le braccia, e impara un modello di lotta e di organizzazione diverso da quello della politica. A Roma frequenta poi la scuola olivetiana per assistenti sociali e completa l'ossatura di intellettuale (ahi, di nuovo) scomodo, pronto ad agire nei luoghi «caldi». Prima a Torino, davanti ai cancelli della Fiat, poi a Parigi, dove si immerge in un consumo smodato di cinema; arriva quindi nella Milano operaia

Critico.

Goffredo Fofi nel film di Pesoli

e nella Napoli della cultura orale e teatrale, passando per la Bologna del fuffo tra Pazienza e Martotti. Infine, Roma. Molti gli incontri fondanti - Ada Gobetti, Elsa Morante, Carmelo Bene, Grazia Chierchi e Piergiorgio Bellocchio - molti i libri scritti dall'uomo dalle *suole di vento*, soprannome che Paul Verlaine usava per Arthur Rimbaud.

È fresco di stampa, *Il secolo dei giovani e il mito di James Dean*, un excursus sulla volontà novecentesca di uccidere gli impeti ribellistici dei ragazzi. In Europa attraverso il macello delle due guerre; negli Stati Uniti, spedendo i giovani in Vietnam e ipotizzando di imbonirli attraverso favolte ottimistiche di riscatto dagli slum newyorchesi alla ricchezza.

MABUSE di Giorgio Scavuzzo

<https://bit.ly/ultimo-71>

Un American graffiti in nero, pessimista e disilluso: *L'ultimo spettacolo* (P Bogdanovich, 1971)

<https://bit.ly/viale-50>

«Io sono sempre grande. È il cinema che è diventato piccolo» - *Viale del tramonto* (B Wilder, 1950)

<https://bit.ly/harold-71>

Una strepitosa *love-story sui generis*, un inno alla fantasia e alla libertà: *Harold e Maude* (H Ashby, 1971).

Sono tre attori a squademare la retorica (alla Ronald Reagan): Montgomery Clift, Marlon Brando (Fofi ha dedicato un meraviglioso libro all'attore, ripubblicato da Castelvecchi nel 2014, a causa del quale chi scrive ha perso un aereo) e il James Dean de *I ribelli senza causa* di Nicholas Ray del '55, che in Italia avrà per titolo *Gioventù bruciata*. Sono loro a dare negli anni Cinquanta ai coetanei, cui manca una causa comune per cui lottare, un senso di unità e fraternità attraverso un codice comunicativo collettivo, fatto di posture, modi di gesticolare e parlare, per far fronte alla solitudine dei genitori ossessionati dal consumismo. Il libretto è anche una miniera di suggerimenti di registi di cui consumare le filmografie.

Come prezioso è *Più stelle che in cielo*, nella revisione ampliata e riveduta, che scorre la storia del cinema, da Fred Astaire ad Alberto Sordi, da Maria Montez a Lucia Bosé, passando per l'imprescindibile Totò, che si impone a Fofi anche da morto. Nel momento in cui il critico si nega al telefono per l'ennesima presentazione, nella stanza accanto cade il quadro del principe. Fofi corre al telefono per confermare la sua presenza.

di CRISTINA BATTOCLETTI

SUOLE DI VENTO

Felice Pesoli Documentario, Italia, 80'

IL SECOLO DEI GIOVANI E IL MITO DI JAMES DEAN

Goffredo Fofi La nave di Teseo, Milano, pagg. 94, € 10

PIÙ STELLE CHE IN CIELO

Goffredo Fofi Cue Press, Bologna, pagg. 216, € 32,99

• **Llera** Indifferenti belli e infedeli *a pag. 22*

IN STREAMING

Anche se infedeli, quest'“Indifferenti” piacerebbero molto a Moravia

PARLERÒ del film *Gli indifferenti*, ispirato al romanzo di Alberto Moravia e diretto da Leonardo Guerra Seràgnoli. Ferzetti ha scritto: “È nato un autore”, per me era già nato nel 2014 con il suo primo lungometraggio *Last Summer*. Ci siamo incontrati nel 2015 in un caffè di Piazza Farnese, abbiamo parlato a lungo di cinema e dei suoi progetti. Tornato a Londra dove vive abbiamo continuato a scriverci. Forse gli avevo raccontato della mia tesi sul rapporto cinema-letteratura, del mio primo incontro con Moravia (scrittore che ha ispirato tanti capolavori: *La Ciociara*, *Il conformista*, *La noia*, *Il disprez-*

zo, per citarne qualcuno). Alberto era d'accordo con me sul fatto che un regista, se è un artista, non deve per forza essere fedele al romanzo, vedi Buñuel in *Tristana*. Gli esempi sono tanti, è anche vero che raramente un film supera il romanzo. Un giorno Leonardo mi dice: lascio i progetti che avevo, vorrei fare una nuova versione de *Gli indifferenti*. Sorpresa, penso al bel film di Maselli (1964), la sfida è enorme. Comincia l'iter dei dirit-

**VISIONI
 IL FILM DI
 SERÀGNOLI
 CAMBIA
 IL ROMANZO**

ti, la sceneggiatura, trovare la produzione adatta e soprattutto un cast all'altezza. Sono passati gli anni, Leonardo non si è mai scoraggiato, ha lavorato tanto, riscritto la sceneggiatura, trovato gli attori giusti e finalmente nel 2019 il primo ciak. Ho frequentato il set, c'era molta armonia, il regista aveva le idee chiare, la sua competenza era evidente. L'ultimo giorno di riprese nessuno se ne voleva andare, l'atmosfera era malinconica. Poi è arrivato il Covid e le nostre vite sono cambiate, il montaggio fatto a distanza, le sale cinematografiche chiuse, i Festival rimandati a tempi migliori.

Quando ho saputo che il film sarebbe uscito sulle piattaforme avevo le lacrime agli occhi. Tanta fatica per niente. Mi hanno convinto che è meglio così, tutti possono vederlo a casa. Aspettavo con impazienza, le critiche erano buone, c'era interesse. *Gli indifferenti* oggi, messa in scena efficace, costumi e acconciature senza tempo, Valeria Bruni Tedeschi nel ruolo migliore della sua vita, bravi anche gli altri. Non svelerò il finale, dirò solo che non è fedele al romanzo. Leonardo voleva “un riscatto” all'indifferenza. Nonostante l'infedeltà, il film bello, elegante e crudo sarebbe piaciuto molto a Moravia.

CARMEN LLERA MORAVIA





Lynch dirige serie Netflix

Un tabloid americano svela che il regista sta per girare una miniserie in arrivo nel 2022: il titolo provvisorio è "Wisteria", 85 milioni di dollari di budget e 13-25 episodi



RICORRENZE IL GRANDE REGISTA POSE FINE ALLA PROPRIA ESISTENZA NEL NOVEMBRE DEL 2010

Dieci anni senza l'ironia di Monicelli

Nei suoi film uno sguardo pungente sull'Italia

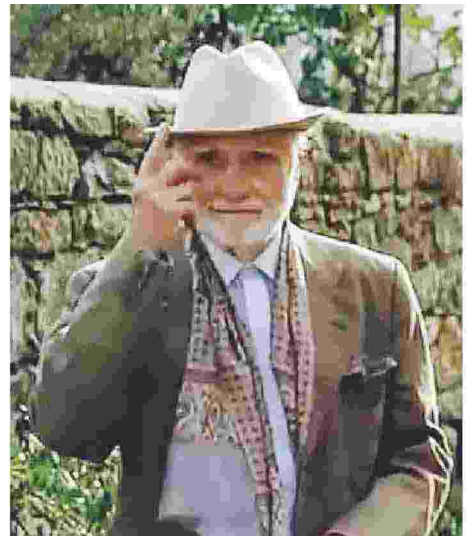
di **GIORGIO GOSETTI**

Quanto sono lunghi cinque piani se a quella caduta è affidata la scelta di mettere fine alla propria vita? 10 anni fa, il 29 novembre 2010 ci ha lasciati Mario Monicelli di professione regista, di vocazione libero pensatore. Ricoverato in una clinica romana e consapevole di non avere speranze, scelse di porre fine alla sua vita gettandosi dalla finestra della stanza, al quinto piano. Per lui non era un gesto improvviso: quando aveva poco più di 30 anni, nel 1946, suo padre Tomaso, raffinato critico teatrale, giornalista, direttore de *L'Avanti*, aveva fatto lo stesso percorso e Mario così ne parlava: «Ho capito il suo gesto. Era stato tagliato fuori ingiustamente dal suo lavoro, anche a guerra finita, e sentiva di non avere più niente da fare qua. La vita non è sempre degna di essere vissuta; se smette di essere vera e dignitosa non ne vale la pena».

Arguto, solitario, generoso, tagliente, Mario Monicelli ci ha privato troppo presto di un'intelligenza vivida che, come pochi altri, ha fotografato l'Italia nelle sue mille trasformazioni dal dopoguerra ad appena ieri. Nato a Roma il 16 maggio 1915, ha avuto una bella e lunga vita accompagnata da tre figli e due

matrimoni che, nel caso di Chiara Rapaccini, è stato un sodalizio di complicità durato fino alla fine. La sua carriera è ricca di soddisfazioni nonostante abbia bussato sei volte invano alla porta dell'Oscar. Ma con *La grande guerra* ha vinto il Leone d'oro nel 1959 e Venezia gliene ha consegnato un secondo, alla carriera, nel 1991. Insieme a Dino Risi e Luigi Comencini è il maestro indiscusso della commedia all'italiana, ma rispetto ai colleghi il suo cinema dimostra una maggiore libertà espressiva e una precisione nella critica sociale che ne ha fatto un osservatore implacabile di vizi e virtù del Belpaese.

Con i suoi film si potrebbe disegnare un profilo dei momenti salienti della nostra storia, dalla grettezza papalina del primo '800 (*Il marchese del Grillo*) alle lotte operaie di fine secolo (*I compagni*), dalla Prima guerra mondiale (*La grande guerra*) alla povertà del dopoguerra (*Totò cerca casa* o *Guardie e ladri*), dalla guerra d'Africa (*Le rose del deserto*) ai tentativi di golpe degli Anni '60 (*Vogliamo i colonnelli*), fino alla rivoluzione sessuale degli Anni '60 (*La ragazza con la pistola*), agli anni di piombo (*Un borghese piccolo piccolo*) e al femminismo (*Speriamo che sia femmina*). Ma oltre al successo del Leone d'oro la sua fortuna critica è legata a ben tre memorabili saghe da lui avviate: *I soliti ignoti*,



AVEVA 95 ANNI Il regista Mario Monicelli

L'armata Brancaleone, *Amici miei*: tre grandi affreschi in cui il suo ironico, dissacrante, vitale approccio ai personaggi e agli sfondi sociali diventa stile e unicità dello sguardo. Nonostante un disincantato scetticismo ostentato in pubblico, è stato sempre in prima linea nella difesa delle idee in cui credeva: socialista fino all'avvento di Bettino Craxi, vicino a Rifondazione Comunista negli ultimi anni, militante convinto nelle battaglie associative per i diritti degli autori. «Quello che in Italia non c'è mai stato - sintetizzava - , è una bella botta, una bella rivoluzione... c'è stata in Inghilterra, c'è stata in Francia, c'è stata in Russia, c'è stata in Germania. Dappertutto meno che in Italia. Quindi ci vuole qualche cosa che riscatti veramente questo popolo che è sempre stato sottoposto, sono 300 anni che è schiavo di tutti».

Dal 2009 il Bif&st di Bari gli ha intestato il premio per il miglior regista e, nel decennale della morte, gli ha dedicato un appassionato omaggio.



Il Torino Film Fest premia «Pino»

La pellicola su Pascali del barese Walter Fasano si aggiudica la sezione «Italiana.doc»

di LIVIO COSTARELLA

Quei «buchi da setola» sono diventati prima crisalide e adesso farfalla. Ha spiccato il volo il film *Pino* del regista e montatore barese Walter Fasano, che ieri ha vinto la sezione «Italiana.doc» della trentottesima edizione del Torino Film Festival. Proprio come quei «Cinque buchi da setola e un bozzolo», l'iconica opera di Pino Pascali (1935-1968), acquistata due anni fa dal Museo Pascali di Polignano a Mare, terra d'origine dell'artista. Quest'anno il TFF si è tenuto completamente on line: nelle altre categorie il miglior film (e sceneggiatura) tra i lungometraggi internazionali è l'iraniano *Botox* di Kaveh Mazaheri, commedia nera tutta al femminile tra tradizione e modernità, miglior attrice Mercedes Hernández, miglior attore Conrad Mercoffer. Il premio speciale della giuria è andato a *Identifying Features* della regista messicana Fernanda Valadez. Le opere vincitrici sono oggi in replica su MYmovies.it fino a mezzanotte.

Quanto a *Pino*, il film di Fasano chiude un cerchio prezioso attorno alla figura di Pascali, scomparso nell'estate del 1968 a Roma dopo un incidente in moto, quand'era all'apice di un fulminante percorso artistico. «Aver potuto raccontare un artista straordinario come Pino Pascali - ha detto un raggiante Fasano - è stato un privilegio. Desidero ringraziare il Festival di Torino e la giuria per aver scelto e premiato il film, e coloro che lo hanno reso possibile, splendidi collaboratori e amici». Il documentario è una produzione «Passo Uno» per Regione Puglia, Fondazione Pino Pascali (museopinopascali.it) e Apulia Film Commission. Il progetto è nato nel 2018, nell'ambito del progetto #Pascali2018, nel cinquantesimo anniversario dalla scomparsa dell'artista. Ed è il racconto del ritorno nei

luoghi delle proprie origini, occasione per una riflessione su Pascali in una dimensione narrativa in cui spazio e tempo si piegano e si cancellano. In un film accompagnato dalle voci di Suzanne Vega, Alma Jodorowsky, Monica Gueritore e Michele Riandino.

La giuria, composta da Stefano Cravero, Gaia Furrer e Paola Piacenza, ha premiato l'opera di Fasano «per la capacità di tradurre un lavoro su commissione in un'esplorazione creativa libera e personale. Coniugando il ritorno al luogo d'origine con il paradosso, l'anticonformismo, il gesto vulcanico di Pascali, il film trasporta lo spettatore in una dimensione in cui materiali d'archivio, parole e suoni sono presenze vive che apro-

no un dialogo tra artista e cineasta».

«Non ci può essere piacere maggiore di quello di iniziare un'esperienza emozionante come coordi-

natore delle attività culturali della mia Regione - ha detto il neoassessore regionale alla Cultura e al Turismo Massimo Bray -, festeggiando questo risultato. A Walter Fasano e a tutto il suo gruppo di lavoro vanno i miei complimenti e ringraziamenti. È un obiettivo importante per l'immagine della Puglia, riconoscimento delle straordinarie professionalità che abbiamo e che dobbiamo in ogni modo valorizzare».

Entusiasti si sono dichiarati il direttore del dipartimento regionale Cultura e Turismo Aldo Patrino e lo stato maggiore di Apulia Film Commission, con la presidente Simonetta Dellomonaco e il direttore generale Antonio Parente. Felici anche il presidente e la direttrice della Fondazione Pino Pascali: Giuseppe Teofilo, dopo aver conosciuto Fasano gli aveva detto di non voler «guardare la vita di Pascali dal buco della serratura, ma di volerne vedere il mito»; mentre Rosalba Branà afferma che «Walter Fasano ci ha restituito un Pino Pascali più vivo che mai».

POSTER
Il manifesto di «Pino», il film di Walter Fasano realizzato con il sostegno di Apulia Film Commission



IL CONCORSO
Miglior film la commedia iraniana «Botox» di Kaveh Mazaheri



Cinema

Le anteprime di Filmmaker in streaming

Entra nel vivo il festival Filmmaker, in streaming su MYMovies. Per la sezione "Concorso internazionale" oggi in programma il film *El año del descubrimiento* di Luis López Carrasco che costruisce un lavoro sulla memoria che diventa la chiave d'accesso per ragionare sulla contemporaneità. Siamo in Spagna, l'anno è il 1992. In un bar di Cartagena le persone discutono di quanto accade nella regione. Sono i giorni delle proteste contro la chiusura delle fabbriche e dei cantieri navali. La rabbia e il disagio sono al culmine: l'atto finale molto forte è l'incendio del Parlamento regionale.

Dalla Spagna alla Sardegna con il film *Il rito* di Silvia Perra. Nella campagna di un luogo non precisato dell'isola, nel silenzio si sento-



▲ Il film "Alo"

no solo il belare delle pecore e il canto degli uccelli. E qui si celebra il rito del titolo, quello di piccoli gesti quotidiani che Antonio rivolge ai suoi vigneti, ma anche agli animali e agli umani, celebrando la sacralità della vita. Per la sezione "Prospettive" in programma *Alo* di Francesco Catanese e Chiara Valenzano ambientato in Madagascar nella città di Ilakala, nata dopo la scoperta dei giacimenti di zaffiri più grandi del mondo. Ricchezze per le quali l'Africa viene depredata, senza che i lavoratori delle miniere possano godere.

Sempre oggi in programma anche il corto inedito di Tekla Taidelli *My Big-Assed Mother* con Abel Ferrara nei panni di Bukowski.

Racconta una storia d'amore *Apostasi* di Daniele Maggioni che parte dai suoi materiali d'archivio per una riflessione su ciò che si è diventati e ciò che si voleva essere. Per la sezione "Corrispondenze" i corti *The house was quiet* di Ben Rivers, *132 Moons/Cry Love* di Gaia Giani e Lee Anne Schmitt, *Il problema* di Monica Stambrini e *Ora d'aria* di Francesco Fei. Dalle 14, disponibili per 72 ore. www.filmmakerfest.com.



L'ESPERIMENTO TORINESE RAPPRESENTA UN PRECEDENTE DESTINATO A LASCIARE TRACCE

"Botox" vince il TFF della pandemia mentre il cinema cerca il suo vaccino

TORINO
FILM FESTIVALFULVIA CAPRARA
ROMA

Una commedia grottesca in salsa iraniana, ma anche un thriller di famiglia venato d'ironia, protagoniste due sorelle immerse nei silenzi della neve e nella difficoltà delle comunicazioni interpersonali. Firmato dall'iraniano Kaveh Mazaheri, *Botox* guadagna due premi, miglior film e migliore sceneggiatura, nel 38° Torino Film Festival. Il Premio speciale della Giuria, composta da sole donne, va a *Sin Senas Particulares* di Fernando Valadez, premiato anche per la prova dell'attrice Mercedes Hernandez. Il miglior attore è Conrad Mericoffer, protagonista del romeno *Camp de Maci*. Per la prima volta nella storia della rassegna, niente palcoscenici, applausi, madrine, mazzi di fiori ed emozioni di giovani talenti con i trofei in mano. L'unica cosa da fare, per il pubblico virtuale del Tff, è abbandonare il link dedicato, spegnere il computer e prepararsi per l'annunciata maratona di Capodanno (sempre su Mymovies dalle 12 del 31 dicembre) in cui saranno proposti film pro-

iectati nell'ultima e nelle passate edizioni del festival. L'esperimento torinese rappresenta, comunque, un precedente da cui non si potrà prescindere, un cambio di direzione destinato a lasciare tracce, e questo mentre ovunque impazza il dibattito sugli effetti della pandemia nell'industria cinematografica mondiale: «Per il 2021 - dice il direttore Stefano Francia di Celle - penso a un festival ibrido in cui fare tesoro dei vantaggi digitali, ma, anche, creare eventi che motivino addetti ai lavori, giornalisti e turisti ad essere qui nei giorni della rassegna».

Il pericolo è nel punto di non ritorno: «Nella mia inesperienza - premette di Celle - penso che, per qualsiasi progetto, si debba partire dal dialogo con i rappresentanti dell'industria cinematografica. E' importante sapere, fin dall'inizio, il percorso distributivo immaginato per un film. Noi continuiamo a sperare che la sala sia il momento più forte e, di conseguenza, la proiezione durante un festival sia importantissima, in grado di aiutarne l'uscita. Detto questo, non possiamo dimenticare che lo scenario sia in totale trasformazione e che ci siano major che, già adesso, hanno deciso di saltare la sala. L'equilibrio è molto delicato, il nostro *core business* è proteggere le opere prime e seconde, abbiamo intenzione di ribadirlo sempre più e sfruttare la nostra espe-

rienza digitale, ricordando che, in passato, alcune pellicole indipendenti la sala non potevano nemmeno sognarla».

Su questa corda tesa che unisce il cinema pre-Covid a quello post-Covid si sviluppa, non a caso, il dibattito contemporaneo, uno dei più significativi, dalla nascita della settima arte. Domani, in collegamento dalla Casa del Cinema di Roma, sarà presentato (in diretta Facebook) il numero di dicembre della rivista del Centro Sperimentale di Cinematografia *Bianco e Nero* (Edizioni Sabinae), interamente dedicata all'argomento. Una panoramica che analizza la questione dal punto di vista economico, distributivo, produttivo e creativo, senza trascurare il ruolo dei festival e provando a immaginare soluzioni per il quesito del momento, ovvero se, nell'impero dello streaming, la sala rimarrà centrale. In termini di scadenze, il prossimo interessato alla questione festival si-festivalno, è Carlo Chatrian, direttore della Berlinale, in programma tra l'11 e il 21 febbraio: «La grossa sfida - dice sulle pagine di *Bianco e Nero* - è sostenere le sale da cinema, senza cui i festival perderebbero molto del loro significato attuale. Se è vero che è sempre possibile costruire strutture ad hoc, è altrettanto vero che, se la frequentazione delle sale crolla o diminuisce drasticamente, anche la produzione cinematografica rischia di cam-

biare, non solo in quantità ma anche in qualità».

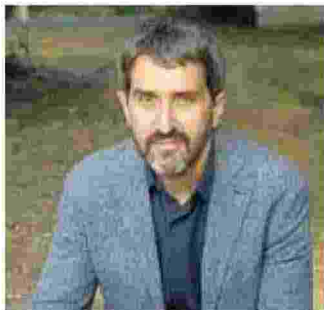
Il mezzo è il messaggio, McLuhan insegna, e quindi l'altro nodo riguarda l'influenza delle piattaforme sulla creatività degli autori: «Ora - dice Elisa Fukas intervistata dal capo-redattore di *Bianco e Nero* Alberto Crespi - andare al cinema è faticoso ed è quasi un gesto politico, ideologico. Sta diventando un po' come il teatro. Oscilleremo fra pochi eventi enormi e tante cose piccole. Siamo testimoni di una rivoluzione. Io ho lavorato con Netflix, e li ti dicono "Tanto lo vedranno sul cellulare". Io ho comunque cercato di fare un film, ma va tutto ridimensionato». Per Michele Alhaique, tre i registi di *Romulus*, il Covid è stata l'occasione per praticare un nuovo genere: «Non avevo mai girato un documentario. Il lockdown mi ha permesso di raccontare il tempo presente. Inseguendo però un linguaggio antico, classico, è stato come scoprire un tipo di regia diverso». La profezia più acuta è di Gabriele Salvatores: «È la parola stessa "cinema" a dover essere ripensata. Il racconto per immagini, intendendo tutto l'audiovisivo e tutti gli strumenti per fruirlo, dai telefonini all'Imax, è in grande fermento, ma l'idea stessa di "andare al cinema" corre grandi rischi. Io stesso non sono sicuro che le cose che sto facendo, che tutti stiamo facendo, siano ancora "cinema"». —

Il dibattito continua su
Bianco e Nero, rivista
del centro sperimentale
di Cinematografia

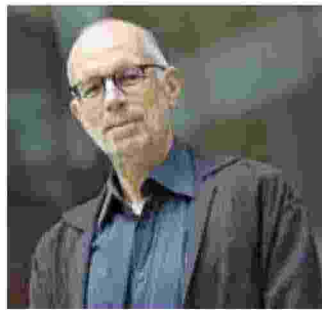


ANS

Bottoxi di Kaveh Mazaher guadagna due premi, miglior film e migliore sceneggiatura



STEFANO FRANCIADI CELLE
DIRETTORE DEL TFF



GABRIELE SALVATORES
REGISTA

Il digitale presenta anche vantaggi, in passato alcuni film indipendenti la sala se la sognavano

Il racconto per immagini è in grande fermento, ma non sono sicuro che sia ancora "cinema"



**Domenica con
Alain Elkann**

ALEXANDRE DE VOGÜÉ Proprietario di Vaux-le-Vicomte

"Venite, registi a girare un film sul mio castello"

Alexandre de Vogüé, insieme coi fratelli, Jean-Charles e Ascanio, possiede e gestisce il castello di Vaux-le-Vicomte, uno dei più grandi monumenti storici di Francia.

Lei ha lavorato come guida alpina per 20 anni. Nel 2012 dopo un incidente sugli sci è tornato a Vaux-le-Vicomte. L'ha fatto per dovere familiare?

«Sì, ma oggi sono molto contento di questa avventura».

Il castello è della vostra famiglia da cinque generazioni. Il suo bis-bisnonno, il raffinatore di zucchero Alfred Sommier, lo acquistò nel 1875 e nel 1967 fu un fantastico regalo di nozze per suo padre. Perché è un posto tanto importante?

«Perché Nicolas Fouquet, sovrintendente alle Finanze sotto re Luigi XIV, voleva avere la casa più bella che si fosse mai vista. Il castello di Vaux-le-Vicomte di Fouquet fu costruito tra il 1658 e il 1661 dall'architetto Louis Le Vau, dal paesaggista André Le Nôtre e dal pittore Charles Le Brun. Fouquet, molto ambizioso, aveva due passioni nella vita, le arti e il potere, e voleva essere il più vicino possibile al re». **Fouquet diede una festa per celebrare il re e il castello il 17 agosto 1661. E poi finì in prigione: come mai?**

«Fouquet disse al re: "Questo posto è suo. Le do Vaux". Lo venerava, pur non capendone la perso-

nalità. Mail personaggio cruciale della storia è Jean-Baptiste Colbert. Sia lui sia Fouquet volevano prendere il posto del cardinale Mazzarino, il primo ministro morto nel 1661. Colbert convinse il re che Fouquet era un delinquente e stava radunando un esercito per rovesciarlo e quindi il re decise di arrestarlo tre mesi prima della festa».

È vero che i suoi genitori quando hanno ereditato Vaux-le-Vicomte si sono rivolti ai duchi di Devonshire a Chatsworth House, per capire come aprire al pubblico questa magnifica tenuta?

«Mio padre era un industriale. Capì subito che avrebbe avuto bisogno di entrate extra per mantenerlo, e si rivolse a Chatsworth come modello. Un consiglio che ci ha dato mio padre è stato: "Fate ciò che volete, ma rispettate il luogo, la sua storia e il lavoro degli antenati non distruggendone l'anima"».

Che aiuto finanziario ricevette dallo Stato?

«Solo il 6% del budget operativo, ma oggi gli aiuti crescono perché stiamo riaprendo le porte che mio padre si è chiuso alle spalle per molti anni. Lui aveva un carattere molto forte, ed era abbastanza coraggioso da affrontare il ministro della Cultura e dirgli: "Non ho bisogno dei tuoi soldi, faccio da solo"».

Il castello, il giardino e l'arredamento: c'è armonia tra questi elementi?

«Fouquet chiese due cose a Le

Vau, Le Nôtre e Le Brun. "Dovete lavorare insieme, mano nella mano. E poi siate audaci e innovativi". C'è armonia tra l'architettura e il giardino. Le giuste proporzioni creano un ambiente sereno e perfetto che le persone sentono ancora oggi»

Il giardino di Vaux è uno dei più importanti di Francia?

«Forse non è il primo giardino formale francese, ma è il più importante. È il modello a cui si sono ispirati tutti gli altri, a cominciare da Versailles. Le Nôtre ha scritto qui la grammatica del giardino formale francese».

Come sono nate le speciali serate a lume di candela che organizza al castello?

«Questa era la superba idea di mio padre e mia madre, che all'epoca vivevano nell'appartamento privato di Fouquet al primo piano. Mio padre stava guardando il giardino e mia madre accese una candela, e poi una seconda, e lui le chiese: "Che ne dici di mettere le candele in giardino?". È iniziato così e questa estate abbiamo battuto il record di presenze del 2019 grazie alle serate a lume di candela».

Quali sono oggi le attività del castello?

«Affittiamo il castello per girare film, per seminari, alle aziende e alle persone che vogliono festeggiare un matrimonio o ospitare una festa privata. Il fatturato è compreso tra 0,5 milioni e 1 milione di euro».

Quando suo padre e sua madre hanno aperto il castello,

si sono subito resi conto che sarebbe stato un buon set cinematografico?

«Sì, qui sono stati girati più di 80 film, il primo nel 1968 da Orson Welles. Ho una foto fantastica dei miei genitori con Welles nel giardino. Finora non un solo grande regista ha girato la storia di Vaux-le-Vicomte, anche se abbiamo tutti i personaggi, una storia incredibile e il luogo. Sogno che un regista inglese o americano giri un film su Vaux».

Quali film famosi sono stati girati a Vaux?

«Il film di James Bond *Operazione spazio*. Sofia Coppola ha ambientato qui *Marie Antoinette*. Leonardo DiCaprio, *La maschera di ferro*. E molte serie tv».

Ha nuove idee per il castello?

«Un anno e mezzo fa abbiamo creato un viaggio sonoro in 3D, un mix di tecnologia e tradizione, per rendere la visita più emozionante e coinvolgente. I visitatori ascoltano nelle cuffie la storia dei personaggi dell'epoca - La Fontaine, Molière, Fouquet. A settembre proietteremo sulla cupola i bozzetti di Charles Le Brun che si trovano al Louvre».

Intende mantenere anche in futuro il castello in famiglia?

«L'idea è quella».

Pensa che riuscirà a convincere un regista a fare un film sulla storia di Vaux-le-Vicomte?

«Sì, e forse questa intervista arriverà nelle mani di uno di questi registi. Sarebbe bello».

Traduzione di Carla Reschia

© RIPRODUZIONE RISERVATA





STREAMING

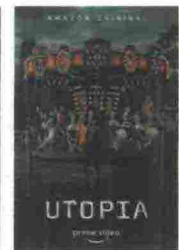
Utopia di Cusack:

l'attore porta l'impegno in una nuova serie. Così fantascientifica da sembrare vera

di Roberto Croci

PRIMA DEL 3 NOVEMBRE, **John Cusack** aveva twittato ai suoi follower che avrebbe rimosso dal suo account quelli che avessero votato Trump. Cusack è sempre stato politicamente attivo ed è membro del consiglio della Freedom of the Press Foundation. Attore, produttore, scrittore e coautore (con Arundhati Roy ha pubblicato il libro *Things That Can and Cannot Be Said* su Edward Snowden). Ora torna nelle vesti di attore - le stesse che gli hanno dato fama internazionale con film come *Non per soldi... ma per amore*, *Alta fedeltà*, *Serendipity*, *Essere John Malkovich* - nella serie **Utopia** (Amazon Prime Video) per mettere in scena anche le proprie scelte politiche, come aveva fatto anche in *War, Inc.* - *La fabbrica della guerra* nel 2012. Nella serie, adattata da una volta da un fumetto, Cusack interpreta uno scienziato la cui invenzione viene collegata a un virus mortale. In passato, «mi sem-

brava interessante esplorare un personaggio che muta in otto ore, portando alla luce tutti i suoi aspetti. Noi attori ci nutriamo dell'approfondimento delle emozioni e questa serie lo fa in modo speciale». Anche perché nessuno si sarebbe immaginato che un dramma distopico su una pandemia sarebbe stato così vicino alla realtà. «Mi hanno chiesto se pensavo fosse opportuno fare uscire *Utopia* in questo periodo», dice, «ma quando abbiamo iniziato a girare vivevamo ancora in un mondo normale... Motivo per cui penso sia rilevante guardarlo adesso. Non è un documentario, non è un telegiornale, è la storia delle relazioni tra un gruppo di persone, sulle alleanze e le dinamiche che si creano per cercare di risolvere i problemi durante le emergenze. Non parla solo del presente, ma di passato e futuro, dell'interconnessione tra scienza e politica, delle conseguenze che ne derivano... Nessun dramma, solo un'analisi della realtà».



Utopia (disponibile su Amazon Prime Video) è una serie-remake di un popolare telefilm britannico.

Utopia di Cusack: l'attore porta l'impegno in una nuova serie. Così fantascientifica da sembrare vera

Top Five: i titoli fondamentali per il lockdown

1	2	3	4	5
1 Il crollo di Roberto Saviano	2 Il mondo è un villaggio di Umberto Eco	3 Il sistema di Roberto Saviano	4 Il crollo di Roberto Saviano	5 Il crollo di Roberto Saviano

CHE C'È DI BELLO

**Il film con Germano,
la serie sulla Siria,
la Rowling buonista**

DA PAG. 20 A 23

Il sogno libertario esisteva. Ed era davanti a Rimini

**IL FILM
DA VEDERE**

**L'incredibile
storia dell'Isola
delle Rose
di Sydney Sibilìa**

» Federico Pontiggia

La forza prima de *L'incredibile storia dell'Isola delle Rose* è il soggetto, e lo ammette senza riserve il regista Sydney Sibilìa: "Mentre cercavo come un raddomante, Wikipedia mi ha proposto un 'non tutti sanno che', ovvero la micronazione dell'Isola delle Rose. Davvero una storia incredibile, il film poteva considerarsi già fatto". Protagonista col sodale Matteo Rovere di una delle più intelligenti trovate

**Sydney Sibilìa
si affida a
Germano per
raccontare
una storia
vera**

produttive ancor prima che poetiche degli anni Dieci, la trilogia *Smetto quando voglio*, stavolta inquadra l'assolo partecipato di Giorgio Rosa, un giovane e geniale ingegnere che nel 1968 "mentre Parigi è infiammata dalle lotte per rincorrere idee e ideali, costruisce con le sue mani il proprio mondo utopico al largo di Rimini": una piattaforma di 20 metri per 20 fuori dalle acque territoriali che si farà Stato indipendente, oltre che universo alternativo, attirando l'interesse della stampa globale, e finendo prima alle Nazioni Unite e poi al Consiglio d'Europa.

A INCARNARE questo nerd libertario è Elio Germano, con la duttilità e l'intensità che ne fanno da tempo il nostro migliore interprete: divertente e divertito, vocato e dedito, il suo Giorgio stigmatizza per contrasto "l'idea di libertà oggi declinata al ribasso, col

mancato accesso di molti a cure, istruzione, dimore. Purtroppo, qui e ora tocca pensare al diritto alla vita, alla sopravvivenza delle persone". Fuori dall'emergenza, per Germano "quell'impresa che non fu ideologica, bensì realizzazione individuale di una cosa molto grande" riconsegna "un'epoca in cui si gareggiava in stranezza, viceversa, oggi è tutta omologazione, si punta ai *like*, ad adeguarsi agli altri: si fa la gara a sparire, a nascondersi". Prodotto da Groenlandia, arriverà su Netflix il 9 dicembre, e non è davvero niente male: più che Matilda De Angelis, nel ruolo di Gabriella che fu motore conflittuale per la creatività di Giorgio, convincono Maurizio Orlandini, ovvero il compagno d'avventure Leonardo Lidi cui si deve un esilarante e politicamente scorretto trattamento dei calabresi, nonché Fabrizio Bentivoglio e, ir-

ricognoscibile, Luca Zingaretti, rispettivamente Franco Restivo e Giovanni Leone, i due politici che annichirono la possibilità dell'isola. Ricordando la battuta clou, "Con un culo puoi fare tutto quello che vuoi?", scambiata in Vaticano, la co-sceneggiatrice Francesca Manieri ascrive condivisibilmente al film una riflessione "sulla biopolitica, il corpo delle donne, il rapporto tra libertà individuale e potere costituito". Senza entusiasmare, forse, ma con lucidità e piglio, Sibilìa leva dall'archivio, e dall'ignoto, una pagina emblematica della nostra Italia, e della nostra non-Italia, confermando in filigrana la propria autorialità, quale detentore se non di uno stile di una poetica, in cui ricorre dopo la molecola stupefacente di *Smetto quando voglio* la solita suggestione: dove inizia e dove finisce la legalità? In mezzo, c'è tempo, modo e gusto di filmare.

@fpontiggia1





Cinema
L'Isola delle rose,
l'utopia italiana
nata nel '68
arriva su Netflix

Satta a pag. 31

Esce il 9 dicembre su Netflix "L'incredibile storia dell'Isola delle rose", la commedia di Sydney Sibilia con Elio Germano ispirata alla vicenda reale della piattaforma progettata da Giorgio Rosa nel 1968 al largo di Rimini e dichiarata repubblica indipendente

L'ESPERIMENTO

Tra follia e utopia, voglia di ribellione e metafora di libertà, il regista Sydney Sibilia porta sullo schermo *L'incredibile storia dell'Isola delle rose*. Il film, disponibile su Netflix dal 9 dicembre, ricostruisce una storia vera ma poco conosciuta: quella della visionaria iniziativa del giovane ingegnere bolognese Giorgio Rosa (interpretato dal talento di Elio Germano declinato questa volta nella commedia) che nel 1968, in piena contestazione, costruì una piattaforma galleggiante di 400 metri quadrati al largo di Rimini, al di fuori delle acque territoriali, e la proclamò "repubblica indipendente" con tanto di francobollo, bandiera e passaporto.

IL CAST

Lo stravagante esperimento, in patria un successo da prime pagine, diventò presto un caso internazionale preso in considerazione perfino dall'Onu e dal Consiglio d'Europa. Finché lo Stato italiano, presieduto da Giovanni Leone (nel film è un irresistibile Luca Zingaretti), non decise di far saltare in aria la piattaforma dopo 55 giorni di vita. «Fu la prima e unica guerra d'aggressione dell'Italia che invece, secondo la Costituzione, ripudia la guerra», spiega sorridendo Sibilia che si è imbattuto per caso nell'Isola del-

La folle utopia italiana nata in mezzo al mare



Sopra, una scena del film. A sinistra, Elio Germano, 40 anni, e Tom Wlaschiha, 47. A destra, la piattaforma nel 1968



le rose navigando su Wikipedia. «Mi è sembrata una storia straordinaria, ma così inverosimile e fantasiosa che avrebbe potuto essere inventata da uno sceneggiatore. E mi sono chiesto come mai nessuno avesse mai pensato a trarne un film».

Così, con l'aiuto della sceneggiatrice Francesca Manieri, il regista di *Smetto quando voglio* ha

LO STATO FECE SALTARE IN ARIA LA STRUTTURA DOPO 55 GIORNI DI VITA IL REGISTA: «FU L'UNICA GUERRA D'AGGRESSIONE DEL NOSTRO PAESE»

colmato la lacuna. Il risultato è una commedia travolgente, disincentata, piena di musica e ritmo ma al tempo stesso capace di affrontare temi profondi come utopia, etica, indipendenza. E altamente spettacolare grazie ai mezzi di Netflix che ha scelto il film, prodotto da Groenlandia, come primo lungometraggio internazionale "original".

Nel cast figurano anche Matilda De Angelis, Leonardo Lidi, Fabrizio Bentivoglio (nei panni di un indimenticabile ministro Restivo), François Cluzet, Tom Wlaschiha, Violetta Zironi. Dice Germano: «La sceneggiatura mi ha entusiasmato innanzitutto perché parla di libertà, un valore oggi declinato al ribasso: non esiste se tutti non hanno le stesse possibilità di accesso alle cure, all'istruzione. Ma in primo piano è anche la possibilità di sognare che la pandemia sembra averci sottratto». Per calarsi nel personaggio l'attore, 40 anni, racconta di aver incontrato alcuni reduci del Sessantotto: «Sono stati giovani in un'epoca in cui si faceva a gara nel realizzare l'impresa più sorprendente e diversa. Oggi prevale l'omologazione, si compete per avere più like sui social».

INCONTRO

Per Zingaretti «il film racconta gli anni Sessanta, un periodo meravigliosamente folle che di solito è ricordato solo per la contestazione o il boom economico». Matilda De Angelis interpreta Gabriella, l'avvocata internazionale che appoggia e poi sposa il protagonista: «Era una donna del suo tempo ma anche all'avanguardia perché indipendente», osserva l'attrice. E Sibilìa racconta il suo incontro di qualche anno fa con il vero Giorgio Rosa, scomparso nel 2017 a 92 anni. «Gli chiesi se avesse piacere che la sua storia diventasse un film e mi rispose di no. Era lo spirito giusto e mi convinse che avrei dovuto farlo. Come metafora di una piccola illusione mandata in frantumi dalla politica decisa a dimostrare la propria forza».

Gloria Satta

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Foto: M. P. / Contrasto



CIAM D'ORO

“Pinocchio” trionfa con Benigni, premi anche a “Favolacce”

A Benigni il Ciak d'Oro come Miglior Attore non Protagonista per Geppetto in “Pinocchio” di Garrone che vince anche Costumi (a Cantini Parrini, anche per “Favolacce”), Scenografie e Sonoro. Miglior Attrice non Protagonista Barbara Chichiarelli per “Favolacce” dei D'Innocenzo, premiati per la Sceneggiatura.



Meneghetti, italiano da Oscar «Ma correrò per la Francia»

IL COLLOQUIO

Nottorno», il toccante documentario di Gianfranco Rosi candidato per l'Italia all'Oscar, sulla strada della nomination avrà un rivale pericoloso: *Deux - Due*, il film designato dalla Francia. Si tratta di un'opera prima e, per un'incredibile coincidenza, è diretta da un altro italiano, il padovano Filippo Meneghetti, 39 anni, da 10 residente a Parigi («ma non sono un cervello in fuga», precisa, «ho seguito la mia compagna francese»), e prodotta da Francia e Belgio. Il film, che nel 2019 venne presentato in anteprima alla Festa di Roma e verrà distribuito da noi da Teodora appena riapriranno le sale, ha trionfato a Toronto e tanti altri festival mentre Oltralpe è stato

un successo di critica e di pubblico comprato in altri 25 Paesi, Stati Uniti inclusi. E nella corsa alla designazione all'Oscar da parte della cinematografia europea più forte, il quasi sconosciuto Meneghetti è stato preferito a registi blasonati come François Ozon (in gara con *Eté 85*), Maïwenn (*ADN*), Fanny Liatard e Jérémy Trouilh (*Gagarine*), Maïmouna Doucouré (*Mignonnes*).

THRILLER

Merito di *Deux - Due*, un thriller dei sentimenti potente e al tempo stesso delicato, intimo, molto romantico. Protagoniste sono due donne mature, di cui una vedova e l'altra single (le bravissime Barbara Sukowa e Martine Chevallier): tutti le credono vicine di casa che vanno perfettamente d'accordo ma si amano in segreto finché un evento dram-

matico porta a galla la verità, provocando conseguenze imprevedute. «L'idea mi è stata fornita da un'amica che mi ha raccontato una storia analoga», spiega Meneghetti, che ha studiato cinema e antropologia a Roma. Si aspettava di essere scelto per rappresentare la Francia agli Academy Award? «Assolutamente no, la designazione è stata una sorpresa e non ho ancora smesso di festeggiare, continuo a sentirmi frastornato», risponde il regista. «Già da sei mesi sono impegnato nella promozione internazionale del film e ora sono pronto a continuare, sia on line sia in presenza appena sarà possibile, per entrare alla shortlist sperando poi di ottenere la nomination». I maestri francesi scavalcati da *Deux - Due* non hanno protestato, rivela, e non ci sono state polemiche. «Solo

Maïwenn, mi hanno riferito, aveva postato un tweet piuttosto risentito ma subito l'ha cancellato. Ma non penso a queste cose, sono troppo contento». In Francia Meneghetti è l'uomo del giorno ed è già al lavoro con la sua sceneggiatrice a un nuovo film.

IL CORTO

Nell'Italia delle mille commedie avrebbe trovato i finanziamenti per girare *Deux - Due*? «A dire la verità non ho nemmeno provato a cercarli», risponde il regista, «ho portato in prima battuta il progetto ai francesi che si sono entusiasmati. Ma un fatto è certo: dopo il successo internazionale del mio primo corto *L'intruso*, a Parigi sono stato premiato e i produttori si sono fatti avanti. Dall'Italia invece non mi ha cercato nessuno».

GI. S.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Martine Chevallier (a sinistra) e Barbara Sukowa in una scena del film girato dall'italiano Meneghetti che concorre agli Oscar per la Francia

IL REGISTA ESORDIENTE ROMANO PREFERITO A OZON: «A PARIGI HO TROVATO I SOLDI PER IL MIO FILM SU DUE ANZIANE INNAMORATE»



Il film
A Ostia e Fiumicino
dove il mare
d'inverno
diventa un set
Cipolla all'interno



Tra Ostia e Fiumicino sulle scene del corto di Fabio Schifino "Il cappellaio matto"

Se il mare d'inverno diventa un set

L'EVENTO

Ci vorrebbe il mare di Ostia e Fiumicino per cancellare la violenza sulle donne e ogni forma di discriminazione di genere. Ma,

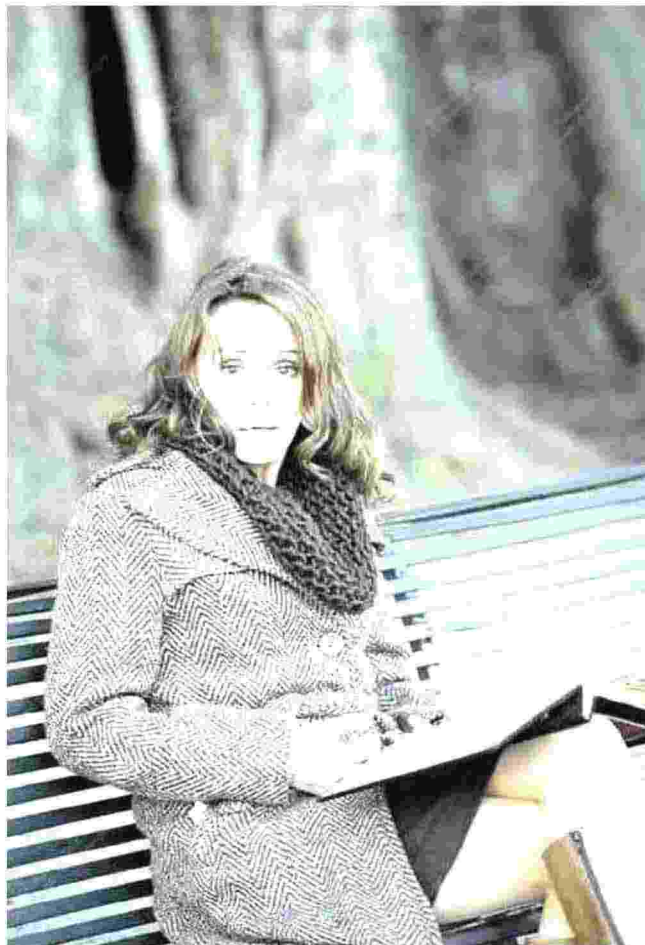
purtroppo, ad oggi non basterebbe un oceano. Quando c'è da lottare con le immagini per lanciare un messaggio di speranza, la settimana arte non si tira indietro, scende in campo e, nel rispetto delle vigenti disposizioni sanitarie, realizza in tempi da record il videoclip di "Cappellaio matto", brano del talentuoso cantautore romano **Eugenio Picchiani**, diretto dal regista **Fabio Schifino**. Il microfilm musicale è tratto dal suo cortometraggio "My Dolly" con i volti di **Pietro Angelo Siri Pozzato** e **Antonella Ponziani**, già musa del maestro **Federico Fellini** e pluripremiata interprete che nel 1993, per la pellicola "Verso Sud", ha vinto il David di Donatello alla migliore attrice protagonista.

E se Antonella su "Il bello delle donne" ne sa qualcosa, poiché ha recitato nella serie televisiva di successo andata in onda su Canale 5 nei primi anni del 2000, la bellezza trionfa anche sul set a cielo aperto del litorale laziale,

Antonella Ponziani
con la sceneggiatura
Sotto il set
al porto di Ostia
e in basso
Eugenio Picchiani



che ha ospitato le riprese fino al tramonto. Dopo aver confezionato la breve opera filmica, il cast ha preso parte sul web alla quarta edizione dell'iniziativa "L'Amore non uccide", presentata in streaming a causa dell'emergenza pandemica e organizzata dall'associazione "Priscilla" in collaborazione con la Città di Palestrina, il sindaco **Mario Moretti**, l'assessore **Lorella Federici** e **Francesca Piggianelli**, presidente di Romarteventi da sempre attenta al mondo della cultura e dello spettacolo. All'incontro nella suggestiva cittadina, dove sorge il Tempio di



quella "Dea Fortuna" tanto cara a **Ferzan Ozpetek**, ha partecipato **Anna Silvia Angelini**, presidente di "AIDE-Nettuno associazione indipendente donne europee" e autrice del libro "La violenza declinata". Poi Ponziani, ritratta mentre gira alcune scene o in pausa relax seduta su una panchina, e Schifino che, proprio per il suo impegno nel sociale, lo scorso settembre al Festival dei Corti di Ponza ha ricevuto il premio al miglior short movie con "Wings". Come nel suo stile registico, affronta tematiche di grande attualità tra cui il bullismo, il femminicidio e la disabilità. Picchiani si è esibito eseguendo il suo pezzo d'autore. Il meeting virtuale si è concluso tra gli abbracci online e a distanza, con l'augurio di programmare l'evento in presenza presso il cinema Teatro Principe di Palestrina.

Gustavo Marco Cipolla

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CHIUSA LA RASSEGNA ECCO TUTTI I VINCITORI. A PERICLE ODIERNA IL «GIANNI LENOCI» PER LA COLONNA SONORA

Il film «Sole» di Sironi vincitore del Sudestival

Al regista il premio Faro d'Argento della Città di Monopoli

Il film *Sole* di Carlo Sironi si è aggiudicato il Faro d'Argento della Città di Monopoli, prestigioso riconoscimento del 21mo Sudestival, il festival lungo un inverno, appuntamento annuale con la più recente produzione cinematografica italiana di qualità e degli esordi, che si svolge a Monopoli da gennaio a marzo e che quest'anno ha visto la sua conclusione on demand, nel mese di novembre, a causa della brusca interruzione subita lo scorso inverno legata all'emergenza Covid.

Ad attribuire il premio come miglior film è stata la Giuria Cinema composta da Maria Grazia Cucinotta (presidente) attrice e produttrice; Franco Dassisi, conduttore de *La rosa purpurea* su Radio24; Cristiana Paternò, critica cinematografica; Viviana Del Bianco, direttrice del N.I.C.E - New Italian Cinema Events; Mario Mazzarotto, produttore; Giancarlo Visitilli, docente, scrittore e giornalista; Roberto Silvestri, critico cinematografico; con la seguente motivazione: «per la narrazione asciutta ed essenziale con cui porta sullo schermo un tema delicato come la maternità surrogata, senza mai giudicare, e per lo sguardo attento con cui accompagna i due giovani protagonisti nella loro evoluzione, verso una nuova consapevolezza, attraverso un universo di sentimenti ridotti e di vite piegate in un assoluto presente».

Il festival ha inoltre consegnato i seguenti riconoscimenti. Il premio «Albergo Diffuso» per il miglior documentario del concorso Sudestival Doc., indicato dalla Giuria composta da Chiara Valenti Omero, presidente dello ShortS International Film Festival di Trieste, e composta da Mau-



LA 21MA EDIZIONE
Un frame del film vincitore del Sudestival «Sole» di Carlo Sironi

rizio Nichetti, attore, sceneggiatore, regista e produttore; Michele Sancisi, scrittore, autore e giornalista SKY, è stato assegnato a *Sono innamorato di Pippa Bacca* di Simone Manetti. La giuria ha inoltre deciso di attribuire una menzione speciale al documentario *Tony Driver* di Ascanio Petrini. Il Premio «Sguardi» è stato assegnato dalla Giuria Giovani, composta da oltre 800 studenti delle scuole di Monopoli e Conversano, all'opera prima *Nevia* di Nunzia De Stefano. Mentre la Giuria del Pubblico ha attribuito il Premio «Masseria Santa Teresa Resort» a *Picciridda - con i piedi nella sabbia* di Paolo Licata. Il film di Licata si è inoltre aggiudicato l'importante Premio Sudestival «Socially Inclusive», ovvero la sottotitolazione per i non udenti per promuovere la cultura del rispetto e dell'integrazione e consentire anche a chi ha problemi di udito di andare al cinema; infine il Premio «Gianni Lenoci» per la migliore colonna sonora. Il premio è stato riconosciuto dalla Giuria del Conservatorio di Musica Nino Rota di

Monopoli, al Maestro Pericle Odierna con la seguente motivazione: «Lieve, delicata, allusiva ma anche forte, potente, esplicita e drammatica. La colonna sonora di *Picciridda* raccoglie l'eredità della tradizione musicale italiana».

La Giuria ha assegnato anche una menzione speciale alla colonna sonora di Erika M. Anderson per il film *Mi chiedo quando ti mancherò* di Francesco Fei, «colonna sonora che sceglie la forma della discrezione, dell'understatement, della misura e della sottrazione».

A ricevere il premio Cinema Teatro Vittoria come miglior cortometraggio del concorso Sudestival in Corto è stato *Sugarlove* di Laura Luchetti.

La giuria, presieduta da Mauro Gervasini direttore editoriale di Film Tv e selezionatore della Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia ha inoltre riconosciuto una menzione speciale a *Mercurio* di Michele Bernardi. Particolarmente apprezzati la musica originale di Luca D'Alberto e il montaggio sonoro.

Torna in tv e insiste su Santelli. Centrodestra all'attacco
Il presidente Foa si dissocia: iniziativa dell'ad

La Rai si scusa con Morra Ed è di nuovo polemica «Incredibile, si dimetta»

ROMA Non rientra la protesta del centrodestra che ha deciso di disertare la commissione Antimafia. Anzi, a rafforzare la presa di posizione ieri c'è stato il ritorno sugli schermi della Rai di Nicola Morra (M5S), il presidente della commissione cui, il 20 novembre scorso, era stato inibita la partecipazione alla trasmissione di Rai 3 *Titolo V*, per le parole adoperate sulla scelta dei calabresi di votare la governatrice Jole Santelli quando era già malata oncologica. Parole che avevano indotto Lega, Forza Italia e Fratelli d'Italia a chiedere le dimissioni del presidente.

Ad accogliere il rientro di Morra è stata la trasmissione condotta da Lucia Annunziata *Mezz'ora in più* sempre su Rai 3. La giornalista ha spiegato di aver invitato il presidente dell'Antimafia comunicandolo ai vertici Rai. «Ma prima di intervistarla — ha detto — le leggo una letterina per lei da parte dei vertici... del vertice aziendale». E dice: «La Rai si scusa con il presidente Morra per le modalità con cui è stata rinviata la sua partecipazione a *Titolo V*. Si è trattato di errori dovuti alla concitazione di quelle ore».

Morra ha precisato di aver pattuito il suo rientro in Rai col direttore di rete Franco Di Mare: «Se sono qui — ha spiegato — è perché da parte mia c'è voglia di ricucire. Rimango però perplesso, la tv ha un enorme potere deformante, questa trasmissione lo dimostra, sono venuto per porre fine a un problema, per far parlare un rappresentante del Parlamento che potrebbe

anche aver sbagliato. Se poi al contrario dobbiamo tornare al processo a Nicola Morra non ci sto e posso andarmene». Sul merito della vicenda Morra ha detto di aver spiegato «anche in Aula, e il centrodestra ha ascoltato, con parole forse infelici per tanti, e di cui eventualmente mi posso scusare, che un popolo deve assumersi la responsabilità delle scelte che fa». Circa la diserzione della commissione, ha detto che «qualcosa del genere avvenne anche con Rosy Bindi presidente dell'Antimafia, FI non voleva partecipare alla commissione salvo poi ritornare. È bene avere tutte le forze parlamentari, ma il compito della commissione è procedere. Stiamo facendo interlocuzioni per riannodare il discorso».

«Interlocuzioni» che però il centrodestra ha smentito in blocco, confermando l'«Aventino» e la richiesta di dimissioni: «La Rai si scusa — attacca Mariastella Gelmini, FI — noi aspettiamo che Morra lasci». Per Matteo Salvini (Lega) le parole di Morra sono «ancora scandalose e indegne». E attacca la Rai: «Le scuse? Roba da matti». Ma non è solo il centrodestra, la polemica sulla missiva letta dall'Annunziata è anche interna a Viale Mazzini. Da ambienti vicini alla presidenza Rai (Marcello Foa) trapela che «la posizione condivisa dai vertici dell'azienda resta quella espressa in un comunicato della settimana scorsa e non erano previste né sono state concordate altre prese di posizione». Dunque la lettera è «un'iniziativa ulteriore attri-

buibile alla direzione aziendale». Insomma una presa di distanza dall'ad Fabrizio Salini, di cui si pensa che, se anche non ha scritto di suo pugno quella lettera, non poteva non conoscerla.

Antonella Baccaro

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La lettera in studio

Il messaggio dei vertici di Viale Mazzini: l'esclusione? Un errore dovuto alla concitazione



Senatore
Nicola Morra,
57 anni,
del Movimento
5 Stelle



QUALE POLITICA ECONOMICA DOPO IL COVID

Più tasse per i redditi alti per ridurre le disuguaglianze

ALFREDO ROMA
economista

Questa pandemia di Covid-19 ci ha costretto a rivedere i nostri stili di vita, ma suggerisce anche di rivedere alcuni principi della nostra politica economica.

Fino al 1983, in Italia la curva di tassazione dei redditi delle persone fisiche comprendeva dieci scaglioni di reddito e sulla parte eccedente i 550 milioni si applicava l'aliquota del 72 per cento. Questa politica era accettata da tutte le parti sociali e non impedì certo l'elevato sviluppo economico di quegli anni. Anche nel Regno Unito negli anni Settanta, durante i due shock petroliferi, la tassazione dei redditi delle persone fisiche arrivava all'aliquota dell'83 per cento sullo scaglione di reddito più alto. Nel 1982 l'imposta sul reddito delle società era del 37 per cento in Italia e 52 per cento nel Regno Unito. Da allora le teorie liberiste e conservatrici sostennero la diminuzione dell'imposizione fiscale come strumento determinante per lo sviluppo economico. È iniziata così una progressiva riduzione del carico fiscale che prevede oggi in Italia un'aliquota massima del 43 per cento sui redditi delle persone fisiche (45 per cento in Francia, Germania e Regno Unito) e un'imposta del 24 per cento sul reddito delle società (19 per cento nel Regno Unito). Questa politica ha prodotto un aumento esponenziale delle disuguaglianze sociali, perché la riduzione del carico fiscale ha favorito solo i percettori di alti redditi che sono diventati sempre più ricchi, come hanno dimostrato gli economisti Anthony At-

kinson e Thomas Piketty. Una visione miope, perché le disuguaglianze sociali sono una delle cause che impediscono la crescita economica. Il rapporto Oxfam del 2019 indica che nel 2018 26 miliardari possedevano la stessa ricchezza della metà più povera del pianeta. Nello stesso periodo in Italia il 20 per cento più ricco possedeva il 72 per cento dell'intera ricchezza nazionale. La pandemia ha accentuato questo divario.

Dopo il Covid-19

Appare dunque necessario rivedere la politica economica relativa alla distribuzione della ricchezza e del reddito. La politica fiscale è il classico strumento usato per questo scopo. In Italia si dovrebbe cominciare a rivedere la curva dell'imposizione sul reddito delle persone fisiche: si potrebbero ridurre le aliquote sui redditi più bassi e arrivare a un'aliquota del 60 per cento o 70 per cento sullo scaglione di reddito più elevato, per redditi superiori al milione di euro. Molti manager percepiscono compensi annui di oltre tre milioni di euro, quello che un normale impiegato percepisce in 75 anni di lavoro. Siamo lontani dalla regola morale di Adriano Olivetti che stabiliva che anche il dirigente più elevato non doveva guadagnare più di dieci volte l'ammontare del salario minimo. L'imposta sulle società potrebbe essere portata al 30 per cento, in Francia è già al 34 per cento.

In tutta Europa, poi, esiste un'imposta sulla prima casa. In Italia è stata abolita solo

per ragioni elettorali e sarebbe dunque il caso di ripristinarla. In Francia esiste l'Impôt sur les grandes fortunes che ha come base imponibile la ricchezza del contribuente, come in Spagna. In Italia, appena si accenna a una possibile imposta patrimoniale scoppia la rivoluzione della destra. Eppure da una recente ricerca appare che quattro italiani su cinque sono favorevoli a un'imposta patrimoniale, che potrebbe permettere una riduzione delle imposte sul lavoro. Infine occorre una razionalizzazione delle altre imposte non sul reddito, come l'imposta di successione recentemente esaminata da Vincenzo Visco.

Il debito

Tutto questo appare necessario se consideriamo il macigno del nostro debito pubblico. Buona parte del Recovery fund dovrà essere restituito e non possiamo aspettarci che sia solo lo sviluppo dell'economia post-Covid a creare i fondi necessari. Allo stesso tempo, occorre una legge (regolamento) comunitaria che fissi gli stessi sistemi e aliquote fiscali, per le persone fisiche e giuridiche validi in tutti i paesi membri, basata su un'effettiva equità redistributiva. Dovrebbero essere cancellati i paradisi fiscali europei: Lussemburgo, Olanda con le Antille Olandesi, Francia con Monaco-Montecarlo, Spagna con Andorra, Italia con San Marino, anche se quest'ultimo conta ben poco. Si porrebbe così fine all'odiosa concorrenza fiscale tra i paesi europei, che ha portato aziende come Mediaset, Fca, Ferrari e Luxottica a fissare la loro sede legale in Olanda.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

NON SONO SOLO CANZONETTE

La forza finanziaria e geopolitica del k-pop sta cambiando il mondo

MATTEO STEFANELLI

critico

Dopo la fresca nomination ai Grammy Awards per *Dynamite*, l'en plein di premi agli Mtv Video Music Awards o agli Mtv Emas, e gli ormai tre anni fra i dieci musicisti più venduti del mondo, la band Bts ha definitivamente certificato un nuovo fenomeno mainstream: la musica k-pop.

Si tratta di un filone dell'industria musicale nato in Corea del Sud che fa discutere, entusiasmare ed arrabbiare come solo il genere trap ha saputo fare negli anni Dieci. Ma la scalata al successo di questo genere è iniziata oltre vent'anni fa, con il riverberarsi del boom economico sudcoreano sull'export di contenuti. Il k-pop è stato infatti la testa di ponte della *Hallyu* ("onda coreana") che ha diffuso stili musicali, film e serie tv, brand tecnologici, campioni di e-sports e nuove forme di celebrità online. Un successo prima locale, poi asiatico e, infine, una tendenza globale.

Nel 2020 la potenza di fuoco culturale del k-pop ha però raggiunto una magnitudo straordinaria. E oggi influenza non solo musica e tv, ma persino la politica e i mercati finanziari. A metà ottobre il debutto in Borsa di Big Hit Entertainment, la casa discografica dei Bts, ha fatto schizzare le azioni oltre il doppio del prezzo di collocamento. Molti analisti finanziari sono rimasti perplessi: il 97 per cento dei ricavi dell'azienda quotata dipende dai soli Bts, ma la vita media delle band di k-pop è di 5 o 7 anni (i Bts sono attivi da 6), e per giunta il più anziano ha 27 anni, cioè rischia di lasciare la band per

i due anni di leva obbligatoria entro i 28. In Corea con il servizio militare non si scherza. Big Hit Entertainment è dunque una bolla speculativa, alimentata da fan in versione piccoli investitori? Probabile. Se non fosse che il governo di Seul sta valutando modifiche alla legge sulla leva, proprio per evitare il boomerang di indebolire la "boy band più influente del mondo".

E se parliamo di influenza del k-pop, non ci si può fermare ai Bts. La girl band coreana Blackpink si è aggiudicata il primo posto, agli inizi di novembre, nel report mensile di Bloomberg "Pop Star Power Ranking", davanti a Cardi B, Justin Bieber, Drake, Ariana Grande e agli stessi Bts, che misura l'impatto delle star musicali unendo vendite di biglietti e di album, ascolti in streaming, interazioni Instagram e visualizzazioni YouTube. Insomma, se pensate che Dua Lipa, Billie Eilish, Shawn Mendes o Snoop Dogg siano star che "contano" più delle band coreane, avete preso un granchio. La realtà dice altro: il k-pop non solo vende musica in tutto il mondo, ma è una forza culturale e sociale in grado di generare effetti politici. Durante le proteste in Thailandia contro esercito e monarchia di ottobre, guidate dagli studenti, molti si sono mobilitati grazie alla comune passione per il k-pop. Vari gruppi di fans, infatti, hanno attivato sui social raccolte fondi di decine o centinaia di migliaia di euro per finanziare l'acquisto di elmetti e visiere protettive da donare ai manifestanti, o per pa-

gare le spese legali agli attivisti arrestati.

Contro QAnon

Negli Stati Uniti, poi, lungo il 2020 i fans di k-pop ne hanno combinate di ogni: pro Black Lives Matter, contro Trump, contro QAnon. Dopo la morte di George Floyd, la polizia di Dallas aveva lanciato una discussa app di sorveglianza per invitare i cittadini a segnalare disordini e illegalità. Gruppi di fans di k-pop hanno inondato la app con video dei loro idoli, mandandola in crash e costringendo la polizia a ritirarla. E il clamoroso flop del comizio di Donald Trump a Tulsa in giugno? Congegnato da fans di k-pop, che avevano acquistato biglietti ma per lasciare sedie vuote. Il k-pop, in definitiva, pare ormai un fenomeno comparabile alle più vaste e trasversali mode culturali giovanili di sempre, dal rock negli anni Cinquanta ai videogame negli anni Ottanta. In Italia l'eco dei successi delle band e delle azioni dei fan sembra giungere ancora ovattata. Ma qualche segnale c'è: ne ha scritto a novembre persino Sorrisi & Canzoni TV. E nelle classifiche dei 100 libri più venduti è spuntato *Tutta colpa del K-pop* di Seoul Mafia (De Agostini). Sembra una favola aspirazionale: è la storia del riscatto sociale di un ragazzo di Carnate Brianza, Marco, che dopo un'adolescenza da bullizzato corona il suo sogno diventando un influencer di k-pop e, poi, un vero e proprio idol, finendo col trasferirsi a Seul. Ma è una storia vera, in bilico tra frivolezza e consapevolezza. Come è nella natura della cultura pop coreana, e non solo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

TV, LA NUOVA CODIFICA
IN FASE DI PARTENZA:
LE MODIFICHE IN ARRIVO
PER I PRIMI CANALI

PAGINA VI

Le novità Tv digitale, la rivoluzione comincia dai canali

FRANCESCO MARGIOCCO

Con l'arrivo della nuova era del digitale terrestre, che conoscerà il culmine tra l'anno prossimo e quello successivo (e che è riassunta nei riquadri qui a fianco), cambia anche la tv satellitare, che passa al nuovo standard di trasmissione Dvb-s2. Per i 6 milioni di spettatori della piattaforma satellitare Tivùsat, la fonte è Auditel, la novità può rendere necessario il cambio di decoder.

Dal 3 dicembre, i canali Nove, Dmax, Real time, Cielo, Tv8 e Tv 2000 non trasmetteranno più in "standard definition", ma solo in HD. Anche i canali K2 e Frisbee saranno visibili solo con un decoder di tipo HD o 4K. In alternativa al decoder, se la tv ha il tuner satellitare e la presa Pcmcia sul retro, basterà un modulo d'accesso condizionato o Cam, cioè una scheda che, inserita nella presa, fa la funzione del decoder. Chi oggi riceve Rai Uno HD o Cine 34,

non dovrà fare nulla. Gli altri, potranno sostituire il televisore, con un modello certificato "lativù" o "lativù 4K", oppure cambiare solo il decoder, o ancora, se hanno già una tv certificata ma un vecchio decoder, potranno acquistare la tessera Cam e inserirla nell'apposita presa formato portafogli sul retro dello schermo.

Il 18 dicembre esordiranno i 23 canali del Tg regionale Rai, per chi ha decoder o Cam, di tipo HD o 4K, e saranno visibili da tutta Italia; il 31 dicembre toccherà ai canali Mediaset digitali. Entro il 2021 molte altre emittenti trasmetteranno su Tivùsat solo in HD. «Chi opta per la tv satellitare lo fa per necessità, perché abita in zone dove non arriva il segnale digitale terrestre, o per scelta, perché il satellite ha una ricezione perfetta», dice Giuseppe Borea, membro del comitato operativo di Tivùsat. La spesa è di circa 150 euro nel caso di un decoder HD o 4K e di 109 euro per una tessera Cam.—

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La trasformazione e gli incentivi

1

Cosa succede al segnale del digitale terrestre

La banda 700 MHz, oggi usata per la trasmissione dei programmi tv sul digitale terrestre, viene ceduta alla telefonia mobile per il 5G. La tv passa a un nuovo sistema di trasmissione, Dvb-T2, e a una nuova codifica, Hevc, che consente di risparmiare banda, ma anche di ottenere migliori risultati.

2

Quando ci sarà il passaggio e in quante tappe

Dal 1° settembre '21 funzioneranno solo decoder e tv che permettano la visione in HD. Dal 21 giugno '22, tv e decoder dovranno essere di ultima generazione, dotati degli standard Dvbt-2/Hevc. Dal 30 giugno '22 le vecchie tv HD saranno adattabili, con un decoder compatibile con il nuovo standard di trasmissione.

3

Come si capisce se la tv è adeguata agli standard

Sono compatibili le tv acquistate dopo il primo gennaio 2017. Per accertarci che la tv sia pronta al primo passaggio, settembre '21, verifichiamo che sui canali da 501 a 507 si vedano da Rai 1 a La 7. Per il secondo passaggio, giugno '22, sui canali di test 100 e 200 deve vedersi la scritta "Test Hevc Main10".

4

Cos'è il bonus tv e come va richiesto

È un mini-incentivo, fino a 50 euro, per l'acquisto di un nuovo decoder, anche satellitare, o di una tv al passo con i nuovi standard trasmissivi Dvb-T2/Hevc, che saranno operativi tra il 2021 e il 2022. Si applica in forma di sconto sul prezzo del prodotto, da chiedere direttamente al venditore.

5

A chi spetta lo sconto e quali sono i requisiti

Lo sconto spetta alle famiglie con reddito Isee fino a 20 mila euro. Hanno diritto a un solo bonus per nucleo, per l'acquisto di un solo apparecchio tv o decoder. Il bonus può essere applicato anche a prodotti già scontati e anche per acquisti online, ma solo nel momento in cui si compra il prodotto.

6

Come funziona l'incentivo e quante sono le risorse

Potrà essere richiesto fino al 31 dicembre 2022, o fino alla fine delle risorse stanziato, che ammontano a 151 milioni di euro. Il modulo da compilare e consegnare al negoziante, con copia di carta d'identità e codice fiscale, è sul sito del ministero dello Sviluppo economico.

Soldi, aziende e frodi delle pubblicità con i vip che, a loro insaputa, invitano a investire in criptovalute

Dai falsi annunci ai giganti del web Chi guadagna con la truffa dei Bitcoin

IL CASO

Lorenzo Bagnoli
Lorenzo Bodrero
Gianluca Paolucci

«**I**mprenditore e dirigente sportivo italiano, Flavio Briatore si è fatto un nome grazie alla sua capacità di parlare senza peli sulla lingua, e non ha paura di svelare come guadagna i soldi. La scorsa settimana è stato ospite di Pomeriggio Cinque, ed ha annunciato una nuova "scappatoia della ricchezza" che, a parer suo, può far diventare milionario chiunque, nel giro di 3-4 mesi Briatore ha consigliato a tutti gli italiani di approfittare di questa incredibile opportunità, prima che le grandi banche la blocchino per sempre». È il testo di un articolo reperibile in rete che invita a investire in Bitcoin. Ed è tutto falso, ovviamente. Briatore non ha parlato di Bitcoin, non ne ha parlato dalla D'Urso, nessuna banca ha fatto nulla per bloccare tutto questo. Perché è una truffa, punto. Se non che con questa truffa si muovono decine di milioni di dollari che vanno a oscure società di «marketing digitale» e fino ai colossi come Google e Facebook. E qualcuno milionario c'è diventato davvero: i truffatori.

Gli annunci compaiono come articoli veri e propri in fondo alle home page di siti d'informazione o nelle pubblicità di pagine Facebook. Il testo è pressoché identico ma cambia il personaggio famoso: Giovanotti, Barbara D'Urso, Federica Panicucci, Flavio Briatore e svariati altri. L'annuncio si adatta al pubblico dei va-

ri paesi: in Gran Bretagna ad esempio vanno molto forte la cantante Adele e la stella del Manchester United e della nazionale inglese Marcus Rashford. Mediaset ha presentato una denuncia al tribunale di Milano per lo sfruttamento indebito dei propri programmi - come Pomeriggio Cinque o il sito TgCom24 - e per la tutela dei personaggi sotto contratto. La procura di Milano ha chiesto l'archiviazione, sostenendo tra le altre cose che, in sostanza, se investi in bitcoin ci sta che perdi soldi e che è pressoché impossibile capire dove vadano. Una lunga indagine condotta da una serie di testate internazionali coordinate dalla testata svedese Dn e dal consorzio Occrp - per l'Italia La Stampa e IrpiMedia - ha però dimostrato che con questo schema delle false pubblicità sono stati truffati cittadini di almeno 50 paesi.

Nel marzo scorso, un pool di testate internazionali ha pubblicato «La Fabbrica delle frodi», una inchiesta sulle attività di una rete di call center facenti capo a Milton group che proponevano falsi investimenti a ignari risparmiatori, anche italiani. Dopo quell'inchiesta i colleghi del Dagens Nyheter sono entrati in possesso di un nuovo database, condiviso con IrpiMedia, con 800 mila false sponsorizzazioni, 15 mila delle quali aventi per oggetto bot di trading con testimonial famosi in tutto il mondo, in undici lingue diverse. Le ha prodotte una società americana: AdsInc.

Sede a San Diego, AdsInc. è stata fondata nel 2015 da Asher Burke, personaggio carismatico e affascinante, con un passato da direttore politico del partito Repubblicano

nella città californiana. La start-up del marketing prometteva ai propri clienti soluzioni per ottenere vertiginosi volumi di traffico on-line. In realtà l'azienda, specializzata in pubblicità su Facebook, fatturava milioni di dollari con pagine pubblicitarie che spesso nascondevano vere e proprie truffe.

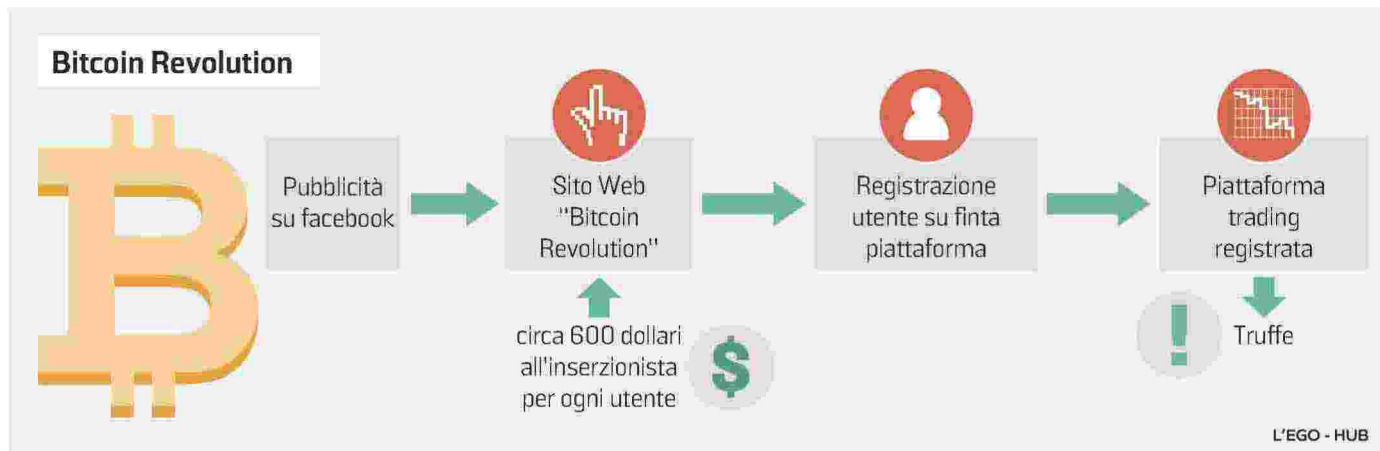
Da sola, secondo quanto ricostruito, AdsInc ha investito oltre 50 milioni di dollari in pubblicità su Facebook con protagoniste inconsapevoli celebrità, per «intrappolare» clienti promuovendo pillole contro le disfunzioni erettili, creme per la pelle o investimenti finanziari. I potenziali clienti venivano spinti a lasciare i dati della carta di credito per pagare le spese di spedizione o per una «prova gratuita», trovandosi poi coinvolti in dispendiosi abbonamenti mensili. Documenti interni ad AdsInc ottenuti da Buzzfeed - uno dei partner di questa inchiesta - mostrano che le criptovalute sono lo strumento più remunerativo dal 2019. Di 17 «robot» sponsorizzati, almeno dieci sono stati segnalati da diverse autorità di vigilanza delle Borse nel mondo tra cui la Consob in Italia. AdsInc. ha annunciato la chiusura a fine 2019 ma la società ha continuato a operare, tanto che il database oggetto di questa inchiesta contiene ancora pagine pubblicitarie costruite da AdsInc.

Il trading online, in particolare via bitcoin, è un settore in cui il mercato pubblicitario è diventato sempre più virale a seguito del tentativo di allargare il bacino di utenza anche a non addetti ai lavori attraverso sistemi programmati per investire in automatico. Le pagine di pubblicità ingan-

nevole, infatti, sponsorizzano questi software con la promessa risultati strabilianti e garantiti. Robot che si chiamano «bitcoin evolution», «bitcoin revolution», «bitcoin trader», «bitcoin era», «bitcoin code», «bitcoin future» e l'elenco potrebbe andare avanti a lungo. Questi siti pubblicitari, di solito di una pagina sola e con pochissime informazioni rispetto alla proprietà, funzionano come un amo con il quale pescare nuovi clienti, attratti dalla promessa di guadagni assicurati anche per i principianti. Lo step successivo alla registrazione è cominciare a lavorare su vere piattaforme di trading dove utilizzare il rivoluzionario sistema d'investimenti automatico. Spesso in queste piattaforme i broker offrono la possibilità di investire online sia «manualmente», in modo tradizionale, sia appunto attraverso i software per principianti. Il portavoce di Facebook Rob Leathern, interpellato, ha spiegato che l'azienda «ha preso il problema seriamente»: ha intentato azioni legali «contro individui che svolgono operazioni del genere» e, in linea con quanto previsto dalla legge, ha condiviso informazioni per rintracciarli con forze di polizia e autorità di vigilanza delle Borse. L'azienda ha anche smascherato alcune tecniche usate dai truffatori, come il cloaking, ossia l'occultamento: un modo per rendere invisibile il link di destinazione a cui porta la pubblicità. Di nuovo, pioniera è stata AdsInc. —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La pubblicità ingannevole propone l'investimento manuale o via app



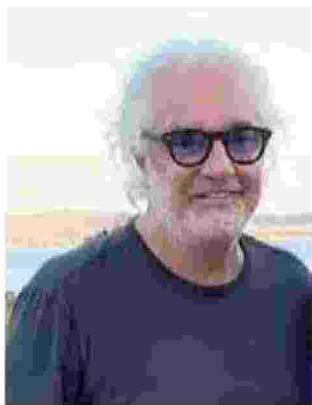
50
I Paesi coinvolti dalle truffe online dei bitcoin per l'inchiesta di Dn e consorzio Occrp

TESTIMONIAL INVOLONTARI

50mln
Di dollari investiti dalla AdsInc. in pubblicità su Facebook: protagonisti vip ignari

17
I «robot» truffa sponsorizzati, 10 sono stati segnalati da varie Autorità di vigilanza

1
Anno fa AdsInc. ha annunciato la chiusura, ma la società ha continuato ad operare



Flavio Briatore, 70 anni, è un imprenditore. E' a capo del Gruppo internazionale Billionaire Life



Jovanotti è il nome con cui Lorenzo Cherubini, cantante e autore, è noto nello show business



Adele Laurie Blue Adkins, nota in tutto il mondo come Adele, è una cantautrice britannica



Barbara D'Urso, conduttrice di punta e volto Mediaset del pomeriggio e della domenica sera



Federica Panicucci, 53 anni, è una conduttrice televisiva e conduttrice radiofonica italiana



Su Rai 5 un documentario svela i segreti di Tarzan il primo di tutti i supereroi



La straordinaria storia di Tarzan, una delle figure più iconiche della narrativa popolare, che catturò l'immaginazione del pubblico di tutto il mondo e di tutte le età. La racconta il documentario «Tarzan, l'uomo dietro l'immagine», in

onda questa sera alle 19.30 su Rai5. Dopo la comparsa di Tarzan nel 1912 su una rivista pulp americana, il personaggio letterario di Edgar Rice Burroughs diventò uno dei personaggi più significativi della cultura popolare del XX secolo e il primo supe-

roero per antonomasia. Pubblicata in oltre 20 romanzi e tradotta in più di 50 lingue, la storia del ragazzo selvaggio cresciuto dalle scimmie fu un successo immediato e dette vita a programmi radiofonici, fumetti, serie tv e innumerevoli film.



«Vinilici», un documentario racconta i «malati» dei 33 giri

di PAOLO BIAMONTE

È difficile riassumere gli elementi del rapporto che lega l'appassionato al vinile. Un appassionato può essere considerato tale solo se ha migliaia di pezzi e, nei casi più seri, decine di migliaia, l'ingombro si misura in metri lineari e trovare metri liberi da riempire in una casa non è facile. Forse, per capire meglio, ci potrebbe aiutare una domanda: cosa spinge le persone colpite da questo furor a condizionare la propria esistenza per trovare spazio a un oggetto molto esigente che ha bisogno di mensole fatte a misura, è pesante, delicato? È una passione divorante che spinge a spendere denaro e che è alimentata da una strana socialità che ha la sua agorà nei negozi specializzati, dove si sono formate generazioni di addetti ai lavori. È probabilmente questa passione che ha fatto del vinile un caso industriale: dopo l'invenzione e la relativa immisione sul mercato del Cd era stato celebrato il suo de profundis.



MUSICA Dischi in vinile

Oggi, nell'era del consumo immateriale della musica, il Cd sta per andare in pensione mentre il vinile continua ad occupare una solida posizione di mer-

cato. Alla storia di questa passione è dedicato *Vinilici - perché il vinile ama la musica*, il primo docufilm italiano sull'argomento. Realizzato con un'operazione di crowdfunding, è nato da un'idea di Nicola Iuppariello ed è stato scritto con Vincenzo Russo e diretto dal regista Fulvio Iannucci.

Sarà disponibile in esclusiva sulla piattaforma Amazon Prime Video a partire dal prossimo 3 dicembre, distribuito da 102 Distribution. *Vinilici* vuole indagare il ritrovato interesse per la musica su vinile in Italia. I dischi in vinile, infatti, non sono più acquistati solo dai collezionisti ma anche da una nuova e più ampia schiera di appassionati di diverse età. Attualmente il vinile corrisponde al 6% del mercato totale. La crescita totale dal 2012 è pari al +330% (fonte: FIMI).

Il film parte da Napoli, originaria capitale della musica e del disco in Italia. E non è un caso: la Phonotype Record, fondata a Napoli agli inizi del '900, è tra le prime case discografiche al mondo ad avere un autonomo stabilimento per la fabbricazione di dischi

Non si tratta di un progetto tecnico ma di un vero e proprio atto d'amore vissuto attraverso alcuni personaggi colpiti, anche per motivi professionali, da questa dipendenza, tra i quali Renzo Arbore, Carlo Verdone, Mogol, Ron, Red Ronnie, Claudio Trotta. Ma soprattutto questo docufilm punterà ancora una volta la luce su uno degli oggetti più evocativi della nostra storia recente: le copertine, l'odore, il fruscio, la memoria, la profondità e l'ampiezza di suono che il digitale non ha mai raggiunto.



Bee Gees Il 14 dicembre il docufilm sulla band simbolo della disco music

FULVIA CAPRARA - P. 20

Il documentario sulla band simbolo della disco music

Bee Gees fever

Tre fratelli nel mito

Quando il successo nasce in famiglia

L'ANTEPRIMA

FULVIA CAPRARA

Oltre gli accordi ritmati di una musica che ha segnato epoche diverse, oltre i numeri straordinari del successo, tra vendite e posizioni nelle classifiche degli hit, oltre le esibizioni davanti a folle oceaniche, oltre i look sgargianti, camicie a sbuffo, giubbotti luminescenti, pantaloni a zampa d'elefante, c'è, nella storia dei «Bee Gees», una qualità unica che riguarda i legami parentali, il loro essere, prima di tutto, fratelli, uniti da una solidarietà di affetti capace di reggere l'impatto della popolarità travolgente, ma anche quello delle tragedie esistenziali, delle perdite, delle dipendenze, delle morti improvvise. Guidati da questa visione, il regista Frank Marshall e il produttore Nigel Sinclair hanno realizzato *The Bee Gees: How can you mend a broken heart*, il documentario che ricostruisce

la vicenda della band formata da Barry, Robin e Maurice Gibb, artisti cruciali nella storia del pop e della disco music, nati nell'isola di Man, cresciuti a Manchester e poi emigrati in Australia, a Brisbane, alla fine degli Anni '50: «La ragione principale che ci ha spinti a realizzare il film - spiega Sinclair nell'intervista via Zoom - è stata proprio la volontà di ricostruire il percorso di una famiglia che, tra alti e bassi, accordi e disaccordi, è riuscita a stare insieme fino alla fine».

La scomparsa di Maurice, nel 2003, seguita da quella di Robin, nel 2012, chiude l'attività del gruppo che aveva deciso di chiamarsi «Brother's Gibb» e che, dalla contrazione di quelle iniziali, aveva poi tratto il nome definitivo: «Abbiamo seguito il loro viaggio alla scoperta di se stessi, scoprendo ogni giorno cose nuove. A differenza dei film, in cui tutto è previsto e scritto nelle sceneggiature, i documentari offrono occasioni di libertà illimitata».

L'unico dei fratelli tuttora in vita è Barry, classe 1946: «Come

tante altre persone nel mondo - spiega Frank Marshall - ho amato da sempre la musica dei "Bee Gees", ma solo quando, 3 anni fa, ho incontrato per la prima volta Barry, ho capito fino in fondo le ragioni che li hanno resi unici, il loro istinto creativo, il loro umorismo, la forza della loro unione. Sono sempre attratto dai soggetti interessanti e questo, indubbiamente, lo era». Gli interrogativi di fondo riguardavano la longevità dei «Bee Gees», la capacità di resistere alle mode, il miracolo dei celebri falsetti, i brani orecchiabili al primo ascolto: «Volevamo raccontare come mai le canzoni di questo gruppo sono riuscite a restare per tanto tempo nel cuore di tutti. Il talento di Barry, Maurice e Robin ha avuto un impatto straordinario in tutti i Paesi del mondo, per oltre 50 anni, e la loro eredità influenzerà le generazioni a venire».

Foto dei fratelli ragazzini e poi adolescenti, delle prime esibizioni, dei fan in estasi, dei titoli enormi sui giornali, di atterraggi trionfali negli aeroporti del mondo, scandiscono la cro-

naca delle tappe salienti. Dopo *I started a joke*, del '69, dopo *Best of Bee Gees*, Robin sceglie di imboccare la strada di una carriera solitaria, ma il periodo di separazione non giova a nessuno dei fratelli e il trionfo arriva di nuovo solo nel '71, con il singolo che dà il nome al film: «È il mio brano preferito - dice Nigel Sinclair - quello che testimonia il desiderio di ritrovarsi e che, proprio per questo, è diventato famosissimo».

Nel '77 i passi dei «Bee Gees» s'intrecciano con quelli di John Travolta che, sulle note della loro colonna sonora, volteggia nella *Febbre del sabato sera*, regia di John Badham. Il film fenomeno lancia il divo, scatenando un entusiasmo contagioso, in ogni angolo del pianeta. Le sale cinematografiche si trasformano in discoteche e gli spettatori, mentre seguono sullo schermo l'epopea di riscatto di Tony Manero, si alzano per ballare seguendo i ritmi di *Stay in Alive*, *Night Fever*, *More than a woman*. Le musiche vennero pubblicate il 10 dicembre, una settimana prima dell'uscita del-

la pellicola, l'album scalò immediatamente le classifiche musicali, fino a conquistare, negli Usa, la vetta della «Billboard 200», dove rimase per 24 settimane consecutive, per poi diventare il disco più venduto dell'anno in diversi Paesi, tra cui Italia, e occupare la prima posizione nelle classifiche di più di 30 nazioni. Un'affermazione che quasi stupì gli stessi artefici: «il "blend" delle loro voci e dei loro testi - osserva Marshall - era unico, capace di stabilire una connessione diretta con il pubblico e di trascendere le epoche». In *Bee Gees How can you mend a broken heart* (in versione originale sottotitolata dal 14 dicembre sulle piattaforme Prime Video, Apple Tv e Google Play) sfilano le testimonianze celebri di Eric Clapton, Mark Ronson, Noel Gallagher, Chris Martin, Justin Timberlake, tutti interrogati sulle ragioni di una persistenza così ampia e trasversale: «In genere i gruppi musicali formati da fratelli - riflette Nigel Sinclair - non vanno avanti per molto tempo, a un certo punto si sciolgono. I "Bee Gees", invece, hanno continuato a lavorare insieme e questo rende irripetibile la loro avventura umana». —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Dal 14 dicembre
su Prime Video,
Apple Tv
e Google Play**

L'ALBUM



Lady D.

Lady D. era una grande fan del gruppo. Indimenticabile il ballo con John Travolta sulle note di *Night Fever* nell'85 alla Casa Bianca.



Il mega tour

Al mega tour Usa del '79 si contrappose la *Disco Demolition Night*, raduno di hater della disco music guidati a Chicago dal dj Steve Dahl.

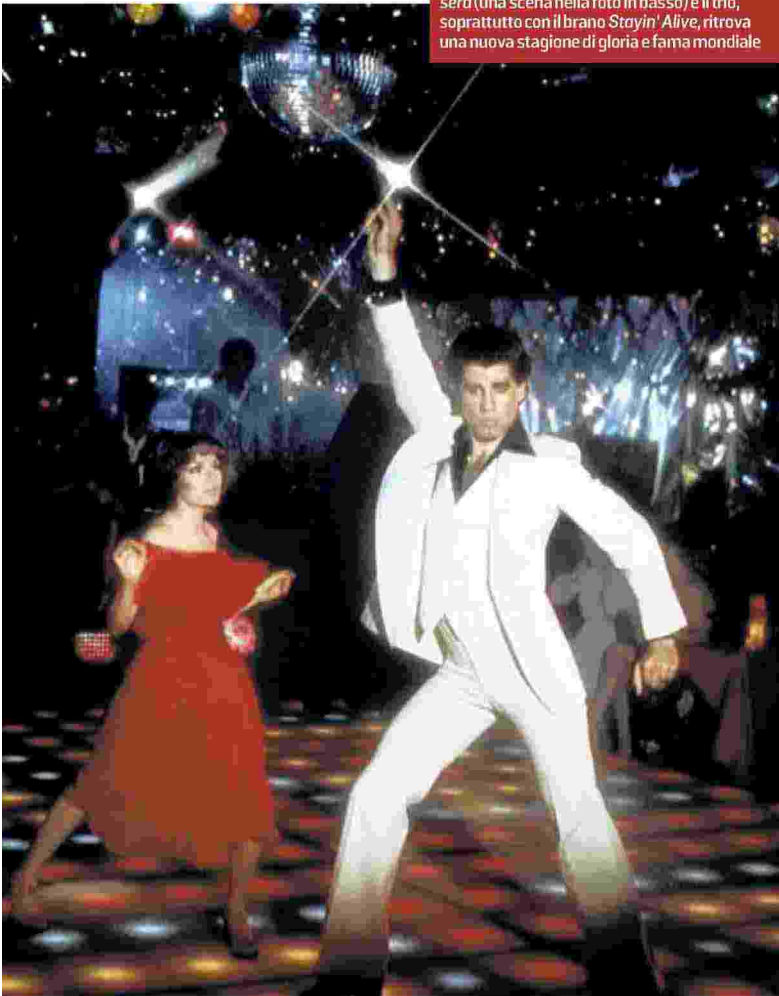


La Streisand

Barbra Streisand e Barry Gibb, duettarono il brano *Guilty* scritto dai tre Bee Gees. Nell'81 la canzone vinse un Grammy Award.



I Bee Gees in uno scatto del 1977, anno che farà di loro il gruppo vocale più venduto dopo i Beatles. Esce il film *La febbre del sabato sera* (una scena nella foto in basso) e il trio, soprattutto con il brano *Stayin' Alive*, ritrova una nuova stagione di gloria e fama mondiale



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

SONY CONTRO MICROSOFT IL GIOCO SI FA DURO

Playstation 5 o Xbox Series X, l'ultima sfida. Ma mancano ancora i videogame

di Massimo Triulzi

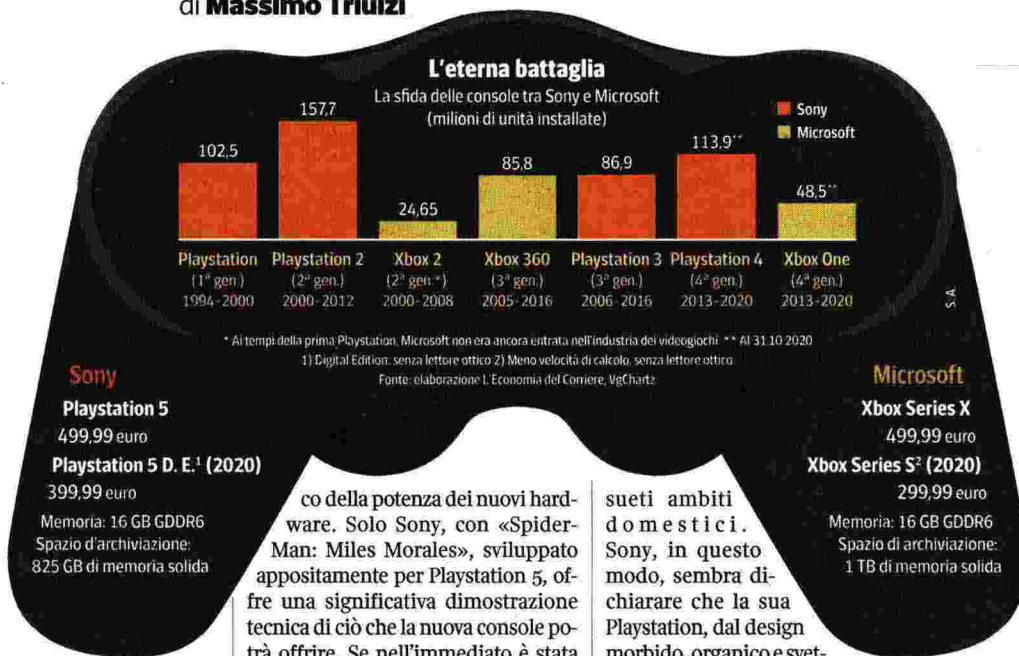
Sarà per lo stato di emergenza sanitaria planetaria, ma il lancio delle Playstation 5 e Xbox Series X, le console che ci accompagneranno almeno per i prossimi cinque anni, si è rivelato atipico. Esaurite entrambe già prima della data di lancio — lo scorso 10 novembre per Xbox e il 19 per Playstation — perché tutte prenotate e prodotte con il contagocce a causa del Covid, torneranno disponibili prima delle festività natalizie. Ma questa volta la classica sfida tra Sony e Microsoft potrebbe essere l'ultima, almeno per le console di videogiochi così come le abbiamo conosciute sino a oggi. Perché per la prima volta entrambe le macchine sono disponibili in due versioni, l'una dotata e l'altra priva del consueto lettore ottico.

I contenuti

Questo prepara il campo all'inevitabile futuro in cui il supporto fisico sarà soppiantato dal download dei contenuti e dallo streaming. Il passaggio generazionale dei videogiochi si è fatto più sottile per il grande pubblico e avvertibile solo dagli appassionati. Se il salto tra la prima e la seconda generazione di Playstation faceva gridare al miracolo per le evidenti differenze nella veste grafica, oggi serve un occhio allenato unito a un televisore di ultima generazione (almeno 4K con tecnologia Hdr) per accorgersi delle differenze tra vecchio e nuovo.

Differenze che non riguardano solo la spettacolarità delle immagini, oggi ancora più realistiche con la tecnologia Ray Tracing, ma anche il consentire agli sviluppatori di creare videogiochi più complessi, governati da intelligenze artificiali ancora più brillanti.

Questi giochi, però, ancora non ci sono. Il catalogo dei titoli che accompagna il lancio delle nuove console si limita a un elenco di videogiochi sviluppati per la precedente generazione e solo ottimizzati per sfruttare un pizzi-



Una punta sull'estetica e sul joypad emozionale, l'altra sulla sobrietà e sul servizio di abbonamento al catalogo

co della potenza dei nuovi hardware. Solo Sony, con «Spider-Man: Miles Morales», sviluppato appositamente per Playstation 5, offre una significativa dimostrazione tecnica di ciò che la nuova console potrà offrire. Se nell'immediato è stata privilegiata la piena compatibilità con i titoli del passato, i giochi davvero nuovi arriveranno lentamente.

Le differenze

Playstation 5 e Xbox Series X si possono definire alla pari per velocità e potenza di calcolo. Hanno entrambe enormi potenzialità, ma rivelano grandi differenze per filosofia costruttiva.

Playstation 5 — oltre all'innegabile vantaggio del nome, che è divenuto sinonimo di console e trova più supporto tra gli sviluppatori di terze parti — vanta un notevole valore aggiunto nel nuovo joypad. Il Dual Sense è infatti un piccolo prodigio tecnologico per la sua unica capacità di completare, con suoni e vibrazioni, il processo di immedesimazione che il giocatore compie con l'alter ego sullo schermo.

Sul fronte estetico, ha fatto discutere la scelta di Sony di sviluppare una console bianca e grande, tanto da rendere difficoltoso l'inserimento nei con-

sueti ambiti domestici. Sony, in questo modo, sembra dichiarare che la sua Playstation, dal design morbido, organico e svettante, non debba più mimetizzarsi in casa bensì meritare piena identità.

Scelta diversa per la nuova Xbox, dalla più tradizionale, e pur piacevole, linea: un parallelepipedo nero, quintessenza di sobrietà e potenza, facile da inserire in qualunque contesto domestico senza innescare litigi familiari.

Al centro delle strategie di Microsoft, ed enorme punto di forza della sua console, è il Game Pass, un servizio di fruizione di videogiochi in abbonamento mensile (12,99 euro) che dimostra di aver raggiunto oggi una piena maturità, con un catalogo di titoli davvero fornito, alla stregua di un Netflix dei videogiochi. Una via che Playstation non vede (ancora) di buon occhio.

Sullo sfondo, Nintendo continua nella sua collaudata strada solitaria, privilegiando i contenuti alla tecnologia: decide di non seguire il passaggio generazionale dei rivali, prolungando a tempo indeterminato la fortunata carriera della console Switch.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Sony

Playstation 5

499,99 euro

Playstation 5 D. E.¹ (2020)

399,99 euro

Memoria: 16 GB GDDR6

Spazio d'archiviazione:

825 GB di memoria solida

Microsoft

Xbox Series X

499,99 euro

Xbox Series S² (2020)

299,99 euro

Memoria: 16 GB GDDR6

Spazio di archiviazione:

1 TB di memoria solida

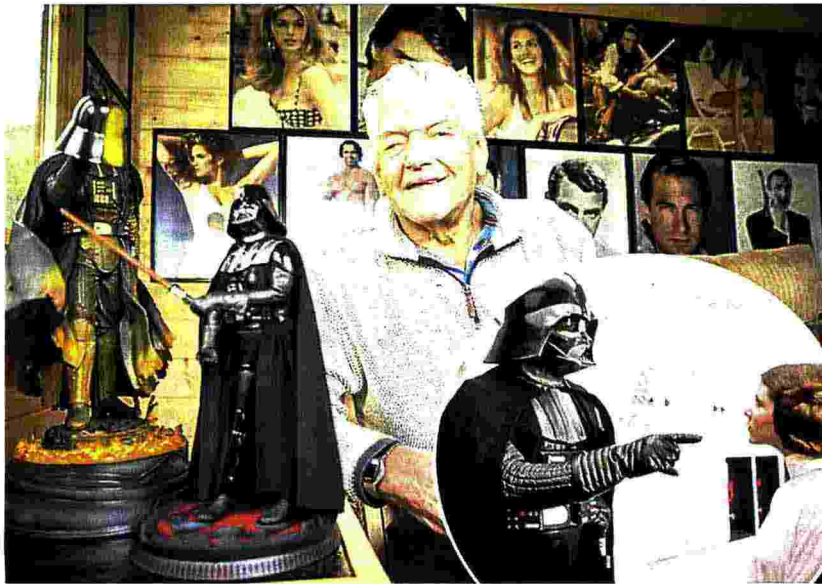
David e gli altri, il successo sotto la maschera

Muore a 85 anni Prowse. Interpretò il cattivo Darth Vader nella prima trilogia di Star Wars: ma nessuno ha mai visto il suo viso

di Giovanni Bogani

È scomparso ieri David Prowse, gigante di 85 anni e di due metri, ex campione di sollevamento pesi, nominato membro dell'ordine dell'Impero britannico dalla regina Elisabetta. Il nome magari non vi dice molto, e avete ragione. Ma basta dire Dart Fener, ovvero Darth Vader, nella trilogia originale di *Guerre stellari*, e tutto cambia. Era lui l'uomo dietro la maschera di Dart. C'è un video, su Youtube, della sua vestizione: il truccatore, George Lucas, il costumista intorno a lui, che pazientemente si fa mettere addosso la maschera, l'elmo e si trasforma in uno dei più grandi cattivi della storia del cinema. Tutto grazie a quella maschera.

Una vita ruvida, la sua. Nato a Bristol nel luglio 1935; famiglia proletaria, il padre mai conosciuto. Fame, tanta. E allora, se sei alto un metro e novantatré, vai a fare anche il sollevamento pesi. E diventi il campione britannico per tre anni di fila, dal 1962 al 1964. Poi finisci a fare piccole parti nei film, anche uno di Tinto Brass, e anche *Arancia meccanica* di Stanley Kubrick. Sono gli anni '70, il gigante di Bristol continua a fare body building, diventa amico di Arnold Schwarzenegger. E finisce che, sperando di portare a casa due soldi, vai ai provini per *Guerre stellari*, e George Lucas ti sceglie. Ma ti condannerà a non essere mai visibile. Nella vicenda



L'attore David Prowse, celebre per il suo ruolo dietro la maschera di Darth Vader in *Guerre Stellari*

del film, la maschera serve a Darth Vader perché è stato gettato tra le fiamme da Obi Wan, e deve nascondere le sue deformità. **Ci sono** artisti che, praticamente, non abbiamo mai visto in faccia. Hugo Weaving, protagonista di *V per vendetta*: il suo viso non si vede per tutta la durata del film. Ma anche Jackie Earle Hales con la maschera di laticce che contiene un liquido nero in *Watchmen*. O Richard Brooker con la maschera da portiere di hockey su ghiaccio, che compare dal terzo film della saga *Venerdì 13*; o Tim Curry che diventa il clown più spaventoso di sempre, ovvero Pennywise, in *It*. E chi riconosce Andy Serkis, alias Gollum, nella trilogia del *Signore degli anelli*? Non è una maschera vera e propria, la sua, ma un personaggio creato in

computer grafica ma modellato sui movimenti reali di un attore. La maschera del futuro. **Maschere**. Zorro, Pulcinella, Arlecchino, il carnevale, la Commedia dell'arte, gli amanti di Magritte. La maschera che portavano gli attori nel teatro antico. Serviva a far risuonare meglio la voce. Ma serviva anche a indicare che quello, proprio lui, era l'attore: «Ha la maschera, sta recitando». La maschera teatrale, che in latino si chiamava «perso-

DESTINO COMUNE
Sono tanti gli artisti andati in scena con le sembianze di altri Da Belfagor a Gollum

na». Come il titolo di uno dei film più belli di Bergman, con Liv Ullman attrice di teatro, che si maschera dietro un silenzio assoluto. Non parla per tutto il film, e quel silenzio riesce a turbare, a intrigare, persino a ingannare. *Persona* è il nome di quel film.

Maschere dovunque. Le maschere geniali dei protagonisti di *Point Break* di Kathryn Bigelow, che rapinano le banche indossando le maschere di quattro presidenti americani: Johnson, Nixon, Carter e Reagan. Gioco imitato da Aldo, Giovanni e Giacomo in *Tre uomini e una gamba*, con loro che tentano una maldestra rapina con le maschere di quattro presidenti italiani, da Scalfaro a Cossiga.

C'è un film che porta la maschera nel titolo, *The Mask*, dove Jim Carrey è il timido impiegato che, con la maschera, perde le sue inibizioni. Ne *La maschera di ferro*, nella Francia del Seicento Leonardo DiCaprio è il fratello gemello del sovrano, ed è costretto a celare il proprio volto. Maschere buone, maschere cattive. Quella che imprigiona il viso di Hannibal the Cannibal, sottolineandone la mostruosa pericolosità. La maschera di *Belfagor*, dal film di Desfontaines del 1927 alla serie tv anni '60. La Ghostface di *Scream*, ispirata all'Urlo di Edvard Munch. Quella di Tom Cruise in una cerimonia esoterica e densa di minaccia, nella scena più inquietante di *Eyes Wide Shut* di Kubrick.

Il cinema è un enorme ballo in maschera, e David Prowse ne è stato in qualche modo il simbolo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

SKYWALKER SENZA CASCO

Appare solo due volte Ma il volto di Prowse è stato sostituito da quello di un collega

Earl Haley - Freddy Krueger
'A Nightmare on Elm Street' (2010)



È lui ad aver prestato il volto a Freddy Krueger nel remake di *A Nightmare on Elm Street* (2010). I produttori avevano deciso di non riproporre nel ruolo dell'assassino artigliato Robert Englund, ma di puntare sul Rorschach di *Watchmen*, diretto dal Samuel Bayer

Hugo Weaving - V
'V per Vendetta' (2005)



La maschera stilizzata con un volto bianco, un sorriso beffardo, le guance rosse, i baffi all'insù e un sottile pizzico, per V: è il protagonista della serie a fumetti *V per Vendetta* di Alan Moore e del film del 2005 di James McTeigue con Hugo Weaving.

Chris Sullivan - Taserface
'I guardiani della galassia' (2017)



Taserface è un personaggio immaginario che appare nei fumetti americani pubblicati dalla Marvel Comics e arrivano al cinema con *I guardiani della galassia*. Nel Vol. 2 è Chris Sullivan, attore e musicista quarantenne, a celarsi dietro la maschera.

Andy Serkis - Gollum
'Il Signore degli Anelli' (2001-2003)



«Mio tessoro»: ha terrorizzato una generazione Andy Serkis, pur non facendosi mai vedere. Dietro al personaggio di Gollum/Sméagol nella trilogia cinematografica del *Signore degli Anelli*, si nascondono infatti volto e corpo dell'attore e regista britannico (56 anni)

Bill Skarsgård - Pennywise
Clown nell'horror 'It' (2017)



Il giovane attore svedese è il protagonista dell'adattamento per il grande schermo del romanzo di Stephen King, diretto da Andrés Muschietti. Nei panni di Pennywise, il clown terrorizza i bambini dell'immaginaria città di Derry della miniserie tv anni '90

Chailly: la mia «prima»

«Tre lunghe ore per la tv, mancheranno gli applausi
Le prove? Schema di arrivi e partenze per 24 star»

MILANO Maestro Riccardo Chailly, lei è il primo, e resterà forse l'unico, a dirigere un 7 dicembre con la Scala a porte chiuse. Sarà un racconto musicale di tre ore, trasmesso da Raiuno dalle 17. Che effetto le fa?

«Debutto, per la prima volta, senza pubblico e non so proprio come possa essere. Forse sarà simile a quanto avviene in sala di incisione. Solo che qui c'è un progetto narrativo e visivo, con 24 cantanti. Il regista Davide Livermore si muove in maniera creativa e comprende bene le potenzialità del teatro. Sarà qualcosa di assolutamente inedito».

Sarà meno stressante senza pubblico?

«Non credo. Anzi, abbiamo la consapevolezza di eseguire per il mondo intero. La Rai ha già avanzato collaborazioni in merito. Mancherà il momento, emotivamente forte, di misurarsi con l'intensità degli applausi. Non ci sarà feedback, rimarremo come sospesi».

Cosa cambia a dirigere per la tv e con il distanziamento?

«Con le aperture della Scala in autunno abbiamo sperimentato il distanziamento tra musicisti, che va contro l'utilità dell'ascolto tra colleghi. Dal podio, io guarderò la sala ver-

so il Palco reale e l'azione scenica con i cantanti avverrà alle mie spalle. È uno stato di emergenza, non confortevole. Ci vuole applicazione collettiva e il rischio è alto perché un musicista è abituato a fare musica insieme».

Dove disporrà orchestra e coro?

«L'orchestra occuperà metà platea e sarà disposta su una grande piattaforma. Il coro sarà nei palchi. Ci sarà un collegamento con il ballo, che sarà diretto da Michele Gamba, un'opportunità per un giovane milanese che ha già diretto alla Scala. Era impossibile fare contemporaneamente le prove di balletto e delle arie».

Si apre con «Rigoletto» e si chiude con «Guglielmo Tell»: in tutto 8 compositori e 33 brani...

«Serata corposa, in totale 15 titoli di opera. Ci siamo assunti un'importante responsabilità per un unicum che spero resti tale. Attraversiamo un secolo di musica per arrivare al brano di Rossini che dà significato alla serata. Ecco il testo: "Tutto cangia, il ciel s'abbella / L'aria è pura, il dì raggiante... Quel contenuto che in me sento / non può l'anima spiegar". Si conclude con un Do maggiore, la tonalità più raggiante che esista. È

l'idea di liberazione che tutti speriamo».

La sigla sarà «Io son l'umile ancella», una registrazione cantata da Mirella Freni.

«La regia darà una visione molto figurativa sulla musica cantata dalla Freni. Poi ci sarà l'Inno di Mameli e il Preludio di Rigoletto con tema la maledizione».

Il secondo brano sinfonico?

«Il Preludio di Carmen. La serata non è un susseguirsi di romanze, ma micropassaggi di opere incastonati in un percorso».

Con tanti cantanti come si fanno le prove?

«C'è uno schema che fa impressione, come un orario dei treni, arrivi e partenze. Tutto è calcolato con minutaggio. Proveremo con i solisti e con l'orchestra».

La tv sta cambiando i cantanti?

«Per loro, recitare è diventato un fatto naturale. A me piace questo discorso evolutivo della regia se garantisce il rispetto della musica. Bisogna cercare insieme la soluzione, non ci devono essere condizionamenti interpretativi».

Balletti e registrazioni romperanno il ritmo?

«Non credo. Ci sarà un sen-

so unitario con brevissimi interventi parlati».

Veniamo ai rimpianti: prima è saltata la «Salome» con Michieletto ora la «Lucia di Lammermoor» con Kokkos.

«La Salome è stata interrotta addirittura alla prima prova di insieme; la Lucia dopo due settimane di prove di regia. Spero siano recuperate».

Saltate anche le sinfonie del progetto Beethoven e la «Sonata tritematica» per l'anniversario di suo padre.

«Per il brano di mio padre sarebbe stata prima esecuzione assoluta. Beethoven siamo a tre quarti, mancano la Prima e Sesta sinfonia. Le recuperemo con la Filarmonica».

Il Covid cambierà la fruizione musicale?

«Mi auguro che tutto ritorni come prima, ma con la consapevolezza che ciò sarà un privilegio. L'avanzamento tecnologico sia solo un accrescimento. La presenza è imprescindibile. Questo in corso è solo un adattamento che si sta trasformando in un incubo».

A dicembre la Scala ha tre appuntamenti, poi?

«Abbiamo programmato tante volte, ma non riusciamo ad annunciare nulla, non so quando potremo andare oltre le ipotesi».

Pierluigi Panza

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Emergenza

L'azione scenica con i cantanti avverrà alle mie spalle. È uno stato di emergenza

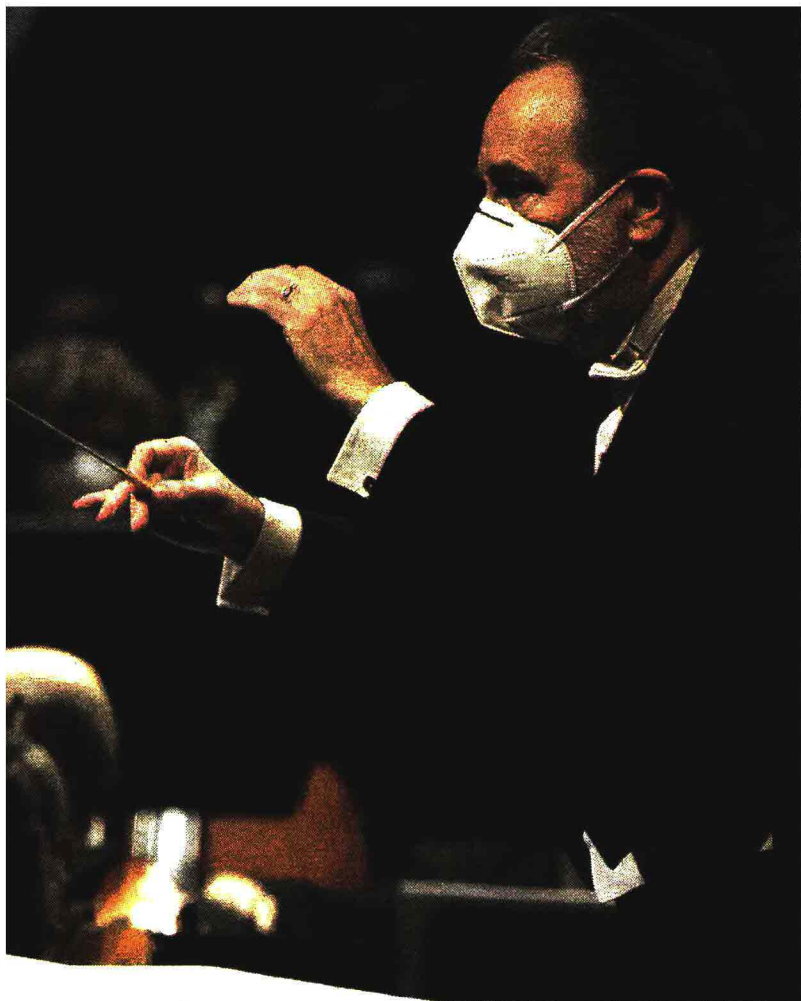
L'intervista

Il maestro e un 7 dicembre speciale alla Scala





2019
Chailly (al centro) con il cast di «Tosca» che ha inaugurato la scorsa stagione alla Scala



Sul podio
Riccardo Chailly, 67 anni, direttore musicale della Scala durante un recente concerto

Cast



● I cantanti del 7 dicembre sono: Lisette Oropesa, Marina Rebeka (nella foto), Sonya Yoncheva, Kristine Opolais, Elina Garanca, Aleksandra Kurzak, Camilla Nylund, Marianne Crebassa, Eleonora Buratto, Rosa Feola e Plácido Domingo, Juan Diego Flórez, Jonas Kaufmann, Francesco Meli, Vittorio Grigolo, Ildar Abdrazakov, Roberto Alagna, Carlos Álvarez, Piotr Beczala, Benjamin Bernheim, George Petean, Luca Salsi, Andreas Schager, Ludovic Tézier.



Sul web
Forum «Televisioni»: www.corriere.it/grasso
Videorubrica «Televisioni»: www.corriere.tv

LA TELEVISIONE IN NUMERI

Impennata di ascolti con l'addio a Maradona e l'intervista a Conte

Maradona e Conte sono i due nomi che hanno fatto schizzare in alto gli ascolti della tv (tradizionale e in streaming). Il presidente del Consiglio questa volta vola non grazie al consueto «Dpcm show» ma in un'intervista con contraddittorio: la puntata di *Otto e mezzo* di lunedì 23 non è solo la più vista della stagione (con una media di 2.844.000 spettatori, e il 10% di share). Due altri dati colpiscono nell'ascolto televisivo: un picco nei contatti raccolti (le persone che hanno seguito anche solo una parte del programma), con quasi 5 milioni e mezzo di persone (anche in virtù della durata prolungata a 51 minuti), e l'abbassamento dell'età media degli spettatori, appena sotto i 60 anni (con un «ringiovanimento» di quasi 4 anni sulla media). La puntata è anche la più vista in «live streaming» e soprattutto «on demand», il giorno dopo, con un picco di oltre 12 mila stream. La morte di Diego Armando Maradona è l'altro catalizzatore d'ascolto nella

settimana: molti omaggi da parte della tv tradizionale (in particolare: *Tg2 Post* la sera del 25 novembre, con 1.469.000 spettatori; e il documentario *Diego Maradona* su Rai3 il 26 novembre, con 1.619.000 spettatori medi). Ma è soprattutto la tv non lineare in streaming a catalizzare l'attenzione grazie a Maradona: record di stream online a novembre, e picco di oltre 55 milioni di stream il 25 novembre, con la notizia della scomparsa del campione e altri video molto cercati e visti (quelli del *Collegio*, la partita di *Champions...*). Impressionante la curva del consumo dei contenuti on demand nel pomeriggio del 25 novembre: picco fra le 17.30 e le 18.00 soprattutto sulle all news di Sky e Mediaset. Contenuto Vod più visto: «Maradona è stato più grande di Pelé» di Sport Mediaset, con oltre 780.000 stream. (a.g.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

In collaborazione con Massimo Scaglioni, elaborazione Geca, Sensemakers, iPort Nielsen su dati Auditel

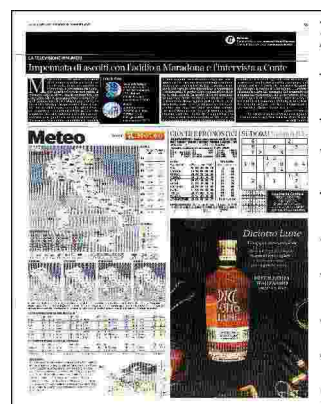
Top & flop



TÚ SÍ QUE VALES
Maria De Filippi
5.565.000 spettatori,
26% di share.
Canale 5, sabato 21
novembre, ore 21.42



9-1-1
Angela Bassett
743.000 spettatori,
2,93% di share.
Rai2, giovedì 26
novembre, ore 22.12



» LA STORICA INGLESE

“The Crown racconta balle sulla Regina”



» Sabrina Provenzano

Ingrid Seward è l'editor in chief di *Majesty magazine* e una profonda

conoscitrice della famiglia reale inglese, sulla quale ha scritto decine di libri. L'ultimo è

Prince Philip revealed; A Man of His Century. Le abbiamo chiesto quanto la serie *The Crown*,

portata anche in Italia da Netflix, sia distante dalla realtà. Ci ha raccontato delle tante incongruenze tra la fiction e la famiglia reale.

A PAG. 19

L'INTERVISTA La biografa Seward: serie tv e realtà

“The Crown, balle sui Reali Regina in crisi coi pianti di D”

» Sabrina Provenzano

LONDRA

Ingrid Seward è l'editor in chief di *Majesty magazine* e una profonda conoscitrice della famiglia reale inglese, su cui ha scritto decine di libri. L'ultimo è *Prince Philip revealed; A Man of His Century*. Le abbiamo chiesto quanto la serie *The Crown* sia distante dalla realtà.

Partiamo dalla Regina: il suo personaggio cambia moltissimo nel corso della serie, da ragazza sensibile a donna fredda anche con i figli. È un ritratto realistico?

Era una giovane donna sensibile, salita al trono molto presto. A soli 26 anni entra nel mondo tutto maschile degli anni 50, quando l'atteggiamento nei confronti delle donne era molto diverso da oggi. Sopraffatta, senza una guida, ha seguito le orme del padre. I figli hanno sofferto del fatto che avesse poco tempo per loro - ma questo non era inusuale

nell'aristocrazia britannica del tempo, che anzi vedeva i figli di rado -. Non è mai stata fredda, ma è un prodotto del suo tempo, nessuno nella sua vita aveva mai pianto sulle sue spalle come Diana. Niente l'aveva preparata a gestire un conflitto emotivo come quello. Quanto all'umanità di Diana, non era in grado di comprenderla, e benché la ammirasse era preoccupata che il suo potere mediatico la travolgesse, e aveva ragione. Il ritratto che ne fa la serie è troppo severo. Non è mai stata scortese o fredda, solo non ha mai creduto nell'opportunità di mostrare le emozioni in pubblico. Ed è sempre stata al corrente dei sentimenti dei figli, forse con l'eccezione di Charles, che aveva solo 4 anni quando è salita al trono e aveva bisogno dell'amore della madre quando lei era troppo sotto pressione per darglielo.

Il Principe Philip, a cui ha dedicato l'ultimo libro: gioviale gaffeur o uomo pieno di risentimento per la libertà perduta e il ruolo secondario?

È un personaggio complesso, ma un aspetto davvero rilevante della sua personalità, per tutta la sua vita, è la sua devozione al dovere

e il costante supporto alla Regina. Ha sempre creduto che il suo dovere fosse servire lei e l'istituzione della monarchia e quindi chiunque irrita lei irrita anche lui. Pensava che Fergie e Diana avessero fatto di tutto per screditare la monarchia e per questo ce l'aveva con entrambe, perché avevano infangato una istituzione a cui lui ed Elisabetta hanno sacrificato la vita e la libertà. Lo stesso con Meghan e Harry e con il principe Andrea. Non è affatto sprezzante o aggressivo: ma ama lo scontro perché apprezza le battute e gli scambi arguti e non sopporta la stupidità. È colto, intelligente, un gran lavoratore, e molto divertente. Ha un senso dell'umorismo tagliente: in un'altra vita, avrebbe potuto essere un ottimo autore di satira. Ha amato i suoi figli ma aveva aspettative alte ed è rimasto deluso soprattutto da Charles. Anna gli somiglia di più ed è la preferita. Ora è anziano, fragile, ma ancora al fianco della Regina in privato, se non in pubblico.

Charles, appunto. Segnato dal rapporto difficile con i genitori, sempre all'ombra di una grande donna, che sia la madre, Diana o Camilla. Che re sarà?

E molto più divertente, ironico e pieno di energia di come appare in *The Crown*. Da ragazzo lo chiamavano *Action Man*, ed era molto avanti rispetto ai tempi con le sue idee sulla preservazione climatica. È un visionario ma, diciamo, è maturato tardi. Forse se Diana fosse stata meno giovane o più sofisticata sarebbero potuti davvero diventare la gran coppia che lei sperava diventassero. Sarà un buon re perché ha un sincero interesse per tutto e tutti. La sua non è un'eredità facile, ma sarà amato. Dopo la morte della madre la gente avrà bisogno di stabilità e delle grandi sue doti oratorie.

Diana: com'era davvero? Una vittima o una personalità decisa a vivere a modo suo malgrado tutto? Ed è vero che il viaggio in Australia fu un disastro per la coppia perché Carlo si sentì messo in ombra?

Sì, questo è vero. È anche vero che ha avuto scarso supporto dalla famiglia reale ma è perché lo ha rifiutato. All'inizio era debole; è diventata forte per sopravvivere. Una straordinaria

donna-bambina, che ha causato enormi problemi ai reali, ma così amata che ha portato la monarchia ad un livello di esposizione mai visto. Forse è stato un bene, forse no.

Camilla: nella

serie è matura, intelligente, brillante, anche sensuale. È così nella realtà?

Sì, ma in più non è cattiva e non avrebbe mai mortificato Diana

come nella serie. Solo che Diana l'ha sempre detestata, fin dal primo incontro e non si è mai fidata di lei.

C'è qualche scena o personaggio che l'hanno particolarmente irritata?

La Regina Madre. È descritta come una caricatura, quando invece era una matriarca, la vera capofamiglia,

molto forte, molto brillante, amabile e divertentissima. E poi ho odiato le scene di Margaret Thatcher a Balmoral. La Regina è un capo di stato e non avrebbe mai trattato così un'ospite. Era suo dovere far sentire a suo agio il suo Primo Ministro, ed è quello che ha fatto. Nella sua biografia la Thatcher racconta di aver lavato i piatti con la Regina in uno dei cottage della proprietà, ma non sono mai andate a caccia perché la Regina di sicuro sapeva che la Thatcher lo avrebbe odiato.

Complessivamente pensa che la serie possa danneggiare la monarchia? I reali vengono rappresentati come maleducati, snob e allo stesso tempo fragili, rancorosi e infelici.

Penso di sì, se chi la guarda non sa la verità e crede a quello che vede. Certo, come dice lei, in *The Crown* sembrano davvero orribili.

Ma i Reali la guardano? La Regina?

La Regina no di sicuro, e nemmeno gli altri se hanno un po' di buon senso. A che servirebbe? È così irritante vedersi raccontati in un modo tanto falso.

LA SAGA ROYAL FAMILY

THE CROWN

ORMAI quello della "Royal Family" è un vero e proprio genere letterario, a cui la fiction "The Crown" ha deciso di fare concorrenza. Ingrid Seward da questo punto di vista è una delle biografe reali più esperte. Oltre all'ultimo libro su Filippo, ha scritto tra gli altri "Io e mio marito: retroscena di 70 anni di matrimonio reale", "I discorsi della Regina", "William e Harry"



IL LIBRO

PRINCE PHILIP REVEALED
A Man of His Century



» **Prince Philip Revealed**
 Ingrid Seward
 Pagine: **384**
 Prezzo: **22,20€**
 Editore: **Simon & Schuster Ltd**



Elisabetta non è fredda: non crede sia opportuno mostrare sentimenti Carlo? Sarà un buon re e sarà amato



Dietro Netflix
 Sopra, una scena di "The Crown", arrivata alla 4ª stagione. Poi, Lady Diana e la regina Elisabetta II
 FOTO ANSA/LAPRESSE

ASCOLTI



Talent
19,8%

4 mln 483 mila spettatori
The Voice senior Rai1

Serie
11,3%

2 mln 603 mila spettatori
Il silenzio dell'acqua Canale 5

Informazione
6,83%

1 mln 353 mila spettatori
Quarto Grado Rete4



LA PROPOSTA SKY

Un canale dedicato al Natale

«**C**'è una cosa che rende ancora più magico il Natale: un bel film!». Da qui parte la nuova campagna natalizia di Sky Cinema che vede nuovamente protagonista Alessandro Gassmann che, dopo aver accolto il nuovo «capo» degli Studios nel precedente soggetto, adesso guida il pubblico di Sky alla scoperta delle prime tv del periodo più magico dell'anno. E per prepararsi al meglio al periodo festivo torna, per il 10° anno, Sky

Cinema Christmas, il canale interamente dedicato ai film a tema natalizio, che si accende dal 1° dicembre al 6 gennaio alla posizione 303 di Sky, con la collezione on demand disponibile su Sky e in streaming su Now TV. E grazie a extra, il programma fedeltà di Sky, il canale Sky Cinema Christmas e una selezione di titoli on demand saranno disponibili senza costi aggiuntivi per tutti i clienti Sky via satellite e internet.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Libri

Dumas creò le serie tv (che ora parlano latino)



ILLUSTRAZIONE DI SR GARCIA

speciale di cinque pagine
con un articolo di FRANCESCO PICCOLO



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

125121

Dumas inventa

di FRANCESCO PICCOLO

ILLUSTRAZIONE
DI SR GARCÍA

le serie tv

In questa quarta stagione della serie *The Crown*, mentre la Gran Bretagna è nel pieno di una crisi economica che Margaret Thatcher sta cercando di risolvere (a modo suo), vediamo la regina scendere le scale del castello di Balmoral, la dimora di campagna. Entra nella sala da pranzo, dove la famiglia reale sta facendo colazione, e nota con sorpresa il vociare eccitato, adrenalinico: il motivo è che un cervo ferito si aggira per la tenuta, e tutti si stanno chiedendo chi di loro lo finirà. Questa eccitazione farà addirittura dimenticare che la Thatcher sta arrivando, e infatti quando giungerà a Balmoral non troverà nessuno; la famiglia reale è a caccia del cervo.

Noi possiamo stare con la famiglia reale a colazione, mentre fanno giochi stupidi dopo cena, ma non possiamo comprendere le priorità nella vita di una dinastia immortale, che prescinde dalle singole generazioni. Possiamo cioè avvicinarci ed entrare dentro le stanze private del potere ma non possiamo comprenderne fino in fondo i meccanismi del pensiero; è per questo che la nostra fascinazione è salva: perché stiamo con loro ma non possiamo capirli, non possiamo identificarci; possiamo avvicinarci ma non abbastanza da annullare la seduzione.



Ecco, se ci chiediamo da dove viene questa capacità di raccontare il centro del potere sia come quotidiano sia come inarrivabile, la risposta è quella che ci diamo quasi sempre quando si tratta di narrazione: viene dai romanzi a puntate di Alexandre Dumas, di cui il 5 dicembre ricorrono 150 anni dalla morte. In questo caso, in un parallelo perfetto con *I tre moschettieri*: Elisabetta e la Thatcher qui, Luigi XIII e Richelieu lì. Dumas ha insegnato proprio questo: i personaggi storici vanno raccontati così, sia dando ai lettori la sensazione di sentirli vicini, quasi come loro, di vederli parlare, mangiare e vestirsi; sia conservandone l'inaccessibilità, perché i bottegai, le sartine e gli av-

vocati di quel tempo a Parigi non vorrebbero che Luigi o Elisabetta fossero davvero come loro (o come la *middle class* londinese degli anni Ottanta).

I due romanzi più amati di Dumas, *I tre moschettieri* e *Il conte di Montecristo* di solito si leggono da ragazzini, in una versione ridotta e casomai illustrata; e si rileggono da vecchi, nella versione integrale (casomai con note). Qualche volta si leggono più volte anche nel corso della vita, aggiungendovi i due romanzi che proseguono la saga di D'Artagnan e compagni: *Vent'anni dopo* e *Il visconte di Bragelonne*; oppure i romanzi storici grandiosi (e meno celebrati) come *La Sanfelice*.

Che cosa spinge un essere umano,

quando è alla ricerca dell'iniziazione al racconto, a prendere in mano i romanzi di Dumas? Che cosa lo spinge, quando vuole sintetizzare la sua vita di lettore, molti decenni dopo, a riprendere in mano i romanzi di Dumas?

I motivi sono tanti, e non basterebbe il triplo di questo spazio per enumerarli. Ma qualcosa significherebbe se Umberto Eco diceva che *Il conte di Montecristo* era uno dei romanzi più appassionanti e malcritti della storia della letteratura; o se Benedetto Croce confessava: «Da parte mia, non provo il rossore di cui altri sentirebbe inondato il volto nel dire che mi piacciono e giudico condotti con grande brio e spigliatezza i *Trois mousquetaires* di Alessandro Dumas padre. Ancora molti li leggono e li godono senza nessun'offesa della poesia, ma nascondendo in seno il loro compiacimento come si fa per gli illeciti dilette, ed è bene incoraggiarli a deporre la loro falsa vergogna e il loro congiunto imbarazzo».

Riguardo al «malcritti», la questione è facilmente risolvibile: Dumas inventò il romanzo a puntate sulle varie gazzette francesi, e veniva pagato un tanto a parola o a riga. Quindi scriveva dialoghi in cui si ritardava ad arrivare al punto, scriveva finali di episodi pieni di domande irrisolte per fare incuriosire i lettori affinché avessero voglia di leggere la puntata successiva; e in più era continuamente co-

stretto a ricapitolare i fatti per tenere aggiornati coloro che potevano dimenticarsi o che si aggiungevano nel corso delle puntate — di conseguenza, si può dire senza dubbio che Dumas abbia inventato la serialità. E quindi, quando poi queste opere furono raccolte in volume, i difetti di qualità facevano parte del modo di lavorare; oltretutto, pare che avesse alcuni collaboratori che lo aiutavano a proseguire le varie storie contemporaneamente; e in ogni caso, poiché non aveva un piano dell'opera ma al contrario dipanava la trama a mano a mano che la scriveva, gli capitò più volte di fermarsi per mesi perché non sapeva come andare avanti.

La storia dei libri-capolavoro che però ci si vergogna di aver letto, è la storia della letteratura. A Dumas per lungo tempo non si è perdonata la capacità di tenere legati i lettori all'attesa della pubblicazione delle puntate successive, con colpi di scena, sorprese, personaggi misteriosi e digressioni o attese che sfiniscono — quante volte leggendo i *Moschettieri* o *Montecristo* abbiamo avuto la tentazione (o lo abbiamo fatto) di saltare capitoli per correre al punto? Questa, per la letteratura, era una caratteristica «d'appendice»; ma se poi lo faceva Tolstoj, quando Vronskij accettava di incontrare Anna Karenina il giorno dopo e ci faceva passare tutto il tempo dell'attesa con lei al tè con le amiche, allora capivamo che quella nostra attesa era la stessa di Anna, e dicevamo: capolavoro.

Certo, Dumas lo faceva anche per guadagnare meglio — più digressioni, più attese, più parole, più denaro — ma il risultato era (quasi) lo stesso. *Il conte di Montecristo* è il romanzo della vendetta. Ma anche nei *Moschettieri* la vendetta è un propulsore continuo dei capitoli che si susseguono. Perché se il racconto fosse affidato solo alle gesta ingenue e gloriose e generose di D'Artagnan e, in maniera più complicata, degli altri tre, non saremmo così entusiasti — né noi né Benedetto Croce né Umberto Eco.

Dumas ha saputo raccontare il male, i tradimenti, le vendette, gli egoismi, le ingiustizie. Ha saputo raccontare i personaggi diabolici come nessun altro; è anche da lì che nasce la potenza della serialità.

lità. Amiamo D'Artagnan e il conte di Montecristo, ma avremmo atteso impazienti anche noi le sorti della satanica Milady, uno dei personaggi della letteratura più irresistibili, con quel giglio impresso sulla spalla (Dumas scriveva che era quasi sparito grazie a creme spalmate a ripetizione), il marchio del Male. E quanti ragazzini, dopo aver letto *I tre moschettieri*, pur diventando adulti, hanno continuato a cercare sulla spalla nuda della donna che amavano il segno della ferocia? Quanti ragazzini hanno avuto il terrore di Milady? Ma come farebbe Dumas senza Milady, come faremmo noi senza Milady? Chi sarebbe Athos, suo marito, senza una moglie che Richelieu manda in giro ad avvelenare nemici?

Ecco perché alla fine delle nostre vite ricompreremo l'ultima edizione dei *Tre moschettieri*: perché vorremo tornare a

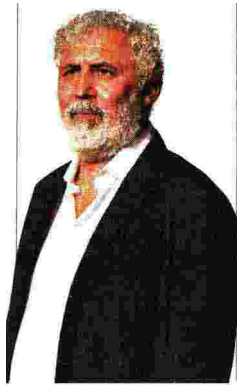
quel racconto assoluto, vorremo tornare al famoso sessantacinquesimo capitolo, quello in cui finalmente gli inconsapevoli scoprono chi è veramente Milady (quando si rivela il giglio sulla spalla) e la condannano; perché vorremo rileggere ancora una volta l'incipit di quel capitolo, che è la sintesi di ciò che ci seduce e su cui Snopce ha costruito il suo tentativo di diventare scrittore: «Era una

notte buia e tempestosa» — sì, anche

quello arriva da Alexandre Dumas.

Avremo, infine, il bisogno di tornare alla capacità di raccontare la storia, e la capacità di raccontare la grandezza e la bassezza degli esseri umani dentro la storia. E soprattutto avremo bisogno di ricevere il grande conforto che dà quella che è stata definita proprio per questo «letteratura popolare»: farci sentire che siamo continuamente dentro la tragedia; ma poi, la tragedia si risolve sempre.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



i

Lo scrittore

Alexandre Dumas (Villers-Cotterêts, 24 luglio 1802-Neuville-lès-Dieppe, 5 dicembre 1870), scrittore e drammaturgo francese, è considerato il maestro del romanzo storico e del teatro romantico. È ricordato soprattutto per i capolavori *Il conte di Montecristo* (1846) e la trilogia dei moschettieri formata da *I tre moschettieri* (1844), *Vent'anni dopo* (1845) e *Il visconte di Bragelonne* (1848). I suoi scritti occupano 257 volumi, ai quali vanno aggiunti i venti volumi delle memorie.

Il corpo è stato trasferito al Panthéon di Parigi nel 2002, senza rispettare le sue ultime volontà, di «rientrare nella notte dell'avvenire nello stesso luogo dal quale sono uscito dalla vita del passato, in quell'affascinante cimitero (di Villers-Cotterêts) che ha l'aria di un'aiuola fiorita»

I film

Dai suoi libri sono stati tratti molti film. Tra questi, sopra, da sinistra: *I tre moschettieri* (1948, regia di George Sidney); *La maschera di ferro* (1998, regia di Randall Wallace); *Moschettieri del re-La penultima missione* (2018, regia di Giovanni Veronesi, che ha appena terminato *Tutti per 1-1 per tutti*)



Sono 150 anni dalla morte dell'autore del «**Conte di Montecristo**» e dei «**Tre moschettieri**». Proprio adesso «**The Crown**» lo conferma: la serialità televisiva è nata con lui. Con la suspense. E con la capacità di farci sentire dentro una tragedia che finirà

Un film, per cominciare: «Il primo re». Poi una serie tv recitata in protolatino (si parla già di una seconda stagione). Una trilogia di romanzi. «Romulus» intreccia il mito con il realismo per immaginare le tribù che fondarono la città sul Tevere. «La Lettura» ne discute con lo scrittore **Luca Azzolini**, la storica **Livia Capponi** e il regista **Matteo Rovere**

La reinvenzione dei romani

conversazione
tra **LUCA AZZOLINI**,
LIVIA CAPPONI
e **MATTEO ROVERE**
a cura di **CECILIA BRESSANELLI**

Non ci sono Romolo e Remo in *Romulus*. O meglio, non c'è nessuno che porti quei nomi. Ci sono due giovani gemelli, Enitos e Yemos, figli di Silvia e nipoti di Numitor, sovrano di Alba Longa, figlio di Proca (questi ultimi sono nomi noti). Enitos e Yemos devono succedere a Numitor, allontanato dalla città per volere degli dei: è sua la colpa della siccità che devasta il Lazio dell'VIII secolo a.C. Ma Amulius, fratello di Numitor, uccide Enitos e accusa Yemos di fraticidio. Costretto a scappare nel bosco, Yemos incontra Wiros, schiavo di Velia, orfano dal passato misterioso, e in lui sembra trovare un nuovo fratello. I due si imbattono in un popolo di esuli che abita il bosco. Poi c'è Ilia, vestale figlia di Amulius, innamorata in segreto di Enitos, che si consacra a Marte diventando una guerriera. Il suo unico desiderio è uccidere Yemos per vendicare la morte dell'amato. Ma non sa che il vero nemico è il suo stesso padre.

La serie tv di Matteo Rovere, *Romulus*, si avvia verso la conclusione della prima stagione (si inizia a parlare di una seconda): venerdì 4 dicembre Sky trasmetterà gli ultimi due episodi. Ma la storia non si sviluppa soltanto sullo schermo. Accanto alle 10 puntate, HarperCollins pubblica una trilogia di romanzi firmati da Luca Azzolini, autore per ragazzi al debutto nella narrativa per adulti: *Il sangue della lupa* (uscito a ottobre), *La regina delle battaglie* (in libreria dal 26 novembre) e

La città dei lupi (a gennaio). I libri narrano le stesse vicende della serie, ampliandone il respiro narrativo. «La Lettura» ha invitato regista e scrittore a confrontarsi con Livia Capponi, docente di Storia romana all'Università di Pavia, che per il supplemento aveva recensito il film da cui è partito tutto: *Il primo re* (2019), diretto da Matteo Rovere e recitato in protolatino, come la serie (che si può guardare in originale o doppiata in italiano).



Come nasce «Romulus»?

MATTEO ROVERE — La serie tv si inserisce in un percorso d'indagine sul mito fondativo di Roma che avevo iniziato con gli sceneggiatori Filippo Gravino e Francesca Manieri ne *Il primo re* e che ora proseguo con lo stesso Gravino e Guido Iuculano, che con me hanno sceneggiato la serie (a pagina 23 un loro testo). *Il primo re* si concentrava sul nucleo emotivo della leggenda di Romolo e Remo: un fratello che salva l'altro e poi il fraticidio. Metteva in scena il mito come se fosse reale, attaccandosi anche agli archetipi e ai livelli semantici del mito stesso. Perché questo è il mito: una stratificazione di significati esposti alle interpretazioni. Mi piace invece definire *Romulus* quasi un thriller, un giallo, attraverso il quale ci chiediamo chi sia Romulus. Chi tra i personaggi che presentiamo diventerà il fondatore di Roma: la risposta si disvele-

rà pian piano. Nel farlo ci riallacciamo alla tesi archeologica per cui Romolo, come fondatore e come nome, nasce dopo la nascita di Roma. Nella serie ci siamo divertiti a ricostruire con archeologi, storici, latinisti un contesto realistico bastato sulle fonti. Abbiamo quindi innestato nella nostra trama elementi del mito, come se quella che mostriamo fosse la storia vera sulle cui basi è stato poi costruito il mito: con i gemelli Romolo e Remo che forse erano tali, forse altro; con la lupa che era nutrice o forse altro; con Rea Silvia, Amulius, Numitor. Alla fine dei 10 episodi lo spettatore potrà mettere insieme i pezzi e capire come il nostro racconto si leghi alla leggenda che conosciamo, alla sua natura di racconto primario.

Il racconto si amplia nei tre romanzi. Come si sono sviluppati?

LUCA AZZOLINI — Sono partito dalle sceneggiature per capire dove inserire la mia voce: mi sono concentrato sui «vuoti». C'erano scene che, per logistica, tempo, budget, non potevano entrare nella serie. Ma uno scrittore non ha problemi di budget, solo di immaginazione, e quindi mi sono lasciato andare. Tanto che dall'idea iniziale di un solo libro si è passati a una trilogia. I romanzi (ho appena consegnato la bozza dell'ultimo) seguono l'arco narrativo della prima stagione: ma mi sono permesso di divagare.

Il mito fondativo di Roma ha un grande fascino narrativo ma è anche un terreno scivoloso.

LIVIA CAPPONI — È uno dei miti di fondazione più complessi al mondo: una stratificazione di storie, leggende, presunti fatti ricostruiti a posteriori. Un terreno insidioso che ha destato una grande quantità di problemi metodologici per la pluralità di fonti, narrazioni storiche tutte successive, spesso considerate un'invenzione e quindi dominio, diciamo così, degli storici. Poi c'è l'archeologia, che talvolta presenta una storia diversa. Considerata nell'Ottocento un'ancella della storia, oggi, fortunatamente, gode di una grande riscossa. Quando si vuole ricostruire la storia di Roma arcaica bisogna partire appunto dall'archeologia, come ha fatto Rovere che ha consultato archeologi. Anche qui però ci sono stati contrasti piuttosto accesi nel dibattito accademico. Da una parte Andrea Carandini con gli scavi sul Palatino ha rivalutato le testimonianze archeologiche come qualcosa che può confermare parte della narrazione mitica su Romolo fondatore. Dall'altra, storici come Emilio Gabba e altri hanno sostenuto che una scoperta archeologica per quanto eccezionale non deve impedirvi di studiare come si sia costruito il racconto storico. Gli storici studiano i testi antichi, che sono rappresentazioni. Non scriviamo fiction ma qualche volta la leggiamo, consapevoli che quei racconti erano fatti dai capi per esaltare la propria famiglia. All'epoca delle guerre puniche i romani iniziarono ad avere bisogno di una tradizione che nobilitasse il loro passato: così storici e scrittori, rivolgendosi alle aristocrazie, hanno messo insieme tradizioni precedenti. Narravano della fondazione per affermare la legittimità della supremazia di Roma. Come storici ce ne discostiamo: non si scrive la storia per celebrare qualcosa. Ma per questo la storia antica si presta molto alla rappresentazione drammatica.

MATTEO ROVERE — Questo dualismo ho provato a rappresentarlo anche nella serie dove abbiamo come consulenti sia Paolo Carafa, di scuola carandiniana, sia Valentino Nizzo, direttore del museo di Villa Giulia, che viene da una formazione legata ai manufatti. Se a queste persone chiediamo se Romolo è esistito possono dare risposte diverse. La serie esplora l'idea che ci sia stato un contesto tribale nell'VIII secolo a.C. che con i suoi scossoni interni ha dato vita a una sequenza di movimenti legati al potere che poi hanno generato ciò che è diventata Roma.



Come si inseriscono qui i romanzi?

LUCA AZZOLINI — Ho cercato di mediare tra un racconto che pone al centro personaggi inventati (Enitos e Yemos, Wiros, Ilia) e una verità storica e archeologica. Volevo una storia che portasse il germe della contemporaneità, un po' come hanno fatto i poeti, l'epica, raccontan-

do del loro tempo; una chiave di lettura per i lettori di oggi, che è ciò che hanno fatto gli autori che si sono cimentati nel rielaborare la storia o il mito: penso a Marion Zimmer Bradley che con *La torcia* (1987) ha riscritto la storia di Cassandra dal suo punto di vista; o alla *Canzone di Achille* (2011) di Madeline Miller sulla relazione tra Patroclo e Achille. In un passaggio riporto che la storia è scritta dai vincitori. Ma c'è anche tutta una parte non narrata che può essere interpretata o quantomeno filtrata attraverso la nostra sensibilità. Mi sono quindi concentrato su personaggi secondari. Ho cercato di dare una voce unica e particolare alle donne. Ho guardato al contesto. L'VIII secolo a.C. è stato un periodo di interconnessioni nel bacino del Mediterraneo, un tempo «ribollente», come il nostro. Inoltre la Lega Albana, così come l'ha raccontata giustamente Matteo, era accerchiata da pressioni esterne. «Contaminazione» e «inclusione» sono termini calzanti sia

CONTINUA A PAGINA 22

per quel tempo che per il nostro.

LIVIA CAPPONI — Ho apprezzato che *Romulus*, come già il film, ponga l'accento sul pluralismo tribale dell'Italia. Roma è stata di fatto l'esito di una riunione di tribù diverse, in cui confluirono esuli, fuggiaschi. Ed è importante vederla come un contesto globale mediterraneo dove ci sono greci, etruschi ma anche fenici, cartaginesi e i vari popoli italici, ciascuno con le proprie divinità. La fondazione di Roma è il superamento, relativo, di una lotta cruenta. Sullo schermo la pluralità emerge dai nomi, dai volti, dalla lingua. Tracce che riscontriamo ancora oggi. Anche per gli storici l'Italia preromana è un campo ancora enigmatico e quindi chi ne scrive o fa film ha un territorio abbastanza sgombro da dogmi storiografici.

MATTEO ROVERE — La città di Roma nasce con un Dna di aggregato. Nella serie raccontiamo come tribù anche boschive, bellicose, questi uomini lupo che noi chiamiamo Ruminales, come diceva Dante si *inurbano*, si danno un ordine che non può prescindere dalla natura degli individui che si aggregano. Alla fine del *Primo re* c'è una frase di Plutarco che parla proprio di assassini, esuli e fuggiaschi che Romolo dichiara essere la popolazione eletta che verrà accolta nella città che sta nascendo, una Roma con le mura aperte in questa prima fase. Questo è tipico delle civiltà di natura imperialista. Noi per primi, che ci piaccia o no, siamo stati l'impero invasore. Abbiamo un'anima atroce, ma anche fatta di racconti che si innestano gli uni sugli altri e compongono la città che viviamo ancora oggi: una stratificazione che parte 2.800 anni fa. La serie narra la fusione tra bosco e città: il bosco entra nella città creando un nucleo nuovo che lascia traccia ancora oggi.

LIVIA CAPPONI — Anche gli storici riconoscono il fatto che la posizione di Roma, la conformazione geologica, il Tevere, i colli abbiano influito sulla sua storia: i vicini ambiscono a questo luogo privilegiato dalla natura e ciò porta agli scontri cruenti, all'imperialismo che all'inizio i romani definiscono difensivo, e al dominio. *Romulus* sottolinea il rapporto con la natura considerata sacra. Mostra laghi vulcanici, posti infernali, paludi, e questo è stimolante sia per gli storici sia per chi si avvicina al mondo antico.

I Ruminales della serie hanno una base storica, archeologica?

MATTEO ROVERE — È una tribù inventata che però si lega a un discorso complesso sul nome Roma. Anche qui le versioni non sono univoche. Potrebbe derivare da *ruma*, «mammella», i seni generatori di vita richiamati dalle anse del Tevere. Questo si lega a una divinità femminile, Rumina o Rumia, rappresentata dalla lupa. Nel nostro racconto è la «signora dei lupi» o «dei boschi» e fa riferimento a un femminile generatore rivoluzionario, contrapposto alle divinità maschili, esclusa Vesta, dello status quo dell'urbe: Quirino, Giove, Marte. I Ruminales sono esuli che si sono uniti per proteggersi. Adorano questa divinità spaventosa che darà anche a Wiros e Yemos, che si uniscono a loro, grande forza e un nuovo punto di vista. Ai suoi «figli», Rumia ha promesso una città: Ruma.

LIVIA CAPPONI — Le opinioni sono infinite. C'entra certo anche il nome etrusco del Tevere, Rumun: Roma è il Tevere, è il fiume che dà vita alla città. Riferimenti all'esistenza di popolazioni «aborigene» che vivono nelle caverne ci sono anche nelle fonti letterarie. Inoltre l'attenzione alle divinità femminili è molto interessante. Presso i popoli italici ci sono divinità femminili che fanno sempre più paura di quelle maschili perché connesse alla natura che distrugge ma poi dà la vita. È bello vedere questo sostrato di cui rimane traccia anche dopo, in una tradizione prettamente maschile.



La storia di «Romulus» è narrata con linguaggi diversi nella serie e nei libri.

MATTEO ROVERE — Nella serie tv abbiamo puntato su scelte immersive: il protolatino, il colore, le sonorità, un sistema di segni che portano lo spettatore in un'altra dimensione. Con una componente di fantasia ancora di più richiamata nei libri che liberano l'immaginario e costruiscono un film del film.

LUCA AZZOLINI — In questo senso mi sono lasciato andare. Ma anche quando le divinità sembrano sussurrare vaticini ho sempre voluto lasciare il sospetto che quelle fossero voci interne ai personaggi: volevo indagare le loro motivazioni. Sono personaggi che anticipano i tempi: l'amicizia fraterna tra Yemos e Wiros è moder-

na, come anche l'atteggiamento di Ilia che non vuole sottostare alle regole in un mondo di uomini: nelle fonti sulle sacerdotesse di Vesta emergono figure che hanno lasciato il segno. Questo mi ha portato a lavorare molto anche su altri personaggi femminili: Gala, la moglie di Amulius, che nella serie si muove nell'ombra, sarebbe stata una regina magnifica, ma quello non era tempo di regine.

LIVIA CAPPONI — Torno al protolattino: un valore aggiunto. Sentire questo flusso di parole, che ricorda il greco, lo spagnolo, un po' il latino studiato a scuola, attiva un processo cognitivo che ci porta in una dimensione altra.

Una narrazione di finzione può avvicinare allo studio della storia?

LIVIA CAPPONI — Sono una sostenitrice delle opere cinematografiche e letterarie di argomento storico. Sono opere riuscite se riescono a trasmettere il senso di un periodo storico, lo spirito del tempo che si prefiggono di ritrarre. Poi potranno anche ispirare la lettura dei libri di storia. Stimolare, quando si potrà, il ritorno nei musei: i reperti che custodiscono, come già avviene, vanno fatti vivere, anche nei film, per poterli apprezzare ancora di più e studiarli in modo scientifico. *Romulus* è un'opera di fantasia ma dal punto di vista archeologico non è così lontana dalla realtà.

LUCA AZZOLINI — Parlerei di rivisitazione dell'epica. In Italia non era mai successo che una serie tv o di romanzi ricreassero la fondazione di Roma. La lettura di romanzi storici, epici, mi ha spinto a laurearmi in Storia dell'arte, spero che *Romulus* possa fare qualcosa di simile.

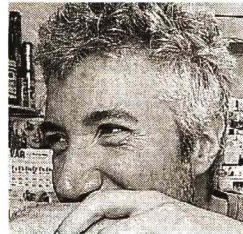
MATTEO ROVERE — Le nostre sono opere di intrattenimento. Ma è interessante quando si aggiunge un secondo livello che può risvegliare l'interesse per la storia antica. È tipico delle narrazioni *period* che ho amato da spettatore e sono contento di poter fare in qualche modo parte di questo percorso.

LIVIA CAPPONI — La serie tv e i libri di *Romulus* permettono di riscoprire tradizioni arcaiche: emerge un'atmosfera cupa, tribale, sanguinaria, aspetti veri, propri anche dei romani. Gli studenti mostrano sempre grande interesse quando incontrano testimonianze storiche, archeologiche o letterarie che si discostano dal programma scolastico o da un'idea datata di che cosa è Roma. Infine: quasi tutti noi siamo diventati storici perché da piccoli abbiamo visitato la Grecia o perché abbiamo visto film e letto opere di fiction. La storia parte dalla fantasia.

Cecilia Bressanelli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

i



Gli sceneggiatori

Filippo Gravino (Capua, Caserta, 1975: in alto) e

Guido Iuculano (Napoli, 1977: qui sopra) firmano

con Matteo Rovere soggetto e sceneggiature della serie tv *Romulus* di cui, qui accanto raccontano la

genesi. Gravino ha scritto i film *Veloce come il vento*, *Alaska*, *Fiore* e *Il primo re*.

Iuculano ha lavorato a *Una vita tranquilla*, *Questione di cuore*, *Alaska* e alla serie *Tutto può succedere*

La serie

Romulus di Matteo Rovere (che l'ha creata, prodotta e diretta) è una serie Sky Original prodotta da Sky.

Cattleya (parte di Itv Studios) e *Groenlandia*. Gli ultimi due episodi sono in onda venerdì 4 dicembre su Sky e in streaming su Now Tv. Da quella data la serie completa sarà on demand.

Gli episodi sono diretti da Matteo Rovere, Michele Alhaique ed Enrico Maria Artale. Nel cast: Andrea Arcangeli (Yemos),

Francesco Di Napoli (Wiros) e Marianna Fontana (Ilia); con loro Giovanni Buselli, Silvia Calderoni, Sergio Romano, Demetra Avincola, Massimiliano Rossi, Ivana Lotito, Gabriel Montesi, Vanessa Scalera, Yorgo Voyagis. La distribuzione internazionale è di Itv Studios: la serie è arrivata (o arriverà) in Germania, Russia, Grecia, Australia e su Hbo Nordics, Iberia e Cee. La sigla è accompagnata da *Shout* dei Tears for Fears cantata da Elisa. A sinistra e nelle pagine precedenti foto dal set di **Francesca Fago**

Gli sceneggiatori

Tre personaggi a caccia di potere nell'era del caos

di **FILIPPO GRAVINO**
e **GUIDO IUCULANO**

Tutto è iniziato a gennaio del 2016, quando Matteo Rovere ci chiese di ragionare su una serie che raccontasse il mito della fondazione di Roma. Non voleva un sequel del film *Il primo re* ma un'interpretazione nuova del mito, un'opera più ampia e stratificata. La libertà d'invenzione dava le vertigini e per trovare un punto di partenza solido tornammo a leggere Tito Livio e Plutarco. Prima di Romolo e Remo nel mito esiste un'altra coppia di fratelli rivali: Amulius e Numitor (Amulio e Numitore) figli di Proca, re di Alba. Tra la loro storia e quella di Romolo e Remo passano almeno 18 anni, e per noi era un problema: volevamo raccontarle entrambe ma non potevamo permetterci un salto in avanti di così tanti anni. Per questo abbiamo deciso che i gemelli della nostra storia dovevano essere già adulti quando Amulio s'impadronisce del regno e li caccia da Alba. Era una buona soluzione ma avevamo un altro problema tecnico: dichiarare all'inizio i nomi di Romolo e Remo significava anticipare il finale.

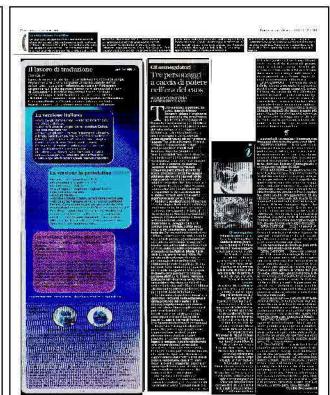
Abbiamo studiato un po' di storia e di archeologia alla ricerca di un'idea, e abbiamo capito che nessuno sa con esattezza che rapporto ci sia tra il mito e la storia. Non si sa se davvero siano esistiti due fondatori di Roma, se fossero fratelli, come si chiamassero. La leggenda è una costruzione artificiale, scritta secoli dopo, e include elementi storici e di fantasia. Per raccontare la fondazione di Roma, dovevamo raccontare anche la genesi di questa leggenda: perché una città nasce insieme al suo re che fonda il suo potere sulla costruzione di un mito, sulla capacità di presentarsi al popolo come figlio di Marte, figlio della Lupa, erede dei re di Alba. Per questo nella serie non c'è nessun personaggio di nome Romulus. Abbiamo preferito raccontare il caos, la crisi di tutti i fondamenti, l'odio tra due fratelli, una guerra fra 30 popoli. In questo caos poi ci sono diverse

persone dal futuro incerto: Yemos e Enitos, fratelli di sangue reale; Wiros, uno schiavo che viene da Velia; Ilia, vestale figlia di Amulio. Ognuno di loro alla fine poteva diventare il primo re e prendere il nome di Romulus.

Sembrano solo problemi tecnici ma quando si racconta nulla è banale e il tema profondo della serie ci si è rivelato proprio mentre cercavamo una soluzione. Non semplicemente il potere né l'ambizione né l'odio tra fratelli, ma la crisi delle gerarchie, caos, paura e la via d'uscita dalla paura. Questo è il tema di *Romulus*, che risuona in tutti i nostri personaggi.

In questa cosmogonia di potere e paura i tre personaggi principali ne rappresentano tre declinazioni diverse: Yemos ha la forza del passato, un potere ereditario, puro e legato al sangue; Wiros la tabula rasa che impara veloce, l'uomo della soluzione, la forza del presente; Ilia, infine, è il futuro, potere rivoluzionario, che sovverte il passato. Il nemico è rappresentato dalle forme arcaiche di potere, reazionarie, castranti. Per i nostri giovani protagonisti più che un romanzo di formazione, si tratta di un romanzo di emancipazione dalla paura e dalla sottomissione. L'adolescenza di tre leader che combattono per costruire un mondo nuovo, libero da regole imposte da chi ha vissuto e comandato prima di loro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il lavoro di traduzione

Antefatto

I gemelli Enitos e Yemos stanno per salire sul trono di Alba Longa. Prima che il prozio Amulius uccida Enitos accusando Yemos di fratricidio, i due giovani riflettono su cosa significhi essere un grande re. Il brano qui sotto è tratto da «Il sangue della lupa» di Luca Azzolini (HarperCollins), primo libro della trilogia che accompagna la serie tv «Romulus». Abbiamo chiesto alle latiniste che hanno ricostruito la lingua parlata in «Romulus», Gianfranca Privitera e Daniela Zanarini, di tradurre il testo in protolatino e in latino storico per mostrarne le differenze

La versione italiana

«Ascolta» gli chiese Enitos. «Riesci ad avvertirlo?».
«Sì, credo... di sì...».
«Ciò che fa di un re, un grande re» continuò Enitos.
«Di cosa stai parlando?».
«Ora chiudi gli occhi». Yemos l'assecondò. «Respira a fondo. Senti il sangue che scorre veloce nelle vene. L'avverti, tutta questa vita? Lo senti come si agita e come gonfia le vene? Ecco. La vita di un re è sempre così. È in bilico sulla voragine, sempre pronta al balzo e tesa verso qualcosa di inafferrabile. Forse ci sarà chiesto di lanciarsi nel vuoto, un giorno. Forse dovremo affrontare il salto e sperare di cader in piedi, ma non importa».

La versione in protolatino

«Ausens praibe» kwaisiued Enitos.
«Anumadwortese potis essin?».
«Kritod, kerno... kritod...».
«Kwod reghem, maghnom reghem fakiti»
Enitos eksekwtos esti.
«Qwoied deikisi?».
«Nomke okolons opesi». Yemos obsekwtos esti.
«Altyos spisa. Percapei: sanguen topper perfleueti fienans. Opnem hamke gwitam perspeikisin? Kwi mogweti ak fienans teundeti? Olod anumadwortisin? Etke. Reghes gwita hemper seike esti. Praikipited endopendeti, hemper salise propesat ak kwod elaborator petiti. Uakwom endoruete, forsiti nobeiskom diksint, ollim: Forsiti salierendost ak stase nobeiskom Spes eskiti, set minime referti».

La versione in latino storico

«Aures praibe» quaeisvit Enitus. «Animadvertere potesne?»
«Certe, certo... certe...»
«Quod regem, magnum regem facti»
Enitus exsecutus est.
«Quid dicis?»
«Nunc oculos operi». Yemos obsecutus est. «Altius spira. Sanguinem per venas raptim fluentem percipe. Omnem hanc vitam perspicisne? Quamadmodum moveat atque venas tendeat animadvertisne? Ecce. Regis vita semper sic est. In praecipiti pendet, ad cecidendum semper prompta aliquid elabens petit. In vacuum ut ruamus fortasse petent, ollim. Fortasse nobis salire oportendum et staturos nos esse sperandum, sed minime referti».

* Le scelte lessicali sono funzionali al confronto con il testo in protolatino

Note di metodo



di Gianfranca Privitera e Daniela Zanarini

Non si può dire con certezza che lingua si parlasse nell'Italia centrale agli inizi dell'VIII secolo a.C. Nella penisola la scrittura ancora non c'era, i primi documenti epigrafici (con qualche eccezione) sono databili a metà/inizi del VII secolo e non abbiamo testimonianze dirette se non il ricordo di formule religiose, *carmina*, dal significato oscuro per gli stessi antichi. Abbiamo dunque immaginato una lingua ricostruendola sulla base innanzitutto delle epigrafi. L'Italia centrale era sede di una molteplicità di popoli indoeuropei e non. In che lingua comunicavano? Una lingua indoeuropea che abbiamo immaginato servendoci del metodo comparativo e dell'evoluzione successiva, consapevoli anche dell'approdo letterario a cui questa lingua sarebbe arrivata. Tra i nostri modelli ci sono stati gli autori latini arcaici (da cui abbiamo tratto termini e citazioni), ma anche Omero, espressione della più precoce cultura greca verso cui la latina è sempre stata debitrice. Da qui siamo partiti per creare una lingua che rendesse credibile quell'impasto di suoni e facilitasse anche la memorizzazione agli attori (Omero docet). La nostra ricostruzione si è quindi allontanata sempre più dal latino a noi noto, per evocare appunto i *carmina*, quella catena di suoni spesso incomprensibile per i romani, che però li metteva in relazione con un mondo altro, il mondo di *Romulus*, appunto. Forse non è la lingua che quel mondo parlava, ma verosimilmente potrebbe esserlo. *Transducere*, tradurre, è anche interpretare, vivere: siamo nel campo delle possibilità, della ricostruzione storica, dell'arte. In una parola, della vita.

GdS



I romanzi

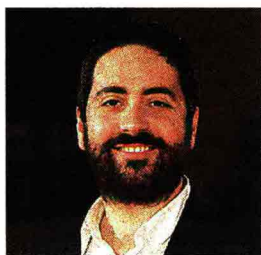
La serie originale Sky *Romulus* di Matteo Rovere (prodotta da Sky, Cattleya e Groenlandia) è accompagnata da una trilogia di romanzi editi da HarperCollins, firmati da Luca Azzolini, esperto di fantasy e romanzi storici, autore di libri per ragazzi che qui debutta nella narrativa per adulti. Sono già in libreria *Romulus, I. Il sangue della Lupa* (pp. 318, € 12; qui sopra la copertina); *Romulus, II. La regina delle battaglie* (pp. 336, € 18). A gennaio arriverà il terzo volume: *La città dei lupi*. La trilogia allarga l'universo narrativo di *Romulus*. I libri narrano le vicende della serie (i primi due sviluppano all'incirca la storia dei primi 6 episodi), indagandone anche gli antefatti, i personaggi minori, la geografia. In un dialogo crossmediale tra forme espressive e linguaggi diversi

Roma nasce dall'incontro di tribù diverse, in cui confluirono esuli, fuggiaschi. Va vista in un contesto mediterraneo di greci, etruschi, fenici, italici. La sua fondazione è il superamento di una lotta cruenta



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

i



Lo scrittore

Luca Azzolini (Ostiglia, Mantova, 1983: in alto) è autore delle saghe fantasy *Evelyn Star* (con Francesco Falconi) e *Auron* (Piemme). Per Einaudi Ragazzi: *Adriano Olivetti* e *Don Ciotti*

La storica

Livia Capponi (Brescia, 1975: al centro), professore associato di Storia romana a Pavia, con uno sguardo anche su Egitto e Palestina. Tra i suoi libri *Il ritorno della fenice* (Ets, 2017) e *Il mistero del tempio* (Salerno, 2018)

Il regista

Matteo Rovere (Roma, 1982: qui sopra e accanto sul set di *Romulus*). Produttore con Groenlandia di *Smetto quando voglio* e *L'Incredibile storia dell'Isola delle Rose* di Sydney Sabilia (9 dicembre, Netflix), ha diretto film come *Veloce come il vento* e *Il primo re*. Nel 2018 ha presentato *Il primo re* in un'intervista di Stefania Ulivi su «la Lettura» #366 del 2 dicembre 2018.

Del film ha scritto Livia Capponi sul #374 del 27 gennaio 2019: gli articoli sono disponibili nell'App de «la Lettura»

La città eterna è un film

Un teatro a cielo aperto dove è andata in scena la storia del mondo. È Roma. La racconta il film *Power of Rome*, diretto da Gianni Troilo e scritto da Donato Dellavalle e Luca Lancise. Una produzione Italian International Film e Sky con Vision Distribution che arriverà al cinema nel 2021. L'attore romano Edoardo Leo (*Smetto quando voglio*, *Perfetti sconosciuti*, *La dea fortuna*) attraversa Roma: il Colosseo, largo Argentina, Castel Sant'Angelo, i Fori imperiali. Esplora la città in cui vive come chi la vede per la prima volta, tra incontri e svolte sorprendenti momenti onirici. Con lui, il film segue le tracce della nascita dell'Impero romano, la creazione di Augusto e i meandri della reggia, e della follia, di Nerone; gli spalti caotici del Colosseo e le armonie architettoniche della Villa di Adriano; il sogno di Costantino che genera l'impero del cristianesimo e l'angoscia di Marco Aurelio che intuisce il crollo di una civiltà. Per scoprire il potere unico della «città eterna».

Maschere Teatro

Giorgio Pasotti, 47 anni, una carriera al cinema e in tv, è il nuovo direttore dello Stabile d'Abruzzo. Sostituisce Simone Cisticchi. Ecco i suoi piani

Così porterò i giovani in un teatro

di EMILIA COSTANTINI

Qualità e rinnovamento, grandi classici, messe in scena al passo con i tempi, rapporti stretti con le compagnie del territorio e con gli altri teatri italiani. Sono i principali propositi del neodirettore del Teatro Stabile d'Abruzzo Giorgio Pasotti.

La prima domanda è inevitabile: perché scegliere un attore più conosciuto sul grande e piccolo schermo che in palcoscenico?

«È vero, ho iniziato con film e serie tv che mi hanno regalato popolarità. Tuttavia di teatro ne ho fatto parecchio. Ho debuttato con Robert Lepage vent'anni fa nella messinscena della sua pièce *Polygraph*, ho proseguito dividendomi tra palcoscenico e set. L'ultima mia interpretazione risale al febbraio scorso quando ero in tournée, in Abruzzo, con l'*Hamlet* shakespeariano diretto da Francesco Tavassi. Purtroppo, dopo tre giorni siamo stati interrotti dal lockdown. Però, certo, se il mio percorso artistico viene paragonato a quello di un Gigi Proietti, di un Antonio Calenda e persino di un Carmelo Bene, che sono stati protagonisti al Teatro dell'Aquila in un passato glorioso, beh, capisco che qualcuno potrebbe esclamare: oddio... che vergogna!».

Lei succede a Simone Cisticchi, attore e cantautore che vinse il Festival di Sanremo nel 2007. La sua nomina è stata un'altra scelta pop?

«La mia ricerca personale è stata costantemente caratterizzata dal voler sempre alzare l'asticella della qualità nei progetti affrontati: ho mantenuto la mentalità

di sportiva della sfida, e di sport ne ho praticato tanto. Mi sento un artigiano dello spettacolo».

Ma non ha frequentato scuole di teatro...

«Questo è un mestiere che si può imparare sul posto, e posso affermare di aver avuto ottimi maestri. Accettare la direzione di uno Stabile, che ha una storia importante nata nel 1963, è un ulteriore tassello che si aggiunge alla mia esperienza. E stavolta la sfida è doppia, mi sono messo in testa di restituire fiducia a chi lavora in questo settore, nel periodo peggiore: si tratta del primo settore che è stato chiuso, perché ritenuto superfluo insieme ai cinema, e che forse riaprirà i battenti per ultimo. Dunque, il mio principale obiettivo è di non fermare le produzioni, ma continuare a lavorare: non solo gli attori e i registi, anche le maestranze, i tecnici. Avverto una grande responsabilità: è mio dovere assicurare un presente e un futuro a coloro che faticano per dare un pasto ai figli».

Nobili propositi. Ma i contenuti?

«Sono stato appena nominato in un momento di totale sospensione a causa della pandemia, quindi devo ancora mettere a punto un progetto. Ma il sindaco dell'Aquila, Pierluigi Biondi, e il presidente del Cda, Pietrangelo Buttafuoco, mi chiedono un cambiamento».

In che modo lo sta elaborando?

«Secondo due linee guida: la prima regionale, che rispetti le tradizioni locali abruzzesi; la seconda che mira a una vi-

sione di teatro nazionale, per rivivere gli sforzi di un tempo, grazie a collaborazioni, coproduzioni e scambi artistici con altri teatri stabili. Poi c'è un terzo obiettivo:

i ragazzi di solito pensano al teatro come una trappola mortale di noia. Ebbene, il mio compito è riportare il pubblico dei giovani nelle sale, proponendo anche grandi classici, rivisti in chiave contemporanea, con un linguaggio vicino a loro. Insomma, basta con le ragnatele, occorre riscoprire il repertorio di qualità in modo differente. E non solo: sto progettando corsi di formazione, una palestra destinata alle nuove generazioni, per fare nascere nuovi talenti, carriere inaspettate».

In questo periodo, per sopravvivere, va di moda il teatro in streaming. Lo condivide?

«Non voglio limitarmi allo streaming. Ho intenzione di coprodurre veri spettacoli per la tv con le emittenti locali, da proporre agli spettatori costretti a stare chiusi a casa. In questo modo si può creare un indotto virtuoso, con una rete distributiva che assicuri occupazione retribuita a molta gente».



L'aspetto singolare della sua nomina è che lei è nato a Bergamo, città martoriata dal Covid-19, e si ritrova a lavorare in una città martoriata dal terremoto nel 2009. E che oltretutto, a distanza di 11 anni, è tuttora disseminata di gru per la ricostruzione: persino la sala principale dello Stabile, il Teatro Comunale, è ancora inagibile (come si può vedere in questa pagina). Che effetto le fa?

«L'Aquila è in fase di ricostruzione, non è abbandonata, però ha bisogno di tanto aiuto e sacrifici per tornare alla sua bellezza. L'unica sala agibile è il Ridotto, 350 posti. Tante sono state le vittime del sisma, e tante quelle del Covid a Berga-

mo, dove è scomparsa una generazione insostituibile per tramandare tradizioni e sapienza. Io stesso ho avuto lutti in famiglia e nella cerchia di amici cari e di conoscenti. Ma sono stato commosso dalla reazione dei miei concittadini, ho visto affrontare il dolore con quella dignità che non si lascia andare a sceneggiate, invece si rimbecca le maniche per combattere in trincea. Non nascondo, quindi,

che trovarmi ora con una popolazione che ha sofferto le stesse tragedie, gli stessi lutti per il terremoto, mi ha scosso profondamente».

L'Aquila è entrata quest'anno nel novero delle finaliste per la candidatura a Capitale italiana della Cultura. Qual è il suo augurio, la sua speranza?

«Questa città, che ha subito troppe lacerazioni, non si è mai fermata e, anche

in questa nuova emergenza, ha saputo dare valore fondante alla cultura. Mi auguro che, con il mio arrivo al Teatro Stabile d'Abruzzo, la gente sia contenta del cambiamento. È necessario credere che sia possibile vivere e ricominciare dall'arte, dalla cultura, che non sono fini a sé stesse, ma strumenti concreti per la rinascita».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

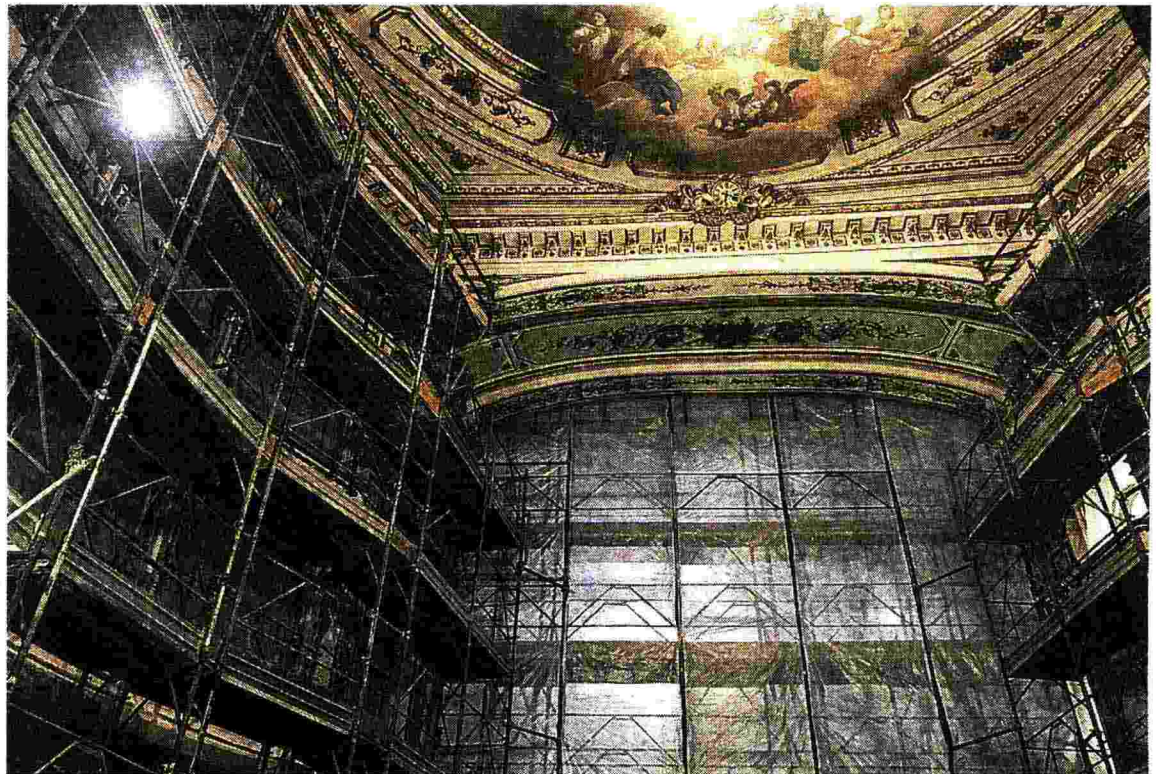


La biografia

Giorgio Pasotti (Bergamo, 22 giugno 1973: a fianco), appassionato di wushu (arti marziali), ne ha approfondito la conoscenza recandosi in Cina più volte, dove è protagonista del film *Treasure*

Hunt, in cui è un giovane americano che diventa monaco del tempio di Shaolin. È apparso in vari film italiani, tra cui *L'ultimo bacio* e *Baciami ancora* di Gabriele Muccino, *La grande bellezza* di

Paolo Sorrentino. Nel 2000 debutta in teatro con *Polygraph* di Robert Lepage. Nel 2012 impersona Giuseppe Garibaldi nella serie di Rai1, ora è su Canale 5 nel *Silenzio dell'acqua*.



A FIL DI RETE di Aldo Grasso

Rita Levi Montalcini, la fiction diventa uno scontato «santino»



«**L**a moda passa, lo stile resta». Tra le prime battute di «Rita Levi-Montalcini», film per la tv che ha celebrato la figura della scienziata e senatrice a vita, si potrebbe scorgere la volontà di restituire il senso di un personaggio imperituro, una celebrità che ha reso la scienza qualcosa di accessibile e in un certo senso «popolare». L'omaggio di Rai Fiction (co-produzione con Cosmo Productions, per la regia di Alberto Negrin) a una figura centrale del '900 è però, come spesso accade in queste circostanze, un percorso che trasforma l'eccentrico in ordinario, senza particolari slanci, con la patina agiografica e conformista tipica del biopic.

Il film parte dal momento più alto della carriera della Levi-Montalcini (Elena Sofia Ricci le somiglia nel trucco, più caricaturale nell'espressione) quello dell'assegnazione del premio Nobel per la medicina nel 1986; mentre la scienziata si prepara, svelando luna sua «debolezza femmini-

le» per i vestiti, scorrono ritagli di giornale e immagini d'epoca che definiscono il contesto. Rientrata al lavoro di ricerca di tutti i giorni, la Levi-Montalcini trova nuovi stimoli nel caso di una ragazzina suonatrice di violino che rischia di rimanere cieca per via di una patologia neurologica; un modo per riprendere in mano le teorie, gli studi e applicarli concretamente. L'incontro tra realtà e finzione offre al film il pretesto per mostrare il lato umano della medicina, raffigurando l'eroina che lotta contro la burocrazia, che si addormenta sui libri, che al successo preferisce la fatica del lavoro.

Un inevitabile e scontato «santino» che trova nei flashback sul periodo degli studi l'occasione per rivisitare i suoi esordi alla facoltà di Medicina a Torino, l'incontro con il mentore professor Levi, le persecuzioni razziali in seguito alle leggi contro gli ebrei del 1938. Con un monito che è il lascito di una vita: «Non smettete mai di dubitare».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Vincitori e vinti

**DIEGO MARADONA**

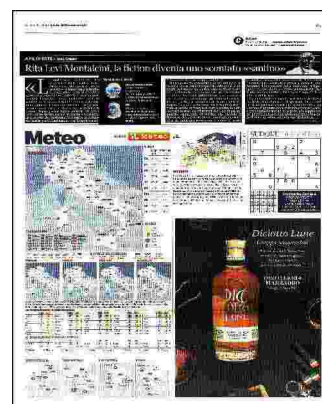
Diego Armando Maradona

Documentario su Rai3: 1.619.000 telespettatori, con il 6,3% di share.

**FBI**

Missy Peregrym

Serialità per la serata di Rai2: i telespettatori sono 1.026.000, pari al 3,6% di share.



«Natale in casa Cupiello» di De Angelis per Raiuno: le prime immagini



Prime immagini da «Natale in casa Cupiello», trasposizione televisiva tratta dalla commedia di Eduardo, che Raiuno ha voluto come appuntamento natalizio. Diretto da Eduardo De Angelis, il film tv è interpretato da Sergio Castellitto, Marina Confalone, Adriano Pantaleo, Tony Laudadio, Pina Turco, Alessio Lapice e Antonio Milo.



Galà, con «L'Immortale» vincono Morelli e Corsicato

Oscar Cosulich

«Ricordate che senza il cinema, la cultura, lo spettacolo, non avremmo delle esistenze fatte di gioia, emozioni e divertimento, ma solo una noiosa vita fatta di nulla»: Maurizio Casagrande, conduttore (lui si definisce «conduttore») di tutte le serate di premiazione del «Galà del cinema e della fiction in Campania», conclude così la dodicesima edizione della manifestazione diretta da Marco Spagnoli che, per la prima (e si spera ultima) volta si è tenuta esclusivamente in streaming causa pandemia. Una scelta obbligata questa, come ha spiegato l'ideatrice e produttrice Valeria della Rocca, perché «quest'anno le produzioni in Campania sono state molto attive nonostante il Covid-19 e non potevamo né volevamo mettere in lockdown anche la nostra manifestazione». Realizzata in collaborazione con

Film Commission Regione Campania, la kermesse celebra le migliori opere audiovisive realizzate nell'anno precedente in Campania: la serata di premiazioni di ieri è giunta a coronamento di una serie di incontri online e masterclass destinati a studenti delle scuole superiori e universitari.

LA GIURIA

La giuria, presieduta da Titta Fiore e composta da Felice Casucci, Enrico Magrelli, Riccardo Grandi, Teresa Marchesi, Enzo Sisti, Valerio Caprara, Vanni Fondi, Tonino Pinto e Iago Garcia, ha assegnato il premio per il migliore film drammatico a «L'Immortale», esordio alla regia di Marco D'Amore, mentre i premi al miglior attore e attrice di questa categoria sono andati a Fabio Massa, produttore, regista e interprete di «Mai per sempre» («ringrazio il regista che mi ha scelto», ha ironizzato lui; «si vede che ti

ha raccomandato il produttore», ha replicato Casagrande, continuando a scherzare sul triplo ruolo di Massa in questa opera prima) e ad Antonia Truppo, per la sua sofferta interpretazione in «Ultras» («Un film in cui si parla di calcio, in questi giorni in cui soffriamo tutti per la morte di Maradona», ricorda lei). La migliore commedia dell'anno è «7 ore per farti innamorare» di Giampaolo Morelli, altro esordio alla regia di un attore, film che è valso anche il premio per la miglior attrice a Serena Rossi, mentre quello per il miglior attore di commedia è andato a Nando Paone, straordinario protagonista di «Il ladro di cardellini» di Carlo Luglio. Tra le fiction ha trionfato «Vivi e lascia vivere» di Pappi Corsicato, la cui protagonista Elena Sofia Ricci è stata anche premiata per l'interpretazione, con Alessandro Borghi per

«Diavoli». Come già noto, il documentario «La legge del terremoto», esordio alla regia di Alessandro Preziosi realizzato in occasione del quarantennale del terremoto in Irpinia, si è aggiudicato il riconoscimento speciale del galà.

SENZA FESTE

«Ovviamente in questa edizione virtuale non ci sono stati i consueti festeggiamenti, con il taglio della torta e lo champagne, ma Maurizio Casagrande ha tenuto a ricordare che l'appuntamento è per l'anno prossimo, in presenza, quando, insieme ai vincitori della prossima edizione, potranno finalmente ritirare fisicamente il premio anche i vincitori di questa edizione così diversa dalle precedenti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



«7 ORE PER FARTI
INNAMORARE»
MIGLIOR COMMEDIA
«VIVI E LASCIA VIVERE»
PREMIATA
TRA LE SERIE TV

DIRETTA SUL WEB
In senso orario Marco D'Amore in «L'Immortale», una scena di «7 ore per farti innamorare» con Giampaolo Morelli e Serena Rossi, Elena Sofia Ricci nella fiction «Vivi e lascia vivere» di Pappi Corsicato



ASCOLTI



Film

21,94%

5 mln 464 mila spettatori
Rita Levi Montalcini Rai1

Fantasy

11,9%

2 mln 522 mila spettatori
Harry Potter e il prigioniero... Canale 5

Documentario

6,3%

1 mln 619 mila spettatori
Diego Maradona Rai3



**Podcast.**

Il Gruppo 24 Ore da oggi li propone come nuova e mirata opportunità di comunicazione ai suoi partner permettendo di pianificare e ampliare la copertura delle campagne audio

LA STRATEGIA SUI CONTENUTI AUDIO

Gruppo 24 Ore amplia l'offerta sui podcast

Il Gruppo 24 ORE da anni produce podcast e sperimenta nuove forme di contenuti audio. Da oggi li propone come opportunità di comunicazione ai suoi partner. Radio 24 caratterizzata da una programmazione multi-tematica che copre differenti fasce di pubblico è stata la prima emittente a produrre Podcast originali. Tra questi alcuni casi di successo come *La Zanzara*, di Giuseppe Cruciani. Per IlSole24Ore.com l'innovazione digitale sul fronte dei contenuti audio è già presente da tempo all'insegna dell'approfondimento e della verticalità e con formati audio on demand, in una logica di allargamento dell'audience, come per "Start", il podcast del Sole 24 Ore, costantemente nelle classifiche delle principali piattaforme podcast con un dato di daily listeners che per il 77% è sotto i 34 anni. Nel 2021 il Gruppo 24 ORE darà il via a nuove serie di podcast originali. Tra dicembre e gennaio partiranno: «Parla con Pardo», sei interviste di Pierluigi Pardo a personaggi dello spettacolo, dello sport, della cultura e «Sul Filo», podcast realizzati dai conduttori di «Off topic» con il Teatro Filodrammatici di Milano. Inoltre «Sport for Nature», dove Dario Ricci con Stefano Tirelli, racconterà i campioni che legano la passione per lo sport alla passione per l'ambiente e «10 Millennials», serie curata da Matteo Caccia, nata dalla collaborazione con la Scuola Holden di Torino. Infine, prende il via la seconda serie di «Ancora una, poi smetto» di Marta Cagnola, dedicata alle serie Tv più e meno note, e torna «I lavori di domani» di Anna Marino con una seconda serie dedicata alla sostenibilità.

Tra le novità sul Sole24Ore.com, ha debuttato il 25 novembre la nuova serie di Maria Latella dedicata alle donne under 40 di successo. Nelle 10 puntate del podcast «Donne del futuro»,

su Stream24 e su tutte le piattaforme, Maria Latella intervisterà 10 giovani donne manager. Inoltre dal 22 novembre, anniversario della morte di J.F. Kennedy, è online «Kennedy: il mito e il coraggio» a cura di Paolo Colombo docente alla Cattolica di Milano. Il 21 novembre ha debuttato "Market Mover", podcast settimanale sulla finanza curato dal giornalista del Sole 24 Ore Andrea Franceschi e la redazione Finanza. L'audio content strategy del Gruppo 24 ORE si arricchisce con la nuova proposta della concessionaria 24 ORE System. Un'offerta attenta a proporre al mercato nuovi prodotti. Grazie alla realizzazione di Branded Podcast Originali, nella formula "in collaborazione con" e "Creato Per", i Partner potranno affiancare la propria comunicazione ai contenuti del Sole 24 Ore e di Radio 24 nella logica della condivisione. In questa nuova logica di audio content strategy il Gruppo 24 ORE ha investito non solo nella produzione ma anche nella tecnologia con una piattaforma che permette di pianificare e ampliare la copertura delle campagne audio. Il Gruppo ha aperto la sua offerta di contenuti digital audio alla vendita programmatica in modalità private deal o guaranteed, e in reservation. Il programmatic è già operativo su Radio 24, con i suoi 75 programmi alla settimana e 500 podcast al mese - e presto lo sarà anche sul sito - con una soluzione di ad serving che ottimizza le campagne pubblicitarie e una piattaforma di analisi del pubblico, che fornisce informazioni precise e misurate. Inoltre, la connessione alle principali DSP permetterà di attivare sia vendite in private deal che in reservation sui tre formati principali: pre mid e post roll su sito, App e su tutte le piattaforme di distribuzione audio in cui Radio 24 è presente.

RIPRODUZIONE RISERVATA

Con l'identità digitale per tutti 35 miliardi di risparmi

DI CLAUDIO PLAZZOTTA

In Estonia, dove il 98% dei cittadini ha una carta di identità elettronica, il 99% dei servizi pubblici è fruibile online, il 46% degli elettori vota da remoto con la sua carta di identità elettronica e l'intero paese è coperto dalla banda larga, sono riusciti a risparmiare il 2% del Pil annuo grazie alle opportunità offerte dalla firma digitale.

Diciamo allora che la diffusione delle identità digitali e la loro convergenza in sistemi comuni capaci di parlarsi è, innanzitutto, una questione di soldi: 35 miliardi di euro (il 2% del Pil italiano) di risparmi, se si dovesse traslare il modello estone in Italia.

Il boom digitale causato dal Covid-19, la necessità di conversare con le istituzioni da remoto, l'accesso ai bonus e alle indennità durante la pandemia, hanno fatto decollare il sistema Spid (Sistema pubblico di identità digitale): nel 2020 sono infatti 13,5 milioni le identità Spid, rispetto ai 5,5 milioni censiti a fine 2019, e gli accessi mensili a Spid sono passati dai 6,3 milioni di gennaio ai 16,7 milioni dell'ottobre 2020.

Non solo. Come illustra una ricerca dell'Osservatorio Digital identity della School of management del Politecnico di Milano, in Italia è stata anche rilasciata un'applicazione mobile per digitalizzare completamente la carta d'identità elettronica, oggi in possesso di quasi 18 milioni di italiani. Inoltre, sono nate diverse iniziative private per gestire l'ingresso di nuovi clienti da remoto, l'accesso a servizi e l'autorizzazione a effettuare transazioni

digitali su diversi canali.

Insomma, l'emergenza sanitaria ha contribuito a creare i presupposti per il boom delle identità digitali pure in Italia, anche se Spid copre appena il 22% della popolazione (e il 26% degli italiani maggiorenni), lontano dai livelli dei paesi europei più avanzati, come Olanda (79%), Svezia (78%), Norvegia (74%) e Finlandia (55%). Solo 5.300 pubbliche amministrazioni italiane su un totale di oltre 22 mila consentono ai cittadini di usare Spid per accedere ad almeno un servizio digitale.

Magari i cittadini non se ne rendono conto, ma in realtà, sottolinea l'Osservatorio del Politecnico, ognuno di noi ha già molte identità digitali: il Social ID, ovvero l'insieme di dati dichiarati dall'utente quando si iscrive a una piattaforma social (minimo livello di verifica, alta frequenza di aggiornamento); l'eCommerce ID, con caratteristiche simili ma basato su piattaforme di eCommerce o marketplace, come Amazon o Shopify; l'eGov ID, che raccoglie i sistemi di identità digitale sviluppati e distribuiti da enti governativi che riconoscono in modo univoco i propri cittadini (carta d'identità elettronica) e permettono loro di utilizzare i servizi pubblici; il Financial ID, profilo di dati identificativi raccolti da un istituto bancario per riconoscere il proprio cliente, successivamente valorizzati per l'accesso anche presso altri service provider (è il caso di PayPal); e, infine, il Mobile ID, basato sull'uso della sim card come elemento di sicurezza per i dati sull'identità dell'utente, raccolti e verificati con livelli di garanzia medio-alti.

Come spiegano dall'Osservatorio, «Social ID e eCommerce ID sono

molto usati ma presentano problemi legati alla privacy degli utenti e al trattamento dei loro dati, mentre eGov ID, pur essendo sistemi verificati e caratterizzati da alta affidabilità, hanno una frequenza di utilizzo molto minore. Il potenziale inespreso delle eGov ID è molto elevato, perché potrebbero essere adottate da tutti i cittadini, ma in molti paesi europei, fra cui l'Italia, stentano a diffondersi. Mobile ID e Financial ID, anch'essi sistemi verificati, offrono grandi opportunità per la ricchezza dei dati e per l'attenzione all'esperienza dell'utente, caratteristiche che ne aiutano la diffusione e le rendono attraenti sia per l'utente sia per il service provider».

Ci troviamo quindi di fronte a una moltitudine di identità e di dati, e per «sfruttare tutto il potenziale dei sistemi di ID è necessario dotarsi di una strategia organica di gestione delle iniziative nate in ambito pubblico e privato», dice Valeria Portale, direttore dell'Osservatorio Digital identity, «e sviluppare servizi accessori associati all'identità digitale, rafforzando la collaborazione fra pubblico e imprese, e sperimentando nuove tecnologie che rendano i sistemi più sicuri e certificati».

Su questi fronti si stanno facendo enormi passi in avanti, con tantissime start up internazionali (il Politecnico di Milano ne ha censite 173 con un totale di 721 milioni di dollari di finanziamenti raccolti) al lavoro per semplificare il riconoscimento dell'utente, per sfruttare tecnologie come intelligenza artificiale, machine learning o blockchain per l'autenticazione o per gestire l'integrazione di diversi applicativi.

© Riproduzione riservata.



I dati Comscore di ottobre. Gli utenti crescono ma il tempo passato online è minore

News online, si torna a marzo

Tempo +37%, AdnKronos +30%, Sky Tg24 +28%

DI ANDREA SECCHI

A ottobre, con i nuovi picchi della pandemia e il ritorno del lockdown, gli utenti dei siti di informazione tornano ai livelli di marzo. Secondo le rilevazioni di Comscore, la crescita dell'audience dell'intera categoria rispetto allo scorso anno è stata del 5% (con molti siti in progresso ben maggiore) e il tempo speso è invece aumentato del 26%. Proprio il tempo, però, distingue ottobre da marzo: -25% rispetto a quel primo periodo di lockdown, come dire che le persone oggi si informano ugualmente ma lo fanno ormai in maniera più veloce. Sarà perché il grosso delle informazioni sul virus è ormai acquisito, sarà che è sopraggiunta un po' di stanchezza o anche che questo lockdown ha gradi di intensità molto minori rispetto al primo.

Nella tabella in pagina si trova la top 15 delle news online elaborata da ItaliaOggi sul database di Comscore con le variazioni rispetto al mese

precedente. Si ricorda che mancano per volere degli editori i siti Gedi (*Repubblica*, *Stampa* e *Huffington Post* oltre ai regionali) così come il network del *Corriere della Sera*. In compenso si può vedere l'andamento di molti siti oggi non compresi in Audiweb. Al vertice, innanzitutto, l'ormai solito balletto fra Ciaopeople, il cui maggiore brand online è *Fanpage*, e il network di siti locali di *Citynews*. Questa volta primo è Ciaopeople con 31,9 milioni di utenti unici mensili, avendo avuto una crescita dell'8% su settembre. *Citynews*, che ha visto l'ingresso nell'aggregato di puglia.today.it, questo mese quindi è secondo con 31,6 milioni e +5% su settembre.

Terzo (dal sesto posto) *Il Messaggero*, +25%, una delle crescite maggiori questo mese, seguito da *Tgcom24* a +9%, *Fatto Quotidiano* a +11% e *Quotidiano.net* a +8%. Guadagna tre posizioni arrivando al settimo posto Sky Tg24, con un'altra crescita sostanziosa, del +28%, poi il *Giornale*, che resta stabile ma cala leggermente dell'1%, e

Libero a -9%, in discesa di due posizioni. Chiude la decina *Leggo* con un -1%.

Dall'undicesimo al quindicesimo posto si trovano alla stessa posizione di settembre *Gazzetta dello Sport* (+11%), i siti inclusi in Sky Sport (+19%), *Sole 24 Ore* (+22%). Rientrano nella top 15 *Il Tempo*, che registra un +37% arrivando a superare i 12 milioni di navigatori, e AdnKronos a +30% per 11,2 milioni di utenti.

Da notare come la componente video (soprattutto unita allo sport) sia importante per trattenere l'utente più tempo nel proprio sito. Le prime properties per tempo per utente sono Sky Sport (con all'interno Fantacalcio.it, Fantagazzetta.it, Gianlucadimarzio.com, Superscudetto.it, Ultimouomo.com) e *La Gazzetta dello sport* (con i suoi aggregati) entrambi sui 30 minuti con il primo in forte progresso sul mese precedente. Un'ottima media ha anche *Tgcom24* (all'interno fra gli altri SportMediaset) con oltre 18 minuti medi per utente.

© Riproduzione riservata

Così i siti di informazione

	Media	Utenti ott. 2020	Var. % su sett '20	Min. per utente
	Totale Internet	40.239	0	4.608,2
1	Ciaopeople	31.902	8	9,1
2	Citynews Gruppo Ed.	31.623	5	10,8
3	ILMESSAGGERO.IT	25.401	25	5,7
4	TGCOM24 Sites	25.219	9	18,3
5	ILFATTOQUOTIDIANO.IT	24.737	11	7,6
6	Quotidiano Net Network	22.079	8	6,0
7	Sky TG24 Sites	19.057	28	4,0
8	ILGIORNALE.IT	16.629	-1	9,3
9	LIBEROQUOTIDIANO.IT	16.233	-9	13,2
10	LEGGO.IT	15.184	-1	6,3
11	La Gazzetta Dello Sport	14.511	11	28,7
12	Sky Sport Sites	14.363	19	31,2
13	ILSOLE24ORE.COM	12.569	22	6,9
14	ILTEMPO.IT	12.148	37	4,4
15	ADNKRONOS.COM	11.168	30	4,0

Utenti in migliaia. Fonte: Elab. ItaliaOggi su dati comScore. Compresa tal. *entità non taggate. Non comprende i dati del gruppo Gedi e Corriere.it



IL PUNTO DI MAURO MASI*

La nozione di servizio pubblico radio-tv

Mi scrive l'avvocato Anna Maria Rocchini di Roma: «la Rai ha recentemente sospeso un programma settimanale perché in una sua puntata sarebbe stato irrispettoso verso le donne e non da servizio pubblico. Le chiedo, a lei che è stato anche d.g. della Rai, esiste un concetto «oggettivo» di servizio pubblico radiotelevisivo?» Il quesito non è nuovo e ce ne siamo occupati anche in questa rubrica. Bisogna ribadire che non esiste, e non solo in Italia, una precisa e

compiuta definizione tecnico/giuridica del concetto di servizio pubblico radiotelevisivo. Nel tempo sono state avanzate varie proposte che facevano riferimento sia ad aspetti soggettivi – e cioè alla qualità del gestore – sia ad aspetti oggettivi – delineando degli specifici criteri di identificazione; non si è però mai riusciti a trovare una nozione che fosse comunemente accettata e costituisse un riferimento univoco per il legislatore nazionale ed internazionale.

Secondo autorevoli addetti ai lavori una definizione tra le più esaustive è tutt'ora quella elaborata negli anni 90 dalla Bru, Broadcasting research unit per il Parlamento inglese. La Bru identifica otto indicatori che qualificano il livello di «servizio pubblico» di un'emittente televisiva:

- a) universalità geografica di accesso (trasmissioni televisive rivolte, almeno in principio, a tutta la popolazione);
- b) universalità di interessi (cercare di toccare più interessi possibili anche quelli largamente popolari; non è detto infatti che il servizio pubblico debba qualificarsi solo

- su temi di nicchia anche se, ovviamente, non deve escluderli: "make popular programmes good; make good programmes popular");
- c) universalità di pagamento (servizio pagato da tutta la popolazione);
- d) concorrenza nella programmazione piuttosto che nell'audience;
- e) sensibilità verso le minoranze;
- f) senso dell'identità nazionale e della comunità;



Mauro Masi

- g) indipendenza verso gli interessi di parte (intesa in senso molto ampio cioè sia da un punto di vista politico-istituzionale sia economico);
- h) ricerca della qualità e libertà creativa.

Naturalmente non è detto che il gestore di un servizio pubblico radiotelevisivo debba soddisfare tutti gli indicatori proposti; la scelta dipende dal legislatore che deve tener conto delle singole realtà nazionali anche alla luce degli sviluppi della tecnologia e del sistema della comunicazione nel suo complesso. Tornando al quesito dell'avvocato Rocchini, non credo si possa affermare che esista una nozione «oggettiva» di servizio pubblico radiotelevisivo, tale nozione non può che variare nel tempo sulla base delle valutazioni che debbono fare gli organismi a ciò preposti dalle norme di riferimento (da noi in Italia attraverso il Contratto di servizio che qualifica il rapporto tra il gestore del servizio e le istituzioni).

*** delegato italiano alla Proprietà intellettuale**
CONTATTI: mauro.masi@consap.it

© Riproduzione riservata.



NbcUniversal, pieno di spot per la parata di Macy's

DI FRANCESCA SOTTILARO

Per il colosso NbcUniversal, più degli Oscar può, in termini di raccolta pubblicitaria ed ascolti (e nonostante la pandemia), la parata dei grandi magazzini Macy's per il giorno del Ringraziamento. Si tratta di un'usanza molto americana, quella di seguire in tv o online, mentre si mangia il tacchino, lo spettacolo legato ai department store di New York, tra piroette, mascotte e palloncini lanciati al cielo.

Giovedì scorso, nonostante la mancanza di pubblico in strada e i tagli di percorso (un isolato a Manhattan, contro i 4 chilometri abituali), NbcUniversal, che ha il monopolio per la diretta, ha fatto il pieno di sponsor trainando il palinsesto nazionale popolare che include successive trasmissioni come il *National Dog show*, esibizione canina che da 18 anni incolla milioni di americani al piccolo schermo, e tre partite di football, una rimandata a oggi causa Covid. A guidare gli investimenti pubblicitari della Macy's Thanksgiving Day Parade 2020 sono stati nemmeno a dirlo i marchi di tlc, le assicurazioni e la ristorazione, poi il largo consumo, molte aziende farmaceutiche, marchi di vendita al dettaglio e l'automotive. La parata «è il nostro *Super Bowl* (la finale di football americano, ndr) di visione familiare», ha detto Mark Marshall, presidente delle vendite pubblicitarie e delle partnership di NbcUniversal.

Nel 2019, secondo le rilevazioni di Kantar su *AdWeek*, la rete ha generato entrate per 49,2 milioni di dollari (41,1 mln di euro) dalla parata di Macy's, mentre il *National Dog Show* ha incassato 11,7 milioni (9,79 mln di euro) e la partita della Nfl (la federazione del football) in prima serata 72,1 milioni di dollari (60,3 mln di euro), per un totale di 133 milioni (111 milioni di euro) di entrate pubblicitarie per i tre eventi.

Quest'anno sono stati presentati più spot da 60 secondi e gli esperti di marketing stanno utilizzando sempre più la parata per testare film creativi di lunga durata sulle famiglie.

*) Riproduzione riservata.



Il gruppo francese porterà le sue fiction nella Penisola

Tf1 arriva in Italia

Via al piano di espansione europeo

DI MARCO LIVI

Negli Stati Uniti, Gran Bretagna, Paesi Bassi e Belgio ci sono già, adesso le case audiovisive francesi vogliono varicare le Alpi ed entrare nel mercato italiano. Dalla loro hanno già dimensioni sufficienti per approcciare nuovi paesi a colpi di acquisizioni di concorrenti, senza dimenticare la disponibilità di budget sufficienti per sostenere le produzioni, anche in tempi di minori investimenti. A conferma espandersi nella Penisola, e in parallelo in Spagna e Germania, è per esempio la strategia che vuole mettere in atto Newen, società controllata dal 2015 da Tf1 (gruppo Bouygues), tra i principali canali tv transalpini con a disposizione 150 milioni di euro per le sole acquisizioni.

«Nel giro di tre anni abbiamo raddoppiato le nostre dimensioni», dichiara **Bibiane Godfroid**, presidentessa di Newen, società che oramai muove un giro d'affari da 300 milioni di euro. «Rappresen-



Bibiane Godfroid

tiamo adesso un tassello importante nelle attività e per la redditività del gruppo Tf1», che per la creazione di contenuti originali mette sul piatto risorse per 900 milioni di dollari (pari a circa 753 milioni di euro). Newen produce già, tra gli altri, anche per colossi Usa come Netflix (che ha messo in catalogo suoi titoli

come *Osmosis*) e Disney+, oltre a vendere diritti ad Amazon Prime Video e Bbc.

«Abbiamo inglobato diverse società in Belgio, Danimarca, Canada... E a breve contiamo di estenderci in Italia», rilancia con *Le Figaro* Godfroid. «Una volta raggiunta una dimensione critica e una volta che saremo presenti nei principali mercati europei, allora passeremo alla seconda fase di sviluppo, quella che si sposta dalle acquisizioni di società esterne al condurre al nostro interno nuovi talenti. Come offerta di titoli, poi, ci allargheremo dalla produzione di fiction, che rappresenta al momento la nostra specializzazione, a format per la tv di flusso». Preoccupa la pandemia e il blocco delle riprese? «Sicuramente meno del primo lockdown», conclude la presidentessa di Newen. «Nel contesto attuale, per esempio, assicuriamo comunemente ora e mezza di girato ogni giorno, sufficiente a coprire le puntate delle nostre tre fiction più importanti».

© Riproduzione riservata



M&A QUANTE AZIENDE
COMPRANO ALL'ESTERO

M&A La pandemia non è stata un deterrente per le acquisizioni. Anzi, numerose aziende italiane, anche di medio-piccole dimensioni, hanno approfittato della crisi per fare shopping oltre confine. L'analisi Kpmg

Chi compra all'estero

di **Andrea Montanari**

Carpe diem. Se la pandemia ha rappresentato il fattore esogeno decisivo per la crisi dei mercati e dell'industria, c'è chi ha approfittato della situazione e, anche per consolidare l'attività, ha cercato occasioni per fare shopping. Soprattutto all'estero. Del resto il mercato italiano è uno di quelli che ha sofferto di più in termini di contrazione del pil. Quindi meglio giocarsela oltreconfine, possibilmente in mercati più stabili quali quelli anglosassoni e, in particolare, quello americano. E' in questa logica che nei giorni scorsi da Treviso è partito l'assalto all'America. Il gruppo De Longhi (climatizzazione) ha messo sul piatto 420 milioni di dollari cash, attingendo alle risorse a disposizione per rilevare Capital Brands, azienda di Los Angeles che permetterà alla società del presidente Giuseppe De Longhi e dell'ad Massimo Garavaglia di fare degli States in primo mercato in assoluto (fatturato aggregato di 500 milioni di dollari) dell'azienda che il 30 settembre presentava un giro d'affari di 1,47 miliardi. A ottobre era stato il colosso dol-

ciario Ferrero a definire il deal da 275 milioni di euro dei biscotti inglesi Fox's. Acquisizione che è arrivata dopo la tripletta (Fannie May, Ferrara Candy e gli snack Nestlé) messa a segno negli Usa nel biennio 2017-2018 per un investito totale di quasi 4 miliardi di dollari. E che dire del deal da 7,2 miliardi, al momento subjudice (Antitrust Ue e scontro legale in Olanda) che vorrebbe completare il numero uno mondiale dell'occhialeria EssilorLuxottica -interessata come riferito da MF-Milano Finanza venerdì 27 a nuovi target tra i quali la tedesca Fielmann- o delle tre acquisizioni (Baron Philippe de Rothschild, Champagne Lallier e Tannico) di Campari? Anche se il vero compratore seriale è l'emiliana Interpump: cinque operazioni nell'anno tra Italia e Spagna.

Insomma, per combattere la crisi c'è chi non si barrica né batte in ritirata, ma va all'attacco e compra. Così se, come evidenziato da una ricerca di Kpmg Corporate Finance, al 30 settembre il mercato italiano aveva registrato 537 operazioni (tra nazionali e crossborder), in calo del 33,7% anno su anno, il vero tema è lo stop degli investimenti esteri: 141 operazioni di modesta ta-

glia visto che il controvalore totale ammonta a 3 miliardi (-80%). A dare vigore sono stati i deal messi a segno da società italiane all'estero: 90 per un ammontare di 11,9 miliardi. Di queste, ben 21 sono state completate in Nord America (controvalore di 5,6 miliardi), mentre 9 sono state portate a termine nel Regno Unito per una spesa di 5,3 miliardi. «Stiamo assistendo a un trend importante per il made in Italy. Perché se qualche decina d'anni chi andava all'estero erano solo le società a partecipazione statale (Eni, Enel, Leonardo, ndr), seguite 10-15 anni fa dai gruppi di medie dimensioni quali Campari, Autogrill, Lavazza, Interpump o Ima, adesso il fenomeno è diffuso. È una sorta di democratizzazione dell'm&a», sostiene Max Fiani, partner di Kpmg. «Si tratta di una terza ondata di aziende familiari che, anche sull'esempio degli acquirenti seriali, hanno iniziato a comprare sfruttando il momento e i multipli. Anche se al momento non si avverte un effetto sul prezzo visto che si tratta per la gran parte di acquisizioni studiate e progettate a fine 2019 e nei primi mesi di quest'anno. Anche perché questo è il momento di comprare

non certo di vendere aziende». **E se in Italia** il settore al momento più caldo è quello bancario - dopo Intesa Sanpaolo-Ubi ora i dossier caldi sono Unicredit-Mps e Banco Bpm-Bper - ecco che i comparti industriali prediletti nelle acquisizioni fuori dai confini nazionali riguardano il food, il pharma (Chiesi e Angelini hanno definito quattro operazioni in tutto) e i servizi: Gi Group e Zucchetti si sono contraddistinte con quattro deal a testa. Il tutto mentre si deve attendere il closing del merger Nexi-Nets-Sia che darà vita al leader europeo nel digital payments e in attesa di conoscere le mosse di Campari -trasferita in Olanda per avere mano libera anche per operazioni di trasformazione dimensionale carta contro carta- e Ima (packaging) che post ingresso del fondo Bc Partners e delisting punterà a un m&a rilevante sul mercato americano. «Finora questo paese era il target geografico», riprende sostiene Max Fiani. «Adesso, invece, il vero gap che molte aziende devono colmare è in Asia. È arrivato il momento di capire come ripetere sul mercato cinese e indiano quel trend di m&a definito negli Usa e come avvicinare le aziende-target. Ma la logica delle joint venture 50-50 oggi non esiste più». (riproduzione riservata)

LE 15 PRINCIPALI OPERAZIONI DI AZIENDE ITALIANE ALL'ESTERO NEL 2020

Società acquisita	Nazionalità	Compratore	Nazionalità	Quota	Euro Min
Vodafone Towers	UK	INWIT Infrastrutture Wireless Italiane	Italia	100%	5.300
Red de Carreteras de Occidente (RCO)	USA/Messico	Abertis Infraestructuras	Italia	51,3%	1.500
Nexi	USA	Mercato	Italia	8,8%	781
Renovalia Energy SA	USA/Spagna	EF Solare Italia	Italia	100%	700
Nexi	USA	Intesa Sanpaolo	Italia	9,9%	653
MStemline Therapeutics Inc	USA	A. Menarini Industrie Farmaceutiche Riunite	Italia	100%	600
The Dedica Anthology Portfolio (Vårde Partners)	USA	Covivio Hotels SCAI	Italia	100%	573
Seguradoras Unidas	USA/Portogallo	Assicurazioni Generali	Italia	100%	510
ThermaCare (business unit)	USA	Angelini	Italia	100%	190
Kopter Group AG	Svizzera	Leonardo	Italia	100%	170
ASSA ABLOY	Francia	Faac	Italia	100%	100
AdvanceCare	USA/Portogallo	Assicurazioni Generali	Italia	100%	90
Pirelli & C. S.p.A. (433 torri)	Cina	Brembo	Italia	2,2%	86,5
Orange Espagne, S.A.U.	Spagna	Cellnex Telecom SA (Gruppo Edizione/Atlantia)	Italia	100%	75
ProSiebenSat.1 Media SE	Germania	Mediaset	Italia	4,3%	72,9

Fonte: Kpmg Corporate Finance

GRAFICA MF-MILANO FINANZA

MIANO FINANZA

E giunta l'ora di uscire dal Monte

BigCoin

Grande affare o grande imbroglio?

CORSI 15/10/20

Il mercato delle criptovalute è in forte crescita. BigCoin è la soluzione per chi vuole entrare nel mercato delle criptovalute.

Chi compra all'estero

LE PRINCIPALI OPERAZIONI DI AZIENDE ITALIANE ALL'ESTERO NEL 2020

Società acquisita	Nazionalità	Compratore	Nazionalità	Quota	Euro Min
Vodafone Towers	UK	INWIT Infrastrutture Wireless Italiane	Italia	100%	5.300
Red de Carreteras de Occidente (RCO)	USA/Messico	Abertis Infraestructuras	Italia	51,3%	1.500
Nexi	USA	Mercato	Italia	8,8%	781
Renovalia Energy SA	USA/Spagna	EF Solare Italia	Italia	100%	700
Nexi	USA	Intesa Sanpaolo	Italia	9,9%	653
MStemline Therapeutics Inc	USA	A. Menarini Industrie Farmaceutiche Riunite	Italia	100%	600
The Dedica Anthology Portfolio (Vårde Partners)	USA	Covivio Hotels SCAI	Italia	100%	573
Seguradoras Unidas	USA/Portogallo	Assicurazioni Generali	Italia	100%	510
ThermaCare (business unit)	USA	Angelini	Italia	100%	190
Kopter Group AG	Svizzera	Leonardo	Italia	100%	170
ASSA ABLOY	Francia	Faac	Italia	100%	100
AdvanceCare	USA/Portogallo	Assicurazioni Generali	Italia	100%	90
Pirelli & C. S.p.A. (433 torri)	Cina	Brembo	Italia	2,2%	86,5
Orange Espagne, S.A.U.	Spagna	Cellnex Telecom SA (Gruppo Edizione/Atlantia)	Italia	100%	75
ProSiebenSat.1 Media SE	Germania	Mediaset	Italia	4,3%	72,9

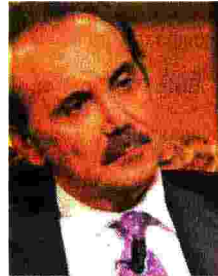
IL PUNTO di MAURO MASI*

Gli 8 requisiti che fanno della tv un servizio pubblico

Mi scrive l'avvocato Anna Maria Rocchini di Roma: «La Rai ha recentemente sospeso un programma settimanale perché in una sua puntata sarebbe stato irrispettoso verso le donne e non da servizio pubblico. Chiedo, a lei che è stato anche dg della Rai, esiste un concetto *oggettivo* di servizio pubblico radiotelevisivo?» Il quesito non è nuovo e ci torno volentieri. Bisogna ribadire che non esiste, e non solo in Italia, una precisa e compiuta definizione tecnico/giuridica del concetto di servizio pubblico radiotelevisivo. Nel tempo sono state avanzate varie proposte che facevano riferimento sia ad aspetti soggettivi – e cioè alla qualità del gestore – sia ad aspetti oggettivi – delineando degli specifici criteri di identificazione; non si è però mai riusciti a trovare una nozione che fosse comunemente accettata e costituisse un riferimento univoco per il legislatore nazionale ed internazionale. Secondo autorevoli addetti ai lavori una definizione tra le più esaustive è tutt'ora quella elaborata negli anni 90

dalla Bru, Broadcasting research unit per il Parlamento inglese. La Bru identifica otto indicatori che qualificano il livello di servizio pubblico di un'emittente televisiva: 1) universalità geografica di accesso (trasmissioni televisive rivolte, almeno in principio, a tutta la popolazione); 2) universalità di interessi (cercare di toccare più interessi possibili, anche quelli largamente popolari; non è detto infatti che il servizio pubblico debba qualificarsi solo su temi di nicchia anche se, ovviamente, non deve escluderli: «make popular programmes good; make good programmes popular»); 3) universalità di pagamento (servizio pagato da tutta la popolazione); 4) concorrenza nella programmazione piuttosto che nell'audience; 5) sensibilità verso le minoranze; 6. senso dell'identità nazionale e della comunità; 7) indipendenza verso gli interessi di parte (intesa in senso molto ampio cioè sia da un punto di vista politi-

co-istituzionale sia economico); 8) ricerca della qualità e libertà creativa. Naturalmente non è detto che il gestore di un servizio pubblico radiotelevisivo debba soddisfare tutti gli indicatori proposti; la scelta dipende dal legislatore che deve tener conto delle singole realtà nazionali anche alla luce degli sviluppi della tecnologia e del sistema della comunicazione nel suo complesso. Tornando al quesito dell'avvocato Rocchini, non credo si possa affermare che esista una nozione «oggettiva» di servizio pubblico radiotelevisivo, tale nozione non può che variare nel tempo sulla base delle valutazioni che debbono fare gli organismi a ciò preposti dalle norme di riferimento (da noi in Italia attraverso il Contratto di servizio che qualifica il rapporto tra il gestore del servizio e le istituzioni).



**delegato italiano alla Proprietà Intellettuale*



This site uses cookies. By using this site you are agreeing to our [privacy and cookie policy](#).

OK

SCREENDAILY

REGISTER | SUBSCRIBE | SIGN IN



Search our site



- Home
- NEWS
- REVIEWS
- FEATURES
- FESTIVALS
- BOX OFFICE
- AWARDS
- SUBSCRIBE
- MORE >>

IT IS TIME FOR LATAM

VS2020 VENTANA SUR

NEWS

China box office: 'The Croods: A New Age' opens with almost double its US gross

BY LIZ SHACKLETON | 30 NOVEMBER 2020



SOURCE: DREAMWORKS ANIMATION
THE CROODS: A NEW AGE

Universal and DreamWorks Animation's *The Croods: A New Age* headed up the China box office over the three-day weekend (November 27-29), according to figures from Artisan Gateway, grossing \$18.9m, almost twice as much as the \$9.71m the film grossed in the US over Thanksgiving weekend.

The first *The Croods* movie grossed \$6m (RMB40.1m) on its opening weekend in China in

April 2013 and went on to take \$60m (RMB394.6m). However, that was during an earlier stage of the market's development, when China had fewer screens, and the film was pulled from theatrical release two weeks earlier than expected by Chinese regulators.



MOST POPULAR

MOST COMMENTED



Oscars 2021: Hong Kong submits Derek Tsang's crime drama 'Better Days'



Lionsgate UK head of acquisitions Nick Manzi set to leave company

Caught In Time, a crime thriller produced by Hong Kong's Emperor Motion Pictures, slipped to second position in its second weekend, grossing \$13.7m for a cumulative total of \$59.5m. Directed by Lau Ho-leung, the film stars Daniel Wu and Wang Qianyuan.

Zhang Yimou's *One Second*, which was abruptly pulled from the Berlin Film Festival in 2019, also opened over the weekend and grossed \$10.6m in three days. It's understood that the film, set during China's politically sensitive Cultural Revolution period, has gone through re-shoots and lost one minute of its original running time in order to meet censorship requirements.

Patriotic war film *The Sacrifice* came in fourth over the weekend with \$3.5m for a cume of \$167.1m, followed by Adrian Kwan's *Find Your Voice*, which grossed \$1.6m for a cume of \$9.5m.

Also opening over the weekend was a re-release of Chinese New Year 2019 blockbuster *The Wandering Earth*, which opened on November 26 with an additional 11 minutes content and especially low-priced tickets of around \$2 (RMB15).

Entitled *The Wandering Earth: Beyond 2020 Special Edition*, the re-release had grossed \$425,000 (RMB2.8m) by Monday (Nov 30) lunchtime. The producers of the film recently announced that a sequel is being prepared for release over Chinese New Year 2023.

According to Artisan Gateway figures, China's total box office over the weekend was a shade above last week with \$52.8m. The year-to-date box office has reached \$2.49bn, down by 72.5% compared to the same point last year, before Covid had an impact.

This weekend sees the release of Paul W.S. Anderson's *Monster Hunter*, reuniting producers and talent from the *Resident Evil* franchise, Universal's *The Invisible Man*, Edko Films' CGI fantasy *Soul Snatcher* and the latest installment in Japan's *Pokemon* anime franchise, *Pokémon: Mewtwo Strikes Back - Evolution*.



UK distributors, exhibitors react to government's controversial tier system in England



Cinema reopening dates around the world: latest updates
 1



UK's Production Guild names winners of inaugural Innovation Awards



2021 film festivals and markets: latest dates, postponements and cancellations



English cinemas get greenlight to reopen in lower risk areas from December

Asia Box Office China



RELATED ARTICLES

CONECTA FICTION'S GERALDINE GONARD, PRODUCER LUIS COLLAR UNVEIL SALES AGENCY FEEL CONTENT (EXCLUSIVE)

Two leading lights on the international Spanish film-TV scene, sales agent Geraldine Gonard, director of Spain's Conecta Fiction co-production forum, and Luis Collar, a partner and CEO of The Circular Group, a diversified film company, have joined forces to create Feel Content, which makes its public market bow at Ventana Sur. A dedicated sales company, Feel Content, backed by Gonard's Inside Content and Collar's Great Waves, aims to exploit new opportunities emerging in the fast evolving sales landscape, acquiring individual titles and catalogs of Spanish-language and European films. It hits the ground running at Ventana Sur, announcing two new acquisitions, Matías Meyer's "Modern Loves" and "Karakol," from Argentina's Saula Benavente, which join two titles it introduced to buyers at Malaga's Spanish Screenings: Gracia Querejeta's "The Invisible" and "Pullman."

"We think there's a clear gap to fill in Spain for one more international sales agency, given there aren't many in the country. Those that are can't represent all the films coming onto the market," said Collar. Plugging that breach, Feel Content can bring multiple assets to the table. One is the large experience and breadth of expertise of the two partners and their team. Launching Conecta Fiction in 2017, Gonard has extensive experience as a film-TV sales agent, at Sogepaq (1997-2001), Grupo Pi (2001-06) and serving as managing director and COO at Imagina Intl. Sales from 2007 to 2015, which largely focused on exporting TV series, before hanging her own shingle, Inside Content, in 2016. Collar's The Circular Group takes in film, TV and commercials production (Nephilim Producciones); festival management and investment (Great Ways); festival distribution (Agencia Freak); doc feature and short film sales (Feel Sales); Feelmakers, a triple channel VOD platform for docs, shorts and animation; and Cortogonia, a short films fest founded in 1999. A select producer, Nephilim has co-produced Paraguayan break out "7 Boxes," Lucia Garibaldi's "Sharks," a Sundance best directing winner, and "Gloria," a Berlinale best actress laureate for Paulina García, directed by Academy Award winner Sebastián Lelio.

"We complement each other very well. It's fundamental to associate with someone who gives you what you have less, and where you give what they have less," said Collar. Another highly experienced executive, Eva Pérez Martín – a former sales executive at Plural Ent. España, Britel channels director, and content program manager at Global Eagle Ent.- has been appointed as Feel Content's international sales manager. Unlike most Spain-based sales companies, Feel Content will target not only Spanish-language movies but features from the rest of Europe, and especially Eastern Europe, Gonard said. The sales company is also launching at a time of exploding OTT demand for content as Disney Plus rolls out around the globe, launching in Latin America on Nov. 17. HBO Max is scheduled to bow in both Latin America and Spain, as well as Scandinavia, in 2021. In Europe, at 53% of viewership, streaming has overtaken linear TV in total hours watched, according to a survey by Samsung Behind the Screens, 2020. "Global and regional platforms – SVOD and AVOD – are experiencing brutal growth and need a lot of content. Films which have no or short theatrical runs in domestic markets will in a relatively short time have a large outlet on platforms," Gonard predicted. Sales to platforms will outweigh those to TV, Collar added. The company will work with multiple types of movies such as mainstream, genre, festival films, Gonard explained. An ensemble drama with comedic moments, "Modern Loves," the portrait of the implosion of a traditional upper middle-class Mexican family, questions the survival of conventional love involving two lifelong partners in a world of individualism and crumbling patriarchy. A move towards the mainstream for Meyer in its focus – the family – and its stars – Ilse Salas ("Gueros," "The Good Girls") and Luis

Ortizgris ("Museum"), it world premiered at Los Cabos Film Festival in November 2019. Benavente's solo feature debut, "Karakol" turns on a daughter who, unable to accept her father's death, travels to a remote lake in Tajikistan where she believes he had another life. Making its market debut at Ventana Sur, "Karakol" bowed on Argentine platform Cine.Ar in September. Popular in the Community

[CONECTA FICTION'S GERALDINE GONARD, PRODUCER LUIS COLLAR UNVEIL SALES AGENCY FEEL CONTENT (EXCLUSIVE)

KOREA BOX OFFICE SLUMPS TO \$2.25 MILLION WEEKEND

The box office outlook in South Korea , which last year was the world's fourth largest theatrical market, turned from bad to worse. Gross revenues over the weekend dropped to just \$2.24 million, a slump of 40% compared with the already depressed \$3.70 million total of the weekend before. In the intervening period cinemas in the Greater Seoul area have been required to increase social distancing measures and cut their seating capacity, as a reaction to the latest surge in coronavirus cases. From Tuesday, Seoul was placed under Level 2 restrictions on a scale of 1 to 4 of virus response. Cinemas can stay open, though many other indoor activities are banned for a week, and private groups cannot exceed more than 10 people. Additionally, it emerged that another batch of films that had previously been targeting a theatrical release have now decided on a direct to streaming approach instead. These include the much anticipated "Space Sweepers," mystery thriller "The Call" and comedy "What Happened to Mr. Cha?" which will all now be released by Netflix. The top film in Korean cinemas over the weekend was new release action comedy "Best Friend" starring Jung Woo and the ever reliable Oh Dal-su . It earned \$1.01 million for a 45% market share. Since release on Nov. 25, it has a gross of \$1.55 million. American horror film "Freaky" was the weekend's other significant release, but it failed to scare up much business. It limped into fourth place with just \$170,000 and less than 20,000 tickets sold. Previous top-ranking film "Collectors" slipped back to second place with \$341,000. Since its Nov 4. outing, the Seoul-set treasure hunt film has grossed \$11.4 million. U.S. film "Run" slipped from second place to third. It grossed \$309,000 over the weekend, for a running cumulative of \$1.61 million since Nov. 20. Long-running Korean comedy "Samjin Company English Class" took fifth place, extending its cumulative to \$12.5 million since Oct. 21. Popular in the Community Miley Cyrus Goes Blonde-on-Blondie-er on 'Plastic Hearts': Album Review

[KOREA BOX OFFICE SLUMPS TO \$2.25 MILLION WEEKEND]

Home > TV News > British Government Worried People Will Forget The Crown Is Fiction

TLDR

British Government Worried People Will Forget The Crown Is Fiction

The Crown is a dramatization inspired by real events - and members of the British Government are worried people forget it's fiction.

BY THOMAS BACON

1 HOUR AGO

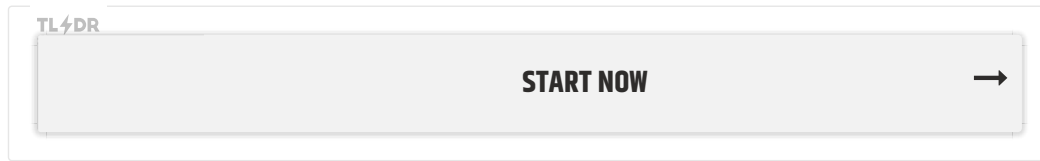


Members of the British Government, notably Culture Secretary Oliver Dowden, are concerned people have forgotten ***The Crown*** is fiction. *The Crown* season 4 has proven particularly controversial in the United Kingdom. In truth, that was inevitable; the hit Netflix series chronicles the reign of Queen Elizabeth II, and it is now covering one of its most controversial periods. *The Crown* season 5 will deal with the death of Princess Diana, a tragedy that still occupies the front pages of British tabloids over 20 years later.

The Crown is a dramatization of real-life events, but many critics and commentators in the UK have felt it presents itself as though it is factual. Princess Diana's brother Charles Spencer has been particularly vocal about the issue and refused to allow *The Crown* to film at Althorp, the Spencer family ancestral home in Northamptonshire, England. And now it seems those concerns are being reflected by the government, largely because they fear the Netflix drama is changing public attitudes towards members of the Royal Family.

Continue Scrolling To Keep Reading

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



ARTICLE CONTINUES BELOW ADVERTISEMENT

RELATED:

The Crown Season 4 Heartbreaking Ending For Charles, Diana & Thatcher Explained

Culture Secretary Oliver Dowden has told *The Daily Mail* he believes Netflix should add a sort of "health warning" to remind people *The Crown* is fictional. "It's a beautifully produced work of fiction, so as with other TV productions, Netflix should be very clear at the beginning it is just that," he explained. "Without this, I fear a generation of viewers who did not live through these events may mistake fiction for fact." He is expected to write to Netflix about the issue.

Charles and Diana in The Crown Season 4 Wedding Rehearsal

It is true that *The Crown* is a work of fiction, and that Peter Morgan's scripts dramatize events

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

to sometimes quite remarkable degrees. But, in reality, *The Crown* was always going to have this kind of impact when it began to explore the 1980s and 1990s. The first three seasons of *The Crown* avoided significant controversy, simply because they dealt with events that are rather more distant in the public consciousness. But the British people truly connected with Princess Diana, and consequently the collapse of her marriage to Prince Charles became heavily politicized. The week after Diana's death in 1997 has frequently been called the worst in Queen Elizabeth II's reign, with the Royal Family winding up on the wrong side of public opinion when they initially appeared hesitant to mourn openly. To this day, it is still the case that polls consistently suggest Charles' popularity declines every time Diana's name hits the headlines again. And this concern is far more pressing for the British government in 2020, given the Queen's age and Charles' gradually taking over royal duties in preparation for becoming King. Little wonder [Emma Corrin's portrayal of Princess Diana](#) has proved so uncomfortable—and the prospect of *The Crown* season 5 must be viewed with deep concern by monarchy and government alike.

ARTICLE CONTINUES BELOW ADVERTISEMENT

The Culture Secretary's criticisms do have a degree of merit; there is good reason to be concerned people have forgotten the line between fact and fiction. At the same time, though, the British Government should surely reflect on how unstable their institutions really are if a simple TV series based on real events can shake them. *The Crown* probably isn't the cause of this problem, but rather simply demonstrates an issue that is rumbling in the background, ready to cause trouble when Charles becomes King.

MORE:

The Crown Season 4 True Story: What Really Happened (& What Changed)?

Source: [The Daily Mail](#)

ARTICLE CONTINUES BELOW ADVERTISEMENT



Home > Movie News > The Croods 2 On Track To Beat Tenet's Opening Weekend At Box Office

The Croods 2 On Track To Beat Tenet's Opening Weekend At Box Office

Based on opening weekend numbers, it looks like Dreamworks' animated comedy-adventure film *The Croods 2* is on track to out gross *Tenet* domestically.

BY XAVIER ILYAS
3 HOURS AGO



Eep and Dawn The Croods 2 trailer

After the box office numbers from Thanksgiving weekend were accounted for, it looks like Dreamworks' animated comedy-adventure film *The Croods 2* is on track to out gross *Tenet*'s domestic opening weekend. The film is a sequel to 2013's *The Croods*. The sequel had a troubling development, even being canceled by Dreamworks at one point. But, after the project was revived and had its release delayed a handful of times, the film was finally released on November 25, 2020.

Now, as the box office numbers from *The Croods 2* have come in (via *The Wrap*), it's looking like the animated film is set to out gross Christopher Nolan's *Tenet*. Nolan's film, not counting preview screenings, was estimated to make around \$9.35 during its opening weekend. *The Croods 2* is set to bring in \$9.7 million from its three day opening weekend. Including additional days from the Thanksgiving holiday, its box office take is around \$14.2 million. If *The Croods 2* continues on this trajectory, it will most likely out gross *Tenet* domestically.

ARTICLE CONTINUES BELOW ADVERTISEMENT

RELATED:**Christopher Nolan Is Wrong About Hollywood's Tenet Reaction**

The Croods 2 pushed to 2018

Nolan's film was largely seen as a experiment, testing the waters to see if a profit could still be made by a theatrical release in the United States. It was mostly considered a failure. While *The Croods 2*'s box office performance isn't great by normal standards, it's set to be the best performing domestic film since *Onward* (which itself wasn't even that big of a hit), which came out right before the pandemic was in full swing.

NEXT:**Why Tenet Was A Box Office Success In China (But Not The U.S.)**

Source: The Wrap



HAVE A NEWS TIP?
NEWSLETTERS
U.S. EDITION ▾



SUBSCRIBE

LOGIN ▾

FILM TV WHAT TO WATCH MUSIC TECH INTERNATIONAL REAL ESTATE AWARDS CIRCUIT VIDEO **VIP+**

HOME FILM NEWS

Nov 29, 2020 8:28am PT

Box Office: 'The Croods 2' Leads Sluggish Thanksgiving Holiday Weekend

By Rebecca Rubin



Courtesy of DreamWorks Animation

Thanksgiving is traditionally one of the most popular times to go to the movies. Crowd pleasers like "Frozen," "Coco" and "Knives Out" have propelled attendance and generated many, many millions in ticket sales over the holiday weekend in years past, cementing various [box office records](#) to boot.

This year, studios and movie theater owners are settling for scraps.

Only one new movie, Universal and DreamWorks' "[The Croods: A New Age](#)," was released in theaters. The animated sequel to 2013's unexpected hit "The Croods" surpassed expectations, generating \$9.71 million over the weekend and \$14.22 million since opening on Wednesday. That's considered a success in the age of coronavirus, but it's hardly what Universal was expecting when the studio initially greenlit the follow-up.

ADVERTISEMENT

"This level of business is a far cry from typical Thanksgiving weekend releases, but success and failure in the middle of a pandemic should be

MOST POPULAR



The Life and Death of the Instagram Influencer Who Never Was



Music Legends Eric Clapton, Van Morrison Team for Anti-Lockdown Single 'Stand and Deliver'



Peacock Apologizes for 'Saved by the Bell' Jokes About Selenia Gomez's Kidney Transplant

ADVERTISEMENT

Must Read



TV

'The Mandalorian': Baby Yoda's Big Reveal and More Burning Questions From 'The Jedi'



TV

'Dash & Lily,' 'Happiest Season' and More Holiday TV Programming to Watch



FILM

Diane Keaton: Watching Recut 'Godfather: Part III' Was 'One of the Best Moments of My Life'

viewed in relative terms,” says Shawn Robbins, chief analyst at Box Office Pro.

To Robbins’ point, past holiday hits were able to play in more than 4,000 theaters nationwide. With the majority of multiplexes closed, including those in major markets like New York and Los Angeles, “[The Croods 2](#)” could only screen in 2,211 venues.

Even with those limitations, “The Croods 2” is eyeing a pandemic-era record. Final tallies are usually reported on Monday. If estimates hold, “The Croods: A New Age” would eclipse “Tenet” for the biggest opening weekend since movie theaters reopened. Christopher Nolan’s latest grossed \$9.35 million in its first three days of release.

“For this film to outperform expectations in a less-than-half operational market indicates that moviegoers, especially families, miss the big screen experience and are seeking it out where safe and possible to do so,” Robbins says. “The industry still has a challenging road ahead through winter. But Croods’ debut is a preliminary sign of the resilience cinemas can show in the long run.”

Overseas, “The Croods 2” amassed \$20.8 million from seven international markets for a global tally of \$35 million. China alone accounted for \$19.2 million of weekend earnings.

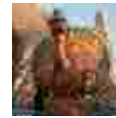
Universal, compared to rivals, has been active in releasing movies during the pandemic. That’s because the studio forged unprecedented deals with AMC Theatres and Cinemark, two of the country’s biggest movie theater chains. Typically, movies play exclusively in theaters for 75 to 90 days before they move to online rental services. But under Universal and AMC’s new agreement, the studio can put new films on premium video-on-demand within weeks of their theatrical debuts. In return, the cinema circuits are expected to get a cut of the digital profits. “The Croods: A New Age” is scheduled to land on home entertainment in time for Christmas.

“The Croods: A New Age” was the only movie to surpass \$1 million in ticket sales over the weekend. Body-swap horror movie “Freaky,” also from Universal, landed in second place with \$770,000 over the weekend. In total, the R-rated thriller has made \$7 million in three weeks.

ADVERTISEMENT

Rober De Niro’s “The War With Grandpa” continues to show rare staying power two months after it debuted. The family comedy secured the No. 3 spot with \$643,936, which boosts its total to a surprisingly strong \$17.2 million.

“Let Him Go” and “Come Play,” both from Focus Features, rounded out the top five. “Let Him Go,” a suspense drama starring Kevin Costner and Diane Lane, brought in \$453,000 over the weekend. After four weeks in theaters, the movie has made \$8.7 million. Falling not far behind, the thriller “Come Play” scraped together \$387,000 between Friday and Sunday for a domestic tally of \$8.7 million.



TV
How the Macy's Thanksgiving Day Parade Will Be Different in 2020 on NBC



TV
'Chappelle's Show' Removed From Netflix at Dave Chappelle's Request

Sign Up for Variety Newsletters

Enter your email address **SIGN UP**



WHAT WE'RE BUYING



Footwear News
 Where to Score the Best Deals on Sneakers This Black Friday



Footwear News
 30 of the Best Women's Sandals to Kick Off Spring 2019



Robb Report
 Garrett Leight's Sporty New Sunglasses Might Make You the Most Stylish Guy

More to come...

COMMENTS

Want to read more articles like this one?

SUBSCRIBE TODAY →

Sponsored Stories



Milan: Non comprare apparecchi acustici prima di leggere questo articolo
Hear Clear



Il gioco City Builder "da giocare" del 2020. Nessuna installazione.
Forge Of Empires



Doctor: If You Have Tinnitus (Ear Ringing) Do This Immediately!
healthsvip



The Secret Behind High-Performance Batteries That Will Propel Electric...
TDK



Il saturimetro con ECG più preciso del mercato: misura saturazione...
prodottoverificato.com



Non comprare azioni senza aver prima dato un'occhiata a queste...
eToro



Boom di vendite in Italia per il nuovo dispositivo anti-cervicale giapponese
Solo-Benessere / Tecnologia



Try This Tonight If You Have Nail Bacteria (Watch)
fungussecrets.com



Gioca per 1 minuto e capirai perchè sono tutti assuefatti
Vikings

MORE FROM VARIETY

on the Golf Course

ADVERTISEMENT

THE BIG TICKET

WITH MARC MALKIN



A Variety and iHeartRadio Podcast



'The Masked Singer' Reveals the Identity of Broccoli: Here's the Star Under the Mask



'Utopia' Canceled After One Season at Amazon



Music Legends Eric Clapton, Van Morrison Team for Anti-Lockdown Single 'Stand and Deliver'

UK CULTURE SECRETARY ASKS NETFLIX TO LABEL THE CROWN' AS FICTION

UK Culture Secretary Oliver Dowden has demanded that Netflix label “ The Crown ” as fiction, making it clear that certain events depicted in the show should not be taken as fact.

In an interview with Daily Mail , Dowden said: “It’s a beautifully produced work of fiction, so as with other TV productions, Netflix should be very clear at the beginning it is just that. Without this, I fear a generation of viewers who did not live through these events may mistake fiction for fact.”

Dowden is expected to write Netflix a formal request that a label is added to the beginning of each episode, clearly stating that the series is fictionalized. Dowden's demands have been spurred by worries that the series will do lasting damage to the image of the British monarchy.

Netflix did not immediately respond to Variety ‘s request for comment.

Charles Spencer, the brother of Princess Diana , told ITV on Wednesday that he also believes a disclaimer is necessary.

“It would help ‘The Crown’ an enormous amount if at the beginning of each episode it stated that, ‘This isn’t true but is based around some real events,’” Spencer told ITV. “Because then everyone would understand it's drama for drama's sake.”

Princess Diana is one of the main focuses of Season 4, and “The Crown” depicts her struggles with bulimia in several episodes – which are flagged with a health warning at the beginning.

Emma Corrin, who portrays Princess Diana in “The Crown,” told Variety in an interview : “Those were difficult scenes to film and I also feel like taking her to that place was a good thing. It gave me somewhere to go with her, but I was exhausted a lot those days coming off set

because at the same time as you're playing someone who's fictionalized and obviously you're not feeling or thinking those things, it's your job to make yourself feel that way.”

Popular in the Community

[UK CULTURE SECRETARY ASKS NETFLIX TO LABEL THE CROWN' AS FICTION]

BOX-OFFICE FRANCAIS DANS LE MONDE - OCTOBRE 2020

En octobre, une comédie s'impose en Allemagne, une autre comédie séduit les Italiens, tandis qu'un film de science-fiction arrive sur les écrans chinois. Ce mois-ci, 1 production française rassemble plus de 140 000 spectateurs à l'international. En octobre, le cinéma français totalise 2,1 millions d'entrées à l'international (12,1 M€ de recettes) grâce à 200 titres différents, les productions majoritaires participant à hauteur de 36 % du total (765 000 billets vendus et 5,5 M€). Le cumul mensuel est plus que le double de celui du mois précédent (+114 %) et de 66 % supérieur à celui d'octobre 2019, quand 2 titres dépassaient la barre des 100 000 spectateurs. Voici le meilleur mois pour le cinéma français sur les écrans étrangers depuis leur progressive réouverture, et le 3e plus riche en entrées de 2020 après février (2,8 millions) et janvier (2,4 millions). Avant de dérouler le top 3, il est nécessaire de préciser que les productions minoritaires sont à l'origine de 2 tickets sur 3 ce mois-ci. Alors que Pinocchio (Italie, France) réunit 279 000 spectateurs supplémentaires et s'approche ainsi de la barre symbolique du million, Bigfoot Family fait sensation en atteignant et dépassant ce seuil, et en apportant la moitié du score mensuel. La coproduction belgo-française fait un carton en Russie (592 000 billets) et se fait remarquer aux Pays-Bas (152 000) et en Ukraine (82 000). La suite de Bigfoot Junior (non agréé) peut compter sur le succès international de son prédécesseur pour porter haut les couleurs de l'animation et se frayer un chemin dans un contexte très compliqué. Si sa carrière sera sans doute impactée par la nouvelle vague de fermeture de cinémas, Bigfoot Family a déjà remporté sa place parmi les productions françaises les plus plébiscitées de 2020. L'autre surprise du mois vient d'Allemagne, où La Daronne remporte plusieurs titres en à peine 3 semaines, notamment ceux du meilleur démarrage et du plus gros succès français de 2020 ! Seul film hexagonal à comptabiliser plus de 100 000 entrées depuis janvier outre-Rhin, la dernière réalisation de Jean-Paul Salomé est programmée par plus de 300 salles pendant sa 2e semaine d'exploitation, une combinaison qui n'a été réservée à aucun autre film français cette année. Malheureusement, l'annonce de la fermeture des salles allemandes à partir du 2 novembre mettra (provisoirement) le mot fin à la présence en salles de la comédie, qui, après avoir réuni 117 000 Allemands (945 000 € de recettes), allait compter sur des solides continuations. La Daronne est attendu en Espagne, au Portugal, au Québec, en Russie et à Singapour d'ici la fin de l'année. Habitué du top 3, Un divan à Tunis conserve la 2e place. En octobre, après avoir été dévoilée à la Mostra de Venise en 2019 et lors de nombreuses avant-premières estivales, la comédie arrive enfin dans les cinémas italiens. Ce marché sourit au premier film de Manele Labidi, qui y réalise son meilleur lancement hors de nos frontières et y entame sa carrière du bon pied, ce qui lui permet d'être à l'affiche de 170 salles pendant son 2e week-end. Porté par un cumul de 72 000 entrées (443 000 € de BO), son meilleur résultat dans un territoire étranger, Un divan à Tunis est le film hexagonal le plus vu des derniers mois dans la péninsule et le 2e de l'année en cours après Donne-moi des ailes (102 000 tickets et 561 000 €). La comédie partage le même destin que La Daronne en Allemagne, car, malgré de belles continuations en vue, elle quitte les écrans italiens le 26 octobre, date à laquelle prendra effet l'ordonnance qui arrête temporairement l'activité des salles. Un divan à Tunis a déjà conquis 230 000 spectateurs hors France (1,6 M€). Alors qu'il est sorti il y a deux ans et demi en France, Dans la brume fait sa première apparition au sein du top 3 mensuel. Le 23 octobre, il débute à la 9e place du classement chinois, mais il ne résiste pas beaucoup plus qu'une semaine à l'affiche, à l'issue de laquelle ses compteurs affichent 75 000 entrées (335 500 € de recettes). Néanmoins, il parvient à fédérer 3 fois plus de spectateurs que Cold Blood Legacy - La Mémoire du Sang et que Mia et le lion blanc, les 2 autres productions françaises sorties en Chine en 2020. Le film de science-fiction de Daniel Roby est lancé le

même jour que le nouveau carton local Sacrifice (9,5 millions de spectateurs en 3 jours !), sans oublier des titres nationaux moins récents, mais qui arrivent toujours à générer entre 500 000 et 4 millions de tickets par semaine. Dans la brume comptabilise 715 000 entrées hors de nos frontières (2,4 M€), dont 173 000 au Pérou (446 000 €), où il brille comme le plus gros succès hexagonal en langue française depuis qu' UniFrance suit ce marché (2008). Cette analyse est rédigée sur la base des résultats recensés au 9 novembre 2020. Les chiffres étant constamment consolidés, le graphique créé automatiquement par le site va différer par rapport au tableau présent dans cette actualité. Territoires liés : Monde
Auteur: Andrea Sponchiado

[BOX-OFFICE FRANCAIS DANS LE MONDE - OCTOBRE 2020]

DENIS LAVANT: « LE THÉÂTRE MENT MOINS QUE LE CINÉMA »

LE COMÉDIEN RÉVÉLÉ
PAR LEOS CARAX PUBLIE
SON AUTOBIOGRAPHIE,
DANS LAQUELLE TRANSPARAÎT
SON AMOUR POUR
LES PLANCHES. ENTRETIEN
AVEC UN ARTISTE OBSTINÉ.

PROPOS RECUEILLIS PAR
PHILIBERT HUMM phumm@lefigaro.fr

« **S**altimbanque », « artisan », « histrion », le plus singulier de nos comédiens se raconte dans un livre, hommage à ceux qui ont jalonné son parcours: Antoine Vitez et Leos Carax, Bernard Sobel et Claire Denis, Louis-Ferdinand Céline et Samuel Beckett. Rencontre avec cet acteur sans pareil, fasciné par le cirque et les arts de la rue.

LE FIGARO. - Comment vivez-vous la situation actuelle? Faites-vous partie de ceux qui pensent qu'il faut jouer coûte que coûte?

DENIS LAVANT. - J'en fais même une affaire personnelle. Le théâtre, c'est ma vie. Ce n'est pas seulement un moyen de subsistance, bien que ce le soit aussi. Parce que si on compte sur le statut intermittent, on ne va pas loin. À l'occasion du premier confinement, je me suis rendu compte que je ne toucherais pas un sou de chômage avant quatre mois. Ça m'a mis un peu en colère... Et en même temps ça pousse à prendre les devants, à trouver d'autres solutions. Dieu merci, il y en a toujours. Tout vaut mieux que rester figé.

Avez-vous eu le temps de remonter sur scène entre les deux confinements? Avant même la fin du premier. Je peux le dire, une voisine m'a demandé de donner une petite représentation dans son jardin. J'étais en train de repasser un texte de Jean-Pierre Martinet, *Grande vie*. Un petit récit à la première personne, le texte idéal pour un solo. L'idée m'a plu. J'ai fait ma rentrée au grand air, entre deux averses.

Vous êtes longtemps passé pour un acteur physique, plus doué pour le geste que pour la parole. L'avez-vous trouvée?

Je la cherche encore! C'est un problème que je n'ai pas tout à fait résolu. Le langage du geste m'a toujours semblé

plus évident, a priori plus simple que la parole, qui doit être formulée, mâchonnée. Michel Bouquet dit que l'acteur doit manger la tête de l'auteur. Chez moi, le texte passe par le corps. Je le métabolise avant de le ressortir. C'est par la poésie que j'ai appris à joindre la parole au geste. Pas à l'école.

Vous n'êtes pas tendre avec les écoles de théâtre, que vous avez pourtant fréquentées. N'y apprend-on pas à jouer?

Les choses ont peut-être changé mais pour ma part je n'y ai pas trouvé mon compte. J'y ai plutôt appris à me méfier des rapports de pouvoir. On m'employait à jouer les valets de comédie. Curieusement, l'homme qui m'a le plus apporté était Pierre Lacaze, un formidable maître d'armes, disparu depuis. Lui m'a enseigné le rythme, la présence. Vitez aussi, bien sûr, qui a été le premier à m'engager.

Dès votre sortie du Conservatoire, Antoine Vitez vous offre un rôle dans sa mise en scène de Hamlet à Chaillot. Puis il vous propose de jouer dans un Claudel et vous lui répondez: « Non merci, je n'aime pas Claudel »...

Je crois que je ne mesurais pas bien la chance que j'avais à l'époque. J'obéisais à une logique qui n'appartenait qu'à moi. Claudel, je connaissais un peu, mes parents m'avaient emmené voir Jean-Louis Barrault qui jouait *Sous le vent des îles Baléares*, dans les années 1970. J'avais lu *Tête d'or*, aussi - qui m'était tombé des mains - et côtoyé de jeunes comédiens qui parlaient du vers claudélien avec suffisance. L'autre jour, j'ai lu une interview de Catherine Camus, la fille d'Albert. Elle disait: « *Au fond, je ne me plains pas, j'aurais pu être la fille de Claudel...* » Bon, il faut dire qu'après ça, Vitez n'a plus fait grand cas de ma personne.

Peut-on dire que vous n'avez pas mené votre carrière de manière très... conventionnelle?

Je réfute le terme même de carrière. Ça ne m'intéresse pas.

Avez-vous déjà regretté d'avoir refusé un rôle?

Non, mais je me suis quelquefois mordu les doigts d'en avoir accepté. À la sortie de *Mauvais sang*, le deuxième film de Leos Carax, brusquement tout le monde a paru s'intéresser à moi. Les gens de cinéma, surtout. Soudain j'ai eu l'opportunité de décrocher, comme on dit. Et je ne sais pas, je me suis méfié. Sans doute parce que je n'ai jamais eu l'ambition de faire du cinéma. Mon rêve était d'être admis dans la famille des ar-

tisans de théâtre, éventuellement d'en vivre. Le théâtre ment moins que le cinéma.

Vous dites admirer les acteurs de la première moitié du XX^e siècle. Pourquoi?

Justement parce qu'ils sont tous ou presque issus de la scène, et imprégnés de cette culture-là. Ils n'ont pas ce narcissisme que nous apporte le cinéma. Ils ne sont pas dans le culte de leur propre image. Au théâtre on s'oublie, d'une certaine manière. Devant une caméra, c'est plus difficile. Barrault, Brasseur, Casarès venaient au cinéma avec leur pratique du théâtre, une chaleur et une humanité qui transpirent par-delà l'écran.

La plupart de vos personnages ont en commun d'être excessifs. Certains frôlent même

la « monstruosité », dites-vous. Comment l'expliquer?

Donner à voir des monstres, c'est important, on en a besoin. Quand l'être humain est en état de crise, c'est là qu'il devient passionnant. Mais, vous savez, nous autres, les comédiens, on ne choisit pas vraiment. Ce sont les metteurs en scène, les réalisateurs, quelquefois les auteurs qui nous invitent, nous projettent.

Parmi ces « excessifs », Louis-Ferdinand Céline, que vous avez figuré au théâtre et au cinéma.

Avez-vous hésité à l'incarner?

Bien sûr. Ce n'est clairement pas la même chose d'endosser le rôle d'un personnage de fiction et d'avoir affaire à quelqu'un qui a existé, dont la présence retentit encore aujourd'hui. C'est très inhibant. Quand j'ai joué Céline, sous la direction d'Ivan Morane, il fallait à tout prix éviter l'imitation, ne pas caricaturer l'outrance et le génie de ce personnage. Parce qu'il en était un. Céline, sur la fin de sa vie, a joué Céline. Il est devenu cette espèce d'ermite érucant que la postérité a retenu.

Vous n'avez jamais caché votre intérêt pour les anars. Considérez-vous le fait de jouer Ubu, Céline, Timon d'Athènes ou Hyppolite comme un acte politique?

On ne devrait pas réduire le théâtre aux dimensions d'une arène politique. Je me suis beaucoup intéressé à l'anarchisme, c'est vrai, mais à la seconde où un mouvement prend de l'ampleur, devient de masse, j'ai tendance à prendre mes distances. Je suis un peu agoraphobe sur les bords.

Si les circonstances le permettent, vous reprendrez *Cap au pire* en janvier. Dans les colonnes du *Figaro*, Anouilh décrivait l'œuvre de Beckett comme « *les Pensées de Pascal revues par les frères Fratellini* ». Vous souscrivez? Cette phrase, je l'ai toujours eue à l'esprit. Et c'est précisément ce qui me séduit chez Beckett. Ses personnages sont des clowns métaphysiques. Ils ont une manière bien à eux de se prendre les pieds dans le tapis. On balance entre le génie et le malade mental, le questionnement philosophique et la farce noire. Et puis cette langue, et puis ce rythme... Beckett progresse par à-coups, il est désespéré, désespérément drôle.

Qui rêvez-vous encore de jouer?

Hamlet. En tout cas j'en ai rêvé longtemps, depuis Chaillot, avec Vitez. Hamlet est passionnant parce qu'il est l'un des seuls personnages de Shakespeare à refuser d'entrer dans le mouvement de la roue de la fortune. Ça peut sembler étrange ou égoïste mais à la mort de mon père j'ai eu le sentiment que j'allais enfin pouvoir endosser le rôle. Justement parce que cette expérience du deuil paternel me mettait en phase avec le Prince du Danemark. J'ai peut-être passé l'âge, maintenant. Il n'empêche, j'en ferai un jour quelque chose. Si je dois un jour mettre en scène, ce sera cette pièce-là.

Echappées belles, de Denis Lavant,
Les Impressions nouvelles, 200 p., 17 €.
Reprise au Lucernaire de *Cap au pire*
en janvier, et au Théâtre 14
de *La Dernière Bande* en février.



«*Chez moi, le texte passe par le corps. Je le métabolise avant de le ressortir. C'est par la poésie que j'ai appris à joindre la parole au geste*», confie Denis Lavant. AUDOIN DESFORGES / PASCO



Amazon hires at a record clip, 1,400 per day

SEATTLE

Worldwide work force skyrockets in 10 months, reflecting online power

BY KAREN WEISE

Amazon has embarked on an extraordinary hiring binge this year, vacuuming up an average of 1,400 new workers a day and solidifying its power as online shopping becomes more entrenched in the coronavirus pandemic.

The hiring has taken place at Amazon's headquarters in Seattle, at its hundreds of warehouses in rural communities and suburbs, and in countries such as India and Italy. Amazon added 427,300 employees between January and October, pushing its work force to more than 1.2 million people globally, up more than 50 percent from a year ago.

The spree has accelerated since the onset of the pandemic, which has turbocharged Amazon's business and made it a winner in the crisis. Starting in July, the company brought on about 350,000 employees, or 2,800 a day. Most have been warehouse workers, but Amazon has also hired software engineers and hardware specialists to power enterprises such as cloud computing, streaming entertainment and devices, which have boomed in the pandemic.

The scale of hiring is even larger than it may seem because the numbers do not

account for employee churn. Nor do they include the 100,000 temporary workers who have been recruited for the holiday shopping season. They also do not include what internal documents show as roughly 500,000 delivery drivers, who are contractors, not direct Amazon employees.

Other retailers — both with physical stores and online ones — competed with Amazon on Black Friday and were strategizing on how to make the most of the busy end-of-year sales period, which has been upended by the pandemic. Many encouraged curbside pickup and put social distancing measures in place on Friday, but their foot traffic was light. Amazon has the largest share of e-commerce, where sales are expected to grow by as much as 30 percent over last year's holiday season, according to the National Retail Federation.

Amazon's rapid employee growth is unrivaled in the history of corporate America. It far outstrips the 230,000 employees that Walmart, the largest private employer with more than 2.2 million workers, added in a single year two decades ago. The closest comparisons are the hiring that entire industries carried out in wartime, such as shipbuilding during the early years of World War II or home building after soldiers returned, economists and corporate historians said.

"It's hiring like mad," Nelson Lichtenstein, a labor historian at the University of California, Santa Barbara, said of Amazon. "No American company has hired so many workers so quickly."

Even for a company that regularly es-

tablishes new superlatives, Amazon's employee growth stands out as a stark illustration of its might. At this pace, it is on track to surpass Walmart within two years to become the world's largest private employer.

Its expansion is unfolding as lawmakers and regulators in Washington and Europe have sounded the alarm over tech power. In the past month, European Union regulators brought antitrust charges against Amazon, accusing it of unfairly using its size and access to data to harm smaller merchants in its marketplace. Amazon has said merchants are thriving on its site, with their share of sales growing in the pandemic. The U.S. Federal Trade Commission is also examining the company, with President-elect Joseph R. Biden Jr. expected to continue scrutinizing the tech giants.

"We are turning into Amazon nation," said Margaret O'Mara, a history professor at the University of Washington and a contributing New York Times opinion writer.

Having employees in nearly every state gives Amazon, which has warehouses around the United States to be closer to customers, potentially outsize political leverage, Ms. O'Mara said. She added that history has shown there are risks when a region or country becomes too dependent on any one employer, though she said Amazon had not reached that point.

Amazon has portrayed its hiring as a boon for workers laid low by the pandemic-induced recession, as unemployment has soared and as restaurants, airlines and other businesses suffer.

AMAZON, PAGE 8



GIANNI CIPRIANO FOR THE NEW YORK TIMES

Amazon packages being sorted at a delivery station near Naples, Italy. The company's hiring has accelerated in the pandemic, as more shopping has been done online.

Hiring at Amazon matches rapid growth

AMAZON, FROM PAGE 7

“Offering jobs with industry-leading pay and great health care, including to entry-level and frontline employees, is even more meaningful in a time like this,” Jeff Bezos, Amazon’s founder and chief executive, said last month when the company reported blockbuster financial results.

Some government policies have helped Amazon’s recent growth. In March, a taxpayer-funded \$2 trillion stimulus package allowed local governments to shut down traditional retail stores to reduce the spread of the virus. As the stores closed, demand for items through Amazon rose — and it hired.

Adding so many new workers so fast in a pandemic has been a herculean task. Many workers feared catching the coronavirus in warehouses, so Amazon rolled out a fleet of safety measures to address Covid-19. And it revved up its hiring machine, which relies on technology and traditional recruitment.

That includes promoting its training, benefits and pay. Of its 810,000 workers who are in the United States, about 85 percent are frontline employees in warehouses and operations who earn a minimum of \$15 an hour. That is higher than traditional retail work, where an average sales worker makes \$13.19 an hour, but lower than typical warehousing jobs. On Thursday, Amazon said it would pay bonuses of \$300 for full-time employees and \$150 for part-time employees.

To get the word out, Amazon used staffing agencies and advertised on television, billboards and in mailboxes by highlighting sign-on bonuses of up to \$3,000 and its precautions against Covid-19. In one recent TV spot, an Amazon employee wearing a mask said,

“Safety, safety, safety!”

In many places, the hiring has come easily because Amazon is one of the few employers with open jobs. In the week leading up to Sept. 16, which the company billed as “Career Day,” it said it received more than 384,000 job applications in the United States and Canada, or 38 a minute.

“It is happening in the context of an unprecedented loss of jobs elsewhere in the economy,” said Ellora Derenoncourt, an assistant professor at University of California, Berkeley, who has studied Amazon’s minimum wage.

Amazon is not the only beneficiary of the pandemic’s pushing people toward buying online instead of in stores. Walmart has added 180,000 employees in the United States since March, and its online sales rose 79 percent in the latest quarter. Target’s e-commerce sales similarly soared 155 percent.

In that sense, this downturn has differed from past recessions, when usually all industries slowed, said Jed Kolko, chief economist at Indeed, the online jobs site. “This period has been partly about a recession but also about a pretty dramatic shift of economic activity from some sectors to others,” he said.

Just two years ago, Amazon’s work force numbered fewer than 650,000 people. At the time, the company hit the brakes on hiring to focus more on profits. The hiring pace picked back up a year ago, after it introduced one-day shipping in the United States, an enormous effort that required more warehouses and more workers to pick, pack and sort packages.

When the coronavirus hit the United States in March, online shopping condensed years of expansion into a few months. From April to June, Amazon said, it sold 57 percent more items than a

year earlier.

That brought about its first pandemic hiring wave of about 175,000 temporary workers. Many were hired to replace employees who had taken advantage of an unlimited unpaid time-off policy at the outset of the pandemic. To attract new employees, Amazon offered workers an extra \$2 an hour and increased overtime pay. It said the extra wages were not “hazard pay,” but incentives.

Amazon had the hiring infrastructure in place to grow fast, said Ardine Williams, the vice president for work force development. As Covid-19 kept people like her elderly parents sheltering in place for safety, she said, consumers turned to e-commerce, accelerating the need to hire more.

“Some of that growth has clearly been planned,” she said. “I think that the head count ramp, though, has really been fueled by customer demand.”

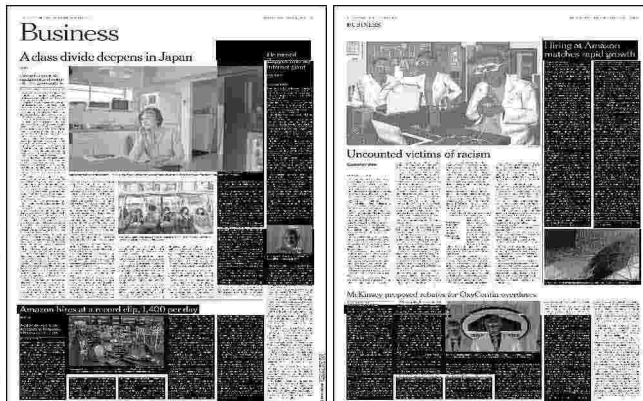
The company has also almost tripled the number of U.S. warehouses used for last-mile deliveries this year, said Marc Wulfraat, founder of the logistics consulting firm MWPVL International, who tracks Amazon’s operations. The delivery drivers are usually contractors, so Amazon does not disclose their numbers in regulatory filings.

Ms. Williams said Amazon also built relationships with companies that were reducing staff, such as Uber, American Airlines and Marriott, to promote its hiring. “We dedicated a group that did nothing but connect with organizations who were furloughing people, whether it was temporary or permanent,” she said. “That allowed us to take a skilled, quality work force, and very quickly and easily move them into opportunities that were appropriate at Amazon.”

Michael Corkery contributed reporting from New York.



Some of Amazon’s hiring has taken place at its corporate headquarters in Seattle.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

TECHNOLOGY: SOLAR-ENERGY PROJECTS ARE BOOMING IN TEXAS B5

Solar-Energy Projects Are Booming in Texas

By KATHERINE BLUNT

Wind power made Texas the leading renewable-energy producer in the U.S. Now solar is fast catching up.

Invenery LLC broke ground this year on a \$1.6 billion solar farm northeast of Dallas that is expected to be the largest in the country upon completion in 2023. **AT&T** Inc. and **Alphabet** Inc.'s Google are among the large corporations that have contracted to purchase power from the project, which will span more than 13,000 football fields and supply enough electricity to power 300,000 homes.

It is part of a growing number of solar projects in sunny, land-rich Texas, where experts long predicted solar farms would bloom. Solar-farm de-

The state is the U.S. leader in renewables overall, with nearly 29,000 megawatts.

velopment in Texas is expected to accelerate in the coming years as generation costs fall and power demand grows. That growth puts it on track to claim a much larger share of a power market dominated by wind farms and natural-gas power plants.

Invenery has developed wind farms in west and central Texas, but the solar project is its first one in the state. Ted Romaine, the company's senior vice president of origination, said that unlike wind, which often peaks at night, Texas solar has the potential to boost electricity supplies when daytime demand is highest.

"Solar is the natural next step in a state like Texas," Mr. Romaine said.

Five years ago, the Electric Reliability Council of Texas, the state's grid operator, projected that as much as 12,500 megawatts of solar-generating capacity would be installed across the state by 2029. It now expects to surpass that as soon as next year. Generally speaking, 1,000 megawatts can power 200,000 Texas homes.

There are now about 3,800 megawatts of solar capacity on the Texas grid, a fraction of the 25,000 megawatts of wind power it supports. By 2023, that gap is expected to narrow, ERCOT says, with as much as 21,000 megawatts of solar and 38,000 megawatts of wind installed.

That could put Texas on track to surpass California, which leads the nation with more than 13,000 megawatts of large-scale solar capacity.

Texas is the leader in renewables overall with nearly 29,000 megawatts of wind and solar generation.

Part of the anticipated growth in solar is tied to a federal tax credit available to solar-project developers that will be substantially reduced by 2022. It may be renewed under President-elect Joe Biden, who has pledged support for clean-energy projects.

Warren Lasher, ERCOT's senior director of system planning, said the grid operator anticipates growth to continue regardless of the tax credits as power demand increases and large companies seek clean energy sources to support carbon-reduction goals. "We've reached a turning point," Mr. Lasher said. "These numbers point to the fact that solar is really starting to take off."

Vimeo Is Here to Stay, Pandemic Or Not

Investors will tune in even after remote work

Positive coronavirus vaccine data has created a whiplash effect for investors who until recently were hiding in pandemic beneficiaries. But with the timeline for recovery still uncertain, the best of defense may still be a good defense.

One place to look is in and around e-commerce—a sector that is likely to continue its red-hot run during the holiday shopping season and beyond. **Shopify**, for example, is up over 150% this year. And while its shares fell more than 13% the day **Pfizer** reported efficacy results, they have since recovered nearly all of those losses as investors digest both the long winter ahead of the Covid-19 vaccine as well as the fact that online shopping is likely to continue to grow in earnest, pandemic or not.

But while Shopify is certainly well loved at this point—its market capitalization tops \$126 billion—lesser-known opportunities are popping up for those investors paying close attention. One such play is **IAC/InterActiveCorp.**'s Vimeo, a video hosting and sharing platform used by a growing number of Shopify's customers, among many others, to easily and effectively help tell their story and increase conversion online.

IAC said Vimeo raised \$150 million in November in an oversubscribed equity offering from outside investors that valued its software-as-a-service company at \$2.75 billion. That implies big potential for a company operating at a \$300 million annual revenue run rate implied by its third-quarter results.



SEBASTIEN NOGIER/EPA/SHUTTERSTOCK

Vimeo raised \$150 million in early November in an equity offering.

For investors looking to turn movies into money, opportunity may soon knock. IAC said earlier this month it is considering a full spinoff of Vimeo, which would make it the 11th public company to come from IAC's golden breeding grounds. Fostered by the very hands that helped turn public companies such as Expedia Group and Match Group into behemoths, Vimeo's business was accelerating before the pandemic. Its organic bookings growth consistently accelerated last year from 11% in the first quarter to 27% by the fourth quarter of 2019 according to IAC.

But this year could be a game changer. IAC said Vimeo's revenue has risen 40% to 50% monthly year-over-year throughout the pandemic, leading to a profitable third quarter for the video-platform company on the basis of adjusted earnings before interest, tax, depreciation and amortization.

Because its platform is ad-free, Vimeo says it is less like YouTube and Facebook and more like Slack or Dropbox. Its freemium model now has over 200 million global members and about 1.5 million paying subscribers. While those numbers hardly make for a proven business model, they certainly suggest a big upside opportunity if the company can demonstrate timely conversions. Recent results are encouraging: Vimeo's subscribers increased 21% and average revenue per subscriber rose 22% in the third quarter, year over year.

IAC says Vimeo has over 3,500 paying enterprise customers across several industries, including Amazon, Starbucks, Deloitte and Siemens, but the majority of its customers are small businesses. Vimeo's platform is attractive for those smaller businesses because it enables them to create a marketing video without any footage of their own, pulling product shots from their websites and combining them with a video template and music. The fact that more than 80% of Vimeo's subscribers opt for annual versus monthly plans, according to Vimeo Chief Executive Anjali Sud, suggests its customers, once hooked, are theirs for the long term.

Vimeo offers its members one-click distribution of its video content to all major platforms such as LinkedIn and YouTube. Separately, Vimeo has continuing partnerships with big traffic sites like Shopify, GoDaddy, Facebook and Pinterest, which natively integrate Vimeo's tools within their platforms. Those partnerships will be key to Vimeo's post-pandemic success as more consumers come online to shop. Further, the rise in remote work means video will become all the more essential to how businesses reach those consumers.

Acquired by IAC 14 years ago, Vimeo isn't a new platform, but its takeoff is quite recent. For investors who believe the future is increasingly online, Vimeo is a fresh way to bet on that theme.

—Laura Forman

Spotify Needs More Than a Cup of Joe

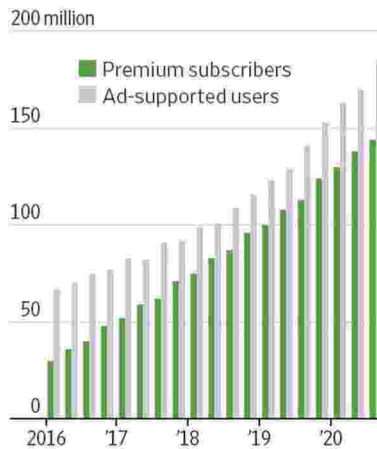
Joe Rogan has raised some eyebrows at **Spotify**. The question remains if he can bend many new ears—especially those willing to pay for the experience.

The popular podcaster moved his show to the streaming platform on Sept. 1, per a deal valued at more than \$100 million struck earlier in the year. Spotify is hot on podcasts of late. It struck recent deals with Kim Kardashian and the DC Comics brand, and made several acquisitions to beef up its podcast platform. This includes a \$235 million outlay earlier this month for Megaphone, which provides production and advertising services to podcasters.

But the deal with Mr. Rogan is the most closely watched, as it brings a star with a huge and dedicated following. It also brings a fair dose of heat, given Mr. Rogan's penchant for booking controversial guests such as talk-radio host Alex Jones. A recent appearance by the latter sparked some consternation among Spotify employees, who debated internally whether that show and others met the company's content guidelines. Spotify Chief Executive Daniel Ek addressed the matter on its third-quarter call last month, affirming the need to apply content policies evenly. "If we can't do that, then there are other choices for a lot of creators to go to," he said.

The company will learn soon whether Mr. Rogan's show is worth the trouble. The program becomes exclusive to Spotify in December, which means its fourth-quarter results will be the first to reflect any change in usage or revenue from the show's fans who won't be able to get it elsewhere. But the types of users will matter as well. Spotify's most recent results showed a bigger jump in users for its free, advertising-driven service compared to subscribers for the premium tier. The company added 15 million users for the free tier, compared with six million premium subscribers in the third

Spotify's user base, quarterly



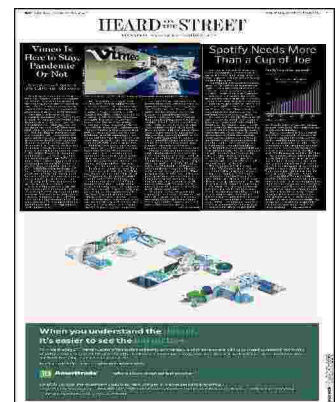
Source: the company

quarter. Its forecast implies similar outsize growth for the ad-driven tier in the fourth quarter.

Simply adding ears for advertising won't be enough to justify the investments Spotify made in podcasts—and the market-value boost it has so far gotten for its effort. Despite some slippage since the quarterly report on Oct. 29, Spotify's shares are up 67% since the deal with Mr. Rogan was unveiled in May.

Ad-supported listeners once dominated Spotify's user base, accounting for more than double the number of paid subscribers five years ago. But the company has grown its paid base remarkably since then: Premium subscriptions account for more than 90% of total revenue.

Spotify Chief Financial Officer Paul Vogel at an investment conference last week said the company has "built in some expectations" for new subscribers and listeners who will come for Mr. Rogan's show, though he didn't detail how many. Todd Juenger of Bernstein says podcasts will need to drive growth in premium subscriptions to be worth the company's investment. Hopefully, Mr. Rogan's fans have their credit cards paid up. —Dan Gallagher



FILM REVIEW

Federico Fellini: Iconically Italian

By DAVID MERMELSTEIN

When it comes to Italian filmmakers, the moralists have Roberto Rossellini; the sentimentalists, Vittorio De Sica; the aesthetes, Luchino Visconti; and the intellectuals, Michelangelo Antonioni. But for everyone else, there is Federico Fellini. And even those who swear by these others cherish deeply at least one Fellini picture. For he is the most “characteristic” Italian writer-director. His films contain in abundance humor, pathos, compassion and—perhaps most of all—style.

So it's no surprise that this year, the centenary of Fellini's birth, welcomes the arrival of a set every lover of Italian cinema has been awaiting. Fittingly titled “Essential Fellini” and just released on Blu-ray by the Criterion Collection, it contains 14 movies that absolutely live up to their billing—all the more so because 13 of them have been gleamingly restored in 4K, acts of devotion largely undertaken in commemoration of the anniversary year by an assortment of entities, including the Cineteca di Bologna and the Film Foundation.

In the nearly three decades since Fellini's death, at age 73 in 1993, his reputation has barely diminished, and he remains a potent influence on filmmakers of all stripes thanks to his emphasis, to varying degrees and in various pictures, on human frailty, toxic masculinity, spectacle, and the tension between the past's familiarity and the future's promise. One need only speak the names of certain films—“La Strada” (1954), “La



Dolce Vita” (1960), “8½” (1963)—to elicit knowing affirmations from even budding cineastes.

Examining these 14 movies afresh—four of which won Academy Awards for best foreign film, a record for a single director—one naturally finds much to admire. Personally, Fellini's early films impress me most. “La Strada” and the less tragic “Nights of Cabiria” (1957)—both starring Fellini's wife, Giulietta Masina, in career-making performances—never fail to touch me, no matter how often I see them. And “Il Bidone” (1955), which translates roughly as “The Swindle,” is a revelation in its new restoration, which now includes footage excised following its premiere. Starring a dubbed Broderick Crawford, who won a best-actor Oscar for “All the King's Men” five years earlier, the film follows an aging con man as he ponders his poor life choices. (Italian movies have long favored syncing dialogue





Scenes from Fellini's 'La Dolce Vita' (1960), top; 'Amarcord' (1973), above; and 'La Strada' (1954), left

in post-production, so it was not uncommon for American, or British, actors to appear in such pictures, a practice that also allowed for wider box-office appeal.)

By contrast, the mid-career triumphs—"Juliet of the Spirits" (1965), in addition to "La Dolce Vita" and "8½"—convey a vivid audacity in which Fellini continues his breakdown of traditional narrative while embracing ambitious set pieces that border (and occasionally enter) the surreal. And few if any directors more comfortably integrated crowd scenes or elaborate tracking shots (with the camera angled behind archways, pillars or doors) than Fellini did in "Roma" (1972) and "Amarcord" (1973), the former an eccentric homage to his adopted hometown; the latter a bittersweet valentine to his youth in the small city of Rimini on the Adriatic Sea.

The set concludes with two late pictures. "And the Ship Sails On" (1983) was the first Fellini film I ever saw, and it remains as delightful as it was on the big screen nearly 40 years ago. An arch nostalgia trip to a world that even Fellini wasn't old enough to recall

(it's set in the summer of 1914), the film is a little bit Woody Allen (think "Zelig," which was released the same year) and a lot Wes Anderson—anyone partial to "The Grand Budapest Hotel" is certain to adore it. "Intervista" (1987), whose title means interview, is a tougher

A collection of his films celebrates the humor and compassion that make his work unforgettable.

sell. Annoyingly self-referential, to say nothing of self-indulgent, it finds Fellini (playing a version of himself) the subject of a Japanese TV crew as he tries to mount a film similar to "Amarcord."

Generous supplements, some previously released with older editions of these films, add to this collection's value, especially a 15th disc containing the more than three-hour-long documentary "Marcello Mastroianni: I Remember" (1997), which chronicles the

life and art of the star of "La Dolce Vita" and "8½," among a host of other significant cinematic achievements. But the essential extra is the nearly hour-long Masina documentary that complements "Cabiria." Composed entirely of interviews from throughout her career—some in black-and-white, others in color—it's a patchwork biography of a seemingly reluctant actress gifted with sui generis talent. (Her description of meeting Clark Gable after picking up her husband's Oscar for "Cabiria" is nearly as moving as her performance in the film itself.)

Once we get beyond Fellini's elaborate street scenes and intricately ordered interiors, something even more vital persists: the extraordinary contours and complexities of his characters. Their faces may appear superficially grotesque or impossibly beautiful, but his camera has captured something more important. It's as if he's holding up a mirror to his viewers. When we watch his films, we see ourselves staring back.

Mr. Mermelstein writes for the Journal on film and classical music.



CRITERION COLLECTION (3)

Desde hace décadas, en el cine, sobre todo el europeo, mandan los autores. Ahora, las plataformas, ávidas de atraer suscriptores, priman su marca por encima de los creadores de los productos audiovisuales

Una película de Netflix, dirigida por HBO

T. KOCH / G. BELINCHÓN. Madrid
 Cualquier cinéfilo sabe quién dirigió *Uno de los nuestros*. Sin embargo, el espectador primerizo que la busque en Netflix desde su ordenador tardará en descubrirlo. El resumen de la película la cataloga con adjetivos como "descarnada" o "sinistra". Recuerda que la protagonizan Robert De Niro o Joe Pesci. Hasta informa de que está basada en un libro. Pero nada dice del cineasta. Dependiendo del dispositivo con el que se acceda a la plataforma, la ficha varía: el género o el reparto aparecen como constantes. "Dirigido por Martin Scorsese", en cambio, no siempre puede leerse.

En varios tuits este mes, los estrenos de *Amadrinadas* y *Noelle* únicamente se anunciaban como filmes "de Disney +"; ni el mensaje ni el tráiler incluían a sus directores (Sharon Maguire y Marc Lawrence). Al igual que varios carteles de la reciente *Mulán* se limitaban a describirla como obra de Disney. En el festival de San Sebastián, el estreno y la promoción de *Patria* no contó con los dos responsables de dirigir la serie producida por HBO, Félix Viscarret y Óscar Pedraza. Lo mismo ocurre con el libro sobre la serie. Más de 160 páginas en un gran formato apaisado profusamente ilustrado, con entrevistas a una decena de actores y a cinco responsables de equipos técnicos, empezando por su *showrunner*, Aitor Gabilondo, pero sin rastro de los realizadores: a Viscarret solo se le ve en una de las docenas de fotos. Y hace unos días un comunicado avisaba de "la nueva serie Amazon Originals *The Wilds*". La identidad de su creadora, Sarah Streicher, figuraba en la última frase de la larga nota.

Los ejemplos son semanales, y en distintas plataformas. El nombre del director desaparece o se esconde, mientras la compañía, además de financiadora, se presenta como la auténtica creadora. Se repite tan a menudo como para generar una duda: ¿casualidad, olvido o estrategia deliberada? ¿Es una ausencia que llama la atención en Europa, cuna del cine de autor, y no en EE UU, donde se ha defendido una concepción más de equipo en las películas nacidas de las *majors*, los grandes estudios de Hollywood?

"Tras la televisión de masas, y la de nicho, ahora vivimos la era de la marca. No creo que las plataformas busquen robar la autoría, sino que intentan establecer una equivalencia entre el producto y el canal en el que lo recibes", analiza Concepción Cascajosa, Profesora Titular en el Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual de la Universidad Carlos III de Madrid. Basta cualquier charla entre amigos para comprobar que el mensaje está cuandiendo: lo que se comenta es lo último "de Amazon o HBO", plataformas que han declinado participar en este reportaje.



El reparto de *Patria* en el festival de San Sebastián. Entre los actores, con traje azul, su *showrunner*, Aitor Gabilondo. / JAVIER HERNÁNDEZ



Pantallazo de presentación de *Uno de los nuestros* en Netflix desde un portátil.

"No nos engañemos", cuenta Borja Cobeaga, director y guionista, además de presidente de DAMA, entidad de gestión de derechos de autor para el audiovisual. "Cuando estrené *Fe de etarras*, una de las primeras producciones de Netflix en España, todo parecía hecho por la plataforma. No le di importancia, pero ha seguido igual. Porque cada proyecto sirve para que se publiciten. No es un estudio de Hollywood que quiere que veas una peli, y por tanto pone en valor ese contenido; es una plataforma que desea que te suscribas. Necesitan poner en valor la marca". Cobeaga cree que no es un problema del que hablen los creadores "probablemente porque en la crisis se está más atento a otras prioridades".

Imperio del 'showrunner'
 "No cuesta nada darle a la gente el lugar que tiene. Ahora se ha creado esa figura del *showrunner*, que es el intermediario de toda la vida, ni dirige, ni escribe", asegura Isabel Coixet. La cineasta aclara, a la vez, que su experiencia con HBO para la serie *Foodie Love* y con Netflix para el filme *Elisa y Marcela* fue "muy positiva". La promoción, además,

aprovechó su nombre en ambos casos como un activo. El problema parece afectar más a los menos conocidos. "Si fuera un director que empieza, me pondría más nerviosa", afirma la cineasta. Para Juan Vicente Córdoba, presidente de Acción, la asociación que agrupa a los directores de cine, esto viene de largo: "Fijese en cómo se cortan los títulos de crédito en muchas plataformas y canales televisivos". En la batalla por ese respeto han entrado en Twitter Rian Johnson y Edgar Wright, lamentándose de esos cortes en Netflix.

Razones para preocuparse hay, según Cascajosa: "Como creador, asociar tu nombre a una serie de éxito puede darte más oportunidades y un valor económico. Al revés, ser invisibilizado perjudica profesionalmente". Pero la profesora, a la vez, va más allá de las plataformas. Recuerda el rol dominante de Metro Goldwyn Mayer hace décadas y que "determinadas productoras también quitaban protagonismo a los creadores". Y apunta a otro olvido: "¿Cuánto se habla del guionista?". "Depende del proyecto", responde Aitor Gabilondo, impulsor de la serie *Patria*. Él compró los

derechos del libro de Fernando Aramburu, y montó la producción. Sobre la promoción de *Patria* y la ausencia de los realizadores en el libro, Gabilondo lo deriva a decisiones de HBO. "En el acto de creación me he sentido libre, consensuado con quien paga, y en la promoción se han centrado en las dos actrices y en mí", explica. "Hay series de director, de creador... Cada trabajo es distinto. Pero es cierto que las plataformas buscan suscripciones".

La inmensa capacidad productiva de las plataformas tiene otras consecuencias agriales. Por un lado, Cascajosa subraya las apuestas firmes por crear, como el contrato de Netflix con Scorsese. Y Coixet reconoce que, sin el dinero del gigante online, *Elisa y Marcela* no habría salido adelante. "Las plataformas han abierto el panorama. Y creado más oportunidades", añade la profesora. Aunque matiza: "En España no he percibido que hayan hecho nada radical o vanguardista". "Hay mucho corporativismo y homogeneización", defiende Coixet.

Puede que las plataformas hayan heredado las peores maneras de las cadenas de televisión. Javier Olivares, creador de series como *Isabel* o *El ministerio del tiempo*, lo desglosa: "Las series eran obra primero de sus creadores; tiempo después de sus productoras, como Globomedia, Bambú o Boca a boca, y ahora ya 'una serie de Atramedia'. De la cadena. Las plataformas continúan con el hábito, no es justo centrarse solo en ellas". A cambio, otras plataformas, como Filmin o Movistar, sí apuestan por publicitar e incentivar a los autores. Y Olivares subraya: "En Reino Unido un guionista es como el dramaturgo que no dirige la obra, pero que la lee con el reparto y está reconocido como autor. En España los creadores no importamos, y la consecuencia es que no aparecemos".

Dar el control del producto al consumidor

Desde Netflix, una portavoz apunta: "En nuestra forma de trabajar, la visión del creador está siempre en el centro dándole total libertad creativa. Nuestro trabajo es apoyar su ambición de hacer realidad sus proyectos y llevar el mejor entretenimiento a los hogares". E insiste: "La forma de consumo ha evolucionado muchísimo en los últimos años y nos guiamos por el poder de dar el control sobre el entretenimiento que le gusta". Por su parte, en Disney + responden por email: "Somos una compañía conocida por crear algunas de las mejores historias del mundo, de marcas tan reconocibles como Pixar, Marvel SW y Nat Geo. Como empresa, combinamos la fuerza de estas marcas con algunos de los guionistas, productores y directores más relevantes".

Glanz und Elend

Der Mann, der „Citizen Kane“ schrieb – David Fincher hat einen Film über den Drehbuchautor Herman J. Mankiewicz und damit auch über Hollywoods große Zeit gedreht

Was sollte man eigentlich mitbringen ins Kino, außer offenen Augen und Ohren, einem wachen Verstand? Und der Bereitschaft, sich möglichst vorbehaltlos etwas erzählen zu lassen? Klar, es gibt so wenig ein voraussetzungsloses Sehen, wie es ein voraussetzungsloses Schreiben gibt, auch wenn das manche glauben. Jeder hat ein Vorwissen, manchen steht es beim Sehen auch im Weg. Natürlich setzt auch jeder Film etwas voraus bei seinen Zuschauern. Und manchmal fragt man sich dann, wie viel ein Film, der so etwas wie eine wahre Geschichte aus der Vergangenheit erzählen will, voraussetzen sollte. Ob nicht bestimmte Fakten und Zusammenhänge bekannt sein oder wenigstens im Laufe der Erzählung bekannt werden müssen, wenn der Film seinem Publikum nicht etwas unterschlagen soll.

Es passiert einem leider bei David Finchers neuem Film „Mank“ häufiger, dass man sich diese Frage stellt. Vor allem dann, wenn man über ihn zu schreiben beginnt und mit Lesern rechnen sollte, die sich nicht so gut auskennen im Hollywood der vierziger Jahre, in dessen Personaltableau, Macht- und Arbeitsverhältnissen. Die zwar wissen, dass da ein weltberühmter Film ist, der „Citizen Kane“ heißt und 1941 von Orson Welles gedreht wurde. Die aber noch nie von dessen Drehbuchautor gehört haben und dessen sehr schwierigem Verhältnis zu Welles. Es ist nun nicht so, dass Fincher einem diese Dinge komplett vorenthielte, dass die Geschichte unverständlich oder grob verzerrt würde; aber er erwähnt eben bestimmte Dinge nicht, die dazugehören, deren Kenntnis er nicht einfach voraussetzen kann.

Weshalb man vielleicht am besten so simpel wie möglich erzählt, worum es geht: Ein Mann mit einem Bein in Gips wird in Klausur geschickt auf eine Farm am Rande der Mojawewüste. Dieser Herman J. Mankiewicz, den alle „Mank“ nennen, soll ein Drehbuch schreiben für Orson Welles, Hollywoods damals gerade 25-jähriges Wunderkind, dem das Studio RKO bei seinem allerersten Film komplett freie Hand lässt. Was extrem ungewöhnlich ist. Welles will Mank, der seine besten Jahre als Autor hinter sich hat mit 43 Jahren, der zu viel trinkt und spielt – und nun trocken bleiben soll. Welles stellt ihm eine Sekretärin und eine Haushälterin zur Seite. Sein alter Mitarbeiter

und Produzent John Houseman ist zur regelmäßigen Kontrolle im Nachbardorf einquartiert.

Mank liegt im Bett und schreibt. Eine Geschichte mit dem Arbeitstitel „American“, über einen Medienmogul, reich, reaktionär, unberechenbar, der auf einem schlossartigen Anwesen lebt und der dort alle möglichen, wertvollen Dinge aufhäuft. Diese erste Erzählebene verlässt der Film immer wieder und lässt Mankiewicz in Rückblenden eintauchen ins Hollywood der dreißiger Jahre. So entsteht aus vielen kleinen Szenen das Porträt eines Mannes, der ein gutbezahlter Drehbuchautor und Produzent war, der immer den smartesten Spruch, die sarkastischste Bemerkung, den zynischsten Witz hatte; der schon 1926 an New Yorker Freunde telegraphiert hatte, in Hollywood lägen die Dollars „auf der Straße, und die Einzigen, die sie euch streitig machen, sind Idioten“.

Diese Zeitsprünge geben dem Film seinen Rhythmus, und sie erschließen zugleich die klassische Hollywood-Welt. Man sieht Mankiewicz mit Louis B. Mayer, dem Chef der MGM, damals das größte Studio. Er ist zu Gast in San Simeon, in der wie ein bizarres Phantasialand wirkenden Residenz von William Randolph Hearst, dem Tycoon, dessen Zeitungen maßgeblich Amerikas öffentliche Meinung beeinflussten. Hearst war das Rollenmodell für „Citizen Kane“, und seine Geliebte, die Schauspielerin Marion Davies, stand Modell für Kanes Geliebte Susan Alexander, aus der er um jeden Preis eine Opernsängerin machen wollte. „Mank“ lässt Hearst wenn auch nicht gerade sympathisch, so doch weniger manisch erscheinen als Kane; und Marion Davies, deren Hollywood-Karriere Hearst pushte, zeigt hier Humor, Selbstironie und eine Klugheit, die sie geschickt versteckt, um die Schranzen an Hearsts Hof nicht zu verschrecken.

Während Mank schreibt und schreibt, sich natürlich heimlich Alkohol kommen lässt und Welles sich ab und zu mal meldet, sieht man in den Rückblenden auch, dass dieser Mann mit dem brillanten, bösen Witz und dem unerschöpflichen Vorrat an Sottisen verzweifelt ist, dass er gegen den Abstieg kämpft. Sein Witz ist so scharf, dass er sich selbst an ihm verletzt. Er weigert sich, für eine Kampagne der Studios gegen Upton Sinclair zu spenden, den linken Schriftsteller, der 1934 als Gouverneur von Kalifornien kandidierte – und liefert dann zugleich unab-

sichtlich die Steilvorlage, wie man Sinclair erledigt.

Wer die Leute glauben mache, King Kong sei so groß wie ein zehnstöckiges Haus und Mary Pickford mit vierzig Jahren noch Jungfrau, der dürfe doch kein Problem haben, hungernde Wähler davon zu überzeugen, dass Sinclair ein gefährlicher Kommunist sei, sagt Mank höhnisch zum Studioboss. Der lässt daraufhin mit Schauspielern und Laien kleine propagandistische Spots gegen Sinclair inszenieren, die enormen Erfolg haben. Mankiewicz' Reaktion, wenn er mit diesen Fake News konfrontiert wird, ist wie eine Art Schockstarre, kurz vorm Zusammenbruch.

Der erfolgt in einer langen Szene an Hearsts Tafel in San Simeon, wo Mank sturzbetrunken auftaucht, sich übergibt und mit leichtem Lallen und schmerzhafter Klarheit sein Szenario über Hearsts Karriere improvisiert – in dem, wer den Film kennt, sofort die Grundzüge von „Citizen Kane“ erkennt. Nur dass hier ein scheinbar ungerührter Hearst seinen Hofnarren Mankiewicz am Ende hinausgeleitet und ihm dabei ganz beiläufig die Geschichte vom Leierkastenmann und seinem Affen erzählt, der, in seiner schönen Livree und an seiner Kette, glaubte, ohne ihn gehe gar nichts.

Noch im Tal der Verzweiflung glaubt Mankiewicz in seinem Bett, alles noch einmal wenden zu können. Deshalb weigert er sich, auf die Warnungen zu hören, mit seinem Drehbuch lege er sich mit Hearst und Hollywood zugleich an. Er hört nicht auf seinen Bruder Joe, der ihn schon mit seiner Karriere zu überholen beginnt, der später Filme wie „All About Eve“ oder „Cleopatra“ drehte; nicht auf seine Frau Sara, der er ein miserabler Ehemann ist. Er bringt das Drehbuch zu Ende.

Fincher und sein Kameramann Erik Messerschmidt haben sich entschieden, diese Geschichte in Schwarzweiß zu filmen. Und sie wuchern mit dem phantastischen Reichtum der Tönungen und Schattierungen, sie zeigen einem alle Grautöne dieser Welt. Und natürlich ist das eine Verbeugung vor Gregg Toland, dem Kameramann von „Citizen Kane“, dessen Plansequenzen und extreme Schärfentiefe wesentlich zur epochalen Wirkung des Films beigetragen haben. Der Perfektionist, als der David Fincher gilt, würde das nie imitieren wollen; er deutet lediglich an, worum es geht.

Auch in seiner Erzählweise nutzt

„Mank“ Echos aus „Citizen Kane“, ohne etwas nachahmen zu wollen. Während bei Welles Journalisten nach Kanes Tod die Wahrheit über den Mann und dessen letztes Wort „Rosebud“ suchen, mändert „Mank“ durch die Zeiten – und es fehlt ihm dann auch eine gewisse Kohärenz und klare Linie. Was daran liegen mag, dass er, wie in einer Doppelbelichtung, zwei Dinge zugleich zeigen will: den Autor Mankiewicz in seiner Welt und die Welt, aus der sich das Drehbuch von „Citizen Kane“ speist, ohne dass das eine die andere einfach nur verdoppelte.

„Mank“ ist, bei allen Freiheiten, die er sich nimmt, sehr gut recherchiert. Nahezu alle pointierten Sprüche, Sentenzen und Bemerkungen sind Zitate, sie stammen tatsächlich von Mankiewicz, wie sich zuletzt kompakt in der großen Doppelbiographie von Sydney Ladenson Stern über „The Brothers Mankiewicz. Hope, Heartbreak, and Hollywood Classics“ (2019) nachlesen ließ. Und Fincher ergreift auch klar Partei im jahrzehntealten Streit, wem das Urheberrecht an „Kane“ gebührt.

Orson Welles erscheint in „Mank“ mal wieder als der Mann, der die Credits stehlen will – allerdings nur in moralischer Betrachtung, denn der Vertrag von Mankiewicz garantierte ihm keineswegs auch die Erwähnung als Autor. Den Oscar fürs beste Drehbuch bekamen dann zwar beide, Welles und Mankiewicz, aber noch dreißig Jahre später hat die berühmte Kritikerin Pauline Kael in ihrem Essay „Raising Kane“ das Genie von Mankiewicz gefeiert und geschrieben, der Hollywood-Stil der dreißiger Jahre gehe vor allem auf die Autoren zurück: „Hollywood zerstörte sie, doch sie wirkten Wunder für den Film.“ Fincher bewegt sich ganz auf der Linie von Kael – was allerdings nur um den Preis möglich ist, dass es, bis auf einen Wutausbruch von Welles und einen erregten Disput mit Mankiewicz, nicht eine einzige Szene gibt, in der beide gemeinsam die ersten Ideen zu „Citizen Kane“ entwickeln, deretwegen Mankiewicz zum Schreiben in die Wüste geschickt wurde. So bleibt der Anschein, Welles habe halt ein bisschen Regie geführt und Toland die Kamera bedient. Mehr nicht. Das ist, sieben Jahre nach der Premiere und nach ein paar Regalmetern Literatur über den Film, eine sehr schlichte Version.

Und das liegt ganz sicher nicht daran, dass Fincher sich den Wünschen eines Studios hätte beugen müssen. „Mank“ ist eine Netflix-Produktion, und Fincher hat klargemacht, dass man ihm, der als Regisseur von „Seven“, „The Social Network“ oder „Gone Girl“ zur A-Liste gehört, anderswo den Film wohl nicht finanziert hätte. Zumindest klingt das so in einem Interview mit dem „Daily Telegraph“, in dem er sagte: „Hollywood-Studios wollen nichts mehr machen, was ihnen nicht eine Milliarde Dollar einbringt.“

All das muss man nicht wissen als Zuschauer, wenn man ins Kino geht; aber

es wäre schon ganz schön, wenn einem der Film ein wenig davon erzählte, wenn er in seinen großzügig bemessenen 130 Minuten ein bisschen mehr Zeit fände für den Umstand, dass „Citizen Kane“ eben nicht allein aus einem Drehbuch besteht. Der Ehrenrettung von Herman J. Mankiewicz täte das keinen Abbruch.

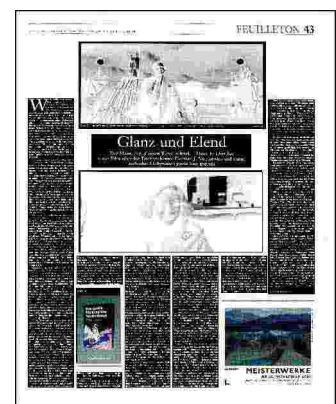
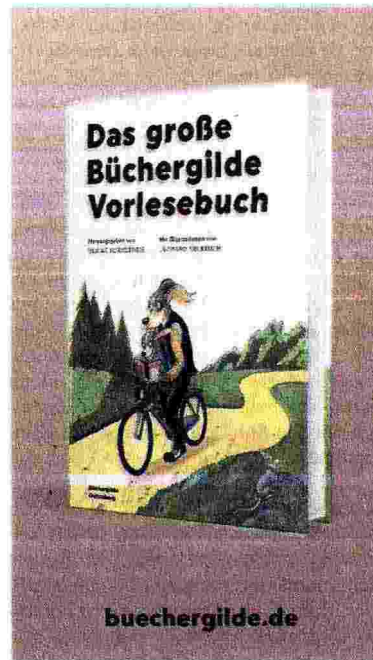
Es sieht in „Mank“ alles ohne Frage großartig aus, und nicht nur Gary Oldman in der Titelrolle ist grandios. Auch Amanda Seyfried als Marion Davies oder Arliss Howard als Louis B. Mayer und Charles Dance als Hearst sind makellos. Aber so ganz lässt das die Frage nicht verschwinden, was einem das heute denn sagen soll: Ja, es ist eine elegante, aber sehr lückenhafte Studie, von einem Köhner wie Fincher, der dabei ein Drehbuch seines 2003 verstorbenen Vaters Jack verfilmt hat – eine späte Genugtuung dafür vielleicht, dass Jack Finchers Drehbuch zu Scorseses Howard-Hughes-Film „The Aviator“ durch ein anderes ersetzt wurde. Es ist ein Blick auf Hollywoods goldene Zeit, ohne Nostalgie, aber mit Gespür für die Größe und mit dem untrüglichen Blick, dass alles nicht so golden war. Eben weil einer wie Mankiewicz sein bestes Drehbuch nur um den Preis der Selbstzerstörung schrieb. Und weil Autoren eben nur Schreiber, Writer, sind, was, wie es in F. Scott Fitzgeralds „Der letzte Taikun“ heißt, immer nach Typewriter, Schreibmaschine, klingt.

Aber es hätte dazu nun auch die Erwähnung gehört, dass „Citizen Kane“ wie ein Meteorit einschlug in diese Hollywood-Welt. Man erfährt jedoch so wenig über den Film, dass man ihn schon gesehen haben muss, um Finchers „Mank“ wirklich zu begreifen. Man könnte jetzt leicht sagen, jeder müsse halt „Citizen Kane“ gesehen haben. Das ist aber nur ein bedingter Reflex, nicht besser als die immer latent empörte, kanonische Verkündigung, jeder müsse den „Faust“ gelesen haben. Im Kino zählen solche Appelle noch weniger als in der Literatur. Es wäre einfach schön, wenn jeder nach „Mank“ unbedingt „Citizen Kane“ (wieder)sehen wollte. Weil es ein Film ist, der, anders als „Mank“, in seiner Fusion einzigartiger Talente auf Ganze geht.

PETER KÖRTE

Ab 4. Dezember auf Netflix.

ANZEIGE





Gary Oldman als Herman J. Mankiewicz in „Mank“ von David Fincher, im Hintergrund (und im Bild unten) Amanda Seyfried als Marion Davies

Fotos Netflix



'Il Cavaliere' doblaga a la derecha al lograr un apoyo unánime al Presupuesto del Gobierno de Conte. El empresario pone precio a la maniobra

Vuelve Berlusconi (otra vez)

DANIEL VERDÚ, Roma
El primer ministro, Giuseppe Conte, se puso delante de las cámaras del TGS, tragó saliva y lo llamó "Il Cavaliere Berlusconi". De un tirón. Como si no quisiera pensarlo demasiado, desempolvó un título honorífico caído en desgracia en Italia después de todos los escándalos y la inhabilitación política que atravesó el cuatro veces primer ministro. El mismo hombre que acababa de salvarle la cara al Gobierno con la última de sus astutas jugadas.

Silvio Berlusconi siempre vuelve. A sus 84 años, mantiene las constantes vitales de Forza Italia bajo mínimos, pero logra reanimarla cuando es necesario. El partido tiene alrededor de un 7% de apoyos en los sondeos. Sin embargo, conserva un nutrido grupo de parlamentarios al servicio de la experiencia del más viejo y astuto tahúr de la política italiana. El jueves se prestó a desencallar una situación crítica en el Gobierno y convenció a sus socios de la coalición de derecha (Hermanos de Italia y La Liga) de votar a favor de unos presupuestos expansivos que contemplan la ampliación del déficit. Una votación insólitamente unánime en tiempos de pandemia. Un triunfo. La jugada, una carambola política a tres bandas, demuestra que el Caimán sigue en forma.

La llave de vuelta acostumbra a ser parecida. El centro de gravedad de Berlusconi se encuentra en un punto entre los intereses públicos y los privados. En este caso, el Gobierno de Conte necesitaba su apoyo para sacar adelante un aumento del déficit de 8.000 millones de euros que abriese el grifo de los recursos necesarios para afrontar la pospandemia. Al mismo tiempo, Berlusconi se encontraba en una situación muy delicada política y empresarialmente. Por un lado, sus socios de la coalición van camino de engullir a Forza Italia y



Silvio Berlusconi sale del hospital San Raffaele en Milán el 14 de septiembre de 2020. / PIERO CRUCIATTI (AFP)

dejarla en demasiado irrelevante como para seguir sacándola de vez en cuando de la UCI. Por otro, y ese asunto es crucial, Mediaset, la joya de la corona de su imperio empresarial atraviesa un momento de fragilidad que la ha expuesto como nunca a la intemperie de los mercados.

La francesa Vivendi lleva meses intentando entrar en la partida italiana engullendo a la empresa de Berlusconi y acercándose a TIM, la mayor operadora de telefonía de Italia y propietaria de la red única de telefonía. El magnate mandó señales a Conte a través de su mejor hombre, su viejo jefe de gabinete y jefe de la sala de máquinas de cuatro gobiernos, Gianni Letta. Si querían estabilidad política, convenía sentarse a hablar. De modo que en la otra pantalla, casualidad o no, las

El ex primer ministro **atravesaba una mala situación política y empresarial**

El Ejecutivo necesitaba sus votos para aprobar un aumento del déficit

negociaciones para ayudar a Mediaset fueron prosperando.

Las primeras señales llegaron con los nombramientos del consejo de administración del ente independiente que regula la televisión pública (Agicom).

El Movimiento 5 Estrellas (M5S), cuya identidad se basó durante años en criticar la promiscuidad entre los negocios televisivos y la política de Berlusconi, tragó con que el *ex premier* colocase ahí a una de sus personas de confianza y redactora de la denominada *ley Gasparri* (2003), una de las normas que más le benefició en el pasado para expandir sus negocios.

El Ejecutivo, después, aprobó una enmienda que tutela a Mediaset frente a los intereses de Vivendi, una suerte de escudo para proteger a las empresas italianas en plena pandemia. El movimiento provocó el enfado monumental de la francesa. Y también de un sector del M5S, que lo consideraba una herejía. "Es la parte más de la vieja escuela. Pero, en realidad, se ayudó a una empresa ita-

liana enorme que da trabajo a miles de italianos. No hay que identificarla solo como la empresa de Berlusconi", señala un diputado del M5S.

El magnate, sin embargo, debía resolver también los problemas políticos en su coalición creados por la creciente debilidad electoral. Advirtió a sus socios de que si no apoyaban la ampliación de déficit del Gobierno, Forza Italia lo haría sola y quedarían retratados como los partidos que pusieron trabas a la recuperación. Los parlamentarios de Hermanos de Italia enfurecieron. Pero la amenaza de ruptura —algunas fuentes señalan que fue más allá y amenazó con abandonar el grupo, aunque en Forza Italia lo niegan— surtió efecto y la oposición en bloque dio su apoyo al Gobierno el jueves. Lo nunca visto.

Retorno a la centralidad

Renato Brunetta, diputado de Forza Italia, mano derecha de Berlusconi durante años, cree que es inicio de un cambio: "La derecha debe ser plural, europea, garantista y liberal. Como la creó Berlusconi y la gestionó durante 25 años. Pensar en una derecha guiada por los soberanistas, populistas y antieuropeos es una contradicción. Lo que pasó el jueves es el retorno a la centralidad". Un discurso para la derecha que empieza a calar en un electorado algo fatigado del populismo nacionalista de la Liga.

Berlusconi, en el ocaso de su carrera, ha vuelto inesperadamente a tener una buena mano. El Gobierno, formado por cuatro partidos, registra otra vez movimientos sísmicos. El Partido Democrático e Italia Viva (la formación de Matteo Renzi) exigen una remodelación del Ejecutivo y volver a equilibrarlo. Se abrirán nuevas grietas hasta que llegue el primer salvavidas. El mes de agosto iniciará en Italia lo que se conoce como "semestre blanco", los seis meses previos a la elección del nuevo Presidente de la República. Durante ese periodo, la ley establece que el Ejecutivo no puede caer ni está permitido disolver las cámaras. Pero la travesía de Conte hasta la otra orilla, cuando deberá afrontar la parte más complicada de esta crisis estabilizando al país, será muy larga. Y el Caimán estará al acecho.



Icy deal conditions as Big Tech gets the cold shoulder

The Top Line
Tom
Braithwaite



Today's tech giants were built on innovation – just not always their own. At key moments in their history, Google and Facebook made savvy acquisitions of smaller companies that supercharged their growth or snuffed out future competition.

Now that strategy has big obstacles. The latest sign came this month when the DoJ sued to halt Visa's \$5.3bn acquisition of fintech Plaid. The deal "must be stopped", the government lawyers wrote. It would "eliminate a nascent competitive threat that would likely result in substantial savings and more innovative online debit services for merchants and consumers".

Visa controls 70 per cent of US online debit transactions. Plaid, founded in 2013 as a developer of software to share financial data between bank accounts and third-party apps, is not even in the payments market but is developing its own debit tool.

The DoJ peppered its lawsuit with incriminating-sounding messages from Visa executives. Acquiring Plaid when it was preparing to launch a "threat to our important US debit business" would be an "insurance policy", CEO Al Kelly told his CFO. Another executive is quoted as saying: "I don't want to be

IBM to their Microsoft."

Colourful though this may be, substantively it is quite weak. The clue is in the word "nascent". George Hay, a professor and antitrust expert at Cornell, says: "Normally, with mergers you worry about, one firm has 40 per cent and another has 30 per cent. It's nothing like that here. No matter how you define the market, Plaid is tiny. There's not a lot of good case law on acquisitions of very small firms that might grow into a potential competitor."

As Mr Hay points out, the government's case has an additional prong that might prove more effective: going after Visa as a monopolist. The main reason the DoJ is likely to prevail, however, is nothing to do with the merits of the case. Companies tend to scrap mergers rather than fight the government in court, even when they have a significant chance of victory.

Most companies do not need a lawsuit to know that the mood music in Washington has changed. In 2007, Google's acquisition of internet ad platform DoubleClick was approved. Facebook's acquisition of Instagram in 2012 and WhatsApp in 2014 were waved through. Yet in the past few

weeks, the Federal Trade Commission is reported to have been reviewing those acquisitions and the DoJ has sued Google, accusing it of illegally protecting a monopoly in search advertising. A growing number of lawmakers want Big Tech broken up.

The climate has a chilling effect on deals. One employee recalls being warned off moving to the group's M&A team four years ago on the basis that it would no longer be an exciting place to work. That has been borne out.

Data from Dealogic show that 2014 was the peak in dollar and volume terms for acquisitions from Facebook, Amazon, Apple, Netflix, Alphabet and Microsoft: \$37bn and 77 deals.

Last year, despite the firepower being much greater thanks to roaring valuations and strong profits, spending dropped to \$10bn in 48 deals. This year the spending has risen to \$19bn, but that is swollen by Silicon Valley's scramble for minority stakes in India's Reliance Jio. The number of deals has fallen again, to 44.

Buying success is no longer a safe strategy. Big Tech needs some big new ideas.

tom.braithwaite@ft.com

The mood in Washington has changed, with the FTC reportedly reviewing acquisitions and the DoJ suing Google



The day in the markets

What you need to know

- Tech-heavy Nasdaq closes at record in shortened Wall Street session
- FTSE All-World benchmark nears best month's performance on record
- Fourth consecutive week of gains for Brent crude
- Haven asset gold falls to its lowest level since July

Wall Street's tech-heavy Nasdaq Composite hit a record high yesterday, swept up in rally that was taking global stocks to their best month on record.

The Nasdaq closed up 0.9 per cent during a shortened trading session yesterday while the large-cap S&P 500 gained 0.2 per cent.

Across the Atlantic, the Stoxx Europe 600 closed up 0.4 per cent, keeping the region-wide benchmark on track to end the month with record gains of more than 14 per cent.

The advances left the FTSE All-World index near its best month's performance on record, up 0.4 per cent for the day and 13.3 per cent for the month.

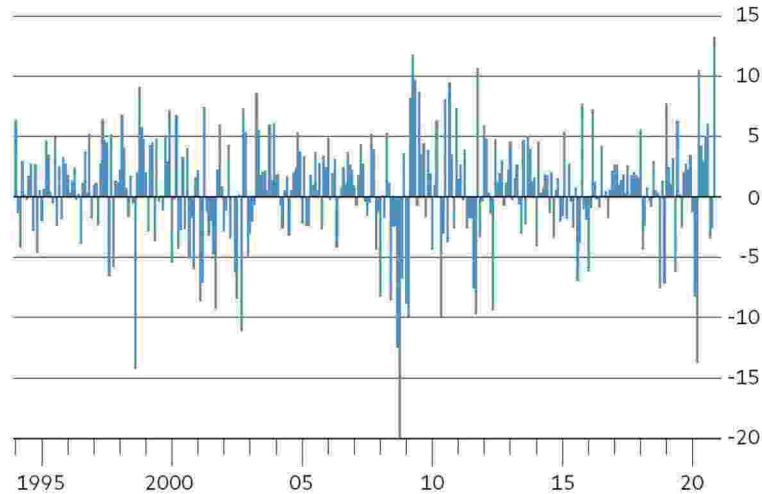
Brexit uncertainty kept a lid on larger gains in the UK. London's FTSE 100 closed up 0.1 per cent while the pound slipped 0.3 per cent against the dollar to \$1.3316 as the deadline for Britain finalising an agreement with the EU moved a step closer.

With Brexit talks drawing to a close, "we are braced for a move one way or the other with sterling. We could see \$1.40 or \$1.20", said Fahad Kamal, chief market strategist at Kleinwort Hambros.

Ahead of next week's Opec meeting, global oil marker Brent crude rose 0.4 per cent to just under \$48 a barrel, on track

Global stocks heading for best month on record

FTSE All-World index (monthly % change)



Nov 2020 is month-to-date move
Source: Refinitiv

for its fourth consecutive week of gains. The uplift in market sentiment led to a modest sell-off in haven assets.

Gold fell 2 per cent to below \$1,800 an ounce, its lowest level since July, as outflows continued from gold-backed exchange traded funds.

"ETF demand, which had driven up the gold price in the first eight months of the year, has evaporated for the time being," said analysts at Commerzbank.

In Asia, the CSI 300 index of Shanghai and Shenzhen-listed shares climbed 1.2 per cent following the release of data that showed industrial profits in China had

risen 28 per cent in October year on year.

But India's economy, which had until recently been the among the world's fastest growing economies, contracted 7.5 per cent in the three months to September compared with last year as the country grappled with the impact of Covid restrictions.

India's benchmark Nifty 50 index slid 0.1 per cent.

Japan's Topix closed up 0.5 per cent while Hong Kong's Hang Seng gained 0.3 per cent on optimism about the region's rebound. **Camilla Hodgson and Henry Sanderson**

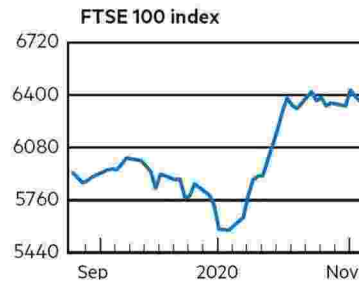
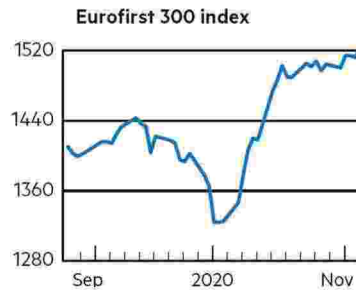
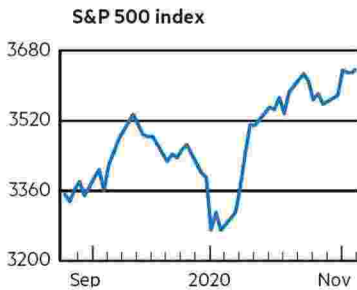
Markets update

	US	Eurozone	Japan	UK	China	Brazil
Stocks	S&P 500	Eurofirst 300	Nikkei 225	FTSE100	Shanghai Comp	Bovespa
Level	3636.96	1518.10	26644.71	6367.58	3408.31	111108.77
% change on day	0.20	0.38	0.40	0.07	1.14	0.80
Currency	\$ index (DXY)	\$ per €	Yen per \$	\$ per £	Rmb per \$	Real per \$
Level	91.950	1.195	104.005	1.335	6.583	5.328
% change on day	-0.048	0.420	-0.264	0.150	0.157	0.236
Govt. bonds	10-year Treasury	10-year Bund	10-year JGB	10-year Gilt	10-year bond	10-year bond
Yield	0.848	-0.589	0.025	0.282	3.313	7.498
Basis point change on day	-3.610	-0.200	0.470	0.300	1.500	0.700
World index, Commods	FTSE All-World	Oil - Brent	Oil - WTI	Gold	Silver	Metals (LMEX)
Level	410.66	48.20	45.58	1807.40	23.36	3310.50
% change on day	0.28	0.98	1.31	-0.15	-0.21	0.97

Yesterday's close apart from: Currencies = 16:00 GMT; S&P, Bovespa, All World, Oil = 17:00 GMT; Gold, Silver = London pm fix. Bond data supplied by Tullett Prebon.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Main equity markets



Biggest movers

%	US	Eurozone	UK
Ups	Carnival 4.50	Edf 11.03	Rightmove 2.90
	Illumina 4.37	Bbva 4.99	Gvc Holdings 2.66
	Synopsys 3.56	Alstom 4.08	Smith & Nephew 2.58
	Norwegian Cruise Line Holdings Ltd 3.36	Akzo Nobel 3.87	Fresnillo 2.16
	Tractor Supply 3.04	Infineon Tech 3.50	Scottish Mortgage Investment Trust 2.12
Downs	Coty -3.80	B. Sabadell -13.58	Severn Trent -2.53
	National Oilwell Varco -3.09	Klepierre -2.29	Dcc -2.34
	Pinnacle West Capital -2.95	Swatch -1.90	Int Consolidated Airlines S.a. -2.31
	Dte Energy -2.59	Saipem -1.80	Land Securities -1.83
	Eog Resources -2.51	Gecina -1.78	United Utilities -1.64

Prices taken at 17:00 GMT

Based on the constituents of the FTSE Eurofirst 300 Eurozone

All data provided by Morningstar unless otherwise noted.

Eurozone

EDF hit a seven-month high following reports the French government and European Commission were close to agreeing a restructuring of the business that could sharply reduce its costs.

According to *Libération*, France and Brussels will approve a restructuring of state-backed EDF, which will split the group into three businesses and puts its nuclear arm, which has required huge investment, into full state ownership.

France's *Les Échos* reported that the "planets are aligning" towards a reorganisation of EDF, which is 84 per cent owned by the French state, that analysts expect will also lead a partial initial public offering of the group's networks, renewable energy and services business.

Spanish banking group **BBVA** gained after it ended takeover talks with smaller rival **Sabadell**, the owner of TSB in the UK, following disagreements about the pricing of the deal. Meanwhile, Sabadell fell sharply following the news.

In a statement to Spain's securities regulator, Sabadell's board of directors said it had "decided to terminate the above-mentioned discussions, because the parties have not achieved an agreement on the exchange ratio of both entities". *Naomi Rovnick and David Keohane*

London

Pets at Home rallied after several brokers upgraded their share price targets, following encouraging half-year results.

Analysts have long said that the UK's love of animals makes **Pets** recession-proof. *Liberum* analyst Adam Tomlinson has also said that the retailer is "an overall beneficiary" of the pandemic.

As more locked-down households become first-time pet owners, **Pets** management has tweaked strategy to focus on new customers. In half-year results, new pet parents helped generate a 25 per cent rise in membership of **Pets' Puppy and Kitten club**, which offers training and nutrition advice.

VIP members of this club spent 20 per cent more with **Pets** on average than non-members, helping push the group's same-store sales 12.7 per cent higher in the half.

Liberum's Mr Tomlinson noted "structural trends" that would sustain **Pets** post-pandemic, such as the "humanisation" of animals. **Pets** sells Christmas jumpers for dogs.

"The high repeat purchase nature, low price points and tendency for pet owners not to cut spend on their animals are all supportive," Mr Tomlinson wrote.

Cruise operator **Carnival** rose for the fourth consecutive session, after it sold \$1.5bn of dollar bonds and €500m of eurobonds to bolster its finances during

Covid-19. Before this issuance, the group behind **P&O Cruises** had already raised more than \$10bn during the pandemic.

Analysts had expected the US dollar portion of the bond to be around \$1bn, but appetite for the debt was buoyed by optimism about vaccines.

Virgin Money slipped after *Citi* analyst Nicholas Herman cut the rating to "neutral" from "buy". The lender's "shares are up over 50 per cent in the past month, well above larger domestic peers and European bank sector", said Mr Herman, referring to a rally.

Indivior plunged after the drugmaker revealed it was the subject of a £1.1bn Commercial Court claim from former parent **Reckitt Benckiser**.

Indivior, which makes the opioid addiction treatment **Suboxone**, said the claim related to part of its demerger agreement with its former parent. **Indivior** said it had not yet received the claim and was unable to provide further details.

The claim by **Reckitt** is the latest stage in a long legal saga involving **Suboxone**. In July 2019, **Reckitt** agreed with the US Department of Justice to pay \$1.4bn to settle a federal probe into allegations **Suboxone** had been marketed to doctors with "illicit" claims designed to increase prescriptions. **Indivior** declined to comment. *Naomi Rovnick*

THEATER

Broadway will bounce back from this year's devastating shutdown, just as it survived the Great Depression, urban blight and 9/11. **C4**



Broadway's Next Comeback

It won't be easy, but New York theater will recover from the Covid-19 shutdown—just as it weathered the Depression, the AIDS crisis and 9/11.

By MICHAEL RIEDEL

Back in March, the actress Patti LuPone was starring in the revival of Stephen Sondheim's musical "Company" on Broadway. She and the show's producer Chris Harper were entertaining guests in Ms. LuPone's dressing room when they got a shock. Cynthia Nixon, the actress and political activist, told them she'd come to the show that night "because I wanted to do something fun before the city is locked down."

Ms. LuPone and Mr. Harper had not heard the phrase "locked down" before, but it chilled their blood. The next day, at a meeting with Broadway's top producers, Mr. Harper learned that New York Gov. Andrew Cuomo was prohibiting gatherings of more than 500 people because of Covid-19. Broadway would have to close for at least four weeks. After the meeting, several producers gathered at the second floor bar of Sardi's to commiserate. One of them had a cough, and a few days later several came down with the virus.

The four-week shutdown is now in its eighth month. Never in its 120 years has Broadway been dark this long. Producers are on Zoom calls every day, trying to figure out when and how their in-

dustry can reopen. Some producers hope to open shows this summer; others say a more likely date is early 2022. Most believe that the curtain won't go up until a vaccine is widely available. It's a depressing scenario and an enormous financial loss to New York City: Broadway employs 90,000 people and contributes over \$2 billion a year to the city's economy. But theater people and theatergoers can find a measure of comfort in the past. Broadway has faced several existential crises before and has always managed to claw its way back, often more vibrant than ever.

In the 1920s, theater was the leading form of entertainment in America, and Broadway was its engine, generating some 250 productions a year. The Great Depression sliced that number to the bone: In 1941, just 70 productions opened on Broadway. But the theater survived. Historians credit such companies as the Theater Guild, the Group Theater and the Federal Theatre Project for keeping the art form alive with left-wing plays and musicals attacking capitalism. But it was two voracious capitalists who kept Broadway going: brothers Lee and J.J. Shubert. Lee and J.J. had a monopoly

on commercial theater in America in the 1920s. In New York alone they owned such houses as the Shubert, the Booth, the Majestic and the Broadhurst—all landmarks of Broadway to this day. The Depression almost took down the Shuberts, but throughout the 1930s, they aided producers by waiving rent and taking a cut of the box-office gross instead. That financial move helped to bolster productions, making the Shuberts partners with other impresarios who managed to weather the Depression—the energetic Max Gordon, the shrewd Billy Rose, the tyrannical Jed Harris and the genteel Playwrights' Company. Stars also did their part to keep Broadway afloat. New Yorkers with discretionary income could spring for George M. Cohan in Eugene O'Neill's "Ah, Wilderness!"; Helen Hayes in "Mary of Scotland"; Walter Huston in "Dodsworth" and Fay Templeton and an up-and-comer named Bob Hope in the musical "Roberta."

As the country emerged from the Depression during World War II, Broadway was poised to ride the coming economic boom. In 1943, Richard Rodgers and Oscar Hammerstein II opened "Oklahoma!" at the St. James Theatre, kicking off the Golden Age of musical comedy. That 25-year-run made Rodgers and Hammerstein, and many other theater people, immensely rich. But a generation

later, Broadway was a casualty of New York City's decline, as Times Square slid into the muck of porn, prostitution and drugs, and the traditional New York theater audience fled to the suburbs. By the early 1970s, many of Broadway's theaters stood empty. Some were torn down to make way for parking lots.

Even the Shubert Organization was on the verge of bankruptcy. But two Shubert lawyers, Bernard B. Jacobs and Gerald Schoenfeld, wrested control of the company, and shored it up by backing such talents as the playwright Peter Shaffer, who gave them "Equus," and the director Michael Bennett, who created the hit musicals "A Chorus Line" and "Dreamgirls." James M. Nederlander appeared on the scene from Detroit, snapped up a batch of theaters, and hit gushers with "Annie," "Lena Horne: The Lady and Her Music" and Jerry Herman's "La Cage aux Folles."

Broadway also got a boost from the celebrated "I Love New York" television campaign of the 1970s and '80s. "There's only one Broadway," the narrator said. "It's in New York." The first week the commercial aired, ticket sales skyrocketed. Then, in 1982, composer Andrew Lloyd Webber

and producer Cameron Mackintosh opened "Cats" at the Winter Garden with a then-unheard of advance sale of \$6 million. The "British invasion," as it was called, earned hundreds of millions of dollars for Broadway, thanks to the megahits "Les Misérables," "The Phantom of the Opera" and "Miss Saigon."

The record-breaking grosses caught the attention of corporations such as the Walt Disney Co., whose CEO Michael Eisner sensed there might be some good money to be made on the Great White Way. He was right: Disney's stage version of "The Lion King" has grossed \$9 billion world-wide, making it one of the most lucrative titles in the history of show business. Disney's arrival on Broadway in the 1990s also kicked off the cleanup of Times Square. Gone were the pimps, prostitutes and porn houses. In their place were hordes of tourists pumping millions of dollars into the city's economy.

Broadway has confronted a pandemic once before—AIDS, in the 1980s. While most of Americans paid little attention to what some called "gay cancer," AIDS ravaged the theater world. The Broadway community formed Broadway Cares/Equity Fights AIDS to care for its victims, many who, shunned by their families and unable to work, would have died destitute and alone.

After the terrorist attacks of Sept. 11, 2001, Broadway faced another crisis. I spoke to Gerald Schoenfeld that morning, and he was gravely concerned for the future of his business. Times Square was a high-profile target; there were fears that terrorists would storm theaters and hold audiences hostage. But two days later, at Mayor Rudy Giuliani's insistence, Broadway reopened, with Mel Brooks' "The Producers," the hottest ticket in town, leading the way. Nathan Lane and Matthew Broderick sang "God Bless America" that night at the curtain call. The audience wiped away tears.

A few weeks later, the casts of every Broadway show gathered in Times Square to make a television

commercial urging people to come to New York. (Elaine Stritch skipped the rehearsal and didn't know the choreography. She inadvertently smacked Nathan Lane in the face.) The commercial worked. Within a year, Broadway was once again posting record-breaking grosses.

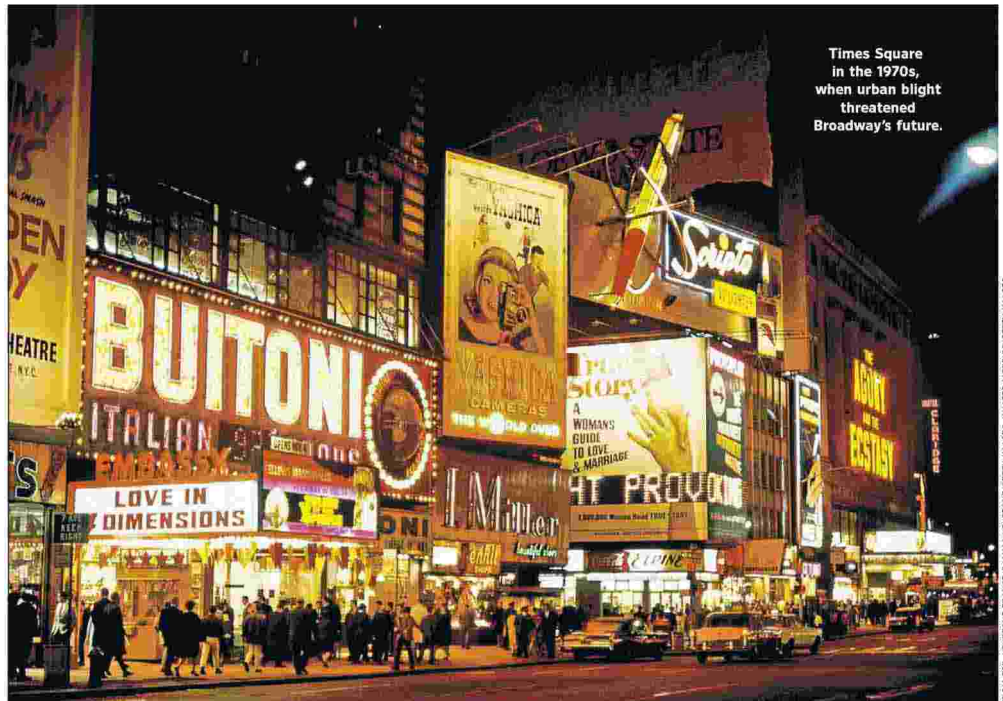
The theater's recovery from Covid-19 is going to take much longer. And don't look for record-breaking grosses or obscenely priced tickets anytime soon. Broadway will have to restructure its financial model so it can entice audiences back with reasonable prices. But the theaters will open again. As it has demonstrated in the past, Broadway knows how to stage a comeback.

Mr. Riedel is the cohost of "Len Berman and Michael Riedel in the Morning" on 710 WOR and theater columnist for the New York Post. His new book, "Singular Sensation: The Triumph of Broadway," is out this month from Avid Reader Press, a division of Simon & Schuster.

In the early 1970s, some Broadway theaters were torn down to make way for parking lots.



Hugh Panaro and Sierra Boggess in a gala performance of 'The Phantom of the Opera' in 2013.



Times Square in the 1970s, when urban blight threatened Broadway's future.

FROM TOP: KEVIN MAZUR/GETTY IMAGES; WALTER McBIRDEAU/GETTY IMAGES

125121

WEEKEND
CONFIDENTIAL

Steven Rinella wants Americans to respect the wilderness, not fear it. **C6**



WEEKEND CONFIDENTIAL | EMILY BOBROW

Steven Rinella

The conservationist and hunting enthusiast behind Netflix's 'MeatEater' wants Americans to respect the wilderness.

Growing up in rural Michigan, Steven Rinella was hunting squirrels at age 7 and trapping raccoons at 10. By 12, he could scale a tree in the dark and sit still for hours, his limbs cold and numb, while waiting for a whitetail buck. Whenever someone shot a deer, his family would fry up the heart and eat it for breakfast. Mr. Rinella killed his first deer at 13, and he still remembers the rich taste of that heart, cooked with onions and served with ketchup.

"That relationship to nature was exactly the one that I wanted," Mr. Rinella, 46, says from his home in Bozeman, Mont., where he lives with his wife, Katie, and their three children. "To smell it and breathe it, to be an active participant and to do it responsibly. I always thought it was beautiful."

Mr. Rinella's enthusiasm for hunting and cooking wild fish and game has spawned a modest empire. His reality show "MeatEater," in which he travels the globe in search of wily, tasty animals, dropped its ninth season on Netflix in September. He also has a popular podcast, and his website sells everything from camo jackets to cutting boards branded with his MeatEater logo: a bull moose skull with fork-like antlers. His six books and cookbooks have sold more than 725,000 copies. On Dec. 1, he will add "The MeatEater Guide to Wilderness Skills and Survival," in which Mr. Rinella offers tips for building fires, tying knots, identifying mushrooms and spearing fish, among other things.

His amiable guide is meant to correct for all the "Survivor"-style shows that present the outdoors as a hostile place. "The amount of people I meet who are afraid of having a dangerous encounter with a mountain lion is staggering," Mr. Rinella says. Yet he says that mountain lions have killed fewer than 30 Americans over the past century. Selfie accidents, however, claimed 12 people between 2007 and 2016, according to the National Park Service. Snake bites and bear attacks are far less likely than campfire burns, he notes. "Part of being comfortable outside is doing a better job of risk assessment and being prepared," Mr. Rinella says.

Mr. Rinella's advice is thorough and occasionally hard-earned. He recommends packing a small, unbreakable mirror for signaling and warns that urine is too toxic to drink. He notes that the tastiest part of a cattail is at the base of the stalk and writes that he now wears a soft, stretchy and easily cuttable silicone wedding band on hunts, having witnessed too many people nearly lose a finger when their metal rings snagged on rocks or branches.

For Mr. Rinella, understanding how to be safe and smart outdoors is of a piece with his approach to hunting, handling and eating everything from sea cucumbers to caribou. "It's about learning how to care for the resources that we're privileged to have access to, and giving them the greatest amount of respect," he says.

Mr. Rinella originally planned to be a fur trapper. He began selling muskrat pelts when he was 10 but

stopped 12 years later when the fur market tanked. College was an afterthought (he's not sure whether he took the SAT), but he took night classes at the nearby Muskegon Community College and graduated from Michigan's Grand Valley State University with a degree in English. He still spent most of his free time hunting and fishing but now hoped to write about it, so he pursued a masters in creative writing at the University of Montana. There he first read authors he would "try to copy," such as Ian Frazier, John McPhee, Joan Didion and David Foster Wallace.

As a grad student, Mr. Rinella sold his first big story to Outside magazine for \$4,000. "I couldn't picture that amount of money," he says. (He promptly bought a topper for his pickup truck.) Other magazine features followed. A literary agent (Marc Gerald, who still represents him) sought Mr. Rinella out in Thermopolis, Wyo., and "bullied" him into writing a book proposal.

His first book was "The Scavenger's Guide to Haute Cuisine," in which Mr. Rinella hunts the ingredients to prepare a three-day, 45-course meal guided by French master chef Auguste Escoffier's 1903 "Le Guide Culinaire." "No one bought it," Mr. Rinella says. Yet the book brought him to the attention of Miramax (where he met his wife, who was working as a publicist), and got him a deal to develop a TV series with Zero Point Zero Production Inc., a company best-known for producing the late Anthony Bourdain's award-winning "No Reservations."

Their first effort, "The Wild

JAMIE O'SBORNE/FOI

THE WALL STREET JOURNAL

125121

Within,” was an overproduced grab bag of reality-TV conventions (plus some staged scenes and dialogue) and was canceled before they finished filming it. “This was kind of the worst period of my life,” Mr. Rinella says. But he and several others from Zero Point Zero fantasized about doing something “stripped-down and clean,” in which they didn’t try to chase viewers with fake stories but let the drama of a hunt speak for itself.

This became “MeatEater,” which first aired on the Sportsman Channel in 2011. Unlike most hunting shows, it was less about guns and macho dominance than about Mr. Rinella’s reverence for the natural world. Netflix picked up the show in 2015, making it the first hunting show licensed by the streaming service. After a big investment from the Chernin Group, a media holding company, Mr. Rinella launched MeatEater, Inc., an outdoor lifestyle company, in 2018.

It used to bother Mr. Rinella that hunters in the popular imagination tend to be either bumbling idiots, brutal sadists or ignorant thugs. Although most Americans wear leather and eat meat, he knows that many are uneasy with the idea of going out and killing animals for themselves—as if buying these things makes the death less violent. He used to think it was his job to show that hunting was really about honoring animals by understanding them, and that the meals he made celebrated their lives by giving meaning to their deaths. (He always makes a point of using as much of the animal as possible, with recipes for hearts, livers and tongue.) A self-described conservationist, he used to bang on about how essential hunters and anglers are to preserving the country’s wild spaces, given that license sales and the excise taxes paid on guns and ammunition help fund the country’s conservation efforts. Excise taxes alone generated nearly \$1 billion in conservation funding in 2019, according to the U.S. Department of the Interior.

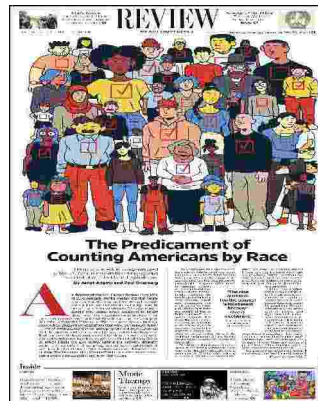
With “MeatEater,” however, he stopped working so hard to persuade non-hunters to understand his passions. Instead, he tailored the show to those who already love what he loves and banked on a narrow audience. But by conveying the thrill of the chase and the pleasures of a resulting feast, he may have unexpectedly broadened the show’s appeal.

“There’s this thing in quail hunt-

ing,” he says, by way of analogy. “If a dozen jump and you shoot the flock, you don’t hit [expletive]. But if you pick a quail, you might hit two.”



“The amount of people I meet who are afraid of having a dangerous encounter with a mountain lion is staggering.”



HEARD ON THE STREET

FINANCIAL ANALYSIS & COMMENTARY

Detroit's Slow Road To a Digital Future

It will be awhile until car makers can reap the benefits of turning your next vehicle into a giant smartphone

Tomorrow's cars will behave more like giant smartphones than today's. Drivers could enjoy the benefits sooner than manufacturers.

So-called connected cars aren't new: The majority of vehicles sold in the U.S. today and almost half globally are already fitted with a modem. But vehicle electronics are only now being reconfigured to take full advantage of fast mobile broadband, notably to deliver smartphone-style updates "over the air." This is a game-changer.

Take the Ford F-150, the bestselling vehicle in the U.S. since 1981. The new generation now arriving in showrooms debuts a new Ford-built software tech stack that will bring the kind of capabilities consumers are used to in smartphones. A "central brain" will deploy updates around the vehicle to fix bugs or add features, says Stuart Taylor, Ford's head of connectivity. After launching on the F-150, the system will go into Ford's other key new products, the Mustang Mach-E and revived 2021 Bronco.

More new vehicles will, like the Ford-150, have a crucial difference from their predecessors: They will improve even after leaving the dealership. For drivers, this promises to bring down the curtain on clunky infotainment systems that feel out of date even when new.

For manufacturers, the hope is for new revenue streams. For example, General Motors this month announced it would start offering insurance as part of its OnStar connected-services brand. "Electric vehicles are putting margins under pressure, so developing functions that can be sold on demand will be crucial for a lot of auto makers," says Johannes Deichmann, a partner in McKinsey's Stuttgart office.

Auto makers can't charge much, if anything, for services freely available on smartphones. Beyond insurance, selling driving tools with proprietary content may be their best

bet. For example, BMW, an early mover like GM, can direct connected drivers in 45 U.S. cities to streets that have a high probability of having a parking space, based partly on data crowdsourced from other BMWs on the road.

Another form of potential "after-market" revenue involves car makers pre-installing hardware and then charging consumers to turn it on after the car is sold. All Teslas come with the misleadingly named "Full Self-Driving" function that costs \$10,000 to unlock. Having a single fully loaded car variant makes manufacturing simpler, but probably works only for premium brands that can expect a sizable chunk of their customers to upgrade.

Part of the allure of connected cars for auto makers also is their potential to cut costs. Ford's new chief executive Jim Farley has been particularly vocal about the need to clamp down on high warranty expenses. If the remote diagnostics and feedback possible through internet connections can resolve problems that currently require attention in dealerships, it will be a big win. Being better connected with drivers could also be a valuable marketing channel, helping to trim advertising costs.

But getting into a position where such cost reductions are possible is itself costly. At Ford, Mr. Taylor's "enterprise connectivity" team had roughly 300 programmers four years ago; now it has some 4,000. Volkswagen, the world's largest vehicle manufacturer by sales, said as part of an annual budgeting exercise this month that it will invest €27 billion, or almost \$32 billion, into "digitization" by 2025—double the amount it expected to spend a year ago.

Manufacturers are completely re-wiring the car. Most of today's tech-heavy vehicles have dozens of so-called electronic control units, often sourced from different suppliers,

each with a specific function. That approach resulted from auto makers' traditional expertise in systems integration, but made it hard to connect the car beyond the infotainment system.

Now, control functions are being amalgamated, often by manufacturers in house, into more powerful computers that can be centrally updated via the modem. The new approach was pioneered by Tesla, which had the advantage of designing vehicles from a blank sheet of paper.

Although new cars are changing fast, it will be a long time before the changes become widespread. U.S. consumers upgrade their phones roughly every three or so years, enabling regular hardware improvements that support software upgrades and data-rich services. With an average U.S. vehicle age of almost 12, according to IHS Markit, any similar virtuous cycle will play out far more slowly in the auto industry. It could take as much as a decade for new connected platforms to have critical mass in manufacturers' vehicle fleets.

Even when they do, connected services are unlikely to make up a big proportion of total revenue for manufacturers, given the high price of a new vehicle. That means selling cars will remain a cyclical hardware business for the foreseeable future, with a low stock-market valuation to match. Much talk of new business models seems premature.

Cars are going digital, but investors shouldn't be dazzled by parallels with more fashionable tech industries. Detroit can move neither far nor fast.

—Stephen Wilmot

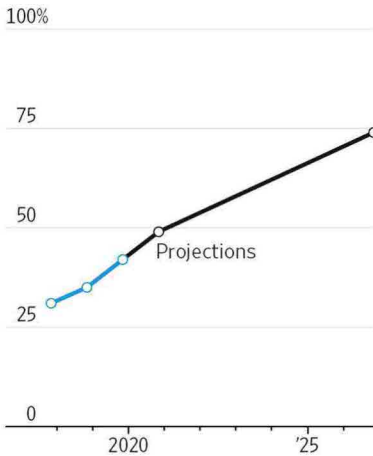


CARLOS OSORIO/ASSOCIATED PRESS

New versions of the Ford F-150 include the kind of capabilities consumers are used to in smartphones.

Plugged In

Share of cars sold globally that have data connections



Source: IHS Markit



How Property Booms Eat Our Economy

Rising real-estate prices may drag on productivity

This October, U.S. housing sales hit their highest level since 2006. China's residential real-estate investment was up 14% relative to the same month last year. Around the world, many housing markets have shrugged off a colossal economic slump, helped by low interest rates.

In the short term, such investment is a boost to economic activity in a year where headline figures have collapsed. But there are significant downsides. The fact that housing booms can be a longer-term risk to financial stability is well known, but a growing body of research suggests that even where there is no market blowup, surges in prices and investment can have a deleterious impact on productivity.

New evidence comes from the Bank for International Settlements, with a paper by economist Sebastian Doerr showing that among U.S.-listed companies, those with a higher share of real-estate assets are persistently less productive than their industry peers.

That alone wouldn't be a problem as such. Some companies are always more productive than others. But rising real-estate prices make it easier for companies that own real estate to access funding because of their growing collateral, so multiyear booms in property prices compound the problem.

Looking at data covering the U.S. from 1993 to 2008, capital was reallocated toward productivity laggards over time, worsening the overall picture for the economy. For every 10% increase in real-estate prices, an industry would record a 0.6% relative decline in total-factor productivity due to the effect of skewed capital allocation.

Much of the field of research suggesting a similar effect focuses on China, showing that the country's particularly extreme real-estate boom is already eating away at productivity and the effective working of the economy. One paper shows that Chinese borrowing costs rise for manufacturing companies in places where housing booms are particularly extreme.

These sorts of findings, which haven't become a major topic of conversation among policy makers, could have huge implications for the way regulators and economists think about house prices and real-estate investment.

If the mainstream view shifts toward the idea that real-estate booms cause capital misallocation so large that it becomes a drag on productivity, policy toward housing markets and the real-estate sector broadly could change considerably. The emerging research here is worth keeping an eye on.

—Mike Bird



FROM TOP: TED SHAFFREY/AP; MARK SCHIEFELBEIN/AP; SHUTTERSTOCK

Companies that own real estate can tap more funding when prices rise.

JD Health IPO Sets Hearts Racing

Investors have paid up for competitors and regulations are becoming less murky

The record initial public offering of fintech giant Ant Group crashed before taking off. Another Chinese tech listing in Hong Kong should fare better.

JD Health, an online health-care spinoff from e-commerce company JD.com, has launched its IPO in Hong Kong, which could raise up to \$4 billion. That would make it the city's largest listing this year after the IPO of Ant, backed by JD's e-commerce rival Alibaba, was scuttled.

The Covid-19 pandemic has driven more people in China—as in many other places in the world—to seek medical help online. In the first six months of this year, average daily online consultations on JD Health's platforms jumped to 86,100 from 14,835 a year earlier. While 2020 is certainly an anomaly, some of those users will likely stick around.

Virtual medical service, however, is still a nascent business for JD Health. The company makes almost all of its revenue from selling drugs and other health products online, either directly or from third-party vendors. The growth in online consultations will generate further demand for sales of prescription drugs for JD. But supportive government policies will likely be the real driver of growth for the online pharmacy business.

About two-thirds of drugs in China are sold through hospitals,



More people in China are using JD Health to seek medical help online.

but government policies could push more prescription drug sales through retail channels. Legislation revisions last year allowed online platforms to sell prescription drugs, while draft rules released this month laid out more specific regulations. The industry will no doubt be under stringent regulation and online platforms such as JD will spend a lot of resources on quality control. But with clearer rules, the industry will find it easier to navigate the regulatory landscape.

Alibaba and JD, leveraging their e-commerce capabilities, have been the dominant players in the online pharmacy business. Bernstein esti-

mates China's online pharmacy market, which includes health products such as medical devices and supplements, will grow to 443 billion yuan, equivalent to \$67 billion, in 2025 from 125 billion yuan in 2019. It expects online sales of prescription and over-the-counter drugs to account for 6% of the China market in 2025.

And it seems investors are willing to pay up for opportunities in this relatively untapped market: shares of its competitors Alibaba Health and Ping An Good Doctor have both done well this year.

A strong IPO for JD Health looks very likely.

—Jacky Wong

OVERHEARD

Among the holiday traditions many Americans avoided this year was waking early up from their turkey-induced slumber to hit the stores at dawn on Black Friday. But Americans can at least live vicariously thanks to Taiwan.

In years without a pandemic, Americans are firmly divided into two camps: those who can't resist a bargain and show up in-person,



and those who puzzle over why anyone would risk being trampled over a discounted TV. Now Americans can unite in wondering why people in one of the few places in the world where it is safe to mob the stores in-person are doing it.

Stores like Costco extend their hours and institute crowd-control measures in Taiwan, which has had only 600 total Covid-19 cases—about what the U.S. had every five

In Taiwan, a Black Friday deal on the yellow metal.

minutes on Wednesday. But why Black Friday? Not only does Taiwan not celebrate Thanksgiving, but it also doesn't officially celebrate Christmas. Only about 5% of the population identify as Christian, a lower proportion than Egypt or Syria. As in much of East Asia, the big holiday is the Lunar New Year, which next falls in February 2021.

Americans can chuckle, but the Taiwanese bring a Confucian sensibility to the madness. There are no viral videos of brawls, and among the featured items at Costco are gold bars, which should hold their value a lot better than that bargain iPad.