

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica Anica Web				
	Agi.it	20/06/2023	<i>Aperto il concorso per entrare nella writers room delle grandi serie</i>	3
	E-duesse.it	19/06/2023	<i>Cine' 2023, ecco il programma</i>	5
	E-duesse.it	19/06/2023	<i>Cine' 2023, il modello del cinema italiano al convegno di Box Office</i>	10
	Cineguru.screenweek.it	20/06/2023	<i>Super Mario Bros., mamma mia che fenomeno. Tutti i dati</i>	12
Rubrica Cinema				
1+22	Avvenire	20/06/2023	<i>Franco Piavoli, compie 90 anni l'ultimo poeta del nostro cinema (M.Castellani)</i>	18
48	Corriere della Sera	20/06/2023	<i>Nastri d'argento alla carriera per Ralli, Placido e Veronesi</i>	20
49	Corriere della Sera	20/06/2023	<i>Giffoni, in anteprima il film d'animazione su Dalla Chiesa</i>	21
1	Il Foglio	20/06/2023	<i>Ancora un film e poi libri. Quel geniaccio di Tarantino s'e' trovato un mestiere alternativo (M.Mancuso)</i>	22
23	Il Giornale	20/06/2023	<i>Tornatore e Ferretti, a Pesaro si celebra il nuovo cinema (S.Giani)</i>	23
24	Il Giornale	20/06/2023	<i>Int. a R.Crowe: "Ora voglio solo suonare. Ma mi piacerebbe interpretare Berlusconi" (L.Rio)</i>	24
24	Il Giornale	20/06/2023	<i>Arriva il film d'animazione su Dalla Chiesa</i>	26
31	Il Giornale	20/06/2023	<i>Buoni i riscontri de "Il cinema in festa" e "Flash" corre al primo posto (V.Persiani)</i>	27
1+27	Il Messaggero	20/06/2023	<i>Missione Cruise da Palazzo Chigi a Piazza di Spagna (G.Satta)</i>	28
27	Il Messaggero	20/06/2023	<i>"Le stelle di Dora", in anteprima il film su Dalla Chiesa</i>	30
27	Il Messaggero	20/06/2023	<i>Il regista McQuarrie elogia la citta' "Perfetta per le scene mozzafiato" (G.Satta)</i>	31
33	La Repubblica	20/06/2023	<i>I Nastri d'argento speciali</i>	32
32/33	La Repubblica	20/06/2023	<i>And just like that 2 (S.Fumarola)</i>	33
32	La Repubblica	20/06/2023	<i>Int. a M.King: "Grazie alle donne ho scoperto che la realta' ha mille facce" (S.Fumarola)</i>	35
Rubrica Cine-Audiovisivo & Digital				
36/39	Style Piccoli (Corriere della Sera)	01/08/2023	<i>Il regista come Tim Burton (G.Grassi)</i>	36
15	Style Piccoli (Corriere della Sera)	01/08/2023	<i>Guardare (A.De Tommasi)</i>	40
28/31	Style Piccoli (Corriere della Sera)	01/08/2023	<i>Amo esplorare universi fantastici (A.De Tommasi)</i>	41
8	Avvenire	20/06/2023	<i>Littizzetto verso Canale 5. Un talk Rai a De Girolamo</i>	45
55	Corriere della Sera	20/06/2023	<i>A fil di rete (A.Grasso)</i>	46
28	Il Messaggero	20/06/2023	<i>Ritorna "Black Mirror": su Netflix gli uomini fanno follie tecnologiche (M.Galanto)</i>	47
11	Il Sole 24 Ore	20/06/2023	<i>Meloni a Parigi vede Macron: sul tavolo Expo 2030, migranti e dossier Ucraina (M.Perrone)</i>	48
19	Italia Oggi	20/06/2023	<i>Chessidice in viale dell'editoria</i>	49
18	Italia Oggi	20/06/2023	<i>Milano Finanza a 169 mila utenti</i>	50
18	Italia Oggi	20/06/2023	<i>News online in tenuta ad aprile (A.Secchi)</i>	51
19	Italia Oggi	20/06/2023	<i>Conde' Nast prosegue il riassetto (C.Plazzotta)</i>	53
10/11	La Repubblica	20/06/2023	<i>Il nodo Tim-Vivendi il governo irritato protesta con Parigi (G.Pons)</i>	54
26	La Stampa	20/06/2023	<i>Rete Tim, primo esame delle offerte. In vantaggio la proposta del fondo Kkr (E.Rebuffini)</i>	56
15	La Stampa	20/06/2023	<i>Il tesoro di Silvio (F.Spini)</i>	57
25	QN- Giorno/Carlino/Nazione	20/06/2023	<i>L'auditel di domenica 18 giugno 2023</i>	59

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica International & Web				
	Dailytelegraph.com	20/06/2023	<i>Pixar suffers record-low box office result on opening weekend of Elemental'</i>	60
	Deadline.com	20/06/2023	<i>Red Dwarf' Returning To BBC For First Time In 15 Years As Broadcaster Buys All Series For iPlayer</i>	64
	Hollywoodreporter.com	20/06/2023	<i>Elemental' Box Office Debacle: Pixar Movie Opens to Record-Worst \$29.6M</i>	66
	Techiai.com	20/06/2023	<i>Adipurush box office day 4: - ! ,</i>	69
	Washingtontimes.com	20/06/2023	<i>Disney film 'Elemental' featuring first nonbinary character tanks at box office</i>	72
	AlloCine.Fr	19/06/2023	<i>The Flash ou Pixar : qui prend la tete du box-office US ?</i>	74
	Beststeelnews.com	19/06/2023	<i>'The Flash' Disappoints With Debut Box Office Flop of \$55 Million USD</i>	75
	Cnn.com	19/06/2023	<i>The Flash' and Elemental' flash warning signs for the summer box office</i>	77
	Deadline.com	19/06/2023	<i>Past Lives' Producers On Achieving Box Office Success In A Troubled Time For Specialty Pictures & Pe</i>	80
	Deadline.com	19/06/2023	<i>Tom Cruise Gets Emotional On Mission: Impossible' Red Carpet Talking About Love Of Cinema: Guys, Thi</i>	87
	Forbes.com	19/06/2023	<i>India Box Office: 'Adipurush' Scores \$41 Million Worldwide</i>	90
	Hollywoodreporter.com	19/06/2023	<i>What Box Office and Streaming Video Will Look Like By 2027: PwC Expert Explains Forecast</i>	92
	Lavanguardia.com	19/06/2023	<i>Cinema Jove celebra la Capital Verde con.</i>	97
	Screendaily.com	19/06/2023	<i>The Flash' rules global box office on \$138.7m launch; Elemental' starts staggered roll-out</i>	99
	Screendaily.com	19/06/2023	<i>The Flash' tops UK-Ireland box office with £3.2m; Greatest Days' opens fifth</i>	104
	TheWrap.com	19/06/2023	<i>The Flash' and Elemental' Flops Send Red Alerts for 2 of Hollywood's Biggest Box Office Brands Ana</i>	108
	Usatoday.com	19/06/2023	<i>ShowBiz Minute: Kardashian, BTS, US Box Office</i>	111
	Vanityfair.fr	19/06/2023	<i>Pourquoi «The Flash» de'coit au box office ?</i>	112
	Variety.com	19/06/2023	<i>After Elemental' Bombs, Can Pixar Restore Its Box Office Touch?</i>	114
Rubrica International				
6	Financial Times	20/06/2023	<i>Damp squib Poor 'Elemental' opening adds to fears that Disney's Pixar has lost its touch</i>	115
26	Le Monde	20/06/2023	<i>Au Festival d'Annecy, " Linda veut du poulet ! " Domine le palmarès</i>	116
27	Le Monde	20/06/2023	<i>Tom Cruise, une star hollywoodienne qui de'fie le temps (C.Pacary)</i>	117

HOME > CINEMA

Aperto il concorso per entrare nella writers room delle grandi serie

È erogato da Anica Academy, in collaborazione con Writers Guild Italia e Associazione 100 Autori, che mettono a disposizione una borsa di studio a copertura totale delle spese di iscrizione

tempo di lettura: 1 min

SCENEGGIATORI

SERIE TV

aggiornato alle **08:54** 20 giugno 2023

© Marie Etchegoyen/Netflix / AGF

- Una scena della serie tv 'Emily in Paris' di Netflix

AGI - È stato aperto il **concorso rivolto a sceneggiatori e sceneggiatrici** professionisti in attività e che mirano a una crescita professionale e ad accreditarsi come head writer di serialità in Italia. Il corso avanzato di alta specializzazione Writers' Room offre la possibilità di fare esperienza come staff writer in writers' room internazionali

e si rivolge ad autori che non abbiano superato i 40 anni di età.

Si rivolge a circa 8-12 sceneggiatori, che abbiano scritto almeno un episodio per un'emittente televisiva o streamer di drama serial o series, o comedy series andata in onda o ufficialmente contrattualizzata e consegnata; e che abbiano padronanza completa della lingua italiana e un ottimo livello di inglese scritto e parlato.

I partecipanti sono selezionati in base ai criteri del Bando Ufficiale e suoi allegati attraverso una procedura in due fasi: verifica dei requisiti richiesti dal bando e colloquio online individuale. La candidature vengono raccolte fino al 23 giugno e le informazioni possono essere trovate insieme al modulo di pre-iscrizione [qui](#).

Writers' Room è erogato da Anica Academy, in collaborazione con Writers Guild Italia e Associazione 100 Autori, che mettono a disposizione una borsa di studio a copertura totale delle spese di iscrizione.

ARTICOLI CORRELATI

Gli sceneggiatori italiani manifestano a sostegno dei colleghi americani

Picchettaggio degli associati alla Writers Guild Italia per una contrattazione collettiva più equa e compensi minimi definiti per i lavoratori dell'Unione europea

Gli sceneggiatori di Hollywood incrociano le braccia, a rischio le serie tv

Le trattative con gli studios e i produttori di streaming sulla retribuzione e altre condizioni di lavoro si sono concluse senza un accordo

Non solo Hollywood: anche gli sceneggiatori italiani sono ai ferri corti con le piattaforme

Il peso degli streamer rischia di ridurre all'osso i guadagni degli autori e schiacciare i produttori. Lo scenario disegnato dal presidente della WGI, il sindacato degli sceneggiatori

Gemellaggio tra 100Autori e Wgi, gli sceneggiatori italiani lotteranno uniti

L'obiettivo è di "raggiungere in maniera più concreta, rapida e incisiva molteplici traguardi sindacali a breve termine, ma anche di raggiungere obiettivi con un orizzonte temporale più ampio"

NEWSLETTER

il tuo indirizzo email

ISCRIVITI

Iscrivendoti dichiari di avere preso visione delle [Condizioni Generali di Servizio](#)



Home > Cinema

Ciné 2023, ecco il programma

Le Giornate professionali estive di cinema, in programma a Riccione dal 4 al 7 luglio, si apriranno come da tradizione con il convegno a cura di Box Office



by **Valentina Torlaschi** — 19 Giugno 2023 in Cinema





ph.FABIO DEMITRI



Svelato il programma della XII edizione di **Ciné – Giornate di Cinema**, la **manifestazione estiva di networking e di aggiornamento professionale dell'industria cinematografica**, promossa da **ANICA**, in collaborazione con **ANEC**, sostenuta dal MiC, dalla Regione Emilia-Romagna e dalla Emilia-Romagna Film Commission, prodotta e organizzata da Cineventi, che si terrà a Riccione dal 4 al 7 Luglio 2023.

Come da tradizione, **sarà il convegno di Box Office ad aprire la manifestazione**. Alle ore 15:00 della prima giornata del 4 luglio si terrà infatti il panel **“CINEMA ITALIANO: È VERA RIVOLUZIONE?”** a cura della nostra rivista, in collaborazione con ANICA e ANEC. Interverranno: Lucia Borgonzoni, Senatrice e sottosegretario di stato al MiC; Paolo Del Brocco, Amministratore Delegato di Rai Cinema; Luigi Lonigro, Direttore 01 Distribution e Presidente distributori ANICA; Mario Lorini, Presidente ANEC; Massimiliano Orfei, Amministratore Delegato di Vision Distribution; Vittoria Puccini, Attrice e Presidente UNITA. A moderare, il responsabile di *Box Office* Paolo Sinopoli. In un momento di grande vivacità, il settore si interroga sul modello del cinema italiano: budget, generi, talent e posizionamento.

Di seguito il **programma della manifestazione per gli accreditati** che prevede, oltre alle **convention delle case di distribuzione** che presenteranno i loro listini di film in uscita nei prossimi mesi, anche **panel, presentazioni, premiazioni ed anteprime**.

• MARTEDÌ 04 LUGLIO 2023

15:00 – SALA POLISSENA – 4° PIANO

CINEMA ITALIANO: È VERA RIVOLUZIONE?

Convegno a cura di Box Office in collaborazione con ANICA e ANEC

Intervengono:

Lucia Borgonzoni, Senatrice e sottosegretario di stato al MiC**Paolo Del Brocco**, Amministratore Delegato di Rai Cinema**Luigi Lonigro**, Direttore 01 Distribution e Presidente distributori ANICA**Mario Lorini**, Presidente ANEC**Massimiliano Orfei**, Amministratore Delegato di Vision Distribution**Vittoria Puccini**, Attrice e Presidente UNITA

17:00 – SALA CONCORDIA – 3° PIANO

INAUGURAZIONE

Intervengono:

Lucia Borgonzoni, Senatrice e sottosegretario di stato al MiC**Francesco Rutelli**, Presidente ANICA**Benedetto Habib**, Presidente Produttori ANICA**Luigi Lonigro**, Presidente unione editori e distributori ANICA**Mario Lorini**, Presidente ANEC**Gianluca Bernardini**, Presidente ACEC

17:30 – SALA CONCORDIA – 3° PIANO

CONSEGNA DEL PREMIO MINA LAROCCA

Promosso da ANICA come riconoscimento all'eccellenza femminile nel settore cinematografico e audiovisivo, in memoria del Direttore Generale di ANICA prematuramente scomparso.

17:45 – SALA CONCORDIA – 3° PIANO

CONVENTION UNIVERSAL PICTURES

19:00 – SALA CONCORDIA – 3° PIANO

ASTEROID CITY di Wes Anderson

V.O. con sottotitoli in italiano (104', USA, 2023) – Distribuito da Universal Pictures

22:00 – SALA 3 – 1° PIANO

UOMINI DA MARCIAPIEDE di Francesco Albanese

con Francesco Albanese, Paolo Ruffini, Herbert Ballerina, Clementino (96' Italia 2023)

Distribuito da Minerva Pictures

Saranno presenti in sala: **Paolo Ruffini, Herbert Ballerina, Lucia Di Franco, Fioretta****Mari****• MERCOLEDÌ 05 LUGLIO 2023**

10:00 – SALA CONCORDIA – 3° PIANO

CONVENTION 01 DISTRIBUTION

11:15 – SALA CONCORDIA – 3° PIANO

CONVENTION EAGLE PICTURES

12:30- SALA CONCORDIA – 3° PIANO

PRESENTAZIONE LISTINO ADLER ENTERTAINMENT

13:15 – SALA CONCORDIA – 3° PIANO

PROMO REEL OFFICINE UBU

14:30 – SALA 3 – 1° PIANO

ROUGH CUT AND MORE

by Emilia-Romagna Film Commission

15:30 – SALA CONCORDIA – 3° PIANO

PROMO REEL VERTICE 360

15:45 – SALA CONCORDIA – 3° PIANO

CONVENTION MEDUSA FILM

17:00 – SALA CONCORDIA – 3° PIANO

PRESENTAZIONE LISTINO NOTORIOUS PICTURES

17:40 – SALA CONCORDIA – 3° PIANO

PROMO REEL MINERVA PICTURES

18:00 – TERRAZZA CINECITTÀNEWS

ANEC PRESENTA LED | LEADER ESERCENTI DONNE

Il nuovo programma di mentoring dedicato alle professioniste dell'esercizio cinematografico.

18:30 – SALA 3 – 1° PIANO

CONVERSAZIONI CON ALTRE DONNE di Filippo Conz

con Valentina Lodovini e Francesco Scianna (Italia, Argentina, 2022)

Distribuito da Adler Entertainment

• GIOVEDÌ 06 LUGLIO 2023

10:00 – SALA CONCORDIA – 3° PIANO

CONVENTION VISION DISTRIBUTION

11:15 – SALA CONCORDIA – 3° PIANO

CONVENTION THE WALT DISNEY COMPANY

12:30 – SALA CONCORDIA – 3° PIANO

PRESENTAZIONE LISTINO PLAION PICTURES

13:00 – SALA CONCORDIA – 3° PIANO

PROMO REEL EUROPICTURES

13:15 – SALA CONCORDIA – 3° PIANO

PROMO REEL MAGNITUDO DISTRIBUTION

15:30 – SALA CONCORDIA – 3° PIANO

PROMO REEL FANDANGO

15:45 – SALA CONCORDIA – 3° PIANO

CONVENTION LUCKY RED

17:00 – SALA CONCORDIA – 3° PIANO

PRESENTAZIONE LISTINO BIM DISTRIBUZIONE

17:40 – SALA CONCORDIA – 3° PIANO

PROMO REEL MOVIES INSPIRED

17:45 – SALA CONCORDIA – 3° PIANO

PROMO REEL WANTED CINEMA**• VENERDì 07 LUGLIO 2023**

10:00 – SALA CONCORDIA – 3° PIANO

PRESENTAZIONE LISTINO I WONDER PICTURES

10:40 – SALA CONCORDIA – 3° PIANO

CONVENTION WARNER BROS. DISCOVERY

© RIPRODUZIONE RISERVATA

In caso di citazione si prega di citare e linkare www.e-duesse.it

Facebook



Twitter



LinkedIn



Whatsapp



Email

Related Posts**Box office Usa, delusione per The Flash ed Elemental**

BY VALENTINA TORLASCHI 19 GIUGNO 2023 0

Due esordi ben al di sotto delle aspettative al box office usa di quest'ultimo weekend. The Flash si è infatti...



Home > Cinema

Ciné 2023, il modello del cinema italiano al convegno di Box Office

Sarà il panel della rivista Box Office, organizzato in collaborazione con Anica ed Anec, ad aprire le Giornate estive di cinema martedì 4 luglio alle ore 15. Ecco i relatori e i dettagli dell'incontro

 by **Redazione** — 19 Giugno 2023 in **Cinema**

 0

RIMANI AGGIORNATO
CON LA NOSTRA
 **newsletter**

LEGGI
 **editoriale**

Ciné 2023, il modello del cinema italiano al convegno di Box Office

Come da tradizione, il **convegno di Box Office** sarà protagonista della prima giornata di **Ciné – Giornate di Cinema**. **Martedì 4 luglio, alle ore 15:00** in Sala Polissena del Palazzo dei Congressi di Riccione, si terrà infatti il panel dal titolo **“Cinema Italiano: è vera rivoluzione?”**, organizzato dalla nostra rivista in collaborazione con Anica e Anec.

Al centro del convegno, l'indagine il **modello del cinema italiano tra budget, generi, talent e posizionamento**.

In un momento di **grande vivacità**, il settore si interroga del mercato italiano attuale, attraverso l'**analisi dei film prodotti e di prossima uscita e dei dati in merito agli aspetti economici, per definire le potenzialità e gli aspetti del modello di cinema italiano**.

Ne discuteranno **Lucia Borgonzoni**, Senatrice e sottosegretario di stato al MiC; **Paolo Del Brocco**, Amministratore Delegato di Rai Cinema; **Luigi Lonigro**, Direttore 01 Distribution e Presidente distributori ANICA; **Mario Lorini**, Presidente ANEC; **Massimiliano Orfei**, Amministratore Delegato di Vision Distribution; **Vittoria Puccini**, Attrice e Presidente UNITA. A moderare, il responsabile di *Box Office* **Paolo Sinopoli**.

Giunta alla XII edizione, **Ciné – Giornate di Cinema** è la manifestazione estiva di networking e di aggiornamento professionale dell'industria cinematografica, promossa da ANICA, in collaborazione con ANEC, sostenuta dal MiC, dalla Regione Emilia-Romagna e dalla Emilia-Romagna Film Commission. Prodotta e organizzata da Cineventi di Remigio Trucchio e Valeria Cosenza, Ciné si terrà a Riccione dal 4 al 7 Luglio 2023.

[QUI](#) il programma completo di Ciné 2023.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

In caso di citazione si prega di citare e linkare www.e-duesse.it



Related Posts



Ciné 2023, ecco il programma

BY REDAZIONE 19 GIUGNO 2023 0

Svelato il programma della XII edizione di Ciné – Giornate di Cinema, la manifestazione estiva di networking e di aggiornamento professionale...





IL NOSTRO PODCAST



[SCREENWEEK](#) | [BLOG](#) | [QUIZ](#) | [PROGRAMMAZIONE](#)

SEGUICI SU:    



Cinema 2.0, innovazione e business

[PODCAST](#) [BOX OFFICE ITALIA](#) [BOX OFFICE USA](#) [ANALISI](#) [INFOGRAFICHE](#) [CINEGURU MATINÉE](#) [ENGLISH POSTS](#)  



IL NOSTRO PODCAST



You are here > [Home](#) > [Analisi](#) > [Super Mario Bros., mamma mia che fenomeno. Tutti i dati](#)

Super Mario Bros., mamma mia che fenomeno. Tutti i dati

Analisi | Box Office | Box Office Italia | Box Office mondiale | by Stefano Radice - Giugno 20, 2023 | 0

Analisi del fenomeno cinematografico dell'anno. Le rilevazioni di Cinexpert fotografano il pubblico che ha decretato il successo del film di animazione di Universal. I numeri delle città e dei mercati mondiali



Un grande successo, che ha conquistato i giovani (ma non solo), e che ha scalato velocemente i vertici della classifica del box office. L'uscita di **Super Mario Bros. - Il film**, mercoledì 5 aprile distribuito da **Universal Pictures Italy**, ha dato infatti una scossa dinamica a tutto il mercato. Fin dal primo giorno, con una partenza di 1,2 milioni di euro, l'animation coprodotto da **Illumination Ent. e Nintendo**, aveva dato segnali di potersi rivelare un fenomeno anche al di sopra delle attese. Nei primi cinque giorni il box office era stato di 7 milioni di euro, saliti a 9 milioni al termine della prima settimana - sfruttando molto bene il periodo pasquale - per poi passare a 13,7 milioni alla fine della seconda, 16,8 milioni al termine della terza per arrivare a superare i **20 milioni** il 12 giugno (data termine della nostra rilevazione in base ai **dati forniti da Universal**), dopo una lunghissima tenitura nei cinema italiani. Un dato che lo ha portato al **primo posto nella classifica dei miglior incassi dell'anno**, davanti ad **Avatar-La via dell'acqua** con 17,2 milioni nel 2023 (ma il film complessivamente ha raggiunto quota 44,7 milioni). **Super Mario** dopo 12 giorni aveva raggiunto il 66% del suo incasso totale, con il rimanente 34% "spalmato" nelle settimane successive.



CINEGURU SUL TUO SMARTPHONE

- IPHONE
- ANDROID

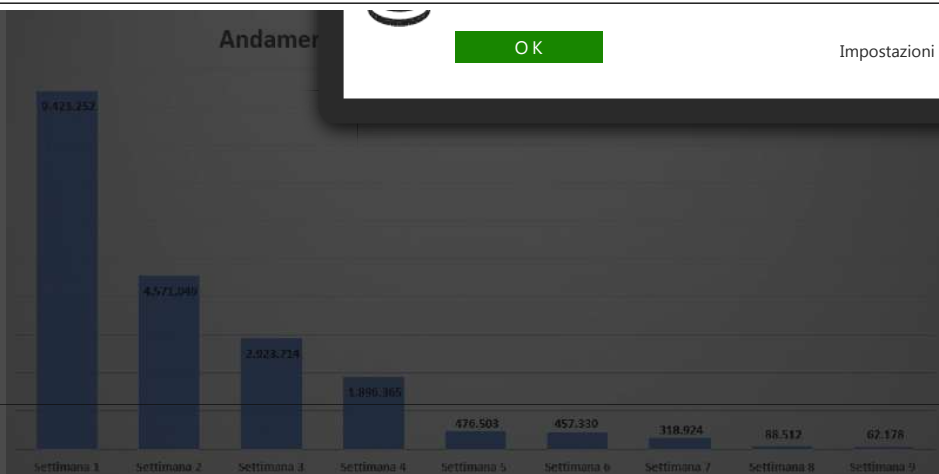


ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

Vuoi ricevere via email gli aggiornamenti da Cineguru?

Insieri la tua email...

Questo sito web utilizza i cookie



Quale pubblico?



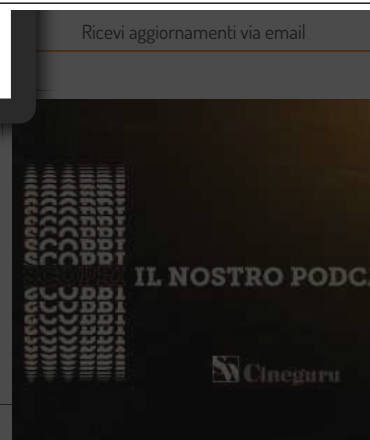
Quando ci si trova di fronte a fenomeni cinematografici di questo tipo, molto spesso è perché un determinato film è riuscito ad andare oltre il proprio target di riferimento e ad attrarre diverse fasce di età. I dati di **CinExpert**, progetto frutto della collaborazione tra Cinetel, Ergo Research e Vertigo Research, e condivisi da **Universal**, analizzano il pubblico del film nel mese di aprile, durante il quale **Super Mario** aveva totalizzato 2,4 milioni di presenze per 18 milioni di spettatori, il 90% del suo totale.

Il pubblico, segnala CinExpert, è risultato composto in leggera prevalenza da maschi (53%). Dal punto di vista anagrafico il film è risultato in forte accentuazione sugli under 25 (50% delle presenze vs una media del 31%) e il 44% degli spettatori appartiene al target dei Casual, ovvero di chi va al cinema meno di cinque volte all'anno (i Frequent - 13% - sono coloro che vanno al cinema oltre 10 volte all'anno mentre i regular - 43% - staccano tra i 5 e i 10 biglietti); la forte presenza di spettatori non abituali, è stata sicuramente un fattore del successo di **Super Mario Bros** e fa capire come i poco frequentanti siano stati attratti dalla novità della proposta, anche grazie a una campagna di comunicazione che ha saputo coinvolgerli. Il film ha avuto una bella risposta anche dal target 35-49 anni (25%), fascia di età che probabilmente negli anni aveva preso dimestichezza con il gioco da cui poi è stato sviluppato il film e che era stato lanciato nel 1985.

Sebbene **Super Mario Bros. - Il film** abbia ottenuto un ottimo risultato anche presso i 35-49enni, la classe presso cui ha saturato maggiormente la domanda cinematografica è stata quella degli under 14 (l'87% dei giovanissimi che si sono recati in sala nel periodo lo ha fatto per vedere questo film), seguita dai 15-24enni (61%). **Contributo minimo (e legato presumibilmente soltanto a logiche di accompagnamento) da parte degli over 50.**

Super Mario vs altri animation

Il confronto tra il profilo del film di Universal e quello di alcuni dei principali animation in sala negli ultimi due anni mostra come il film sia stato in grado di smarcarsi dal core target tipico di questo genere di titoli, ovvero quello degli under 14, e ottenere un buon contributo anche da altre classi di età (senza il quale non è possibile ottenere importanti risultati in termini di box office). La fascia 15-24 anni, ad esempio, ha inciso maggiormente per **Super Mario** rispetto a **Il gatto con gli stivali** e **Sing 2** ed è sostanzialmente in linea con **Minions 2**. Questi quattro film "soffrono" nella fascia 25-34 anni ma ottengono buoni riscontri dal target 35-49 anni.



TAG

#BoxOfficetalia Amazon Anec Anica arene estive

Avatar: La via dell'acqua Avengers Box

Office box office italia box

office USA cina Cineguru Podcast cinema

reloaded Coronavirus covid-19 dati

Cinetel davide dellacasa Disney elvis Facebook

Gli Anni Più Belli incassi ingressi iTunes Jurassic world:

il dominio Minions 2 - Come Gru Diventa Cattivissimo

Netflix pandemia robert bernocchi

spettatori spider-man spider-man: no way

home Star Wars Streaming Super Mario Bros. - Il film

SVOD tenet the batman thor: love and thunder Top

Gun: Maverick Twitter video on demand

Vod warner bros YouTube

ARTICOLI RECENTI

- » Super Mario Bros., mamma mia che fenomeno. Tutti i dati
- » The Flash primo di lunedì: il box office del 19 giugno
- » Il Podcast di Cineguru: dal weekend cinematografico al rapporto tra lo sport e lo streaming
- » Box office internazionale, esordio in prima posizione per The Flash
- » The Flash guida il weekend del 15-18 giugno

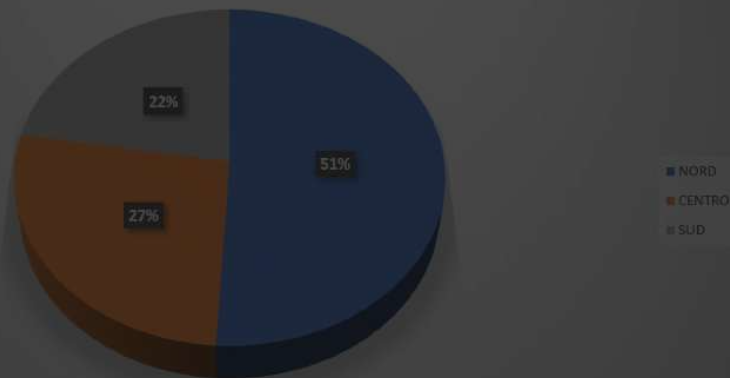
COMMENTI RECENTI

Spantax su Il Podcast di Cineguru:

L'andamento tra province e città

Super Mario è stato proiettato in 679 cinema, di cui 326 al Nord (praticamente il 50% del parco sale), 160 al Centro e 193 tra Sud e nelle Isole. L'incasso si è concentrato per il 51% al Nord, mentre Centro e Sud si dividono il restante 49%.

Suddivisione degli incassi tra Nord, Centro e Sud



Se consideriamo i dati delle province, i risultati evidenziano che solo quella di Roma che ha superato i 2,2 milioni di euro di box office. Seconda posizione per la provincia di Milano con 1,7 milioni di euro, mentre seguono appaiate Torino e Napoli. Oltre i 500 mila euro, in quinta posizione, troviamo poi la provincia di Firenze. Per quanto riguarda **la top 10 delle città**, una avvertenza. Nel computo degli incassi abbiamo considerato – dove presenti – anche i multiplex dei comuni limitrofi ai capoluoghi che vengono comunque frequentati con regolarità dagli abitanti delle città. È sempre **Roma** a primeggiare con 1,9 milioni di euro (includendo anche le piazze di Fiumicino e Guidonia). A breve distanza segue **Milano** con 1,7 milioni di euro, computando anche le piazze di Cerro Maggiore, Assago, Melzo, Paderno Dugnano, Pogliano, Rozzano, Sesto San Giovanni (tutti comuni in provincia di Milano e in alcuni casi praticamente inglobati nella città) ma anche Vimercate (MB). **Napoli** con 778mila euro (grazie alle piazze di Nola, Afragola e Casoria), precede Torino (con Moncalieri e Beinasco). Quinta piazza per Firenze (con Campi Bisenzio). Bologna (con Casalecchio di Reno), precede Palermo mentre Genova è davanti a **Catania** – che entra in top 10 grazie alle piazze limitrofe di San Giovanni La Punta e Belpasso – e a Bergamo (trainato dalle piazze di Azzano San Paolo e Curno). **Le prime dieci aree urbane hanno raggiunto i 7 milioni di euro, il 35% del box office complessivo del film.**

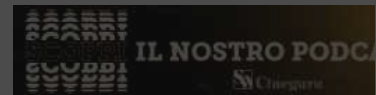
dal weekend cinematografico allo sciopero degli sceneggiatori

V su Guardiani della galassia – Vol.3: esordio sopra gli 800.000 euro

Sadaha_sivam su Super Mario Bros. guida il box office di giovedì 27 aprile

Spantax su Le piattaforme danneggiano la sala? Parlare di Francia (perché Italia intenda)

Giorgio su Le piattaforme danneggiano la sala? Parlare di Francia (perché Italia intenda)



ARCHIVI

Seleziona il mese

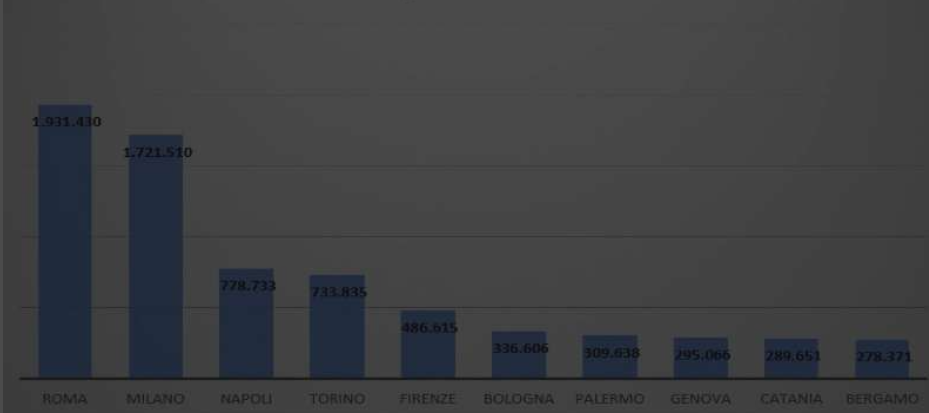
CATEGORIE

Seleziona una categoria

META

- > Registrati
- > Accedi
- > Feed dei contenuti
- > Feed dei commenti
- > WordPress.org

La top 10 delle città



A proposito invece dei **risultati delle agenzie**, è la **Lombardia** a guidare la classifica piuttosto nettamente con 4 milioni di euro e una quota del 20% del box office, davanti al Lazio con circa 3 milioni e al Veneto con 2,3 milioni di euro. Rispetto al periodo pre pandemico, le agenzie con **Super Mario** hanno confermato il loro peso commerciale con un paio di eccezioni. Se l'Emilia Romagna negli anni precedenti al Covid aveva una quota di oltre il 10% del box office, con questo film è scesa all'8,8%, anche in conseguenza della doppia ondata di maltempo che ha flagellato la regione tra fine aprile e metà maggio, mentre salgono la Campania (da 7,8% a 8,8%) e Sicilia (dal 5,1% al 6,3%), segno che il film in alcune aree del Sud ha avuto un buon appeal.

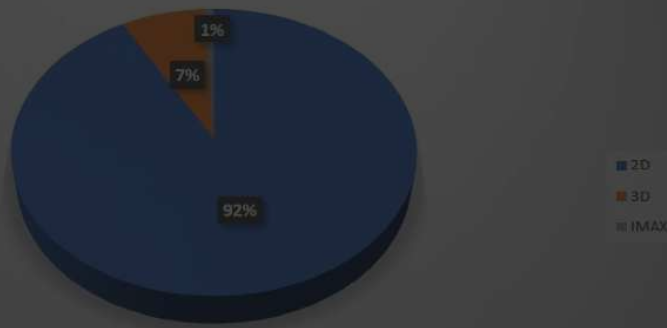
Gli incassi per agenzia



2D, 3D E IMAX

Super Mario Bros. ha avuto anche una distribuzione nel formato **3D** che ha totalizzato 1.475.326 euro contro quella in 2D di 18.690.036 euro. La quota del 7% sull'incasso per il formato tridimensionale è un risultato più che discreto se si pensa che la **quota media di mercato dei film 3D nel 2017-2019 è stata dell'1,6%** (dati Anec/Anica). Limitato, invece, il risultato ottenuto dalla pellicola nelle cinque sale **Imax** con 185.150 euro di box office. Per quanto riguarda i circuiti, sono andati molto bene Uci con una quota di oltre il 23% sul box office e anche The Space con una market share di oltre il 22%.

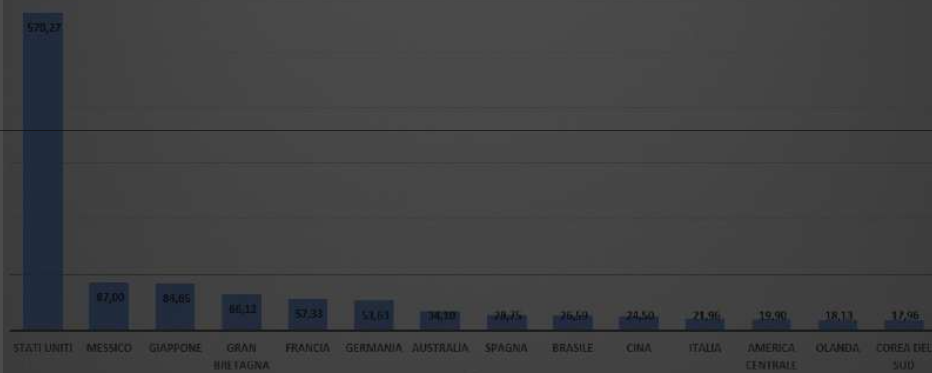
Incassi 2D, 3D e IMAX



Gli incassi mondiali

Il film di Illumination Ent. e Nintendo è stato un grande successo ovunque. Basti pensare che dal momento della sua uscita **Super Mario** ha raggiunto un box office worldwide di 1,3 miliardi di dollari, piazzandosi in testa nella classifica dell'anno e al diciottesimo posto in quella di tutti i tempi. L'animation è diventato l'incasso principale per un film di Illumination Ent., avendo superato **Minions**, a quota 1,1 miliardi di dollari.

Il mercato principale è stato quello di **Usa e Canada** con 570 milioni di dollari. Straordinaria la risposta del **Messico**, secondo mercato con 87 milioni di dollari e terzo il **Giappone** con 84,6 milioni. Primo mercato europeo, la **Gran Bretagna** con 66 milioni di dollari, davanti a **Francia e Germania** con 57 e 53 milioni rispettivamente. Molto lontane la Spagna con 28 milioni di dollari e l'Italia con circa 22 milioni di dollari. La delusione è rappresentata dalla **Cina**, dove **Super Mario** non è andato oltre i 24,5 milioni di dollari e probabilmente ci si poteva attendere qualcosa di meglio dalla **Corea del Sud** con 18 milioni di dollari.

Super Mario Bros. - Gli incassi nei principali mercati
(dato in milioni di dollari al 12 giugno)

Fonte: rielaborazione di Cineguru su dati forniti da Universal

Tagged cinexpert incassi maggiori incassi italiani Super Mario Bros. - Il film



Stefano Radice

< Previous article

The Flash Primo Di Lunedì: Il Box Office Del 19 Giugno

SPETTACOLI

Franco Piavoli, compie 90 anni l'ultimo poeta del nostro cinema

Castellani a pagina 22

INTERVISTA

Domani compie 90 anni il più appartato e poetico dei registi indipendenti. Sostenuto agli inizi da Agosti e Bellocchio, nell'82 con "Il pianeta azzurro" stragò Tarkovskij

Piavoli, l'ultimo poeta del cinema

MASSIMILIANO CASTELLANI

«**E** con parole d'aria, ho scritto poesie sulle ombre della sera, del silenzio e delle solitudini del ragazzo e del giovane che fui». Questa frase del poeta e scultore Umberto Bellintani, (tratta da una lettera indirizzata al critico Alessandro Parronchi) sintetizzano più di tante parole il "cinema di poesia" di Franco Piavoli. Cineasta ultraindipendente, al limite dell'anarchia, che, alla vigilia dei suoi 90 anni, li compie domani 21 giugno, andiamo a stannarlo nel suo centro di gravità permanente, il borgo natio di Pozzolengo (Brescia). «Qui da sempre è la mia casa e da quassù, dalle mie dolci colline moreniche che guardano verso il Lago di Garda, al riparo dal rumore delle città, osservo il mondo, la natura e trovo pace e ispirazione per i miei film». Pozzolengo, oltre a Piavoli ha avuto un altro "genius loci": il più grande fotografo del secolo scorso, Ugo Mulas (1928-1973). «Da ragazzi con Ugo siamo stati molto amici e grandi compagni di passeggiate. Ci univa la stessa passione per l'esplorazione, io ero più proiettato verso la natura, Mulas più verso quella nostra società che negli anni '60 stava rapidamente cambiando. Nel suo osservatorio milanese del Bar Jamaica, dove si sedeva assieme al fotografo Mario Dondero e allo scrittore anarchico Luciano Bianciardi, credo di esserci stato una volta soltanto, perché raramente sconfinavo dal nostro paese. E tutto il mio cinema, chi lo ha visto sa, qui inizia e qui finisce...».

E il primo ciak ideale lo diede da ragazzo, grazie a un dono piovuto dal cielo: un super8 di proprietario ignoto.

Trovai quel super8 sul traghetto, al Garda, forse era di un turista tedesco che lo aveva dimenticato lì. Pensai davvero che fosse un dono del cielo, e con quella camerina, nel 1953, girai il mio primo corto, *Uccellanda* di cui non so neppure se da qualche parte in soffitta conservo ancora una copia.

La sua prima pellicola a colori, con sonoro, è del 1961, *Le stagioni*, in cui compare sua moglie Neria.

La prima protagonista di un mio film - ricorda emozionata - Neria era una ragazza di una bellezza particolare, ne ero in-

namoraussimo e così cominciai a riprenderla in questa passeggiata attraverso le stagioni della vita. Poi Neria è diventata mia moglie e la mia collaboratrice imprescindibile, fino alla fine. Da dodici anni non c'è più. Neria ha lasciato un grande vuoto che provo a colmare ogni giorno sognandola qui vicino a me o mettendomi a dormire al suo posto nel letto, dove c'è ancora il suo cuscino. Dal nostro amore è nato Mario che mi ha aiutato tanto nel mio lavoro e ora è un regista che fa film per conto suo.

Nell'82 momenti di inaspettata celebrità con *Il pianeta azzurro*, film "sponsorizzato" da due cineasti unici, Silvano Agosti e Marco Bellocchio.

Agosti essendo un bresciano avevo avuto modo di incontrarlo dalle mie parti, poi la passione per il cinema mi ha portato ad andare a trovarlo a Roma nella sua mitica sala, l'Azzurro Scipioni. Silvano si è affezionato talmente tanto a me da regalarmi tanti consigli preziosi e perfino l'Arriflex, la macchina con cui ho girato *Il pianeta azzurro*. Bellocchio si innamorò del film, poi nel tempo ci siamo visti e qualche anno fa mi ha voluto suo ospite al Festival che organizza a Bobbio dove ho tenuto un corso spiegando a dei ragazzi il senso del mio fare cinema.

Gli avrà dunque parlato di un "cinema di poesia".

"Cinema di poesia" è una definizione che mi piace e mi inorgoglisce. Io so solo che in tutti questi anni ho cercato di realizzare una forma di cinema in cui spesso le parole diventano inutili. Ai dialoghi ho preferito le espressioni del corpo, attraverso la modulazione dei suoni e della voce umana e i versi degli animali. L'incanto e la profondità di un gesto e un suono semplice come il bussare a una porta, il rumore del vento o dell'acqua, il fischio di un treno o il canto di un uomo o di un uccello, così come i silenzi e le pause nei nostri discorsi e nella comunicazione quotidiana, nel mio girare assumono un valore ancestrale, quasi eterno.

***Nostos*, il suo film su Ulisse fa pensare a *Nostalghia* del maestro russo Andrej Tarkovskij, un altro dei suoi ammiratori "segreti".**

Non ho avuto la fortuna di incontrare di persona e di stringere la mano a Tarkovskij, ma so che era presente al Festival di Venezia quando presentai *Il pianeta azzurro*, e dopo averlo visto, tra-

mite un amico, mi fece arrivare una lettera in cui mi ha scritto: «*Il pianeta azzurro*, poema, viaggio, concerto sulla natura, l'universo, la vita. Un'immagine diversa da quella sempre vista». firmato Andrej Tarkovskij. Questo messaggio lo custodisco tra i ricordi più cari, l'ho persino incorniciato e appeso alla parete qui in casa.

Da amante del cinema di Pier Paolo Pasolini, come il Poeta di Casarsa, anche Piavoli non ha mai usato attori professionisti, tranne che in *Nostos*.

Infatti è stata l'unica occasione in cui ho ceduto a un attore di professione, Luigi Mezzanotte (Ulisse), al quale ho chiesto di parlare un linguaggio che fosse una fusione del greco antico. Due cose mi interessavano che arrivassero al pubblico: l'importanza della lingua arcaica, e la resa del personaggio di Ulisse nel quale doveva emergere, più che il guerriero violento, il padre e il marito che fa ritorno dalla sua amata Penelope, che poi nel film era sempre la mia Neria.

Da Omero *Al primo soffio di vento*, titolo di un altro splendido film il cui titolo è tratto da una citazione delle *Argonautiche* di Apollonio Rodio. Ma, da ex professore di diritto, dove nasce questa passione per i classici?

Al liceo di Desenzano del Garda e dall'incontro con il mitico professor Marcolini. Le sue lezioni le ho conservate nella memoria e inserite qua e là nel mio cinema. La passione per l'epica, come per l'etimologia delle parole, è un gioco quotidiano che non ho mai smesso di praticare.

Passione anche per la poesia, specie quella di Umberto Bellintani al quale ha dedicato il corto *Affettuosa presenza*.

Umberto, mantovano di San Benedetto Po, è stato un grande amico. *Affettuosa presenza* è stato il mio personale risarcimento verso un grande poeta che la scuola ignora (i suoi libri sono introvabili) così come la critica letteraria, a parte Alessandro Parronchi il cui carteggio con Bellintani ha ispirato il cortometraggio. **La sua ultima opera, del 2016, è un altro corto, *Festa*.**

Lo presentai al Festival di Locarno. Racconta di un giorno di festa e la fiera di Monzambano, un paesino qui vicino a Pozzolengo. Quel giorno, dopo la Santa Messa che si celebra all'aperto, il parroco benedice tutti e dice: «Adesso via, an-

date tutti a ballare!». E tutti, giovani e anziani, si ritrovano a ballare sull'aja accanto alla chiesetta. È una delle tante tradizioni che sopravvivono quassù, dove la tecnologia e i social sono arrivati certo, ma in qualche maniera è come se il tempo si sia fermato. Le minacce di "cancellazioni" sono forti, come ovunque, ma la tradizione ha radici profonde, memorabili, e io spero che ci aiutino a prolungare questo stato di "immortalità".

Nei suoi pensieri ricorre spesso la parola «eterno», «immortalità»... Che rapporto ha con Dio ?

Ho un rapporto intimo perché provo un legame stretto con tutte le cose e le creature esistenti in natura, davanti alle quali provo meraviglia e devozione. Due stati d'animo, meraviglia e devozione, di cui tutti noi abbiamo bisogno per superare le difficoltà, i dolori e le atrocità, che dobbiamo affrontare per poter tornare a gioire dei momenti di serenità e di pacifica coesistenza con il Creato.

Quale sarà il suo prossimo racconto intorno alle stagioni della vita e del Creato?

Sto per compiere 90 anni e da qualche

mese non ho le energie necessarie per prendere in mano una videocamera... - dice con un sorriso sornione -. Le idee ci sono, avevo cominciato a girare attratto dal tema del "Pane quotidiano", il valore del cibo per gli uomini e per gli animali. Poi sono passato alla ricostruzione del "Paradiso terrestre", attraverso la storia di due giovani che vivono immersi nella bellezza delle mie campagne. Adesso sto ascoltando Chopin, magari questa musica celestiale uno di questi giorni mi aiuterà a girare ancora, e a finire uno dei due film...Magari accadrà.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Una scena del film "Il pianeta azzurro"

«Nei miei film, ai dialoghi ho preferito le espressioni del corpo, la modulazione della voce, la peculiarità dei suoni, i silenzi e le pause. Nella natura c'è la mia devozione per il Creato»



Il regista Franco Piavoli, è nato a Pozzolengo il 21 giugno di 90 anni fa



I premi Nastri d'argento alla carriera per Ralli, Placido e Veronesi

Saranno ben tre i Nastri d'argento speciali che verranno consegnati martedì 20 giugno a Roma. I Nastri d'argento speciali alla carriera sono per Giovanna Ralli, tornata sul set con «Marcell!»; per Michele Placido nell'anno che lo ha visto impegnato in «L'ombra di Caravaggio» e «Orlando»; per Giovanni Veronesi nel «cameo dell'anno» in «La divina cometa» di Mimmo Paladino. A Valeria Bruni Tedeschi andrà il Nastro d'Argento Europeo per «Forever Young - Les Amandiers». La serata, condotta da Francesca Fialdini in collaborazione con Rai Cultura, andrà onda mercoledì 21 giugno alle 23.20 su Rai Movie.



Il 24 luglio

Giffoni, in anteprima il film d'animazione su Dalla Chiesa



Il film di animazione «Le stelle di Dora - Le sfide del generale Carlo Alberto Dalla Chiesa» sarà presentato in anteprima mondiale il 24 luglio al Giffoni Film Festival. A incontrare gli oltre 6500 giurati provenienti da 30 nazioni, per discutere del progetto che ripercorre le tappe umane e professionali di un uomo che ha lasciato il segno, ci saranno Francesco

Pannofino, Domitilla D'Amico, Raffaele Tedesco che fanno parte del cast vocale e i registi Ciaj Rocchi e Matteo Demonte. In occasione dei 41 anni dell'eccidio di via Carini a Palermo, lo Stato Maggiore della Difesa, in collaborazione con il Comando Generale dell'Arma dei Carabinieri e la Struttura di Missione per la valorizzazione degli anniversari

nazionali, hanno ideato una graphic novel per narrare la storia del generale Dalla Chiesa con un linguaggio in grado di raggiungere in modo particolare i giovani delle scuole superiori. Il film narra anche il lato più personale di dalla Chiesa, in particolare il suo legame con la moglie Dora, compagna per oltre 40 anni e madre dei suoi tre figli.



Ancora un film e poi libri. Quel geniaccio di Tarantino s'è trovato un mestiere alternativo ora che al cinema sembrano esserci solo supereroi

Dieci e non più dieci. Lo sapevamo da un po'. Quentin Tarantino non avrebbe più girato altri film, dopo "The Movie Critic" - le riprese inizieranno a settembre. Il totonomi ha puntato altissimo, come se il regista e sceneggiatore non sapesse inventare un

DI MARIAROSA MANCUSO

personaggio. Sarà ispirato a Pauline Kael, critico del New Yorker - dicevano. Ma figuriamoci, la nobiltà del mestiere: avete mai visto un film di Tarantino? E' invece la storia di un cronista dal pessimo carattere che recensisce film per un giornale porno, fine anni Settanta. Finito il decimo film, si metterà a scrivere libri. Era ad Antibes per ricevere un premio letterario intitolato a Francis Scott Fitzgerald - galeotto fu "Cinema Speculation", che in Francia ha venduto 10 mila copie, e in Italia 25 mila, edito da La Nave di Teseo - quando il giornalista di Libération Guillaume Gendron gli ha fatto il terzo grado (sul numero di sabato). Tanto risulta bizzarro il passaggio dalla regia alla scrittura: di solito sono i critici come François Truffaut o Olivier Assayas che dalla scrittura passano al set - va detto, con alterni successi. Né si sa di registi o attori hollywoodiani che in possesso di tutte le facoltà abbiano annunciato il ritiro. Da Orson Welles a Buster Keaton si sono persi tra film mai fatti, ruoli minori, miserie varie.

Per libri, Tarantino intende libri di critica. Parola sovrastata da una nuvoletta di scarsa simpatia, come la nuvola di Fantozzi che fa piovere solo sulla sua Bianchina. A lui i film piace farli, e sottolinea che in questi anni ha raccontato le storie che voleva raccontare. Ma al cinema gli piace anche guardare i film degli altri, chiacchierare e discutere. Purtroppo delle parole non resta traccia, anche se sono meglio di niente. Da qui la

voglia di scrivere altri libri che raccontino ai posteri le ossessioni e le idiosincrasie di un regista cresciuto in un videonoleggio, tra clienti maniacali come lui.

Racconta di scrivere a mano la prima stesura, copiare al computer e lavorarci finché non è davvero soddisfatto: "Quel che scrivo di getto somiglia alle stroncate lette su internet". Dove siete aspiranti tarantiniani che piazzate schizzi di sangue qua e là, restando analfabeti? E dove sei Nanni Moretti, che davanti al sangue e alla violenza - anche finta, anche coreografica, anche accompagnata dai dialoghi più smaglianti mai sentiti al cinema in questi anni - vorresti tanto dire "vade retro Satana!". Ma non si può, perché non crediamo a queste cose.

Prima ragione: "I registi non migliorano invecchiando", insiste Tarantino. Le altre nove vorrebbe tenerle per sé, dopo aver dato trent'anni della sua vita al cinema. Si capisce che vuole fissare le sue condizioni (anche se onestamente non può dire di essere stato ingabbiato o costretto a girare film che non gli somigliavano). Tra l'invidia dei colleghi, lascerà dietro di sé - con "The Movie Critic", immaginate il tassista Robert De Niro che si mette a recensire film, l'immagine è made in Tarantino - dieci titoli che rasentano la perfezione. Si è trovato un mestiere alternativo ora che al cinema sembrano esserci solo supereroi - "C'era una volta a Hollywood" era l'unico film originale nell'estate del 2019. Scritto appositamente per il cinema, il romanzo (sempre La Nave di Teseo) è venuto dopo. I nerd hanno vinto: era il suo sogno da ragazzino, ma sentirselo dire a 60 anni non è una grande notizia. Tarantino vuole smettere al massimo della forma - scrivere è un lavoro molto meno faticoso che dirigere un set, ora poi che tutti hanno l'offesa facile. E osa il pessimismo che nessuno vuol sentire: esisterà ancora il cinema tra qualche anno?



LA RASSEGNA

Tornatore e Ferretti, a Pesaro si celebra il nuovo cinema

Al festival diretto da Armocida arriva pure Verdone. Attesa per il concorso internazionale

Stefano Giani

■ La filmografia di Giuseppe Tornatore che saluterà il pubblico sabato sera. I 40 anni di *Borotalco* di Carlo Verdone, ospite venerdì sera in piazza a Pesaro. Dante Ferretti, scenografo marchigiano e premio Oscar per *The aviator*, *Sweeney Todd* e *Hugo Cabret*, quest'ultimo in proiezione giovedì sera, introdotto proprio da un suo intervento. E stasera l'atteso docufilm *Bellezza addio*, dedicato al poeta scoperto da Pier Paolo Pasolini, al quale i registi Carmen Giardina e Massimiliano Palmese - gli stessi de *Il caso Braibanti* - hanno dedicato un profilo attraverso i ricordi di Barbara Alberti, Ninetto Davoli e Nichi Vendola tra i tanti che hanno appro-

fondito il personaggio da un punto di vista non soltanto letterario.

L'autore romano - apprezzato da Alberto Moravia, Elsa Morante e Anna Maria Ortese - è stato tra i primi a sdoganare l'amore omosessuale e cantarne l'afflato fino a scontrarsi in modo violento con Aldo Busi in una puntata di *Mixer cultura* del 1986 in cui Bellezza accusò l'interlocutore di essere un piazzista dei suoi libri e l'altro gli rinfacciò l'acrimonia per essere stato esautorato dal panorama letterario. «Si trattò di uno scontro epico - spiega il direttore artistico Pedro Armocida - ma il profilo di Bellezza ci porta a parlare degli intellettuali in un'epoca in cui non sembrano esserne rimasti molti e ci fa tornare all'afflato di certi versi come alla temperie di un periodo in cui l'Aids falcidiò

interi generazioni, soprattutto omosessuali».

La Mostra internazionale del Nuovo Cinema insomma entra nel vivo con i personaggi più in vista di un programma che prevede cinema in piazza nel cuore della rinascimentale città che diede i natali a Gioacchino Rossini come in spiaggia con la sezione «La vela incanta» che racchiude, tra gli altri, *Storie scellerate* di Sergio Citti, *San Michele aveva un gallo* dei fratelli Taviani e *La proprietà non è più un furto* di Elio Petri oltre a *Malena* di Tornatore, cui è dedicata la retrospettiva. Ad essi si aggiungono gli appuntamenti al teatro Sperimentale e il concorso internazionale a cui partecipano sedici titoli, in passerella fino a venerdì, prima della proclamazione finale del vincitore da parte della giuria.



l'intervista » Russell Crowe

«Ora voglio solo suonare Ma mi piacerebbe interpretare Berlusconi»

L'attore è in Italia per una serie di concerti:

«Il rock è stata la mia prima vera passione»

Laura Rio

Da Catanzaro

■ «Quale personaggio italiano vorrei interpretare? Beh, Berlusconi». È un grande del cinema mondiale, Russell Crowe, a esprimere il desiderio. Il Massimo Decimo Meridio, il Gladiatore per eccellenza che potrebbe calarsi nei panni del "Gladiatore" italiano per eccellenza. Certo, non c'è nessun progetto in vista, però l'attore neozelandese ama molto l'Italia, ci viene spesso e, dunque, se qualcuno glielo proponesse potrebbe accettare la parte. Del resto Berlusconi è un personaggio così complesso, amato e odiato che per un attore sarebbe una bella sfida. E certamente Crowe, appena sbarcato in Italia, sarà rimasto impressionato dal tributo dato dagli italiani per la sua scomparsa. L'attore risponde con decisione alla domanda nell'incontro con i cronisti in vista del concerto che terrà questa sera a Catanzaro al teatro Politeama. Ha scelto il capoluogo calabrese come prima tappa del tour musicale italiano, lui che al set ha sempre accostato la passione per la musica. Chitarra e

voce, suona con la sua band Indoor Garden Party. Le altre tappe del tour sono Taranto il 22, Cinecittà il 25 e Bologna il 27.

All'attore la Calabria sembra piacere proprio come si vede nei selfie postati su Twitter con il tramonto di Tropea alle spalle. Del resto ormai a Catanzaro sono abituati ad avere ospiti illustri al Magna Grecia Film Festival - che si tiene tra fine luglio e agosto - di cui il concerto è un'anticipazione, un vanto per una città che non si trova nelle rotte dei personaggi famosi.

Russell Crowe, perché le farebbe piacere interpretare Berlusconi?

«Non c'è bisogno nemmeno che lo spieghiamo. Ci sono mille ragioni per interpretarlo visto la figura che era».

Lei è un divo del cinema, ma ci porta la sua musica, come è nata la passione?

«È nata prima del cinema, ero ancora ragazzino. Stavo sul palco di un concerto quando un manager mi ha scoperto e mi ha fatto cominciare la carriera di attore. Per me la musica è libertà, è energia, è divertimento e spero di coinvolgere anche il pubblico italiano, di trasmettere loro la mia passione. Con la mia

band spaziamo in tanti tipi di musica. Presenteremo anche il nuovo album».

Come mai ha scelto di cominciare il tour italiano dal capoluogo calabrese?

«Perché è importante per il Magna Grecia Film Festival, perché mi ha convinto il suo direttore artistico Gianvito Casadonte e perché la Calabria è stato il primo posto in cui sono venuto in Italia».

E quando successe?

«Nel 1992 dovevo fare un film a Tropea. Peccato che la produttrice aveva venduto la location a diversi investitori. Alla fine non se ne è fatto nulla, però ho passato due settimane bellissime a Tropea e ci sono voluto tornare ora appena sbarcato. E ho voluto che venisse ambientato lì il mio ultimo film *L'esorcista del papa* in cui interpreto Padre Amorth».

Come si vede nei prossimi anni: starà più sul set o si dedicherà più alla musica?

«Finché i miei figli erano piccoli, dovevo concentrarmi sul cinema e sulla famiglia. Ora che sono grandi e pure pelosi il pendolo andrà più verso la musica».

«Al mio segnale scatenate

l'inferno», le parole iconiche pronunciate ne *Il gladiatore*, sono un simbolo di lotta per il bene e di rivalsa. Per che cosa vale la pena lottare oggi?

«Venendo qua ho visto le colline, il mare gli uliveti, posti bellissimi che andrebbero fatti conoscere nel mondo. E ho visto anche le pale eoliche, ho pensato ecco bisogna combattere per l'energia pulita».

Maximus era un migrante.

«Era un migrante dei suoi tempi. E ora i migranti sono persone che devono essere aiutate».

Che cosa le è dispiaciuto di più nella sua carriera cinematografica?

«Il taglio di 17 minuti che ha fatto Ridley Scott del film *Robin Hood*, non ho mai capito perché l'ha fatto, me ne sono accorto solo alla prima alla proiezione al Festival di Cannes. Ha tolto una parte molto importante che toccava l'animo dello spettatore. Infatti poi l'ha rimessa nella successiva versione del film».

L'incasso del concerto a Bologna sarà devoluto alle persone colpite dall'alluvione.

«Sì, ho voluto che fosse interamente devoluto. È giusto che anche i momenti di svago servano per qualche buon fine».

IL CAVALIERE

Non serve spiegare, ci sono mille motivi per portarlo sugli schermi

BENEFICENZA

L'incasso della serata di Bologna andrà alle vittime dell'alluvione

FUTURO

Adesso che i miei figli sono grandi mi dedicherò molto di più alla mia band

MATTATORE

L'attore Russell Crowe mentre si esibisce sul palco: è in Italia per una serie di concerti



Anteprima mondiale a Giffoni

Arriva il film d'animazione su Dalla Chiesa



VERSATILE
L'attore
Francesco
Pannofino

■ Il film di animazione *Le stelle di Dora - Le sfide del generale Carlo Alberto Dalla Chiesa* sarà presentato in anteprima mondiale il 24 luglio al Giffoni Film Festival. A incontrare gli oltre 6500 juror provenienti da trenta nazioni, per discutere del progetto che ripercorre le tappe umane e professionali di un uomo che ha lasciato il segno, ci saranno Francesco Pannofino (nel ruolo del generale), Domitilla D'Amico, Raffaele Tedesco che fanno parte del cast vocale e i registi Cij Rocchi e Matteo Demonte. In occasione del quarantennale dell'eccidio di via Carini a Palermo, una graphic novel narra la storia del generale Dalla Chiesa con un linguaggio in grado di raggiungere in modo particolare i giovani delle scuole superiori. Il consenso ottenuto dall'opera ha indotto lo Stato Maggiore a estenderne la diffusione ad un pubblico ancor più giovanile (10-14 anni) attraverso un prodotto cross-mediale, rappresentato da un film di animazione.



» Box Office

di Viviana Persiani

Buoni i riscontri de «Il cinema in festa» e «Flash» corre al primo posto

La scorsa settimana si è conclusa la seconda edizione de «Il cinema in festa», la manifestazione istituita per riportare in sala spettatori che «avevano dimenticato la strada» per tornarci. Ovvero, non i cinefili che, da mesi, hanno ripreso a frequentare i cinema ma, soprattutto, quelli che, addirittura da prima del Covid, non hanno più messo piede in una sala cinematografica. Prezzi bassi e popolari per convincere, soprattutto le famiglie, a ridare fiducia al grande schermo. Ebbene, i dati parlano chiaro. L'edizione 2023 è andata meglio di quella del 2022. Alme-

no, a livello di incassi. In cinque giorni, infatti, sono stati incassati 1.205.710 euro. Lo scorso anno, invece, vennero staccati biglietti per un totale complessivo di 1.142.632 euro. Come si vede, seppur per poco, nel 2023 si è guadagnato di più. Sarà da vedere, però, quanti di questi «nuovi» spettatori resterà attaccato alla fruizione del film in sala e non sul divano.

E veniamo, invece, ai dati dell'ultimo fine settimana che ha premiato, come da pronostico, l'ottimo *The Flash*. Ebbene, in quattro giorni, la pellicola (che tale non è più) targata Warner, ha

portato a casa 1.227.188 euro. Per capirsi, è il decimo miglior esordio del 2023. Tanto? Poco? In America, il film si è fermato, al suo debutto, a 55,1 milioni di dollari,



non una cifra esaltante perché si sperava in un weekend da 65-70 milioni. Del resto, negli Usa ha stentato anche il nuovo Disney, ovvero *Elemental* (foto), che noi vedremo da questa settimana, secondo con appena 29,5 milioni di dollari. Vedremo se, in Italia, le cose andranno meglio. Oltre a *The Flash*, l'altra novità in classifica è il sequel francese di *Alibi.com*, il simpatico *2 Matrimoni alla volta* che, però, ha messo nel cassetto appena 58.773 euro (settimo posto). Fuori dai dieci, invece, i pur riusciti *Emily e After Work* che meritavano una sorte migliore.

NALE

EL MATTI

Prima mondiale a Roma
Missione Cruise
da Palazzo Chigi
a Piazza di Spagna

Satta a pag. 27



Nella Capitale l'anteprima mondiale di "Mission: Impossible - Dead Reckoning Parte I" con tutto il cast e la star americana, che dopo lo show a Trinità dei Monti ha incontrato il premier Meloni a Palazzo Chigi. Il film sarà nei cinema dal 12 luglio



Qui a fianco, Tom Cruise, 61 anni il 3 luglio, ieri a Trinità de' Monti. Qui sopra, dall'alto: il premier Giorgia Meloni con l'attore a Palazzo Chigi; l'attrice Hayley Atwell, 41, a Roma

Tom Cruise

A Roma tutto diventa possibile

«LA MIA MISSIONE È INTRATTENERE OGNI TIPO DI PUBBLICO, E DIFENDERÒ SEMPRE LE SALE CHE OFFRONO QUESTA ESPERIENZA»

L'ANTEPRIMA

Tom Cruise a Roma all'insegna delle emozioni. Prima il red carpet con bagno di folla a Trinità de' Monti, poi un fuori programma a Palazzo Chigi dove l'attore è stato ricevuto da Giorgia Meloni. Al termine dell'incontro, durato mezz'ora, la premier ha postato su Instagram una sua foto con il divo aggiungendo: «Lieta che la Capitale d'Italia sia protagonista dell'ultimo film di Tom Cruise. Le "mission impossible" sono anche il nostro pane quotidiano al governo». Si è conclusa dunque in bellezza l'anteprima mondiale di *Mission: Impossible - Dead Reckoning Parte I*, il nuovo capitolo della saga d'azione e spionaggio girato proprio a Roma. «Vi amo! Vi amo davvero! Non dimenticherò mai questo momento», ha urlato Tom al termine del red carpet più lungo (due ore abbondanti sotto l'afa a 31 gradi) e più «amazing», più sorprendente che in 40 anni di carriera abbia mai percorso: la scalinata di Trinità de' Monti coperta dal tappeto rosso in una piazza di Spagna transennata e chiusa perfino ai pedoni, con la folla inneggiante all'attore e le note inconfondibili del tema composto da Lalo Schiffrin sparate a palla, anche dai 12 percussionisti che con rulli di tamburo, accompagnati dagli sbandieratori, hanno introdotto l'arrivo di Cruise. *Mission: Impossible - Dead Reckoning Parte I*, settimo e adrenalinico capitolo della sa-

ga d'azione & spionaggio che imperversa dal 1996, sarà in sala il 12 luglio.

GLI AUTOGRAFI

Tra le 16.30 e le 18.30 l'attore, 61 anni il 3 luglio, ha fatto su e giù sui famosi gradini con passo scattante, posato per le foto, firmato una marea di autografi (selfie, nemmeno a parlarne) e, mentre una ragazza lo proteggeva dal sole con un ombrello, ha scambiato battute con i fan ammassi sulla scalinata dalla produzione. Completo blu e camicia aperta, Cruise ha magnificato Roma e Venezia che, insieme ad Abu Dhabi, la Norvegia, il mare di Bering e Amsterdam, ha ospitato altre ambientazioni del kolossal: «Il vostro Paese mantiene la sua magia anche in questi tempi difficili», ha detto. Non è un caso se per il primo e più importante red carpet dell'anteprima (il secondo c'è stato un'ora più tardi all'Auditorium Conciliazione che ha ospitato la proiezione) sia stata scelta Trinità de' Monti: è proprio qui che è stata girata una delle scene più spettacolari del film, cioè l'inseguimento di Tom e della sua compagna di avventure Grace (l'attrice Hayley Atwell) che, ammanettati al volante di una vecchia Cinquecento gialla, rotolano per la scalinata inseguiti dalla Jeep della "cattiva" Paris (Pom Klementieff). Ieri l'utilitaria era parcheggiata ai piedi dei gradini ma chi si aspettava che Cruise si rimettesse al posto di guida è rimasto deluso: l'auto è rimasta a fare scenografia.

LA COMUNITÀ

All'evento hanno partecipato anche il regista Christopher McQuarrie e gli altri attori del film Vanessa Kirby, Simon Pegg, Shea Whigham, Greg Tarzan Davis, Hayley Atwell, Pom Klementieff, Esai Morales, Rebecca Ferguson. Ma è per Cruise che la

folla esplode in boati. E proprio sulla scalinata più bella del mondo l'attore (che pur avendo girato il film durante la pandemia ha rifiutato di cederlo alle piattaforme) si lancia nell'appassionata difesa della sala. «Apparteniamo una comunità fatta di culture e stili di vita diversi», ha detto, «eppure ci ritroviamo tutti insieme per vedere i film. Il cinema mi ha fatto crescere, mi ha ispirato e formato e mi ha dato la voglia di girare il mondo. Il mio scopo, fin da quando ero bambino, era lavorare in questo settore e viaggiare ma non da semplice turista, bensì per conoscere mondi e culture diverse dalla mia. Ho realizzato il sogno e il privilegio di intrattenere tanti tipi di spettatori. La mia missione è proprio intrattenervi», ha gridato accolto dalle ovazioni, «e combatterò sempre in difesa delle sale, perché permettono a tut-

ti queste esperienze».

I COSTI

Pare che *Mission: Impossible - Dead Reckoning Parte I* sia costato 300 milioni di dollari. «Film così rappresentano sfide produttive», dice Cruise, «e ancor più nel periodo difficile che abbiamo attraversato. Non saremmo riusciti a realizzare questo settimo capitolo senza il so-

stegno delle persone e delle istituzioni in tutti i luoghi in cui abbiamo girato, come Roma e Venezia». Ancora una volta ha interpretato le scene più rischiose senza controfigura: «Già a 4 anni facevo le cose più spericolate, come buttarmi dal tetto mentre mia madre moriva di paura. Poi, grazie al cinema, ho imparato a guidare aerei e elicotteri, saltare con le moto, gettarmi col paracadute. Continuerò finché ce la faccio. Non voglio essere al sicuro ma competente».

Gloria Satta

© RIPRODUZIONE RISERVATA

PROPRIO SULLA SCALINATA, DOVE HANNO SFILATO GLI ATTORI, È AMBIENTATA UNA DELLE SEQUENZE PIÙ SPETTACOLARI



IL 24 LUGLIO AL GIFFONI

“Le stelle di Dora”, in anteprima il film su Dalla Chiesa

Il 24 luglio, al Giffoni Film Festival, sarà presentato in anteprima mondiale “Le stelle di Dora”. L'opera, realizzata in tecnica animata per arrivare ai più piccoli, narra la vita e le gesta del generale Dalla Chiesa, ucciso a Palermo 40 anni fa. Nel cast vocale Francesco Pannofino (foto), 64 anni, che dà la voce al protagonista.



Il regista McQuarrie elogia la città «Perfetta per le scene mozzafiato»

IL RETROSCENA

Non solo Trinità dei Monti. Protagonista di *Mission: Impossible - Dead Reckoning Parte I* è la Roma del centro storico, con i suoi scorci riconoscibili ovunque, dal Colosseo al Vittoriano, da Piazza di Spagna all'Ara Coeli, dai Fori Imperiali ai vicoli di Rione Campitelli. «In ogni film della saga abbiamo lasciato che le ambientazioni ci suggerissero le scene di azione più spettacolari», spiega il regista Christopher McQuarrie, dietro la cinepresa delle adrenaliniche imprese di Tom Cruise-Ethan Hunt dal 2015 (ha diretto anche *M:I Rogue Nation* e *M:I Fallout*). È andata così anche a Roma: «Siamo venuti per girare un inseguimento tra auto e abbiamo lasciato che la città stessa ci dicesse come sarebbe stato», con-

tinua McQuarrie, che tutti sul set chiamavano Mr. Q, «ed è venuto fuori un effetto più romantico, soprattutto con molto più umorismo di tutti quelli realizzati fino a ieri».

IL KOLOSSAL

La troupe di *Mission: Impossible 7*, di dimensioni kolossal come il film stesso, sbarca nella Città Eterna a ottobre 2020, dopo che la pandemia ha già interrotto le riprese iniziate mesi prima. La sceneggiatura prevede che nel Centro storico vengano ambientati le scene più spettacolari, protagonisti Tom e la sua enigmatica compagna di avventure Hayley Atwell, al primo film della saga. «Roma è affascinante ma, fra traffico imprevedibile e sanpietrini che ti fanno sobbalzare, è piena di insidie», commenta il regista. Ma alla fine di un paio di settimane molto impegnative, può

esclamare anche lui "Missione compiuta!": mozzano letteralmente il fiato le sequenze in cui Tom sfreccia per le viuzze dietro piazza Venezia a bordo di una potente Bmw M5 Competition poi in sella alla moto della Polizia, fino alla scena cult dell'inseguimento lungo la scalinata di Trinità de' Monti a bordo della vecchia Cinquecento gialla, convertita elettrica proprio per il film, guidando con una mano sola perché l'altra è ammanettata al volante. Tallonata dalla Jeep nera condotta dalla spietata Paris (l'attrice Pom Klementieff) decisa a speronarla, la gloriosa piccola Fiat di Tom sfonda la balaustra e rotola lungo gli storici gradini mandando in frantumi il marmo del monumento: si tratta di effetti speciali, naturalmente, nessun danno è stato arrecato ma l'effetto è talmente realistico da mettere i brividi. «È stato comunque un

momento pericoloso e imprevedibile», commenta il regista, «credo che difficilmente avrei potuto girare una sequenza più difficile».

UNA MANO

Aggiunge Atwell: «Vedere Tom che guidava con una mano sola vagando per le strade di Roma è stato emozionante. Non lo dimenticherò mai». Altro scenario per un momento ad alto tasso di adrenalina è via dei Fori Imperiali che il Comune non aveva chiuso per permettere alla troupe di girare. «Facevano dei lavori di notte ma non hanno interrotto la circolazione nemmeno durante gli inseguimenti diurni», rivela il supervisore delle location David Campbell-Bell. In conclusione: «Le scene nella Città Eterna», spiega il regista, «rappresentano il tributo mio e di Tom alla *Dolce Vita* e a Federico Fellini».

GI.S.

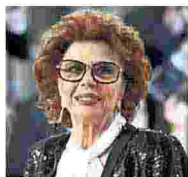
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Nella foto, Tom Cruise durante una scena di "Mission: Impossible Dead Reckoning Parte I" girata a Roma, vicino al Colosseo

«DURANTE LE RIPRESE PIÙ SPERICOLATE I SANPIETRINI CI HANNO MESSO A DURA PROVA ALLA FINE, PERÒ, CE L'ABBIAMO FATTA»





Cinema I Nastri d'argento speciali

In attesa della cerimonia di stasera al MAXXI di Roma, dove verranno assegnati i premi del Sindacato giornalisti cinematografici ai migliori film della stagione, ecco l'annuncio dei Nastri d'argento speciali:

premiati Giovanna Ralli (foto), tornata sul set in *Marcell!* di Jasmine Trinca, Michele Placido per *l'Orlando* di Daniele Vicari e Giovanni Veronesi per il cameo dell'anno ne *La divina cometa* di Mimmo Paladino. Nastro europeo a Valeria Bruni Tedeschi per il suo ultimo film *Forever young - Les amandiers*.



And just like that 2

Miranda, Carrie, Charlotte e le altre
L'amore inclusivo rivoluziona la vita

di **Silvia Fumarola**

Di certo sono cresciute e cambiate, perché sarà pure vero che i 50 anni sono i nuovi 40, ma non illudiamoci, non è proprio così. Le ex ragazze di *Sex and the city* (che festeggia 25 anni), esplorano la sessualità, vivono in un mondo che è cambiato e la serie di Hbo si adegua: *And just like that 2*, dal 23 giugno su Sky e in streaming su Now, racconta le vite di Miranda (Cynthia Nixon, anche regista di due episodi), Carrie (Sarah Jessica Parker) e Charlotte (Kristin Davis) e delle nuove amiche entrate nella combriccola. Quella uscita dal gruppo, la pestifera Samantha (Kim Cattrall), apparirà in un cameo molto atteso dai fan, di cui nessuno – né il cast né il creatore Michael Patrick King – nelle due giornate di incontri su Zoom, ha voluto anticipare i dettagli: «Sarà una sorpresa».

Intanto Carrie ritrova la chioma perfetta, il sorriso, la voglia di innamorarsi, di scrivere e di mettersi in gioco. Dopo che nella prima stagione doveva elaborare il lutto per la scomparsa improvvisa di Mister Big (Chris Noth) – che ha diviso gli appassionati – torna alla vita. Con abiti che le comuni mortali indosserebbero per un garden party o a un gran ballo chissà dove, lei va a cena al ristorante, girando la sua amatissima città che è la New York iconica, e ritrova Aidan, l'ex fidanzato interpretato da John Corbett. Nel cast Sarita Choudhury, Nicole Ari Parker, Karen Pittman, Mario Cantone, David Eigenberg, Evan Handler, Christopher Jackson, Niall Cunningham, Cathy Ang e Alexa Swinton. Torna Candice Bergen, che in *Sex and the city*, serie e film, interpretava la direttrice di *Vogue* con cui Carrie collaborava.

L'inclusività, anche grazie al per-

sonaggio di Che Diaz (Sara Ramirez) è il tema su cui gli sceneggiatori si sono concentrati, anche se la confezione è scintillante, i colori esplodono, trionfano completi leopardati e tacchi dorati, clutch a forma di piccione e le cabine armadio continuano a essere grandi protagoniste. Ognuno ha i suoi problemi, quello di Charlotte è la figlia ribelle aspirante rapper che porta i vestiti firmati in un negozio vintage, di nascosto della madre, e li vende.

«Sul set mi sono sentita accolta anche come regista», racconta Cynthia Nixon, «per me il personaggio di Miranda è interessante perché è in evoluzione. Gay, lesbiche e trans devono combattere il pregiudizio fin dalla scuola, ma quando sono rappresentati in tv li senti vicini a te, è fondamentale mostrare le loro storie. Miranda sa che non vuole essere moglie per sempre, si innamora di una donna ed è scioccante per lei, per gli amici, ma la consapevolezza è importante. Mi sono mostrata nuda perché volevo che fosse tutto più vero. Ho 50 anni, mi sento bene nel mio corpo, è un'età importante per qualsiasi essere umano». La serie esplora la complessità delle donne e, come spiega Sarita Choudhury, «racconta come evolve l'amicizia: da giovani è più facile. Ma parla anche del fatto che a 50 anni siamo tutte pronte per l'amore. Chi mi sarebbe piaciuto interpretare? Non Carrie, sono come lei... Sicuramente Miranda, perché rivoluziona la sua vita. Ma è interessante perché la gente sbaglia e anche Carrie fa un sacco di errori, quando vedi la serie ti identifichi. Credo che abbia così successo perché c'è New York e soprattutto il sogno di New York, che non muore». Quella Manhattan che ha conquistato milioni di spettatori e dove la

vita è cambiata. Sarah Jessica Parker spiega come tutto, dal Covid in poi, sia cambiato in questi anni. «Cambia tutto anche andando in metro o lavorando in casa, quando indossi abiti più comodi. La moda ha un suo peso in questa serie, ma non ho un abito preferito, amo i capelli. Penso che *And just like that* rappresenti le donne, ma non tutte, siamo complesse. Sono fiera e grata che Carrie sia capita, anche se spesso le persone non comprendono le sue scelte. Ci sono stati gli anni del dolore, gli autori scrivono storie di donne interessanti; il pubblico vuole stare con questi personaggi».

Per Karen Pittman, che interpreta l'insegnante Naia, afroamericana, «entrare in una serie iconica, romantica e sexy è stato importante, perché è rivoluzionario esplorare la commedia. In questo caso con il ruolo di una professoressa che vive un nuovo inizio: Naia è stata sposata per tanto tempo e ora è single, ritrova la libertà. Mi piace anche il suo look naturale, conosco donne a Brooklyn che sono come lei».

Sara Ramirez, che dopo aver dichiarato di essere bisessuale ha poi fatto coming out come persona non binaria, interpreta la stand-up comedian Che: stravolge la vita di Miranda, che capisce di non essere felice col marito Steve, ed è con lei che il personaggio interpretato da Cynthia Nixon cambia vita. «Penso che il 50% degli esseri umani siano pronti a sperimentare», racconta l'attrice, che è contro tutte le discriminazioni, «è importante mostrarlo. La cosa più interessante che mi dicono sul personaggio di Che è che ritrovano l'umanità e la verità. Poi ognuno è diverso, quindi non pretendo che rappresenti tutta la comunità Lgbtq+ ma è importante la rappresentazione».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



◀ **Il trio**
Sarah Jessica Parker, Cynthia Nixon e Kristin Davis. Sotto, Nixon con Sara Ramirez, nei panni di Che Diaz

A New York
Sarah Jessica Parker in *And just like that 2*, dal 23 giugno su Sky e su Now in streaming. A sinistra, con John Corbett



L'intervista al regista Michael Patrick King

“Grazie alle donne ho scoperto che la realtà ha mille facce”

Michael Patrick King è il regista e lo showrunner che ha creato un mondo femminile dorato. Da *Sex and the city* al seguito *And just like that* ha conquistato le donne di tutto il mondo. Un mondo «che è stato di ispirazione, ma che inevitabilmente è cambiato», spiega l'autore, «anche se in questa seconda stagione c'è un ritorno alle origini, perché la prima era dedicata al dolore e al lutto. Qui si recupera lo spirito originale». Quindi sesso, voglia di innamorarsi, la (ri)scoperta di New York.

Qual è il personaggio che si evolve di più?

«Quello di Carrie, che si scopre di nuovo interessata alla vita, perché ha visto da vicino la morte con la scomparsa di Big. I personaggi sono persone vere, le brutte esperienze le segnano; esploriamo le emozioni».

Cosa la incuriosisce di più?

«Come le donne sentono di poter cambiare e non nascondono cosa provano. Gli uomini sono oggetti».

Quando è rimasto affascinato dal mondo femminile?

«Sono cresciuto con tre sorelle e il mio primo interesse sono state le donne. Cosa ho imparato scrivendo di loro? Che ognuna è diversa, ha la

propria personalità e il suo modo di vivere il sesso. In *And just like that* sette personaggi lo vivono in modo personale. Si chiedono: cosa significa per me? Cosa vuol dire? Miranda fa il suo viaggio... Non puoi riflettere la realtà del mondo, perché non ce n'è uno solo».

C'è una grande differenza rispetto alla prima stagione?

«Sì è tutto amplificato, ed è una grande sfida per lo show e i suoi fan; ad esempio volevo che tornasse Aidan (John Corbett) per Carrie».

E Samantha?

«Samantha è un altro ritorno: non dirò come dove quando». — **s.fum.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



SHOWRUNNER
MICHAEL
PATRICK KING,
68 ANNI

La prima serie era dedicata al dolore e al lutto. Qui si recupera lo spirito originale



Incontri

Da grande farò...

Il regista come TIM BURTON

Già al lavoro sul
sequel della
fortunata serie
Netflix *Mercoledì*
e su *Bettlejuice 2*,
Tim Burton sprona
i ragazzi a seguire
i propri sogni,
anche i più fantasiosi.

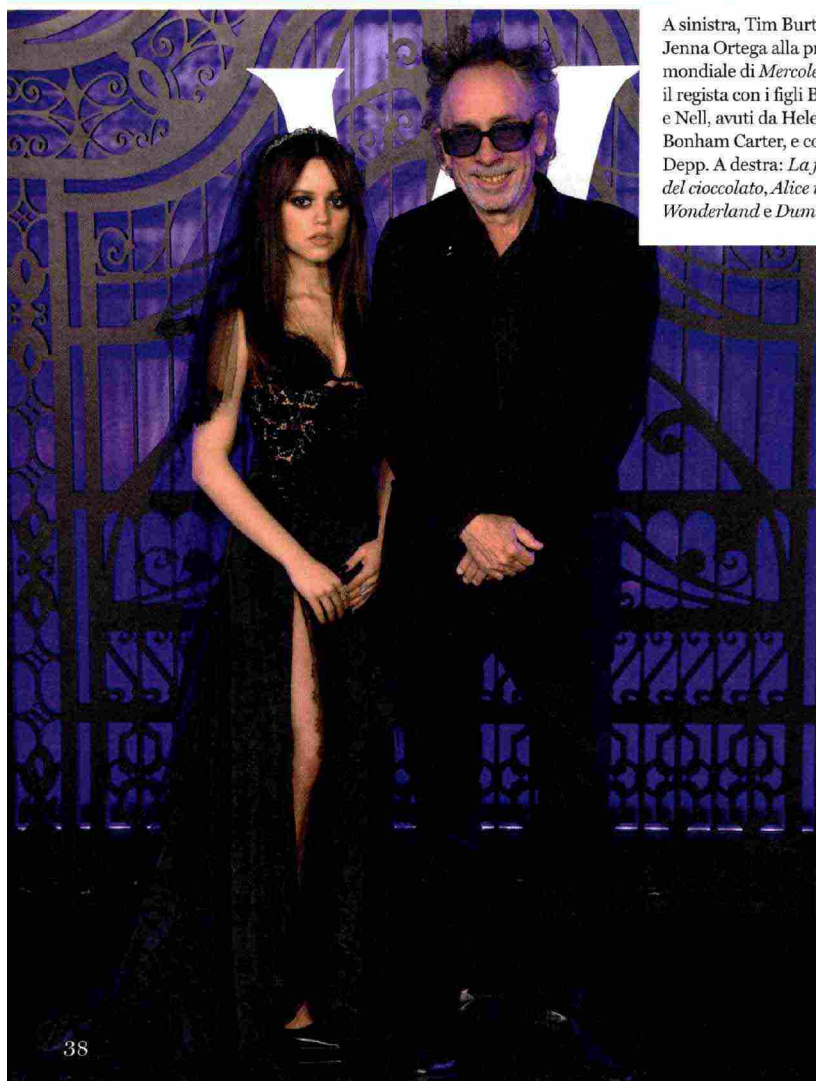
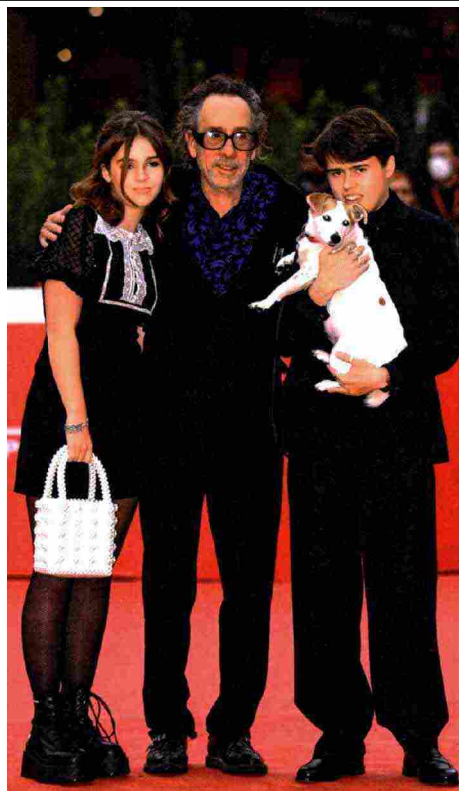
E svela di
identificarsi con
l'elefantino
Dumbo, un diverso
che riesce a farsi
accettare da tutti

Testo di Giovanna Grassi

Incontri

Tim Burton è nato a Burbank, California, il 25 agosto 1958. Oltre a dirigere film e cartoon che gli sono valsi il Leone alla carriera nel 2007, scrive libri per ragazzi.

Incontri



A sinistra, Tim Burton con Jenna Ortega alla prima mondiale di *Mercoledì*. Sopra: il regista con i figli Billy Ray e Nell, avuti da Helena Bonham Carter, e con Johnny Depp. A destra: *La fabbrica del cioccolato*, *Alice in Wonderland* e *Dumbo*.



Incontri

«DA GRANDE FARÒ...» scherza, ma con toni seri, Tim Burton «esattamente quello che faccio ora e che ho sempre desiderato di fare. Ossia scrivere, disegnare, dirigere storie da me ideate o che amo perché sono state create da autori che prediligo, come Roald Dahl, lo scrittore britannico di *Matilda* e di favole per tutte le età, o come Edgar Allan Poe, sempre mia fonte di ispirazione. Da ragazzo a Los Angeles, dove sono nato e cresciuto, sognavo di entrare e di far parte attiva di quella fabbrica di storie che è la Disney: l'ho fatto, è stato uno dei capitoli fondamentali della mia vita».

In questi mesi, il regista 64enne è occupatissimo con la produzione di *Beetlejuice 2*, sequel del suo film del 1988, e nel frattempo supervisiona come produttore esecutivo e regista di vari episodi della seconda stagione della serie televisiva dai toni mystery e fantasy *Mercoledì*, lo spin-off della *Famiglia Addams* già diventato un cult.

Burton è padre di due figli nati dal matrimonio con Helena Bonham Carter, Billy Ray (2003) e Nell (2007), dei quali è padrino Johnny Depp, legato a Tim da una profonda amicizia. Il regista conferma che Monica Bellucci, al suo fianco dal 2023, farà parte del cast di *Beetlejuice 2* assieme a Winona Ryder e Michael Keaton, pronti a riprendere i loro ruoli del primo film.

Si aspettava il successo mondiale della serie Mercoledì?

Il mystery e il sovrannaturale da sempre sono un'attrazione per tutte le età e in questo caso poi generazioni diverse si sono immesimate nell'adolescente Mercoledì Addams. Jenna Ortega, l'attrice che la interpreta, è piaciuta incondizionatamente alle sue coetanee e ai ragazzi, ma ha attirato la curiosità anche di più maturi fan di miei film come *Ed Wood* o *Big Fish*.

Seguendo le orme di Dahl, lei ha anche scritto libri per ragazzi molto letti e amati. Ce n'è uno che predilige?

Mi è particolarmente caro *Morte malinconica del bambino ostrica* (Einaudi, ndr) perché è simile a una lieve ballata, immersa in un alone di incantesimi legati al senso del meraviglioso. Nel cuore di ogni adulto c'è sempre, a mio parere, un bambino e il libro piace ai grandi e ai piccini. Tutti i disegni e ogni illustrazione di questa favola sono miei e i bambini che ho creato, quindi, non cresceranno mai. C'è una frase che riassume il senso della mia favola: "Offri ai tuoi occhi vacanze e balocchi". Gli occhi dei bambini sanno guardare il mondo e riservano molte sorprese.

Viviamo ovunque anni duri, difficili in tutti i sensi, socialmente, economicamente e anche culturalmente. In che modo le favole possono aiutare questo mondo pieno di contraddizioni e difficoltà?

Come la Bambina che fissava dobbiamo avere molti occhi e osservare ogni aspetto del mondo, nuovo o antico. Alla pari del Bambino Supermacchia, che non sa volare come Superman e vincere come Batman, ma sa lasciare a ogni passo una supermacchia, possiamo lasciare anche noi il nostro segno e il nostro contributo in questo mondo difficile.

Quando si accorse che la sua immaginazione era la sua prima fonte di ricchezza e di libertà?

Ero bambino a Los Angeles, nato e cresciuto nella periferia di Burbank, il distretto dove si trovano molti studios. Ero

un ragazzino introverso, ma mi aiutava la mia collezione di carte disegnate, di tarocchi fantasiosi e anche quella dei film horror dei quali facevo classifiche.

Qual è stata una svolta importante nella sua prima giovinezza, che, come ha sempre ribadito, è la stagione formativa per gli adulti che siamo destinati a diventare?

Quando andai a vivere con mia nonna, perché avevo una grande difficoltà a legare con i miei genitori, riuscii a esprimere la mia vena artistica e molto presto - non ero ancora adolescente - presi una piccola casa per me, perché cominciavo a vendere i disegni delle mie creature. Poi vinsi una borsa di studio per frequentare il California Institute for Arts. Io non ho il temperamento per dare consigli ai giovani, ma posso dire a tutti una cosa che ho fatto: ho inseguito i miei sogni per vivere la vita che immaginavo.

Lei è stato il più giovane regista della storia a ricevere nel 2007 il Leone d'oro alla carriera alla Mostra del Cinema di Venezia. Conserva tutti i premi ricevuti?

Sì, nella memoria. Perché ho vissuto trasferimenti di case, di mondi, di nazioni e anche adesso non mi è chiaro se vivo a Londra, a Los Angeles, a Parigi o sui set dei miei film. Tuttavia, questo è importante, sono sempre radicato nel mio mondo e posso sempre contare su fedeli collaboratori per il mio lavoro. E poi, non mi sento solo perché con me ci sono tutte le bizzarre creature che ho creato.

Conservo, lo confesso da fan, come un trofeo il meraviglioso catalogo da lei stesso curato, e firmato, per una sua eccezionale mostra di oltre 700 lavori al Museum of Modern Art di New York e poi al Festival di Toronto. Ne ha una copia anche lei?

Da qualche parte sicuramente ce l'ho! Soprattutto ricordo, con passione e senza alcuna forma di egocentrismo, le testimonianze di 20 anni del lavoro che avevo sempre sognato di fare "da grande": disegni, puppets, costumi, storyboards, schizzi, filmmini... Mi considero ancora oggi, più che un regista, un animatore che ama mescolare l'horror gotico alla black comedy, al romanticismo e alla malinconia. Infatti, credo di essere sempre un malinconico romantico e un creativo indipendente.

Ci sono elementi biografici precisi nei suoi film e in quali?

Ed Wood e *Big Eyes* sono due film che mi rivelano, in gran parte. Ci sono io dietro lo sbrindellato Edward Wood (Johnny Depp), che dirige una altrettanto scalcinata compagnia teatrale, e ci sono ancora io dietro la coppia di pittori interpretati da Christopher Waltz e Amy Adams in *Big Eyes*. Sono film che mi rivelano in parte e che si interrogano sulla creatività vera o falsa degli artisti narrati dai copioni.

Lei ha detto anche recentemente: «Mercoledì sono io».**Vuole spiegare perché?**

Perché Mercoledì crea mondi e a me piace creare: è una meravigliosa, inesauribile possibilità della vita. Lo pensai la prima volta in cui vidi quel capolavoro che è *Dumbo*. Poi nel 2019 ho voluto creare il mio adattamento del cartoon Disney, perché sentivo profondamente mia l'odissea dell'elefante volante, un diverso che si fa accettare da tutti e impara per prima cosa ad accettare se stesso. Questa è una confessione che mi piace fare ai giovani di oggi. ✨

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Tempo libero

GUARDARE

Storie di coraggio e inclusione, con protagonisti cani, mostri marini, elementi e teenager

di Alessandra De Tommasi



FUOCO, ACQUA
Nel mondo di Ember e Wade si è divisi per elementi (fuoco, aria, terra e acqua) e non ci si mescola mai. Eppure l'amore di questi due giovani prova a cambiare le regole in un'avventura che insegna ad amare se stessi. *Elemental*, al cinema dal 13/6

Potere teen

Nimona non è un'adolescente tradizionale, ma una mutaforma che rifiuta ogni etichetta e lotta per la libertà di un cavaliere. L'uomo non ha commesso il crimine per cui è accusato, ma non sa neppure che è lei il mostro che vuole uccidere. Il progetto d'animazione promette di essere inclusivo e rivoluzionario: nato dall'omonima graphic novel porta Nimona sullo schermo con la voce (in originale) di Chloë Grace Moretz.

NIMONA

IN STREAMING SU NETFLIX, IN ESTATE



Non la solita sirena

Ruby non è una studentessa marina come gli altri, ma una kraken, stirpe di regine guerriere con i tentacoli che protegge i mari dalle vanitose sirene. Nonostante la storia della sua famiglia, la protagonista a scuola si sente isolata e prova a omologarsi, con risultati a tratti disastrosi e a tratti esilaranti...

RUBY GILLMAN

AL CINEMA DAL 5 LUGLIO



Cani alla riscossa

Il border terrier protagonista si chiama Reggie e viene abbandonato da un padrone senza cuore. A lungo crede sia stato un errore in buona fede, ma per fortuna fa amicizia con altri cani randagi, tra cui Bug, che gli fa aprire gli occhi sulla situazione. Insieme mettono a punto un piano per mostrare agli umani quanto sia crudele il loro comportamento verso i compagni a quattro zampe. Si uniscono così alla banda Maggie, un pastore australiano sostituito da un cucciolo e quindi mandato via, e l'alano Hunter, un tipo piuttosto ansioso che, per ironia del destino, deve fare l'animale da supporto emotivo.

DOGgy STYLE

AL CINEMA DAL 20 LUGLIO

Una scena di *Elemental* di Peter Sohn, il nuovo film Disney Pixar in uscita il 13 giugno.



Incontri

Zoe Saldana

Amo esplorare universi fantastici



di Alessandra De Tommasi

Sullo schermo l'abbiamo vista con la pelle blu in *Avatar*, con la faccia verde e i capelli viola nei *Guardiani della Galassia* e con l'uniforme rossa di *Star Trek*. Reginetta dei mondi fantastici dei blockbuster, Zoe Saldana ha lasciato New York per Parigi, dove vive con il marito artista Marco Perego e i loro tre bambini, Cy, Bowie e Zen. In attesa della prossima avventura spaziale...

Incontri



Zoe Saldana e Marco Perego sulla Hollywood Walk of Fame nel 2018 con i figli Zen, Bowie e Cy, in occasione della cerimonia per la stella dedicata all'attrice.

Getty Images

125121

Incontri

«CASA MIA è un caos assoluto, con tre figli, ma ci divertiamo moltissimo»: sul red carpet dei Premi Oscar di quest'anno Zoe Saldana ha parlato della maternità con assoluta disinvoltura, a dispetto della sua proverbiale riservatezza. L'attrice 44enne, con padre dominicano e madre portoricana, ha sempre vissuto a New York, ma ora si è trasferita a Parigi con la famiglia. Dieci anni fa, infatti, ha sposato l'artista italiano Marco Perego, con cui ha due gemelli di otto anni, Cy e Bowie, e un bimbo di sei, Zen.

A oggi Zoe è una delle poche attrici di Hollywood ad avere nel curriculum vari blockbuster tra i più visti della storia del cinema. Oltre alla saga di *Avatar* che prevede altri tre capitoli, ha appena concluso la trilogia degli eroi Marvel, *I Guardiani della Galassia*, e la vedremo presto nel nuovo *Star Trek*. E pensare che i suoi sogni erano altri: ballerina di danza classica, ha debuttato al cinema proprio con un film a tema, *Il ritmo del successo*. Correva l'anno 2000 e da allora non si è più fermata, collezionando successi (come la stella della Hollywood Walk of Fame) e consensi del pubblico (su Instagram ha oltre 10 milioni di follower).

Quali sono i messaggi che le piace lanciare con i suoi film?

Vorrei che queste storie aprissero un po' di più i nostri orizzonti, ci aiutassero a esprimere meglio i sentimenti non solo per gli altri, ma anche per la natura e gli animali. Sono allergica a quel tipo d'intrattenimento spegni-cervello, che non ha nulla di intelligente. Certo, va bene la leggerezza, far ridere o piangere, ma un racconto deve lasciarti qualcosa. E sono orgogliosa che *I Guardiani della galassia: Volume 3* (prossimamente su Disney+, ndr) siano un'esperienza condivisa a qualsiasi età, dal bimbo di nove anni al papà e al nonno.

Perché è così legata a Gamora e ai Guardiani?

Sono un gruppo di personaggi che sentono di non appartenere a nessun luogo, mettono in dubbio se stessi e si preoccupano di quello che gli altri pensano di loro, invece l'unico parere che conta su noi stessi è il nostro. Dal film si capisce che bisogna stare attenti alle aspettative e alle pressioni esterne.

Com'è stato dire addio alla saga?

Un momento agrodolce, in cui piangi, ridi e... balli!

Questi ultimi mesi sono stati ricchi di emozioni. Il primo Avatar è tornato in sala dopo 12 anni ed è arrivato un nuovo capitolo. Cosa ha provato?

Ricordo il momento esatto in cui James Cameron mi ha telefonato per dirmi che voleva me per Neytiri. Stavo cambiando il pannolino di mia nipote, che in quell'istante mi sembrava la cosa più bella del mondo.

Il primo pensiero?

Sapevo che avrebbe cambiato la mia carriera per sempre, quindi mi sentivo elettrizzata, grata e scioccata all'idea di poter lavorare con il mio idolo.

Anche se il pubblico non la vede mai in versione umana ma sempre tutta blu, come i Na'vi, l'impegno è stato lo stesso, effetti speciali a parte?

Assolutamente: lei scocca frecce con l'arco, conosce le arti marziali, si arrampica a mani nude sugli alberi e ha mille altre abilità. Da parte mia ho lavorato tantissimo d'immaginazione e mi sembrava di essere tornata bambina. Anche se sullo schermo mi vedete come una gigantessa, una supermodella.

Di cosa è grata maggiormente?

«L'artista è sempre innamorato delle storie, ma è anche un artigiano serio e disciplinato»

Quel lavoro, nella sua grandiosità, mi ha regalato una carriera e una stabilità economica che mi ha permesso di mettere su famiglia e sostenerla, il che per un artista è un lusso.

Qual è la sua visione dell'artista?

L'artista è costantemente innamorato delle storie, ma per me è anche un artigiano serio e disciplinato. Per me *Avatar* è stato una scuola, come la Julliard, dove ho capito davvero cosa volesse dire fare questo mestiere e mi ha permesso di sentirmi davvero libera perché il regista mi diceva che non esistono errori, ma tentativi.

È qualcosa che trasmette anche ai suoi figli?

Certo: quando non capisci o non sai fare qualcosa, è sempre meglio chiedere che inventare balle. Non so se loro hanno assimilato queste lezioni di vita, ma io continuo a provarci perché si cresce solo provandoci.

Qual è la lezione di cui va più fiera?

Nella vita devi trovare la tua strada e capire chi sei, ma soprattutto cercare un luogo o un gruppo di persone a cui senti di appartenere, perché condividete ideali e valori. I miei figli non erano nati quando la mia vita è stata rivoluzionata da *Avatar*,

ma voglio che sappiano quanta gratitudine io provi per aver ricevuto dalla vita chance così preziose. Dico loro di non dare nulla per scontato.

In che modo?

Ho capito che quando credi davvero in qualcosa, in qualunque cosa, anche quando ti dicono che non fa per te, se non ti arrendi allora dieci volte su dieci i tuoi sforzi vengono ripagati.

Come lo spiega ai bambini?

Ricordo loro che il sole sorge ogni mattina e che ogni giorno porta con sé nuove opportunità. Qualunque imprevisto succeda, bisogna andare avanti, metterci il cuore e farsi sentire. A volte il senso di dovere e giustizia che ci hanno instillato porta quasi a liquidare un bel momento come se non lo meritassi, invece no: goditi quegli attimi di gioia e tieni duro quando le cose non vanno come vorresti.

Questa disciplina gliel'ha insegnata la danza?

Assolutamente sì. E la memoria muscolare mi è tornata utile in tutti i film d'azione che ho fatto perché ho continuato a mantenere il mio corpo in salute, seguendo abitudini sane e ascoltandolo. E quando sono sul set sono rigidissima, al massimo mi concedo un bagno caldo per rilassarmi dopo le riprese. Detesto cadere nella pigrizia, so che svolgo un lavoro da privilegiata e il minimo che posso fare è portarlo avanti al meglio.

Quanto conta per lei incarnare eroine di spessore?

Papà è morto quando avevo dieci anni quindi sono cresciuta con una mamma rigida, anche se affettuosa: io e le mie due sorelle la vedevamo sempre tornare stanca a casa perché non è facile crescere tre bambine da sola a New York, eppure non ce l'ha fatto mai pesare. Ho visto i sacrifici che ha fatto e con i miei ruoli voglio dare dignità alle donne mostrandole per le creature potenti che sono.

Con un marito italiano, che rapporto ha con il nostro Paese?

Sto imparando la lingua, che si aggiunge al francese, allo spagnolo e all'inglese, ma dentro di me l'animo è già latino.

Come fa a tenere in equilibrio la famiglia e il lavoro?

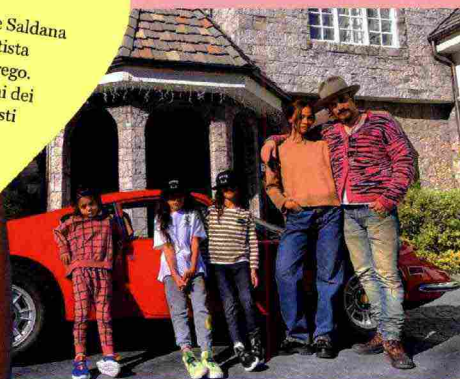
È la famiglia a tenere in equilibrio me, a darmi un senso di radici. E viene prima di tutto. *

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Incontri



Zoe in versione Gamora per *I Guardiani della Galassia* e con i suoi "truccatori" Cy, Bowie e Zen.



Sopra e a destra, Zoe a Disneyland Paris per l'anteprima europea di *I Guardiani della Galassia: Vol. 3* ad aprile. In alto, attimi di vita familiare.

I film
di Zoe

AVATAR 2: LA VIA DELL'ACQUA Nel film diretto da James Cameron e ambientato 15 anni dopo il primo, Neytiri (Zoe Saldana) e Jack Sully devono vedersela con gli umani determinati a colonizzare Pandora. Su Disney+.



I GUARDIANI DELLA GALASSIA: VOLUME 3 Mentre Peter Quill continua a disperarsi per la perdita di Gomoira (Zoe Saldana), gli improbabili supereroi Marvel devono salvare Rocket il procione ferito durante un attacco.



STAR TREK BEYOND Nel terzo film della saga ispirata alla mitica serie tv, Zoe Saldana è ancora Uhura, membro dell'equipaggio dell'Enterprise. Il quarto capitolo è in uscita al cinema nei prossimi mesi.



Nata a New York, Zoe Saldana è sposata con l'artista italiano Marco Perego. Ha recitato in alcuni dei blockbuster più visti al cinema.

A VIALE MAZZINI SI LAVORA A DEFINIRE I PALINSESTI. E LA COMICA ORA GUARDA A MEDIASET

Littizzetto verso Canale 5. Un talk Rai a De Girolamo



Luciana Littizzetto



Nunzia De Girolamo

Roma

Continua a "scaldarsi" e a tener banco a viale Mazzini la definizione dei prossimi palinsesti della Rai nella versione che ormai viene definita "TeleMeloni". Ma anche in casa Mediaset, dove "fa colpo" l'approdo di Luciana Littizzetto. Per la tv pubblica la "notizia nella notizia" è però che, pur avendo in organico la bellezza di circa 1.800 giornalisti (fra tempo pieno e contratti a termine), per i suoi programmi di punta decide di affidarsi a figure "esterne", non valorizzando così le professionalità che già si trovano in azienda: sono ormai numerose le conferme sul fatto (anticipato per primo da "Il Giornale d'Italia", sempre ben informato sulle vicende di "mamma Rai") che da Sky Roberto Inciocchi, il giornalista autore dell'intervista alla premier al decennale di Fratelli d'Italia, passerà alla conduzione di "Agorà" su Rai3 (al posto dell'interna Monica Giandotti). Ma non è tutto qui: il colpo a effetto sarebbe l'orientamento di scegliere Nunzia De Girolamo, ex deputata del centrodestra, per il *talk*

politico del lunedì sera con cui la Rai intende riportare in prima serata l'informazione politica. Ma c'è un'ulteriore notizia: la moglie di Francesco Boccia si darà il cambio con Riccardo Iacona, anche lui in onda il lunedì sera su Rai Tre in prima serata. Quanto a Canale 5, è stato invece il sito Dagospia a scrivere che Littizzetto, storica collaboratrice di Fabio Fazio il cui addio alla Rai (per un contratto milionario a Discovery) ha generato molte polemiche, è pronta per un'esperienza tv (e per il relativo compenso, si immagina pingue) nella rete "ammiraglia" della concorrenza privata: farà parte della giuria dello show "Tusi que vales". Littizzetto prenderà il posto di Teo Mammuccari il quale ha deciso di abbandonare il programma, così come aveva già fatto la showgirl Belen Rodríguez. Sarà un impegno doppio per la comica torinese, che aveva già annunciato che dal prossimo autunno avrebbe riformato il tandem con Fazio, con i due in onda insieme su Nove/Discovery grazie a un accordo di 4 anni.

Tornando alla Rai, Manuela Moreno,

reduce dal successo di "Post", sarà poi la conduttrice di "Filo Rosso" in estate, nei mesi di luglio e agosto. Novità, infine, anche per Francesco Giorgino: l'ex "volto noto" del Tg1 delle 20 tornerà in video con una seconda serata su Rai1, il lunedì sera: sarà una trasmissione del tutto nuova di approfondimento giornalistico. Si va definendo anche il resto del quadro: pare sicura l'idea di affidare a Monica Maggioni il "buco" lasciato da Lucia Annunziata la domenica pomeriggio su Rai3. Serena Bortone dovrebbe lasciare il primo pomeriggio a Rai1 (passerebbe a Caterina Balivo) per andare a condurre lei la domenica "Parole", il *format* del giornalista Massimo Gramellini, nella fascia di Rai3 che va dalla fine del telegiornale della sera all'inizio della prima serata. E la sera lasciata libera da Fabio Fazio andrà a Sigfrido Ranucci con il suo "Report". Mentre da Rai2 traslocerà a Rai3 Salvo Sottile, lasciando la conduzione de "I fatti vostri" a Tiberio Timperi, che a sua volta dà uno storico addio a "Uno mattina in famiglia", dove gli subentrerà Beppe Convertini. **(S.R.)**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



A FIL DI RETE di Aldo Grasso

«Black Mirror», l'intelligenza artificiale e il mito di Narciso



Il primo episodio della sesta stagione di *Black Mirror*, «Joan è terribile», scritto dall'ideatore e produttore della serie stessa, Charlie Brooker, mette voglia di buttarsi un po' nella teoria, pensato com'è per «riflettere» sui contenuti creati dall'intelligenza artificiale, sugli algoritmi come motori di vita, sull'utilizzo dei deepfake di attori famosi, sul rischio di perdere il controllo della propria immagine a causa di cavilli contrattuali di difficile comprensione.

Una dirigente di una start up (Annie Murphy) non particolarmente simpatica torna a casa e scopre che sulla piattaforma Streamberry (del tutto simile a Netflix, quella che trasmette *Black Mirror*) sta andando in onda una serie con Salma Hayek protagonista che riproduce la sua vita, i momenti personali e professionali da poco vissuti («sono accaduti una decina di minuti fa» commenta un'esterrefatta Joan).

A questo punto entra in gioco lo specchio, la metafora perfetta sia della conoscenza umana (conosciamo solo per speculum in aenigmate) sia del modo in cui noi ci esprimiamo nell'apparenza («Lo specchio, nel mondo dei

segni, diventa il fantasma di sé stesso, caricatura, irrisolone, ricordo», U. Eco, «Sugli specchi»). Lo specchio è metanarrazione: Streamberry è il riflesso di Netflix, Salma Hayek di Annie Murphy, la finzione della realtà che è già finzione essa stessa, in una vorticoso costruzione in abisso. Inevitabilmente la duplicazione attuata dall'intelligenza artificiale incide non poco sulla vita privata, rompendo legami affettivi che però forse erano già rotti. C'è persino il tentativo, quasi parodico, di spiegare i cambiamenti con una seduta d'analisi dove il tema principale è la ricerca di una «storia di vita», che, venendo fatalmente duplicata nella serie, crea una ridondanza di interpretazioni.

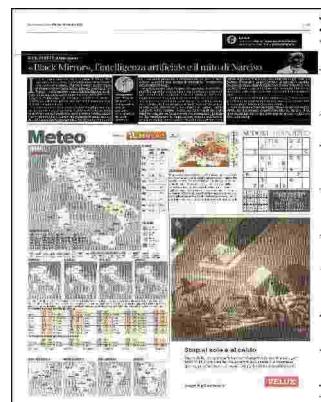
L'intelligenza artificiale ripropone un problema antico, già affrontato in passato: il mito di Narciso è sempre stato letto come un sermoncino sulla vanità.

Narciso non è ucciso dal languore per un amore impossibile, ma dal proprio doppio travestito da Narciso. È da quel momento che lo specchio genera spettri, «riflettendo» sulla realtà.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Sul web**Forum «Televisioni»: www.corriere.it/grassoVideorubrica «Televisioni»: www.corriere.tv

Protagonista
Annie Murphy, 36 anni è la protagonista di «Joan è terribile», primo episodio di «Black Mirror 6»



Ritorna "Black Mirror": su Netflix gli uomini fanno follie tecnologiche

IL PROGETTO

Una serie tv scritta dall'intelligenza artificiale? Ci ha provato Charlie Brooker per la nuova stagione di *Black Mirror*, la sesta, appena arrivata online su Netflix. E il risultato è stato «una schifezza». A usare questa espressione è lo stesso creatore della serie famosa per la capacità di raccontare in maniera imprevedibile e insolita la società di oggi e la degenerazione di tecnologia e media. «Ho giocato un po' con ChatGpt. La prima cosa che ho fatto - ha spiegato Charlie Brooker - è stata digitare "genera episodio di *Black Mirror*" ed è venuto fuori qualcosa che sembra plausibile, ma poi è una vera oscenità. Perché tutto ciò che è stato fatto è cercare le sinossi di tutti gli episodi di *Black Mirror* e mixarle».

Per questo motivo l'esperimento è stato considerato un fallimento ed è stato cestinato. Molto meglio affidarsi alla propria di creatività: «Spesso spunta il seme di un'idea inaspettata-

mente, quando sto facendo altro, guardare la tv, andare a correre, chiacchierare con un amico, ragionare su un'altra idea. Improvvisamente scopro di aver pensato a un'idea più interessante. A quel punto, ovviamente, devo capire come farne una storia».

CINQUE EPISODI

La sesta stagione di *Black Mirror* è composta da cinque episodi di un'ora ciascuno e vede un cast composto da Aaron Paul (Jesse Pinkman di *Breaking Bad*), Annie Murphy (Alexis Rose di *Schitt's Creek*), Ben Barnes, Danny Ramirez, Himesh Patel, Josh Hartnett, Kate Mara (Zoe Barnes di *House of Cards*),

Michael Cera, Paapa Essiedu, Rob Delaney, Rory Culkin (fratello di Macaulay, protagonista di *Mamma ho perso l'aereo*), Salma Hayek Pinault (candidata all'Oscar come miglior attrice per *Frida*) e Zazie Beetz.

INDIPENDENTI

Trattandosi di serie antologica, tutte le puntate sono indipendenti dalle altre. Tutte pongono l'attenzione sulla tecnolo-

gia, ma anche e soprattutto sugli esseri umani. D'altronde per Brooker l'antagonista di *Black Mirror* non è la tecnologia, ma quello che ci fanno le persone: «Di solito nella storia c'è un umano debole e imperfetto che manda tutto in malora», non è specificamente la tecnologia a farlo». Ha precisato a *Wired*.

Il primo episodio dal titolo *Joan è terribile* (regia di Ally Pankiw) è il più suggestivo, anche per il fatto che *Black Mirror* va "in onda" su Netflix: è incentrato su una donna che resta sconvolta quando scopre che una piattaforma di streaming globale, Streamberry (appare anche nel secondo episodio), ha pubblicato una serie tv basata sulla sua vita. Brooker, che ha definito l'episodio un «bizzarro gioco postmoderno», ha rivelato: «Abbiamo chiesto a Netflix se potessimo dare a Streamberry l'aspetto di Netflix. Hanno risposto: "Sì, ok". Non c'è stata alcuna resistenza. Ed è stato un po' deludente perché sarebbe stato bello poter dire "L'ho fatto lo stesso perché sono un anarchico!". Ma non è

andata così».

Anche negli altri episodi restano i toni cupi e satireggianti, tipici della serie che debuttò nel 2011 nel Regno Unito (un anno dopo arrivò in Italia) con l'iconico Messaggio al Primo Ministro: la principessa viene rapita e in cambio della sua liberazione viene chiesto che il primo ministro abbia un rapporto sessuale con un maiale in diretta nazionale. Insomma, assurdità.

LE STORIE

Di fronte alle storie raccontate da *Black Mirror*, a maggior ragione in questa sesta stagione che scorre tra copie meccaniche di uomini bionici (episodio *Beyond The Sea*), una starletta che si trasforma in lupa affamata (*Mazey Day*), losche storie locali di sequestri e ricatti (Loch Henry) e una timida commessa costretta a uccidere tre persone in tre giorni per fermare la fine del mondo (*Demone 79*), lo spettatore oscilla tra la sensazione di assistere a trovate geniali o divertenti e la consapevolezza dell'assurdità delle vicende, tra eccessi e follie.

Massimo Galanto



L'attrice messicana, naturalizzata statunitense, Selma Hayek, 56 anni

NEL CAST ANCHE SELMA HAYEK. L'AUTORE CHARLIE BROOKER: «NON SONO LE MACCHINE A FARE DANNI MA GLI ESSERI UMANI CHE LE USANO MALE»



Meloni a Parigi vede Macron: sul tavolo Expo 2030, migranti e dossier Ucraina

Italia-Francia

Manuela Perrone

ROMA

Quale città meglio di Roma, «culla di popoli e di culture», potrebbe ospitare un'«Expo delle Nazioni»? Batterà sul tavolo dell'identità oggi a Parigi la premier Giorgia Meloni nel suo intervento all'assemblea generale del Bureau International des Expositions a sostegno della candidatura della Capitale per ospitare Expo 2030. Si tratta della penultima assemblea del Bie prima del voto finale dei 179 Paesi che il 28 novembre deciderà chi si aggiudicherà l'Esposizione. E sarà accompagnata dalla «prima volta» di Meloni all'Eliseo.

Il presidente francese Emmanuel Macron la accoglierà nel pomeriggio e il bilaterale, concordato dopo un intenso lavoro diplomatico, verterà - secondo il comunicato diffuso dall'Eliseo - sull'attuazione del Trattato del Quiri-

nale, siglato a fine 2021 dal Governo Draghi, sulle «questioni europee» in vista del Consiglio del 29-30 giugno e sul vertice Nato di Vilnius dell'11-12 luglio. Lo scambio, prosegue la nota, sarà «l'occasione per riaffermare il comune sostegno all'Ucraina sugli aspetti militari, umanitari, economici, diplomatici e giudiziari». L'allineamento è completo su tre fronti: la riforma del Patto di stabilità, il supporto a Kiev contro l'invasione russa e la tabella di marcia per l'adesione ucraina alla Nato. Ieri Macron ha voluto condividere con Meloni l'annuncio che il sistema di difesa terraria franco-italiano Samp-T, promesso quattro mesi fa, «è già dispiegato e operativo in Ucraina, dove protegge vite e installazioni chiave».

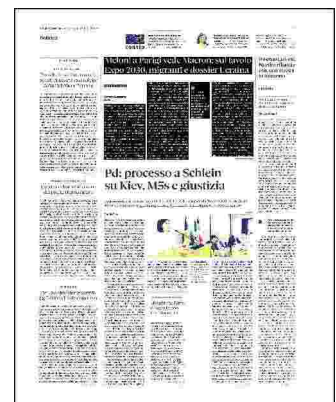
Queste sono le certezze alla vigilia dell'incontro che, preceduto dalla missione parigina del presidente Mattarella, dopo gli attacchi del ministro dell'Interno Gerald Darmanin alla gestione italiana dell'immigrazione dovrebbe suggellare il disgelo. Soprattutto se si arrivasse a un'intesa contro il traffico di esseri umani e se la Francia appoggias-



L'AGENDA
La premier interverrà al Bie per sostenere la candidatura di Roma all'Expo. Alle 17.45 il bilaterale all'Eliseo

se la proposta italiana di un memorandum Ue-Tunisia. La scelta francese di fissare le dichiarazioni alla stampa alle 17.30, prima del bilaterale, prova però la cautela. Le distanze restano ampie su tanti dossier: dalle Tlc, con il ruolo di Vivendi in Tim e Mediaset, alla Tav, all'Africa, fino alla stessa Expo. Delle tre rivali di Roma (Riyad in Arabia Saudita, Busan in Corea del Sud e Odessa in Ucraina) è la prima la più agguerrita. Macron ha già incontrato il principe saudita bin Salman e non è un mistero che la Francia simpatizzi per Riyad. Ma con Roma si è schierata l'Ue. E se Odessa dovesse rinunciare alla corsa, Roma resterebbe l'unica candidata in Europa: difficile per Parigi giustificare la decisione di smarcarsi. Sullo sfondo, le elezioni europee del 2024, le mosse di Macron con Renew Europe e le manovre intorno al Ppe dei conservatori Ecr a guida Meloni, che giovedì riceverà la presidente dell'Europarlamento Roberta Metsola. Con la nuova maggioranza europeista da inventare, andare allo scontro non conviene a nessuno.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



CHESSIDICE IN VIALE DELL'EDITORIA

Mondadori, nuovi ruoli per Mandelli e Santagata. Carlo Mandelli, a.d. di Mondadori Media dal 2020, si focalizzerà d'ora in poi anche sulla gestione e lo sviluppo multicanale dei brand di derivazione magazine. Diventa inoltre direttore sviluppo strategico di gruppo, a diretto riporto all'a.d. del gruppo Mondadori Antonio Porro. Mandelli è inoltre presidente di Direct Channel e amministratore delegato di Mondadori Scienza. Andrea Santagata diventa in parallelo a.d. di Mondadori Media (di cui era in precedenza d.g.) per l'area inerente alla gestione e allo sviluppo dei brand di derivazione digital

e del polo mar-tech. Santagata è inoltre chief innovation officer del gruppo Mondadori, responsabile della direzione Sistemi informativi e membro del cda di Mediaworld e di AdKaora.

Axel Springer, tagli alla Bild. Bild è il tabloid più letto in Germania ed è pubblicato dal gruppo Axel Springer. In arrivo c'è un piano che prevede un taglio di alcune centinaia di posti di lavoro e l'eliminazione di un terzo delle edizioni regionali, come reso noto ieri dall'agenzia France Presse. L'editore tedesco ridurrà, nel dettaglio, di circa 200 posizioni le aree dell'editoria, editing e vendi-

te in tutta la Germania. Infine passerà da 18 a 12 il numero delle edizioni locali.

Lettera43, il ritorno. Dopo tre anni torna Lettera43, «con la solita identità editoriale fatta di retroscena e attenzione agli intrecci di potere, dove politica, economia e finanza si fondono», hanno annunciato ieri dal sito Lettera43.it, testata lanciata nell'ottobre del 2010 da Paolo Madron (e online fino a maggio 2020). Madron ha poi fondato Tag43 nel maggio 2021, edito dalla società Tagfin che oggi pubblica anche Lettera43. Concessionaria e partner tecnologico: Evolution adv.

Mitologie Italiane di Pilati e Pugnalin alla Luiss

«Mitologie italiane - Idee che hanno deviato la storia», il libro di Antonio Pilati e Riccardo Pugnalin (si veda ItaliaOggi del 8/6/2023), sarà presentato martedì 27 giugno alle ore 18 a Roma in un incontro organizzato dalla Luiss School of Government. Oltre all'autore Riccardo Pugnalin, parteciperanno all'incontro il ministro dell'Economia e delle finanze Giancarlo Giorgetti, il sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei ministri, Alfredo Mantovano, Giovanni Orsina, dean della Luiss School of Government. Modererà Lucia Annunziata. La presentazione avverrà presso Loft nel Campus Luiss di Viale Romania 32 a Roma.

© Riproduzione riservata

Bagnoli Rossi confermato presidente di International Video Federation. L'assemblea della International video federation ha rieletto Federico Bagnoli Rossi, candidato di Univideo, l'associazione italiana di categoria che rappresenta gli editori audiovisivi su media digitali (Dvd, Blu-ray, 4K Ultra Hd) e online (piattaforme di distribuzione digitale), come presidente. Questo sarà il suo secondo mandato. L'Ifv, che ha la sua sede a Bruxelles, rappresenta singole società e associazioni che raccolgono aziende attive in tutti i segmenti del settore cinematografico ed audiovisivo in Europa.

© Riproduzione riservata



Milano Finanza a 169 mila utenti

Nel mese di aprile il sito di Milano Finanza ha registrato oltre 169 mila utenti unici giornalieri e oltre 2,9 milioni di utenti unici mensili secondo dati interni e certificati dai server (Google Analytics).

— © Riproduzione riservata —

News online in tenuta ad aprile
Repubblica (+1,5%) / vicina al Corriere (-2,4%), QN -22%

Settore	Indice	Var. %	Valore
Indice	12000	+0,5%	12000
Industria	11000	+0,2%	11000
Finanza	10000	+0,1%	10000
Commercio	9000	+0,3%	9000
Alimentari	8000	+0,4%	8000
Alcolici	7000	+0,2%	7000
Tabacco	6000	+0,1%	6000
Altri	5000	+0,3%	5000

Nonostante le feste, informazione a -0,9%. Leggo +32,6%, Gazzetta +12%. La7 +90%

News online in tenuta ad aprile

Repubblica (+1,5%) vicina al Corsera (-2,4%), QN+22%

DI ANDREA SECCHI

Nonostante la Pasqua, il ponte della festa della Liberazione e l'assenza di grandi fatti di cronaca o politica, l'audience internet dello scorso aprile tutto sommato ha tenuto, secondo i dati diffusi ieri da Audicom, che utilizza la rilevazione Audiweb fornita da Nielsen. Nel complesso, gli utenti unici nel giorno medio in Italia sono stati poco meno di 36 milioni, con un calo dello 0,9%, mentre gli utenti del mese non si sono praticamente mossi (43,8 milioni). Allo stesso modo, la categoria Current events and global news è calata appena dello 0,9%.

Così, stando ai dati di Audicom, i maggiori siti di informazione per numero di utenti unici organici (senza aggregazioni di siti terzi) non si sono mossi in una direzione specifica: c'è chi ha perso con percentuali anche piuttosto alte e chi, al contrario, ha guadagnato una buona fetta di utenti.

Nella top ten questo ha portato a qualche cambiamento di posizione. Stabili *Corriere della Sera* al primo posto (-2,4%) e *Repubblica* (+1,5%) al secondo, ma ormai separati soltanto da 36,8 mila utenti. Al terzo posto sale, dal quarto, il *Messaggero* con un +4%, scambiandosi di posizione con il *Fatto Quotidiano* che invece cala del 5,1%. *TgCom24* risale di un gradino (+1,1%) e così fa anche la *Gazzetta dello Sport*, che passa dal settimo posto al sesto grazie al +12%. In effetti, lo sport è stato uno degli argomenti più seguiti ad aprile, fra le partite delle italiane nelle coppe europee e le ultime fasi del campionato.

A seguire, scende di due posizioni *Fanpage*, a causa del suo -11,9%, mentre *Quotidiano Nazionale-QN* (+21,8%) e *Leggo* (+32,6%) sono le due testate che crescono maggiormente nella top ten, quest'ultima salendo dalla dodicesima alla nona posizione. La *Stampa* chiude la decina con un +2,5%.

A seguire, fra gli altri siti di informazione nazionale che si trovano nella tabella in pagina, *Ansa* a -10,7%, *Giornale* -2,8%, *Sole 24 Ore* -22,9%, *Il Post* -13,7%, *Dagospia* -0,6%, *Affaritaliani* +6,2%, *HuffPost* -6%, *Agi* +3%, *Linkiesta* -31,3%.

Non differente il quadro dei siti di video streaming o comunque facenti capo a broadcaster: *RaiPlay*, che cala del 22,9% in termini di utenti, lascia il primo posto a *Mediaset Infinity*, che invece flette soltanto del 4,1%. *RaiNews* è in leggera crescita (+0,7%), ma è soprattutto *La7* che sbanca e arriva quasi a raddoppiare gli utenti, per un totale di 478,6 mila navigatori (+90%). Proprio ad aprile c'è stata la sospensione dell'*Arena* di **Massimo Giletti**, e questo potrebbe aver portato qualche curioso in più sul sito, ma in realtà il motivo è da ricercarsi dall'introduzione di contenuti originali che non riguardano più soltanto gli approfondimenti trasmessi in tv ma seguono anche la cronaca del momento. Dopo *La7*: *Eurosport* -11%, *Rai.it* -8% e *Witty tv* della Fascino di **Maria De Filippi** e *Mediaset* a +19,4%. Per quanto riguarda le radio, infine, *Deejay* -4,3%, *RaiPlay Sound* -0,8, mentre *105* cresce del 9%.

© Riproduzione riservata

The thumbnail shows the article's title and a table with columns for website names and their percentage changes. The table data is as follows:

Sito	Variazione
Corriere della Sera	-2,4%
Repubblica	+1,5%
Messaggero	+4%
Fatto Quotidiano	-5,1%
TgCom24	+1,1%
Gazzetta dello Sport	+12%
Fanpage	-11,9%
Quotidiano Nazionale-QN	+21,8%
Leggo	+32,6%
Stampa	+2,5%
Ansa	-10,7%
Giornale	-2,8%
Sole 24 Ore	-22,9%
Il Post	-13,7%
Dagospia	-0,6%
Affaritaliani	+6,2%
HuffPost	-6%
Agi	+3%
Linkiesta	-31,3%
RaiPlay	-22,9%
Mediaset Infinity	-4,1%
RaiNews	+0,7%
La7	+90%
Eurosport	-11%
Rai.it	-8%
Witty tv	+19,4%
Deejay	-4,3%
RaiPlay Sound	-0,8%
105	+9%

Così i siti di informazione, tv e radio

	Brand	Utenti	Pag. (.000)	T.Pers. (mm:ss)	Var. su mese prec.
Informazione e carta stampata					
1	Corriere della Sera	3.274.160	9.461	03:35	-2,4%
2	La Repubblica	3.237.308	11.652	03:54	1,5%
3	Il Messaggero	1.744.522	4.712	02:26	4,0%
4	Il Fatto Quotidiano	1.595.555	3.096	02:33	-5,1%
5	TGCOM24	1.495.402	6.968	05:33	1,1%
6	La Gazzetta dello Sport	1.409.050	9.011	03:44	12,0%
7	Fanpage	1.336.584	3.211	02:54	-11,9%
8	Quotidiano Nazionale	1.201.776	3.542	02:00	21,8%
9	Leggo	1.198.489	2.633	02:15	32,6%
10	La Stampa.it	963.339	2.488	02:45	2,5%
11	ANSA	907.142	2.391	02:49	-10,7%
12	Il Gazzettino	738.173	1.547	02:13	-19,1%
13	Il Giornale	632.517	1.340	02:38	-2,8%
14	Il Mattino	478.057	960	02:00	5,0%
15	Quotidiani GNN - Gedi News Network	440.285	1.239	02:00	-8,4%
16	Il Sole 24 ORE	406.964	757	02:34	-22,9%
17	Il Post	268.205	502	02:39	-13,7%
18	UnioneSarda	246.729	609	02:47	12,3%
19	Tiscali	242.139	2.551	07:29	-8,2%
20	DagoSpia	209.064	2.276	11:26	-0,6%
21	Sorrisi e Canzoni TV	155.674	375	01:48	4,9%
22	L'Arena	151.685	385	01:40	-7,7%
23	Affaritaliani.it	145.882	248	01:34	6,2%
24	Huffington Post Italia	133.105	278	02:17	-6,0%
25	Il Giornale di Vicenza	132.958	325	01:29	35,0%
26	Corriere Adriatico	130.819	255	01:43	25,0%
27	Alvolante.it	117.007	299	02:35	2,2%
28	Nuovo Quotidiano di Puglia	115.476	228	01:26	17,2%
29	Il Tirreno	109.119	182	01:11	10,8%
30	Giornale di Brescia	106.828	290	01:40	3,2%
31	Grazia.it	101.366	179	01:29	5,5%
32	L'Eco di Bergamo	96.613	220	01:33	6,7%
33	Focus.it	92.914	148	02:03	3,8%
34	ELLEIT	88.870	113	01:11	-32,7%
35	L'Adige	83.754	177	01:56	31,7%
36	Gazzetta di Parma	82.953	214	02:16	13,9%
37	La Sicilia.it	79.419	158	02:14	0,6%
38	La Nuova Sardegna	73.922	135	01:18	40,8%
39	Cosmopolitan IT	65.105	77	01:12	-19,8%
40	AGI	65.006	88	00:47	3,0%
41	Bresciaoggi	58.139	88	01:33	35,5%
42	La Provincia	56.823	130	01:51	11,5%
43	Il Centro	47.052	127	01:58	5,7%
44	Linkiesta.it	44.528	64	03:01	-31,3%
45	DDay.it	43.424	62	02:05	-29,1%
Televisione					
1	Mediaset Infinity	904.584	2.204	55:44:00	-4,1%
2	RaiPlay	792.771	2.205	68:22:00	-22,9%
3	RaiNews	630.586	1.623	04:06	0,7%
4	LA7	478.580	1.288	08:36	90,0%
5	Eurosport	203.272	415	03:10	-11,0%
6	Rai.it	168.543	926	02:03	-8,1%
7	Witty Tv	84.122	213	19:28	19,4%
Radio					
1	Radio DeeJay	148.253	227	05:05	-4,3%
2	RaiPlay Sound	79.911	151	08:35	-0,8%
3	Radio 105	60.657	117	06:28	9,1%

Elab. ItaliaOggi su dati giorno medio Audicom - sistema Audiweb powered by Nielsen. Perimetro organico

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

La casa editrice in Italia chiude il 2022 con raccolta pubblicitaria e ricavi da copie in calo

Condè Nast prosegue il riassetto

Bene i servizi: gli eventi da soli valgono 6 mln di euro, +47%

DI CLAUDIO PLAZZOTTA

Oggi terminano le sfilate della moda maschile a Milano, e la casa editrice Condè Nast Italia, quella di *Vogue*, procede un po' a tentoni alla ricerca della sua nuova dimensione, con raccolta pubblicità in calo, web che non decolla e la vendita delle copie che ormai non copre neppure il 10% dei ricavi totali.

Come accade in tante organizzazioni complesse, anche per la Condè Nast tutto è cambiato in un giorno preciso: 22 dicembre 2016, quando è scomparsa Franca Sozzani, direttore editoriale del gruppo e storico direttore di *Vogue*. Solo il prestigio della Sozzani, infatti, aveva mantenuta salda la identità italiana della società. Poi, lentamente, il senso di filiale di un colosso americano ha prevalso, con dirigenti stranieri, direzioni meno personali-

stiche, una grande sinergia continentale sui contenuti (che in molti casi arrivano da Londra), tagli del personale e ricambio generazionale.

Nel 2022 il valore della produzione di Condè Nast Italia è crollato del 22,5% a 71,4 milioni, soprattutto a causa dei 10,1 milioni di plusvalenze che avevano pompato i conti del 2021 (vendita di tre immobili), e degli 8,9 milioni di riaddebito costi sempre nel 2021 (per gli oneri di ristrutturazione che avevano comportato tante uscite sul fronte del personale).

Lasciando perdere gli eventi eccezionali, nel 2022 i ricavi caratteristici della Condè Nast in Italia sono arrivati a 67,6 milioni, in calo del 6,1% sull'anno precedente (nel 2019 erano 101,7 milioni di euro, per fare una comparazione pre-Covid), e riguardano quattro mensili (*Vogue*, *Gq*, *Ad*, *La cucina italiana*), un settimanale (*Vanity Fair*), due periodici (*Wired*, *Traveller*) e sei siti web correlati

alle testate.

La voce principale rimane ancora la raccolta pubblicitaria della carta stampata, a quota 30,7 milioni di euro (-8,9% sul 2021), seguita dalla pubblicità sul web a 20,4 milioni (-5,5% sul 2021, e questo non è un bel segnale). Le prestazioni di servizi, ovvero il social e l'e-commerce, la creatività per campagne pubblicitarie, l'organizzazione di eventi e i corsi di cucina assicurano ricavi per quasi 10 milioni di euro (+17,3%), e questa è la strada che Condè Nast sta più battendo in un processo di riconversione del business. In particolare, gli eventi, da soli, valgono sei milioni di euro (+47% sul 2021). Infine, appena 6,5 milioni di euro derivano dalla vendita dei giornali (-17,7%, e il calo prosegue da oltre 10 anni).

L'esercizio 2022 si chiude con una piccola perdita, pari a 243 mila euro, rispetto ai 4,9 milioni di utili del 2021. E il rosso arriva nonostante l'anno

sia stato molto virtuoso in tema di risparmi: i costi per servizi calano del 21% a 34,6 milioni di euro, soprattutto grazie alle sinergie di gruppo nella creazione di contenuti; i costi del personale scendono di oltre il 27% dopo un pesante piano di riorganizzazione nel corso degli ultimi anni, e si fermano a 23 milioni di euro. Nel dettaglio, al 31 dicembre 2022 in Condè Nast Italia lavoravano 48 giornalisti (50 nel 2021), 23 dirigenti (22), 183 impiegati (187) e due operai (due), per un totale di 256 dipendenti (261). Va segnalato anche un costo eccezionale, per la svalutazione pari a 1,8 milioni di euro dell'avviamento de *La Cucina Italiana*. Il presidente del consiglio di amministrazione di Condè Nast Italia è **Natalia Gamero del Castillo**, e nel cda siedono anche **William Bowes** e **Juan Manuel Martin Moreno**.

I tempi del presidente **Giampaolo Grandi** sembrano così lontani.

© Riproduzione riservata



Alcune delle testate Condè Nast



Il caso

Il nodo Tim-Vivendi il governo irritato protesta con Parigi

di **Giovanni Pons**

MILANO – I rapporti tra il governo italiano e i vertici della francese Vivendi stanno precipitando. La goccia che ha fatto traboccare il vaso è arrivata sabato 17 quando, dopo le ultime offerte sulla rete Tim presentate dal fondo Kkr e da Cdp-Macquarie la società francese ha dichiarato di bocciare i rilanci “inconsistenti” sulla rete di Tim, a valle dei quali ritiene si possa «chiudere in modo definitivo la stagione delle offerte». Vivendi ha inoltre aggiunto: «La retorica per cui Tim debba vendere la rete per sopravvivere va smentita fortemente perché esistono altri piani che raggiungono lo stesso obiettivo con meno sforzo economico».

In realtà l'incomunicabilità tra gli esponenti governativi e della Cdp con quelli di Vivendi va avanti da mesi ma ora i nodi stanno arrivando al pettine. *Repubblica* è in grado di rivelare che il sottosegretario alla presidenza del Consiglio Alfredo Mantovano si è rivolto per le vie informali all'ambasciatore francese a Roma Christian Masset per riferire che il governo italiano ritiene inadeguato il team di manager della società francese che sta seguendo il dossier rete Tim. In particolare al Ceo di Vivendi Arnaud de Puyfontaine è stata fatta notare più volte dalle controparti l'opportunità di far presenziare a riunioni e incontri suoi consulenti che hanno società in proprio o sono consulenti di società che hanno in corso rapporti contrattuali di fornitura con la Tim, nel settore della comunicazione e nel settore IT. Ma i consigli non sono stati ascoltati.

Così al cda di Tim del 14 giugno scorso il governo italiano ha pensato bene di far arrivare un segnale preciso ai francesi. Dal ministro dell'Economia Giancarlo Giorgetti è ar-

rivata infatti l'indicazione ai vertici della Cdp di proporre Alessandro Pansa per la posizione nel board lasciata scoperta nei mesi scorsi da De Puyfontaine. I francesi volevano invece piazzare in quella posizione Luciano Carta, ex presidente di Leonardo. Ma la conta dei voti è stata favorevole a Pansa, e anche Massimo Sarmi, cooptato nei mesi scorsi in cda su indicazione di Vivendi, ha votato a favore di Pansa andando così incontro ai desiderata del ministro con cui ha un ottimo rapporto.

Vista la mala parata in cda e i messaggi arrivati dall'ambasciatore, De Puyfontaine nei giorni scorsi ha chiesto ufficialmente un incontro con la premier italiana Giorgia Meloni per il prossimo 22 giugno, ma la richiesta finora non è stata esaudita. Lo stesso 22 giugno vi sarà una nuova riunione del cda Tim per analizzare le offerte e con molta probabilità non verrà data un'esclusiva ma una preferenza per la proposta arrivata dal fondo Kkr, una formula che permette di lasciare aperta la porta per far entrare anche la Cdp o il fondo F2i insieme agli americani. E se poi i francesi, in qualità di soci con il 24%, chiameranno veramente l'assemblea straordinaria per bocciare l'offerta sulla rete, allora la guerra sarà totale. Vivendi, inoltre, è azionista di Mediaset (con il 22%) e con la quale ha ingaggiato una battaglia quinquennale per il controllo chiusa poi con un accordo di non belligeranza.

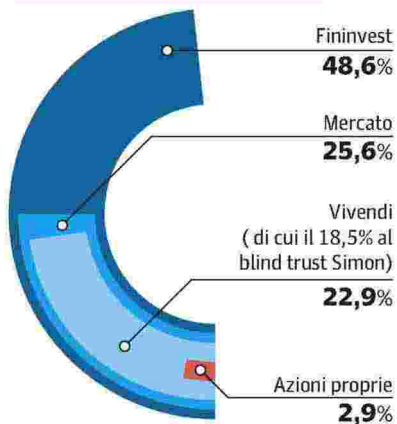
Secondo il governo, senza vendere la rete, Tim avrà margini di manovra molto ristretti dal punto di vista finanziario, dovendo anche andare sul mercato a rifinanziare il debito in scadenza, pari a 5,9 miliardi dal luglio 2023 al luglio 2024 (dati di S&P). E se la risposta del mercato, visto il rating della società già sotto il livello “investment grade” sotto il quale i grandi fondi esteri non possono in-

vestire, fosse troppo onerosa in termini di tasso di interesse da offrire (l'ultimo bond a 5 anni da 850 milioni è stato collocato a gennaio con cedola del 6,875%) rimarrebbe aperta solo la strada dell'aumento di capitale.

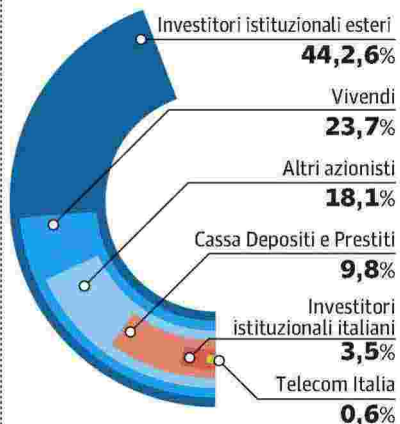
Che i francesi, ovviamente, vedono come un'ultima spiaggia e a cui non parteciperebbero mai: anche perché finora Vivendi ha già segnato su Tim minusvalenze per 3 miliardi, sui 4 investiti. In uno scenario simile la Cdp potrebbe sottoscrivere oltre alla sua parte di aumento anche quella non optata dai francesi, salendo nel capitale di Tim con un esborso anche inferiore a quello necessario per assicurarsi la sola rete.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'AZIONARIATO DI MEDIASET



L'AZIONARIATO DI TIM



I PROBLEMI ANTITRUST FRENANO CDP-MACQUARIE. IL NODO VIVENDI

Rete Tim, primo esame delle offerte in vantaggio la proposta del fondo Kkr

Tim avvia l'analisi delle offerte non vincolanti presentate per Netco, la costituenda società della rete, dal consorzio formato da Cdp Equity e Macquarie e da Kkr e completerà l'esame giovedì. «Allo stato attuale nessuna decisione è stata assunta», ribadisce il cda al termine di una lunga riunione. L'offerta di Kkr però sembra essere la preferita non solo perché quantitativamente offre di più. Secondo indiscrezioni, dall'esame svolto dal Comitato Parti Correlate sarebbe emerso che i nodi Antitrust che presentava la prima proposta di Cdp e Macquarie non sono stati sciolti con il rilancio. Non è da tra-

scurare nemmeno l'offerta economica di Kkr che mette sul piatto fino a 23 miliardi di euro contro i 19 del consorzio Cdp-Macquarie e, secondo indiscrezioni questo potrebbe convincere il board di Tim ad aprire una trattativa con il fondo americano. È presto per dire quale formula verrà scelta per dare seguito al dossier ma già si specula sulla seconda fase, quando in partita potrebbe entrare anche F2i che con Kkr ha avviato un dialogo nelle scorse settimane. Il fondo peraltro non sarebbe rigido nella sua proposta ma, secondo i rumors, sarebbe disponibile a far

partecipare altri investitori con una quota del 10-15% per cento, a cominciare dalla stessa Tim. «Ci sono delle proposte sul tavolo, sarà il consiglio d'amministrazione a decidere», risponde con cautela il ministro dell'Economia, Giancarlo Giorgetti. C'è poi Vivendi, che resta critica sulle offerte, giudicate insoddisfacenti, e attende di dire la propria in occasione dell'assemblea straordinaria che reputa necessaria per far passare la vendita della rete. Sul suo ruolo in Italia Giorgetti rimarca solo che «è un soggetto di mercato, vediamo».

Intanto i manager di Tim vogliono potersi concentrare sull'esecuzione del piano che già c'è. NoID, associazione delle donne, e Cnq, che riunisce i quadri, scrivono una lettera aperta al consiglio: «In questo contesto riteniamo che sia arrivato il momento di garantire innanzitutto l'avanzamento del Piano già definito nella sua articolazione operativa e straordinaria». «Dare tanta importanza alla rappresentanza in consiglio o ventilare possibili cambiamenti ai vertici - aggiungono - ci sembra poco concreto in assenza di un piano alternativo valido, trasparente e ben identificato». R.E. —

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Pietro Labriola, ad di Tim

IL CASO

Il tesoro di Silvio

FRANCESCO SPINI
MILANO

Il Biscione senza Silvio. La suddivisione dettagliata del potere e delle ricchezze potrà attendere un'altra settimana prima di essere svelata al mondo. I figli, raccontano, stanno ancora elaborando il lutto, qualcuno è rimasto fuori Milano. Lontano insomma da via Pagano, dallo studio del notaio Arrigo Roveda che custodisce l'ultimo verbo di Silvio Berlusconi che proietterà il suo impero nel futuro.

Nessuno sembra però avere fretta di conoscere numeri e quote, voleri e doveri di un testamento storico. Anche perché, sussurrano molti osservatori, chi deve sapere già sa: sono rarissimi i testamenti segreti, in genere i testatori lasciano ai beneficiari una copia informale. Il resto è fiction, buona per sognare dal tinello di casa il prossimo colpo di scena della Dinasty italiana. Nei fatti, quindi, la successione è già cominciata, anche se molto resterà riservato fino alla pubblicazione del documento che potrebbe avvenire lunedì prossimo, secondo le indiscrezioni del Corriere, e comunque probabilmente (ma non necessariamente) prima dell'appuntamento del 29 giugno, quando si riunirà l'assemblea di Fininvest, presieduta da Marina Berlusconi.

La riunione conta perché dovrà rinnovare il consiglio di amministrazione, dove oggi siedono tutti i fratelli Berlusconi tranne Eleonora, l'ad Danilo Pellegrino, Adriano Galliani, fedele manager di Silvio so-

prattutto nelle attività calcistiche, Ernesto Mauri, ex ad di Mondadori, ed Ernesto Sciascia, altro manager di fiducia. Non c'è più, invece, Niccolò Ghedini, superavvocato del Cavaliere, mancato nell'agosto di un anno fa. E dovrà, l'assemblea, tenere conto dei nuovi pesi in cui il 61% detenuto da Berlusconi tramite le holding Italiana Prima, Seconda, Terza e Ottava sarà diviso tra i figli di primo - Marina e Pier Silvio, che hanno il 15,30% tramite le holding Italiana Quarta e Quinta - e di secondo letto - ossia Barbara, Eleonora e Luigi - che con H14 hanno il 21,41%. Chissà dunque che dietro la «continuità» assicurata alla guida delle attività della televisione commerciale e della parte editoriale non ci fosse una ragion veduta. Il cuore di tutto è la Fininvest, che curiosamente ha sede a Roma, in largo del Nazzeno, proprio come quei «comunisti» del Partito democratico. Ma il suo motore è milanese e pulsa nella centralissima via Paleocapa, a due passi dal Castello Sforzesco: è uno stabile neo rinascimentale che ricorda Palazzo Pitti, ma è un abbaglio, essendo datato 1898. Fa però parte del tesoretto: 909 mila euro di valore attribuito in bilancio all'area e 883 mila quanto al fabbricato. Ed è qui la cassaforte di famiglia, il deposito dei Berlusconi de' Berlusconi.

Un patrimonio per la holding da 4,9 miliardi, secondo i numeri di un anno fa, tra immobili e molte partecipazioni. Pezzo forte è il 41,49% delle azioni (ma il 50% dei diritti di voto) di

Mediaset, oggi Mfe-MediaforEurope. C'è il 53,3% della Mondadori e i suoi libri, il 100% del Monza Calcio (non si sa ancora per quanto), il 48% del Consorzio Servizi Vigilanza che fornisce la protezione alla famiglia Berlusconi, il 100% dei Fininvest Real Estate and Services, case e servizi come del resto la Isim Spa. L'elenco prosegue con la totalità del Teatro Manzoni, così come della lussemburghese Trefinance, in liquidazione, finanziaria usata in passato per diversificare gli investimenti, come la toccata e fuga nell'Hopa della "razza padana" capitanata dal bresciano Emilio Gnutti. Un cospicuo portafoglio, quello di Fininvest, che, un anno fa, era in carico per 1,47 miliardi a cui andavano aggiunti 116 milioni del 30,12% della gallina dalle uova d'oro per la holding del Biscione: Banca Mediolanum, fondata con Ennio Doris, anch'egli scomparso sul finire del 2021. Ma non si esaurisce così il lascito di Berlusconi, che sarà oggetto di una complessa collazione, che dovrà mettere insieme quanto lasciato e quanto donato in vita agli eredi.

Il patrimonio complessivo è stimato da Forbes a 6,2 miliardi di euro, numero 352 al mondo nella lista mondiale dei patrimoni. Ci saranno perizie a non finire, ad esempio, su uno straordinario lascito di opere d'arte di cui il Cavaliere era acquirante assetato. Sarebbero 24 mila le opere a catalogo: nomi altisonanti che solo nella casa di Arcore annovererebbero un Ghirlandaio, dei Tintoretto, un Guido Reni, diversi Vero-

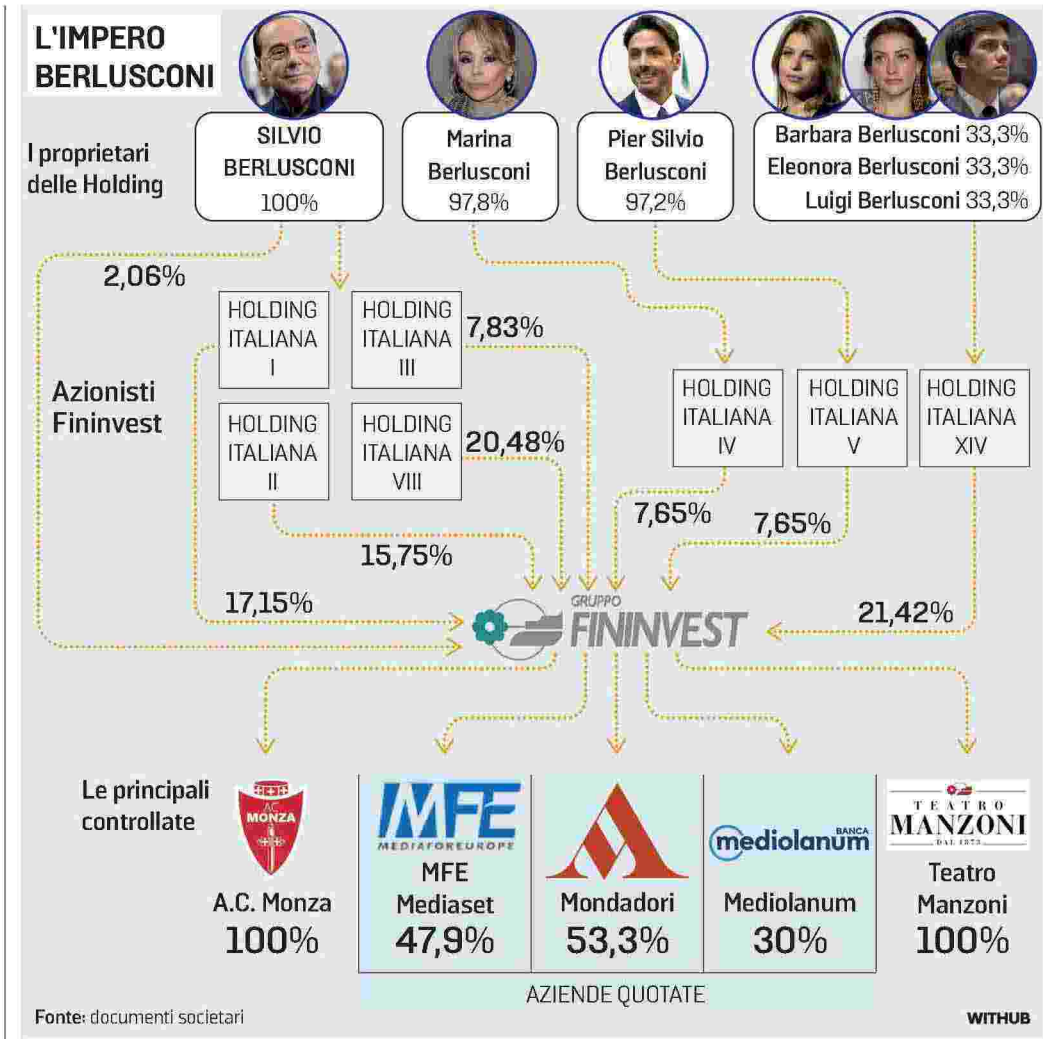
nei 6 miliardi di patrimonio di Berlusconi non solo Fininvest, le tv e il Monza da distribuire ci sono 24 mila opere d'arte barche da 40 metri e case per 700 milioni tra cui una lasciata in eredità da un pittore si avvicina l'apertura del testamento

nese, Tiziano, Canaletto, alcuni Rubens. Pochi moderni tra cui Cascella, l'amico autore del mausoleo dove riposano le sue ceneri. E poi le barche, messe nero su bianco nelle annotazioni parlamentari: i 40 metri della Principessa VaiVia (la principessa in questione era la Marina bambina) poi a lungo usata da Ennio Doris, la San Maurizio, la Magnum 70. E poi case su case. Quelle che creavano quel «certo disagio» al Cavaliere quando lo invitavano ad andarsene a casa. «Disponendone di venti, non saprei in quale andare...», ribatteva. Ora verranno buone anche per gratificare chi, come l'ultima compagna Marta Fascina, non è - salvo sorprese - tra gli eredi legittimi.

Le principali come Villa San Martino di Arcore, comprata per soli 500 milioni di lire, e le 126 stanze più 125 ettari di parco di Villa Certosa a Porto Rotondo, sono nella Immobiliare Idra, come Villa Gernetto o la Belvedere, in Brianza. E poi villa La Lampara a Cannes, due proprietà ad Antigua, nei Caraibi, villa Blue Horizon alle Bermuda. Un patrimonio immobiliare che potrebbe superare i 700 milioni. Pochi gli immobili che Berlusconi ha lasciato a sé intestati: tra essi c'è Villa Campari, sul Lago Maggiore, un lascito triestino da parte di un pittore, la villa Due Palme a Lampedusa. Ma soprattutto l'appartamento del cuore: una «abitazione di tipo civile», recitano le fredde carte, in viale San Gimignano a Milano, la casa che fu dell'amata mamma Rosa. —

**La holding
vale quasi 5 miliardi
suddivisione delle
quote attesa entro il 29**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



L'AUDITEL DI DOMENICA 18 GIUGNO 2023**1 Croazia-Spagna - Raiuno**

2.863.000 spettatori, 18% di share

2 Grease - Canale 5

1.540.000 spettatori, 9.9% di share

3 Gran Premio di F1 del Canada - Tv8

1.277.000 spettatori, 8.4% di share

4 CSI Vegas - Raidue

888.000 spettatori, 5.3% di share

5 Kilimangiaro Estate - Raitre

813.000 spettatori, 5.2% di share



Advertisement

Read Today's Paper | Tributes

We're for you

Subscribe

Sign In

The Daily Telegraph



My News

Today's Paper

Local NSW National Opinion World Business Entertainment Lifestyle Sport



Entertainment > Movies > New Movies

Pixar suffers record-low box office result on opening weekend of 'Elemental'

The animation powerhouse's latest offering has suffered dire figures on its opening weekend at the box office, signalling an even bigger problem for the studio.



Lexie Cartwright

@LexieCartwright 3 min read June 20, 2023 - 3:11PM news.com.au



New Movies

Don't miss out on the headlines from New Movies. Followed categories will be added to My News.

Pixar's latest animated offering 'Elemental' has flopped in its opening weekend, marking a record-low result for the revered studio.

Despite generating [favourable reviews](#), the movie tanked in the US and Canada, generating a dismal \$US29.6 million in ticket sales, making it the worst three-day weekend debut in the company's history.

To put into context how poor the result is for Pixar, the figure puts it below the studio's first ever release, and eventual franchise powerhouse, *Toy Story*, which was released in 1995 where it made \$US29.1 million on its opening weekend. That figure was considered promising at the time, and is more like \$US50 million when adjusted for inflation.

Closer to home, *Elemental* had a weak response in Australian cinemas, making \$1.59m at the weekend, where it was edged out by both *The Flash* – which topped local earnings with \$3.85m on its opening weekend – and *Spider-Man: Across The Spider-Verse*, which generated \$2.99m in its third weekend in theatres.



Elemental has bombed at the box office in its opening weekend. Picture: Disney/Pixar

It comes after the *Toy Story* spin-off *Lightyear* marked a [rare failure](#) for Pixar upon its release in June last year, and was reported to have lost the studio around \$US106 million. It debuted in its opening weekend to \$US50.6 million in the US, before going on to earn a worldwide gross of \$US226.4 million.

Much like *Elemental*, *Lightyear* received promising reviews but wasn't able to break-even with ticket sales.

Pixar – which is owned by Disney – has developed a reputation for producing stirring stories in the children's genre, appealing all demographics with the likes of *Ratatouille*, *A Bug's Life*, *Soul*, *Coco* and *Inside Out*, just to name a handful.

But the Covid-19 pandemic – and how studios adapted to it – changed the cinema landscape and ultimately, people's viewing habits.

Streaming platforms became a means for production companies to distribute developed projects when no one could leave the house, with viewers turning to streamers to tune into shiny new releases.



Last year's *Lightyear* also failed to make money at the box office. Picture: Disney/Pixar

And after a 2022 box office that was dominated by sequels, with the likes of *Top Gun: Maverick* and *Avatar: Way of Water* both soaring over the \$1 billion benchmark, industry pundits believe familiarity is the leading factor to get bums on seats in a post-Covid world.

That trend is continuing this year, with *Super Mario Bros* – an adaptation of the beloved '80s game – becoming the first 2023 film to net over \$1b.

The blame on Pixar's back-to-back box office bombs has landed on former Disney CEO Bob Chapek, who decided to launch three Pixar films on Disney+ during the pandemic – *Soul*, *Turning Red* and *Luca* – in a bid to boost subscribers. (Chapek was ultimately sacked from the position in November and succeeded by his predecessor, Bob Iger.)

Pixar's Chief Creative Office Pete Docter recently told [Variety](#) the move "trained" viewers into thinking that the studio's films weren't must-see theatrical experiences.

"We made *Soul* for the big screen. We looked at every frame. There's so much detail and gorgeous imagery and work that was done that you can't quite appreciate on a smaller screen," Docter said.

"However, there was a pandemic going on. On one hand, we were so thankful that there was Disney+ so that we could release the film and people could see it. Otherwise, it would just sit on a shelf for a year and a half.

"In the long run, there's been a bit of a mixed blessing because we've trained audiences that these films will be available for you on Disney+. And it's more expensive for a family of four to go to a theatre when they know they can wait and it'll come out on the platform."

He added, "We're trying to make sure people realise there's a great deal you're missing by not seeing it on the big screen. In the case of *Elemental*, it's a beautiful spectacle, there's detail everywhere. I think you feel it more and it's a better experience."

Elemental, co-written and directed by Peter Sohn, is at its core a tribute to the sacrifices parents make for their children.

The story is set in Element City, a vivid metropolis inspired by Sohn's childhood in New York City.

The fictional city is a place where characters of the four elements of nature – fire, earth, wind and water – live among each other, despite their differences.

It follows the story of Ember (Leah Lewis) a young fire woman, and her parents Bernie (Ronnie del Carmen) and Cinder (Shila Ommi).

Originally published as [Pixar suffers record-low box office result on opening weekend of 'Elemental'](#)

More Coverage

- [Big Marvel news from fan extravaganza](#)
- [Pixar boss explains Toy Story plot hole](#)



Una rivoluzionaria piccola auto elettrica per anziani: il prezzo ti lascerà a bocca aperta!

Auto elettriche | Ricerca annunci



Harry and Meghan's surprise UK property move



Il gioco di fattoria da cui avrai più dipendenza nel 2023. Senza installazione

Taonga: la fattoria sull'isola



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

DEADLINE

FOLLOW US:

[TV](#) | [FILM](#) | [AWARDSLINE](#) | [BOX OFFICE](#) | [BIZ](#) | [THEATER](#) | [INTL](#) | [REVIEWS](#) | [OBITS](#) | [VIDEO](#) | [EVENTS](#) | [FESTIVALS](#) | [INSIDER](#) | [HBO FYC](#) | [NEWS ALERTS](#)

'Red Dwarf' Returning To BBC For First Time In 15 Years As Broadcaster Buys All Series For iPlayer

By [Max Goldbart](#)

June 19, 2023 4:01pm



'Red Dwarf'
BBC

'Red Dwarf' is returning to the BBC for the first time in 15 years.

The broadcaster has acquired every episode of the first nine seasons of Rob Grant and Doug Naylor's iconic space comedy along with the revived four seasons that aired on UKTV channel Dave plus feature-length special *The Promised Land*.

Red Dwarf hasn't aired on the BBC since 2007. The show stars DJ Craig Charles as Dave Lister, a low ranked caretaker on board a city-sized mining ship who finds himself the last remaining human being alive after an accident kills the rest of the crew. He wakes after 3 million years in suspended animation, his only companions the hologram of his pernickety and contemptuous bunkmate Rimmer, a creature that evolved from his pet cat, named Cat, ship's computer Holly, and Kryten – an android they rescue from a shipwreck.

ADVERTISEMENT

ADVERTISEMENT

Trending on Deadline

1 Donald Trump Talks Ballot-Stuffing With Fox News' Bret Baier, Who Then Says, "You Lost The 2020 Election"



2 Simon Pegg Says 'Mission: Impossible' Team Live With Sense That "One Day, Something Might Go Wrong" With A Big Tom Cruise Stunt



3 Julian Sands Search Resumes Six Months After Actor Went Missing On Mount Baldy Near L.A.



Red Dwarf drops on [BBC iPlayer](#) today along with Kathy Burke's BBC classic *Gimme, Gimme, Gimme* and Spencer Jones' *Mister Winner*.

Red Dwarf launched on BBC Two 35 years ago and aired for nine seasons before moving to BBC Studios-owned Dave in 2009, running for four seasons plus *The Promised Land*.

BBC iPlayer Director Dan McGolpin said: "The strangest gang in space are back on the BBC – with classic episodes of *Red Dwarf* right from the very beginning touching down soon."

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

READ MORE ABOUT: [BBC](#) [BBC IPLAYER](#) [RED DWARF](#)

Comments

ADVERTISEMENT

No Comments

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

Comment

Name

Email

Website

4 Gayle King Razzes Tony Dukoupil For Monday Absence On 'CBS Mornings': "I Hope Tony Is Celebrating His Juneteenth Holiday"



5 'It Ends With Us' Halts Production After WGA Rejects Wayfarer Argument That Sony Negative Pickup Is An Indie Film



6 'Mission: Impossible – Dead Reckoning Part One' World Premiere Photo Gallery: Tom Cruise & Team Hit Rome



7 'The Flash' Falls Down With \$55M 3-Day Opening: Here's Why



8 'Days Of Our Lives' Actor Cody Longo Died From Alcohol Abuse



9 Teresa Taylor Dies: Butthole Surfers Drummer And Memorable 'Slacker' Actor Was 60



10 'Metropolis' TV Series Not Going Forward Amid Writers Strike & Mounting Pre-Production Costs



ADVERTISEMENT

GOT A TIP?

THE
Hollywood
*REPORTER*NEWSLETTERS [SUBSCRIBE](#)

NEWS FILM TV AWARDS LIFESTYLE BUSINESS GLOBAL VIDEO MUSIC WRITERS STRIKE

HOME MOVIES **MOVIE NEWS**

'Elemental' Box Office Debacle: Pixar Movie Opens to Record-Worst \$29.6M

That's the lowest three-day weekend start in the history of the storied animation company when adjusting the opening of 1995's 'Toy Story' for inflation.

BY **PAMELA MCCLINTOCK**

JUNE 19, 2023 3:25PM



Pixar's 'Elemental.' DISNEY/PIXAR

Pixar's movie about a rat with ambitions of becoming an acclaimed French chef started off its [box office](#) run at slow simmer when opening to a less-than-flavorable \$47 million in summer 2007. Pundits were quick to pronounce Pixar had botched the recipe in a rare miss. But skeptics were proven wrong when *Ratatouille* began boiling over on its way to earning \$623 million at the worldwide box office.

For decades, the revered animation studio that was backed by the late Steve Jobs before being bought by Disney, could do no wrong, using the most unlikely scraps to turn out perfect stews again and again that became both commercial and critical hits at the box office buffet.

ADVERTISEMENT

Related Stories



Office: Ezra Miller's 'The Flash,' Pixar's 'Elemental' Get Iced By Moviegoers



Box Office: 'The Flash' Opens Sluggishly, 'Elemental' Fizzles

That all changed in the past several years, capped by the [dismal debut of *Elemental*](#) over the June 16-18 weekend. The movie, a parable about immigration and getting along, bombed with a \$29.6 million domestic debut, the worst three-day weekend start in the company's history behind Pixar's first release, 1995's *Toy Story*, which earned \$29.1 million over the three-day Thanksgiving weekend, a veritable small fortune at the time. (When adjusted for inflation, *Toy Story's* opening weekend haul would be north of \$50 million.) Moreover, *Toy Story* was a groundbreaking success that catapulted Pixar to fame and created an unparalleled brand. *Elemental's* pic's projected four-day domestic opening over the long Juneteenth holiday weekend is \$33.4 million.

Elemental's failure to galvanize moviegoers leaves Pixar stuck at a crossroads. For years, former Pixar chief [John Lasseter](#) balked at becoming a franchise factory (*Toy Story* and *Cars* were exceptions).

But family pics that aren't based on known IP are proving hard to eventize after consumers were trained during the pandemic to stream new Pixar films in the home, a controversial policy orchestrated by then-Disney chief Bob Chapek. Yet not even last summer's *Toy Story* spinoff *Lightyear*, which did receive a traditional theatrical run, could break through. It topped out at a mere \$226.4 million globally.

One ray of hope: *Elemental* earned an A CinemaScore and stellar exit scores on PostTrak, which could result in legs at the box office. It likewise scored well with audiences overseas, where it opened in a handful of major markets over the weekend, including South Korea, where it beat Warner Bros. and DC's *The Flash*. In December 2022, most of Hollywood wrote off DreamWorks Animation and Universal's *Puss and Boots: The Last Wish* when the threequel opened to a mere \$12.4 million domestically over the Dec. 23-25 weekend. But the family pic had nine lives, playing in theaters for months and earning \$480.9 million at the worldwide box office. Whether a movie based on original IP can do the same remains to be seen.

ADVERTISEMENT

On the Disney lot and at Pixar, where [Pete Docter](#) is in charge, there's sure to be plenty of discussion about *Elemental* and what it means for original vs. branded IP at the studio. Next year, Pixar has the original animated film *Elio* set for release in theaters, as well as an *Inside Out* sequel. Any lessons learned from *Elemental's* miss will take time to implement, as course corrections are particularly complicated in the animation space, considering these movies take many years to make. And studio insiders say there would be no franchises without original swings, something Pixar in particular excelled at for decades.

Original versus branded IP is also a crucial issue for Walt Disney Animation Studios, which saw *Strange World* fall flat last year in earning only \$73.6 million globally. Disney execs will be watching closely to see if Disney Animation's original upcoming Thanksgiving offering *Wish* can break the curse facing original animated fare.

In hindsight, it's no surprise why Bob Iger used his first earnings call upon returning as CEO of the Walt Disney Co. to tease additional installments in the hit animated franchises *Toy Story*, *Frozen* and *Zootopia* (the latter two are from Walt Disney Animation). He said the future films were an example of how "we are leaning into our unrivaled brands." [Throughout the February 2023 call](#), he stressed again and again the importance of curating the company's marquee franchises.

"The event nature of Pixar films, even original IP, isn't what it used to be. However, new leadership is seemingly trying to right some of the wrongs from the last few years," says box office analyst Shawn Robbins. "*Elemental*'s mostly positive reception and minimal competition could help the film find legs through summer, and Pixar itself can still have a very bright future ahead as long as its shepherds remain committed to the creative fundamentals that guided the studio for so long."

ADVERTISEMENT

The vast majority of Pixar films have opened to \$50 million or more at the domestic box office, topped by sequels *Incredibles 2* (\$182.7 million) and *Finding Dory* (\$135.1 million), not adjusted for inflation. *Elemental*, *The Good Dinosaur* and *Onward* are among the handful of Pixar movies to open to less than \$50 million (*Good Dinosaur* and *Onward* both launched to \$39 million domestically) in their initial wide breaks.

For now, pundits and insiders are left to debate the factors for the record low opening. Among critics, Pixar's track record was also stellar for long stretches, with many titles boasting a Rotten Tomatoes Tomatometer score in the 90 percent to 100 percent range. *Elemental* received a more lukewarm response, with a current Tomatometer score of 76 percent. *Lightyear* fared lower at 74 percent, but still opened to \$50.7 million domestically.

Another challenge facing the Disney empire: more competition and a shifting audience for animated movies. Along with kids, adults between the ages of 18 and 34 were a huge reason for the stunning success of Illumination and Universal's billion-dollar blockbuster *The Super Mario Bros. Movie* earlier this year; ditto for Sony's more recent entry *Spider-Man: Across the Spider-Verse*.

Adds Robbins in summing up the *Elemental* conversation: "Disney's pandemic era streaming strategies and the rising popularity of other animation studios among modern youngsters and family moviegoers should be considered."

THR



ENTERTAINMENT

Adipurush Box Office Day 4: राम-रावण নিয়ে কেতা! সোমবার আরও কমল আয়, বাড়ল বিক্ফোড

By Jhon Lobo — On Jun 20, 2023



ব্যাপক সমালোচনা, প্রতিবাদ এবং নিষেধাজ্ঞার ফলে বক্স অফিসে কার্যত মার খাচ্ছে প্রভাস-কৃতি শ্যানন-সইফ আলি খানের আদিপুরুষ। সোমবার ব্যবসা পড়ল একধাঙ্কায় অনেকখানি। সপ্তাহান্তের শেষ দিনে অর্থাৎ রবিবার যেখানে আয় ছিল ৬০ কোটির উপরে, সেখানে সোমবার ছবি ঘরে তুলল মাত্র ২০ কোটি।

Sacnilk-এর একটি প্রতিবেদন অনুসারে, সপ্তাহান্তে ভারতে ২২০ কোটি আয় করার পর সোমবার মুখ খুবড়ে পড়েছে। এটি শুক্রবার ৮৬ কোটি, শনিবার ৬৫ কোটি এবং রবিবার ৬৯ কোটি আয় করেছে। এটি বিশ্বব্যাপী ৩৪০ কোটি আয় করেছে। সোমবারের বিশ্বব্যাপী পরিসংখ্যান এখনও উপলব্ধ নয়।

সোমবার চলচ্চিত্র বাণিজ্য বিশ্লেষক তরুণ আদর্শ 'ক্র্যাশ' ঘোষণা করেছেন। তিনি একটি টুইটে লিখেছেন, 'লোকের মুখের নেতিবাচক প্রতিক্রিয়া পড়ল ছবির উপর। সমিতশালী উদ্বোধনের পর সপ্তাহান্তে এসে ভেঙে পড়ল ব্যবসা। ইন্ডিয়া বিজ'

সোমবার বেশ কয়েকটি শহরে হয়েছে সিনেমা নিয়ে প্রতিবাদ। এমনকী পড়শি দেশ নেপাল আদিপুরুষ নির্মাতাদের উপর রাগ করে কাঠমাণ্ডু শহরে বলিউডের সব ছবির উপরেই নিষেধাজ্ঞা জারি করে। অবশেষে ছবির প্রযোজনা সংস্থা টি সিরিজের তরফ থেকে ক্ষমা চেয়ে চিঠি পাঠানো হয় কাঠমাণ্ডু মেট্রোপলিটন সিটির মেয়রকে।

চিঠিতে লেখা হয়, "শ্রদ্ধেয় স্যার, শুরুতেই আমরা ক্ষমাপ্রার্থী যদি কোনওভাবে নেপালের জনগণের অনুভূতিতে আঘাত দিয়ে থাকি। এটা ইচ্ছাকৃত বা ইচ্ছাকৃতভাবে করা কনও ভুল নয়। প্রভাস, যিনি এই ছবিতে রাম তাঁর মুখের ডায়ালগটি হল, 'আজ আমার জন্য লড়াই করতে হবে না। বরং সেই দিনটার কথা ভেবে লড়াই করো যাতে যখন ভারতের কোনও মেয়ের গায়ে হাত দেওয়ার আগে অপকর্মকারীরা কেঁপে উঠবে।' এখানে কিন্তু সীতা মাতার জন্মের কোনও উল্লেখ নেই। বরং নারীদের, বিশেষ করে ভারতের নারীদের মর্যাদা বোঝায়, এই সংলাপ বলে গোটা বিশ্বের মহিলাদের মর্যাদা আসলে আমাদের কাছে গুরুত্বপূর্ণ।

আমরা আপনাদের ছবিটি দেখার অনুরোধ করছি। এবং এই ছবির শিল্প সত্তাকে আরও বড় জনতার সামনে পৌঁছে দেওয়ার অনুরোধ জানাচ্ছি।"

এদিকে ছবি মুক্তির পর থেকে সোশ্যাল মিডিয়ায় তীব্র আক্রমণের মুখোমুখি হচ্ছেন আদিপুরুষের চিত্রনাট্যকার মনোজ মুনতাশির শুক্লা।

TRENDING NEWS

1

**Sooryavanshi Box Office Collection Day 5: Akshay...**

Nov 10, 2021

2

**Sensex slips 656 points to settle at over 60,000; Nifty down...**

Jan 19, 2022

3

**404 – Page Not Found | Firstpost**

Sep 13, 2021

4

**Canucks rekindle confidence, momentum to close out eastern...**

Jan 19, 2022

5

**Canada opposition chief, leading in election race, under...**

Sep 5, 2021

LATEST NEWS

BUSINESS

Alibaba Says Its Chairman, Daniel Zhang, Will Step Down...

JESSICA • 27 seconds ago • 0

WORLD

Chinese Billionaire Jack Ma Takes First Class As...

SMITH • 2 mins ago • 0

SPORTS

Red-Hot Luis Arraez, Marlins Try To Add To Jays'...

ANTHONY • 3 mins ago • 0

LOAD MORE POSTS ▾

চাপের মুখে পড়ে চিত্রনাট্যকার মনোজ এবং পরিচালক ওম রাউত ছবির সংলাপ বদলের প্রতিশ্রুতিও দিয়েছেন। তবে তাতেও জনতার রাগ কমছে না। 'রামায়ণ' নিয়ে ছেলেখেলা মানতে পারছেন না কেউই!

For all the latest [entertainment News Click Here](#)

[Read original article here](#)

Denial of responsibility! TechAI is an automatic aggregator around the global media. All the content are available free on Internet. We have just arranged it in one platform for educational purpose only. In each content, the hyperlink to the primary source is specified. All trademarks belong to their rightful owners, all materials to their authors. If you are the owner of the content and do not want us to publish your materials on our website, please contact us by email - abuse@techiai.com. The content will be deleted within 24 hours.

adipurush Bollywood box day office Prabhas আদিপুরুষ আদিপুরুষ বঙ্গ অফিস

Share Facebook Twitter Google+ Reddit + 0



Jhon Lobo - 57634 Posts

- 0 Comments

← PREV POST

● Live: Russia launches overnight air attack on cities across Ukraine

NEXT POST →

Adobe's \$20 billion deal to acquire Figma under threat from EU regulators

Leave a comment

ENTERTAINMENT

Ali Abbas Zafar Shares An Update On His Action Movie With Katrina Kaif, Also Reveals His Bond With The Actor | Hindi Movie News – Times Of India

By **Jhon Lobo** — On Jun 20, 2023

Share Facebook Twitter Google+ Reddit Pinterest Email 0

Filmmaker Ali Abbas Zafar and Katrina Kaif have worked on multiple projects together, including Mere Brother Ki Dulhan (2011), Tiger Zinda Hai (2017) and Bharat (2018).

There were also reports that the two will reunite for an actioner called Super Soldier, however there had been no movement on the same. Recently however, Ali Abbas Zafar spilled some beans on his ambitious project.

Recently, Ali told a leading entertainment portal that he and Katrina will start working on the film as soon as they are done with other projects.

He further added that the schedule of the movie went haywire due to the pandemic, and Katrina had to finish Tiger 3 and then her other commitments. Ali is currently doing the recce for his next film and will soon sit together and discuss the schedules.

Ali also opened up on his bond with Katrina and said that the two are extremely close friends, but are also professional and there is no compulsion amongst the two to constantly work together. The filmmaker also added that he and Katrina often bounce off ideas to each other, even on projects that they are not working together on, because that is the kind of relationship they share.

Katrina will soon be seen in Tiger 3 with Salman Khan and Emraan Hashmi. She also has Sriram Raghavan's Merry Christmas with Vijay Sethupathi in her kitty, along with Farhan Akhtar's Jee Le Zaraa alongside Priyanka Chopra and Alia Bhatt in pivotal roles.

For all the latest [entertainment News Click Here](#)

[Read original article here](#)

Denial of responsibility! TechAI is an automatic aggregator around the global media. All the content are available free on Internet. We have just arranged it in one platform for educational purpose only. In each content, the hyperlink to the primary source is specified. All trademarks belong to their rightful owners, all materials to their authors. If you are the owner of the content and do not want us to publish your materials on our website, please contact us by email - abuse@techiai.com. The content will be deleted within 24 hours.

Abbas action actor Ali alia bhatt Bond Emraan Hashmi Farhan Akhtar

Share Facebook Twitter Google+ Reddit + 0



Jhon Lobo - 57635 Posts

- 0 Comments

Leave a comment

[Contact Us](#) [DMCA Policy](#) [About Us](#) [Privacy Policy](#) [Terms Of Use](#) [Disclaimer](#) [Cookie Policy](#)

© 2021 - All Rights Reserved.

Website Design: Tech AI Team

Disney film 'Elemental' featuring first nonbinary character tanks at box office

How do you feel about the expanding field of GOP presidential candidates?

Question of the Day

There is room for more

The options are now enough

[View results](#)

Advertisement

This image released by Disney/Pixar Studios shows Ember, voiced by Leah Lewis, left, and Wade, voiced by Mamoudou Athie in a scene from the animated film "Elemental." (Disney/Pixar via AP) This image released by Disney/Pixar Studios . [more >](#)



[Back](#)

[Print](#)

By Valerie Richardson - The Washington Times - Updated: 12:04 a.m. on Tuesday, June 20, 2023

Disney appears to have another flop on its hands with "Elemental," the animated adventure billed as the first to feature a nonbinary character, which registered the weakest weekend opening for a Pixar film since 1995.

"Elemental," an opposites-attract story, took in \$29.6 million from June 16-18 in what Variety described as "by far the worst start in modern history for Pixar," earning slightly more than the \$29.1 million for the studio's first film, "Toy Story."

The latest release also represents another step in Disney's dogged march to the left by hammering audiences with thinly veiled lectures about racism, xenophobia and sexual orientation.

"The entire film is a Leftist xenophobia allegory with loads of systemic racism built right in," said film critic James Carrick in a review for Worth it or Woke?

It's possible that "Elemental" will rally as did "Toy Story," but so far, the movie looks like the third strike in the Disney woke era after the disappointing 2022 "Toy Story" sequel "Lightyear" and the 2020's "Onward," which was banned in the Middle East for its references to a lesbian relationship.

The story is set in the city of Element, where beings made of the four elements - water, air, earth and fire - reside in harmony, with the exception of fire elementals, who are seen as dangerous and largely relegated to the other side of the tracks.

A fire "immigrant" named Ember Lumen whose family is fighting discrimination as they climb the socio-economic ladder falls in love with water-being Wade Ripple, who has a nonbinary sister named Lake.

In what may or may not be a coincidence, the movie title for "Elemental" is written in rainbow letters.

"BIG ANNOUNCEMENT," tweeted Kai Ava Hauser, who voiced the character. "I got to play Pixar's first nonbinary character! Meet Lake!"

Less impressed was Abby Johnson, founder of the pro-life group And Then There Were None, who advised Disney to "Go back to entertaining instead of indoctrinating."

"Pixar's recently released animated film "Elemental" featured a pair of lesbian parents and a 'non-binary' character," tweeted Ms. Johnson. "It bombed at the box office and is Pixar's lowest performing opening weekend in their entire history."

While "Toy Story" earned slightly less in its weekend debut than did "Elemental," the 1995 film would have more than \$50 million when adjusted for inflation, the Hollywood Reporter said.

Sorry for the late entry; Father's Day and all. @pixarelemental is beyond elementary. It is the most overtly agenda-driven piece of propaganda put out by Disney yet.

Read our review <https://t.co/TXzZOeLvka>

- Worth it or Woke? (reviews) (@worthitorwoke) June 19, 2023

Several reviewers pointed out that the racism metaphor breaks down because the fire beings, with their hot tempers, actually do destroy property and scorch other elements, which explains why the rest of society wants to avoid them.

"In one scene, Ember tells Wade of a time when a racist security guard wouldn't let her father and her into a museum,

saying, 'But they said our fire was too dangerous and wouldn't let us in,'" said Mr. Carrick. He continued: "Um, yeah . you're made of fire. It seems more than reasonable to be cautious of an entire group of people who could kill you if one stubs his toe, let alone is shown to incinerate property with a thought." The Verge critic Charles Pulliam-Moore said that Ember, when her temper flares, "accidentally burns off a tree-person's foliage (which is their. skin? unclear)."

"[I]t's very easy to imagine why the other elements might fear fire people, which complicates the movie's framing of them as minorities being unjustly discriminated against," he said.

Praising the film's political messaging was MovieWeb reviewer Julian Roman, who said that the Pixar release "addresses racism and xenophobia with spectacular CGI animation."

"Elemental also depicts a lesbian couple in Wade's family," said the review. "The film embraces diversity and inclusion for all. These themes have become hot-button issues in a charged political atmosphere. Some may view Elemental as indoctrinating propaganda for interracial relationships and alternative lifestyles, but sincerely, this shouldn't become a rallying cry against moral turpitude."

The film earned \$15 million overseas, bringing the global haul to a tepid \$44.5 million. The movie reportedly cost \$200 million and was expected to earn \$35 million in its opening weekend.

. Valerie Richardson can be reached at vrichardson@washingtontimes.com .

Copyright © 2023 The Washington Times, LLC. [Click here for reprint permission](#) .

Please read our comment policy before commenting.

The Flash ou Pixar : qui prend la tete du box-office US ?

Quel démarrage pour le film de super-héros The Flash et le film d'animation Elémentaire aux Etats-Unis ? On fait le point sur le box-office du week-end. BOX-OFFICE US DU 16 AU 18 JUIN 2023 The Flash : 55 100 000 \$ (Nouveauté) Elémentaire : 29 500 000 \$ (Nouveauté) Spider-Man: Across the Spider-Verse : 27 800 000 \$ (Cumul : 280 382 979 \$) Transformers : Rise of the Beasts : 20 000 000 \$ (Cumul : 100 622 183 \$) La Petite Sirène : 11 600 000 \$ (Cumul : 253 559 129 \$) The Blackening : 6 000 000 \$ (Nouveauté) Les Gardiens de la Galaxie vol. 3 : 5 000 000 \$ (Cumul : 344 360 355 \$) Le Croque-mitaine : 3 800 000 \$ (Cumul : 32 767 747 \$) Fast X : 2 020 000 \$ (Cumul : 142 403 305 \$) Asteroid City : 790 000 \$ (Nouveauté) A RETENIR Deux grosses nouveautés ont débarqué sur les écrans aux Etats-Unis ce week-end : le film de super-héros The Flash , et dans un autre registre, le film d'animation Pixar, Elémentaire. Lequel des deux films l'a emporté ? The Flash a été plus rapide et enregistre un box-office de 55,1 M\$ à l'issue de son premier week-end d'exploitation. The Flash Sortie : 14 juin 2023 | 2h 24min De Andy Muschietti Avec Ezra Miller Sasha Calle Michael Shannon Presse Spectateurs Séances (896) La pôle position donc pour le super-héros incarné par Ezra Miller, mais un score inférieur aux prévisions. " Même si The Flash fait un peu mieux que Shazam! en 2019 (53,5 M\$), il est à -41% comparé à Justice League en 2017 (93,8 M\$), qui mettait déjà en scène son personnage, ou -17 % par rapport à Black Adam en 2022 (67 M\$) ", détaillent nos confrères de Boxoffice Pro Elémentaire , le dernier né des studios Pixar, arrive sur la 2ème marche, avec un box-office de 29,5 M\$. Un démarrage en demi-teinte, en dessous de En avant! , qui était sorti très peu de temps avant le confinement, début 2020. Elémentaire De Peter Sohn Avec Adèle Exarchopoulos Leah Lewis Vincent Lacoste Mamoudou Athie Wendi McLendon-Covey Sortie le 21 juin 2023 Envie de voir Côté nouveautés, signalons, à la 6ème place, la présence du film d'horreur américain The Blackening , adapté du court métrage éponyme diffusée sur Comedy Central. Et à la 10ème place, l'excellent démarrage d' Asteroid City , le nouveau film de Wes Anderson, qui arrivera dans nos salles obscures françaises dès ce mercredi 21 juin. Le reste du classement est constitué uniquement de continuations. Source : Box-office Mojo

CONTENUS SPONSORISÉS



BEST CELEBRITY NEWS

bestcelnews.com

CELEBRITIES ENTERTAINMENT LIFESTYLE MUSIC TV & MOVIES



'The Flash' Disappoints With Debut Box Office Flop of \$55 Million USD

© 06/19/2023

If *The Flash* is any indication of the new Warner Bros. strategy, things are not looking up at the moment. The Ezra Miller-starring film battled its way at the box office, going up against Pixar's *Elemental*. While it came out victorious against its competitor, it still fell relatively short of the already-low expectations.

The Flash debuted with \$55 million USD while *Elemental* debuted at the box office with \$29.5 million USD. Both films had a hefty budget with the Warner Bros. backed film costing \$200 million USD to make and \$100 million USD to market, marking a major disappointment for the theatrical release weekend. Leading up to the DC film, *The Flash's* marketing tried to cement the project as "one of the greatest superhero movies ever made," as per DC Studios' new co-chief James Gunn. The film, which is directed by Andy Muschietti, sees the plot pick up from Miller's Barry Allen aka The Flash, as he travels back in time to prevent his mother's murder and inadvertently unlocks the DC multiverse.

Search ...

Search

HOT NEWS



5 Must-Haves From Ulta Beauty's Early Black Friday Sale

11/04/2021



NCIS season 19: Will Jessica Knight take over from Ellie Bishop?

05/31/2021



Bachelor Peter Weber Reveals He's 'in Love' With All 3 of His Finalists

02/18/2020



Johnny Depp 'violated Amber Heard with a bottle after taking her hostage and threatening to kill her', trial hears

04/13/2022



The Bachelorette's Jillian Harris Opens Up About Her Mom's 30-Year Battle with Bipolar Disorder

08/27/2020

RECENT POSTS

['The Flash' Disappoints With Debut Box Office Flop of \\$55 Million USD Official Look at the Nike SB React Leo "Cacao Wow"](#)

[Palace and Vans Reunite For Brand-New Palace Vans Low](#)

[Kerry Katona's mum sold her Brian McFadden wedding ring on eBay during family feud](#)

[44 Label Group Takes Gothic Musicians "On Tour" for SS24](#)

[Richard Madeley forced to apologise as Laura Tobin joke sparks awkward silence](#)

[Our Legacy Spring 2024 "Snow in April" Studies the Versatility of Clothing](#)

The film also took a dive at the international box office, hitting \$75 million USD in 78 markets, bringing its global revenue to \$139 million USD. *The Flash* is the second of four DC films to open in 2023 before Gunn and Peter Safran take over the Warner Bros. comic book universe in a completely new direction.

In other entertainment news, Margot Robbie gives a tour of the Barbie Dreamhouse.

Source: [Read Full Article](#)

Latest HOT News:

1. [You'll Have to Wait a While to Stream "Doctor Strange 2"](#)
2. [Margaret Howell Celebrates "Comfortable, Slouchy and Casual" Clothing for FW21](#)
3. [Chris Evans Calls His Accidental Photo Leak A "Teachable Moment"](#)
4. [Official Look at the Air Jordan 3 Winterized "Archaeo Brown"](#)
5. [WandaVision: Monica Rambeau's Empty X-Ray Hints at Something Bigger Than a Tech Mishap](#)
6. [Am I the Only One Who Thinks Selena Gomez's New Video Looks Like The Weeknd's "Heartless?"](#)

← [Official Look at the Nike SB React Leo "Cacao Wow"](#)



An 'Elemental' problem for Pixar?

01:53 - Source: [CNN](#)

(CNN) — Watching the coming attraction for [“Blue Beetle,”](#) the next movie adaptation of a DC comic, a thought emerged almost reflexively: “There’s one to stream.”

After a weekend that saw a twin bloodbath in terms of major film releases that fell well short of box-office expectations, [“The Flash”](#) and [“Elemental,”](#) it’s difficult to overstate how corrosive that mentality has become for the theatrical business – fueled, admittedly, by a wide variety of factors, but with the shift toward streaming having clearly contributed to the problem.

“Elemental,” Disney’s latest Pixar movie to hit theaters after several of its brethren went directly to streaming, and “The Flash,” a superhero from the DC/Warner Bros. stable (like CNN, units of Warner Bros. Discovery), earned roughly \$30 million and \$55 million during their opening weekends, respectively, evoking descriptions like “flop” and “disappointing” – despite mostly [positive reaction](#) from [moviegoers](#) who did see the films.



Disney Pixar's "Elemental."

Given the high costs associated with producing and marketing those films, each studio faces the prospect of sizable financial losses, although these projects will continue to provide revenue down the pipeline in harder-to-measure ways, including, yes, the value they bring to the studios' respective streaming services.

For theater owners, there's small consolation in that. And for Hollywood talent – beginning with the Writers Guild of America, which is well into the second month of [a strike against the major studios and streamers](#) – the lack of transparency about streaming revenue and how it's calculated has represented a major sticking point in those contract negotiations.

As the [Los Angeles Times reported](#), writers have taken to calling this “the Netflix strike,” a reference to the way streaming – as exemplified by the streaming giant and emulation of its practices – has upended the existing business model and clouded the future.

Whether that's an entirely fair assessment, what seems clear is the one-two punch dealt to movies going by the push toward streaming in 2019, and the pandemic that began the following year, has shifted consumer habits, despite some encouraging signs of a rebound. For every “Top Gun: Maverick,” “Avatar: The Way of Water” or “Spider-Man: Across the Spider-Verse,” there appear to be two or three high-profile titles that look destined to leave their corporate parent awash in red ink.



Ezra Miller and Michael Keaton in "The Flash," which fell short of box-office estimates.

Perhaps no once-reliable hit maker has experienced a more sweeping setback than Pixar, which saw Disney move films like "Turning Red" and "Soul" directly to streaming during the pandemic, and ["Lightyear"](#) – a spinoff from the mighty "Toy Story" franchise – underperform at the box office. The prevailing sense is part of the audience that once dutifully flocked to Pixar fare as family-friendly outings have been reprogrammed to wait and consume those items in the comfort of their homes.

Similarly, "The Flash" follows a string of box-office disappointments for DC with what amount to second-tier superheroes, following ["Black Adam"](#) and ["Shazam! Fury of the Gods."](#) Even Marvel hasn't been immune to such issues, as "Ant-Man and the Wasp: Quantumania" failed to deliver much of a "wow" factor commercially (or [creatively](#)) speaking, though the latest "Guardians of the Galaxy" sequel fared considerably better.

The main challenge, to borrow screenwriter William Goldman's famous line about Hollywood that "Nobody knows anything," is the lack of hard and fast rules about what might work, and the aforementioned bright spots indicating that there's still life in traditional movie exhibition, including the occasional happy surprise.

For now, though, Hollywood is engaged in the usual second guessing and finger pointing, hoping "The Flash" and "Elemental" represent specific examples as opposed to further evidence of systemic erosion that bodes ill for the big summer releases yet to come. While it's tempting to blame the movies themselves, that's a harder case to make when people didn't see and reject them but rather didn't show up in the first place.

With apologies to Goldman, we do know at least this much: Streaming is fundamentally changing things. How much remains harder to pinpoint, but compared to the movie business as we knew it even five years ago, the warning signs are flashing.



[Live TV](#)

FOLLOW US:

[TV](#) | [FILM](#) | [AWARDSLINE](#) | [BOX OFFICE](#) | [BIZ](#) | [THEATER](#) | [INTL](#) | [REVIEWS](#) | [OBITS](#) | [VIDEO](#) | [EVENTS](#) | [FESTIVALS](#) | [INSIDER](#) | [HBO FYC](#) | [NEWS ALERTS](#)

‘Past Lives’ Producers Christine Vachon, Pamela Koffler & David Hinojosa On Indie Film Scene’s Rebound From Covid & Perpetuating “A Healthy Ecosystem For Serious Adult Dramas To Exist”

By [Matt Grobar](#)

June 19, 2023 11:48am



From left: ‘Past Lives’ producers Christine Vachon, Pamela Koffler and David Hinojosa
 Dominik Bindl/Getty Images

Amidst a disrupted industry at the start of the Covid pandemic, the hope amongst producers [Christine Vachon](#), [Pamela Koffler](#) and [David Hinojosa](#) was simply to stay engaged. This, they accomplished by reading the best scripts at their disposal — among them [Past Lives](#), which would mark the feature debut of playwright Celine Song.

When the trio were sent the script as a sample, they were told that the project was not available for producing. “And then just a year later, we were offered the opportunity to meet with Celine about producing it,” says Koffler, “and it felt sort of cosmic.”

ADVERTISEMENT

ADVERTISEMENT

Trending on Deadline

1 ‘Days Of Our Lives’ Actor Cody Longo Died From Alcohol Abuse



2 ‘Mission: Impossible – Dead Reckoning Part One’ World Premiere Photo Gallery: Tom Cruise & Team Hit Rome



3 Tom Cruise Gets Emotional On ‘Mission: Impossible’ Red Carpet Talking About Love Of Cinema: “Guys, This Is How I Feel About Life And Our Artform” - Watch



RELATED STORY

Sundance London Reveals Industry Lineup Including Talks With A24 Execs And LFF Head

Kristy Matheson

A meditation on roads not taken that generated huge buzz at Sundance before going on to the second-best limited opening of the year earlier this month, *Past Lives*, Song told us in Park City, is heavily inspired by events in her own life, as “a bilingual and bicultural person.” The A24



Teo Yoo and Greta Lee in *Past Lives*

[A24](#)

film tells the story of Nora (Greta Lee) and Hae Sung (Teo Yoo), two deeply connected childhood friends, who are wrest apart after Nora’s family emigrates from South Korea. Two decades later, after the playwright has married another writer named Arthur (Magaro), she’s reunited with Hae Sung in New York for one fateful week as they confront notions of destiny, love, and the choices that make a life.

Part of what made the project “glorious” for Koffler, who with Vachon founded the renowned indie production company [Killer Films](#), was the opportunity it presented for a reteam with Hinojosa. A longtime colleague at KF who had just recently departed to co-found his own production and management company, [2AM](#), Hinojosa had in his decade at the company worked alongside Vachon and Koffler to bolster such emerging voices as Josephine Decker, Janicza Bravo and Brady Corbet. And in *Past Lives*, the producers had the chance to help cement the career of another. “We know exactly how to work with each other,” says Koffler, “and together in that kind of confidence, we were able to learn how to work with Celine.”

Ahead of *Past Lives*’ nationwide expansion set for this Friday, June 23rd, Vachon, Koffler and Hinojosa spoke with Deadline about navigating the film through Covid, working within the quite different filmmaking culture of South Korea as part of the shoot, the indie film scene’s rebound from the pandemic, achieving box office success at a difficult time for arthouse titles, the situation of their companies amidst the writers’ strike, their drive to perpetuate “a healthy ecosystem for serious adult dramas to exist,” and more.

ADVERTISEMENT

DEADLINE: As producers who have long collaborated with up-and-coming filmmakers, how do you know when someone like Celine, from a sphere like theater, will be able to successfully make the leap into film, beyond just the writing of a great script?

4 'The Flash' Falls Down With \$55M 3-Day Opening: Here's Why



5 Titanic Tourist Submarine Goes Missing Off Newfoundland; Search And Rescue Mission Underway



6 'Metropolis' TV Series Not Going Forward Amid Writers Strike & Mounting Pre-Production Costs



7 'Wednesday' Star Emma Myers To Lead The BBC's 'A Good Girl's Guide To Murder' Adaptation



8 'It Ends With Us' Halts Production After WGA Rejects Wayfarer Argument That Sony Negative Pickup Is An Indie Film



9 Sarah Jessica Parker Says Kim Cattrall's 'And Just Like That...' Cameo Was A Joy, But Kristin Davis Kills Any Hope Of Cast Feud Closure



10 Tom Cruise And 'Mission: Impossible - Dead Reckoning Part One' Cast Including Hayley Atwell, Simon Pegg, Henry Czerny Talk On Rome Red Carpet - Watch



ADVERTISEMENT



Greta Lee, John Magaro and Teo Yoo in *Past Lives*
A24

CHRISTINE VACHON: I think it's an ability to effectively articulate her vision, which she was really able to do. The first time we met with her, she made it very, very clear that she understood the story she was trying to tell, and the fact that she could articulate it so well to us

made us feel like she could really articulate that to department heads as well and get it done.

DEADLINE: *Tell us more about those initial conversations with Celine. What did she describe, in terms of her vision?*

VACHON: The movie that you just saw.

DAVID HINOJOSA: It's an incredible thing, how clearly she spoke about it two years ago, to what you go to the Angelika and see now. It's a pretty extraordinary, straight line.

PAMELA KOFFLER: I also observed that Celine is very aware of what makes a play work as a play and what makes a movie script work as a movie script. There's just an uncanny sense of the form of each story. She knew her story through and through, but she also just had, I think, a natural instinct around the cinematic way that she wrote the script. I mean, the script was very cinematic from the get-go, and [there was] an understanding of how to make it even more so in its execution. So that's what she talked about.

DEADLINE: *Was there a process of further developing her script ahead of production? Or was the one you read initially the version that made it to the screen?*

KOFFLER: I feel like pretty much the script we got is the one we made, if I'm remembering correctly, barring a few production-related need-to-change things that had to do with logistics. And not fixing things that weren't working, by any means.

VACHON: There's always that kind of pass as you progress from the script to what you can physically do.

DEADLINE: *Celine has spoken about the challenge that came with shooting in South Korea, after coming to discover that the filmmaking culture there is somewhat different. How was that part of the shoot, from your perspective?*

HINOJOSA: We had tremendous partners in [producer/co-financier] CJ Entertainment. They gave us a lot of logistic support and were full partners throughout the process, continue to be. So, I think for us, there were interesting anecdotal things. Like, how you book your actors is very culturally different than how it works in Los Angeles. Dressing rooms and trailers are handled slightly

differently; the actors wait in their cars when they're not being used. Like anything, you just pick up the rhythm and the style of the new place. But I think from a practicality standpoint, it was quite different.

DEADLINE: *What did you find to be the biggest challenges in bringing the film to fruition?*

VACHON: Covid.

KOFFLER: Yeah. That said, we were spared pretty much the worst of what can happen on a Covid shoot, but we were certainly making it in the fall of 2021. It was like post-Delta but pre-Omicron, but on the edges of either of those strains.



Teo Yoo and Greta Lee in *Past Lives*
A24

So, high levels of anxiety, international travel for a lot of our cast, which is always difficult in those Covid times. Honestly, I think we had our fair share of normal production challenges. But Celine rolled with them incredibly well, given it was her first time making a film. You know, we had a hurricane on the first day, but that's okay. We dealt with it. We had...

ADVERTISEMENT

HINOJOSA: Great clouds in that scene, with the hurricane leaving.

KOFFLER: Exactly. I would say it was challenging because every movie is challenging, but really a fantastic team of people.

HINOJOSA: The one that that was a hurdle for me every day is, I don't speak Korean, and most of the movie is in Korean. So, you're sitting there at the monitor with the sides, and I only know where they are because I'm following along line by line like at karaoke. So, if you get distracted or someone asks you a question, you lose your place.

DEADLINE: *While Past Lives has scored the second highest limited opening of the year to date, it seems challenging these days for specialty films to get to a reasonable level of financial success, even if they're Oscar winners.*

Why do you think your film has broken through in this way?

KOFFLER: I just think at the end of the day, it is causing people to feel deeply. So,

that's number one. Number two, its execution is excellent. It's just a great film; plus, it makes you feel, across so many generations. It's so emotional, and it's so good. So, that's a lot. It has a lot of things, and I'm seeing the level at which the audience is almost doing the work of promoting the movie.

VACHON: That's word of mouth.

KOFFLER: It is the old-fashioned word of mouth. Like, "You need to see this movie. Even though I know you don't go to the movies because you have little kids, or you don't go to the movies because you're worried about Covid, you've got to see this one."



Greta Lee and Teo Yoo in *Past Lives*
A24

HINOJOSA: I also think Celine understood something. I had a sense that she understood it more profoundly, which is that the movie is so universal, and it fascinates me how people watch it and connect to different dimensions of it. But it's a movie about making

choices, and literally everyone can relate to that. Whether you just moved, or [it's] the partner you chose or the job you did or didn't take, you relate to, "Am I on the version of my maximum happiness? Is that the version of life I'm in right now?" And I don't think I saw that until the movie was done. I didn't really understand it.

DEADLINE: *Do you think the film's marketing has played a role in the way it's connected? Certainly, A24 is highly skilled at accessing what it is that's special about a project and getting people to take notice.*

KOFFLER: I guess the thing I'd say is I have observed, and they did such a good job in this way, is keeping it special every step of the way. There's respect for the theatrical experience — for anticipating a movie, waiting for a movie, thinking about it until you see it. And it also delivers. If that was a bait and switch and the movie wasn't as good as it was, I don't know if it would work so well. But in conjunction with the excellence of the film, and as David said, how universal it is, they really did create a sense of, "This is a special thing." So, hats off to the studio for having the discipline and the foresight to roll it out this way.

HINOJOSA: I think they're very good at inviting you to discover something — opening it up to you, creating that space for you to interact with the thing. And then they know that that audience that loves it, because they support the thing, will talk about it, and it'll go back to the word of mouth.

DEADLINE: *How has the indie scene changed in the rebound from the pandemic? I imagine there have been noticeable effects, as the Covid-related costs that made some projects impossible to pull together have been reduced or eliminated.*

ADVERTISEMENT

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

VACHON: Are we actually dropping them off yet?

KOFFLER: No, we don't have to budget for Covid anymore.

VACHON: We really don't?

KOFFLER: We really don't. Covid definitely was an extraordinary cost that felt like an existential threat to a certain kind of movie...That is behind us, at least the Covid costs...

But you know, inflation, the cost of money, the cost of living, the cost of food, gas, it's all really conspired to make filming



Greta Lee in *Past Lives*
A24

feel extraordinarily expensive in a way that was not quite the same before 2020. So I feel relieved about the Covid piece of it, but it's still shocking. And I understand why. It just costs a lot of money to live in the United States, and in a city, and you feel it when you try to make movies in major U.S. cities. It's just a fact.

DEADLINE: *I'd seen you say in an interview, Christine, that you were concerned you might have to shutter Killer Films at the time of the last writers' strike. What's on your mind now that we're into week seven of another one? Are there particular concerns for you?*

VACHON: I think we take it a day at a time. In our natural kind of cycle, this was the time where the movies were going to start to come out. Like *Past Lives*, *May December*, *She Came to Me*, Ewan McGregor's movie [*You Sing Loud, I Sing Louder*]. It just kind of worked out that we weren't going to be in production now anyway. So, I think we're just watching and waiting and taking the temperature, and doing what we can to move our projects along.

DEADLINE: *In a recent episode of our Strike Talk podcast, Billy Ray and Todd Garner made the argument that even if some might perceive independent producers as being closer to the side of the AMPTP, they in actuality are in much closer kinship with writers. What do you think about that?*

VACHON: I did hear about that podcast, and somebody even sent me the exact minutes to listen to. Look, I haven't listened to it yet. But I would say, why are we closer to the AMPTP? Why would people think that? People think that because they don't actually know what we do. And if they did know what we did, they would know in fact that nothing could be further from the truth. And that if anything, we're walking on an even thinner ledge.

DEADLINE: *What are the issues within our business right now that are most concerning to you?*

KOFFLER: We think a lot about wanting there to be a healthy ecosystem for serious adult dramas to exist. They're movies we love and we care about, and a lot of the directors that we've spent years and years developing relationships with, it's their natural habitat. So, to hear that dramas are dangerous and "don't call it a drama" is definitely a little heartbreaking. But I don't believe that's true. I just feel like we have to figure out how to keep them going, where do they need to live, being responsive to how the market tells us they need to exist, but also pushing. [If] you take a chance on a really good one and it's really well made and it has a lot of the components of what makes *Past Lives* work, there's a path for it. So that's what I think a lot about. We just can't give up on those.

HINOJOSA: I think we're all just watching, viewing patterns are changing, and where people are finding things, how they want to experience them, and length of time episodic. I think on the creative end, you're trying to be conscious of that without abandoning what you loved doing in the first place.

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

READ MORE ABOUT [2AM](#) [A24](#) [CHRISTINE VACHON](#) [DAVID HINOJOSA](#) [KILLER FILMS](#)
[PAMELA KOFFLER](#) [PAST LIVES](#)

Comments

ADVERTISEMENT

No Comments

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

Comment

DEADLINE



Got A Tip?

DEADLINE

FOLLOW US:

TV | FILM | AWARDSLINE | BOX OFFICE | BIZ | THEATER | INTL | REVIEWS | OBITS | VIDEO | EVENTS | FESTIVALS | INSIDER | HBO FYC | NEWS ALERTS

Tom Cruise Gets Emotional On ‘Mission: Impossible’ Red Carpet Talking About Love Of Cinema: “Guys, This Is How I Feel About Life And Our Artform” – Watch

By Nancy Tartaglione, Baz Bamigboye
June 19, 2023 11:18am



Tom Cruise on the Spanish Steps on Monday
Tiziana Fabi/AFP via Getty Images

Tom Cruise talked emotionally about his love for big-screen movies and dove deep into the philosophy of global cinema during an interview with Deadline on the red carpet Monday in Rome where he attended the world premiere of Paramount and Skydance’s *Mission: Impossible – Dead Reckoning Part One*.

The event took place on the Spanish Steps of the Italian capital, where much of the latest franchise installment takes place, and fitting because of the value Cruise places on overseas markets for his movies, saying, getting emotional as he described the “artform” and how it “bridges walls, it breaks them down and allows people to be able to share that kind of commonality and experience.”

ADVERTISEMENT

ADVERTISEMENT

Trending on Deadline

1 'Days Of Our Lives' Actor Cody Longo Died From Alcohol Abuse



2 'Mission: Impossible – Dead Reckoning Part One' World Premiere Photo Gallery: Tom Cruise & Team Hit Rome



3 Titanic Tourist Submarine Goes Missing Off Newfoundland; Search And Rescue Mission Underway



4 Tom Cruise And 'Mission: Impossible -

RELATED STORY

'Mission: Impossible – Dead Reckoning Part One' World Premiere Photo Gallery: Tom Cruise & Team Hit Rome

Watch the video here:

"I'm very grateful to be here," he said of Rome. "And to be part of this, this whole time period, had we not had the community here to say we will support you in making what we wanted to do. Because I want to make movies, I make movies for the big screen, that is what I do. I understand. There's other areas and other platforms, I understand that I've studied everything up down and center, from making movies to studios to distribution. And I understand that I make movies for audiences, first and foremost, and to be able to have that kind of help.

"Believe me, every day I was dealing and working with this community of governments and the people in my crew, to make it so that we could all have this and be here today, and it would not have happened at enough in film and enough in Venice, Norway, Abu Dhabi, everyone and the whole industry to be able to support it make this happen. So this is a moment this is very exciting."

Cruise said to study the industry he insisted not just on attending studio premieres in a country but also on going to their theaters and watch their movies. A philosophy began forming.

RELATED: Tom Cruise And 'Mission: Impossible – Dead Reckoning Part One' Cast Including Hayley Atwell, Simon Pegg, Henry Czerny Talk On Rome Red Carpet – Watch

"And "I brought my movies and I watched my movies with them to understand the universality of humanity, the things that bring us together," he said. "And that's why it's not just a cinema experience – it is about all of us together from all walks of life, and being there together in the theater and having a common experience. And that is what cinema does. It bridges walls, it breaks them down and allows people to be able to share that kind of commonality and experience... . And I used to go meet with the students. I'd be like, we need theaters. You know, I want to I want to push you know, we need theaters in this country. We need theaters in that country."

ADVERTISEMENT

He added, it was really from a point of my own desire, and passion for humanity."

Dead Reckoning Part One (aka *M:I7*) sees Cruise's Ethan Hunt as and his IMF team embark on their most dangerous mission yet: To track down a terrifying new weapon that threatens all of humanity before it falls into the wrong hands. With control of the future, and the fate of the world at stake, and dark forces from Ethan's past closing in, a deadly race around the globe begins. Confronted by a mysterious, all-powerful enemy, Ethan is forced to consider that nothing can matter more than his mission – not even the lives of those he cares about most.

Dead Reckoning Part One' Cast Including Hayley Atwell, Simon Pegg, Henry Czerny Talk On Rome Red Carpet - Watch



5 Sarah Jessica Parker Says Kim Cattrall's 'And Just Like That...' Cameo Was A Joy, But Kristin Davis Kills Any Hope Of Cast Feud Closure



6 'The Flash' Falls Down With \$55M 3-Day Opening: Here's Why



7 'It Ends With Us' Halts Production After WGA Rejects Wayfarer Argument That Sony Negative Pickup Is An Indie Film



8 Pay-TV Will Dip To 38% Of U.S. Homes By 2027 As Exodus Continues; Streamers Facing Saturated U.S. Market, "Tectonic" AVOD Shift - PwC Forecast



9 'Metropolis' TV Series Not Going Forward Amid Writers Strike & Mounting Pre-Production Costs



10 'Wednesday' Star Emma Myers To Lead The BBC's 'A Good Girl's Guide To Murder' Adaptation



ADVERTISEMENT

Rebecca Ferguson, Simon Pegg, Hayley Atwell, Vanessa Kirby, Henry Czerny, Pom Klementieff, Esai Morales, Shea Whigham, Greg Tarzan Davis, Cary Elwes, Frederick Schmidt and Mariela Garriga also star.

Dead Reckoning begins global rollout July 12.

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

READ MORE ABOUT: [MISSION IMPOSSIBLE DEAD RECKONING PART ONE](#) [TOM CRUISE](#)

Comments

ADVERTISEMENT

No Comments

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

Comment

Name

Email

Website

POST COMMENT



FORBES > BUSINESS > HOLLYWOOD & ENTERTAINMENT

India Box Office: 'Adipurush' Scores \$41 Million Worldwide

Sweta Kaushal Contributor

I write about Indian films and shows - Bollywood and more.

Jun 19, 2023, 06:29am EDT



Prabhas on a poster of 'Adipurush'. T SREIES

The latest Hindi movie *Adipurush* has grossed over \$40 million in the first weekend of its release, as per the producers of the film. Directed by Om Raut (of OMG Oh My God! fame), the film features Prabhas, Kriti Sanon and Saif Ali Khan in lead roles. It is heavily inspired by the Hindu mythological epic *Ramayana*. The film was made on an estimated budget of \$63 million. Director Raut, Rajesh Nair and Prasad Sutar of Retrophiles, Pramod, and Vamsi of UV Creations, and Bhushan Kumar of Tseries, have co-produced the film.

The Telugu version of *Adipurush* alone earned \$1.64 million over the first weekend in the US markets alone. The Hindi film scored \$877,628 in the US markets over the weekend. It ranked at the tenth slot in the Comscore [SCOR](#) list of top grossing films over the weekend ending June 18. Comscore also listed *Adipurush* on the fifth rank on the worldwide list for top-grossing films this weekend with a total score of \$33.1

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

million nett collections worldwide. The film released in Telugu, Hindi, Kannada, Tamil and Malayalam languages.

The statement issued by producers T Series said: “*Adipurush* continues to captivate audiences across generations, crossing an astounding \$41.5 million on the opening weekend at the box office! Jai Shri Ram (Hail Lord Ram).”

Adipurush the third film that features Prabhas and has scored more than \$10 million on day one. Prior to *Adipurush*, *Bahubali*, *Bahubali 2* and *Saaho* were in the list. He plays the role of Raghav aka Ram from Ramayan while Sanon plays Janaki aka Sita. Khan essays the role of Ravana, and is named Lankesh in the film.

Speaking about the response to *Adipurush* at the Indian ticket windows, executive director of PVR-INOX Sanjeev Kumar Bijli says, “We are delighted with the massive response received for *Adipurush* over its first weekend with more than 18.5 lakh tickets sold at PVR INOX cinemas across the country, which is extremely heartening to see. We are certain that it would continue to set newer benchmarks in the weeks to come. Our heartiest congratulations to the director, producers and the entire team for making a film that has resonated so well with the Indian audiences.”

MORE FOR YOU

Ukraine Shows The Fight To Make The Bradley IFV Safer Was Worth It

Billionaire Andrew Tan’s Megaworld To Invest \$6.3 Billion On Philippine Townships, Hotels In Next Five Years

Today’s ‘Quordle’ Answers And Clues For Monday, June 19

Advance bookings

Adipurush was heavily publicised film and it garnered much support across the globe before the release. In India, it collected \$600,000 in India in the advance bookings while it scored \$16000 in the Australian & New Zealand markets.

GOT A TIP?



NEWSLETTERS [SUBSCRIBE](#)

NEWS FILM TV AWARDS LIFESTYLE BUSINESS GLOBAL VIDEO MUSIC WRITERS STRIKE

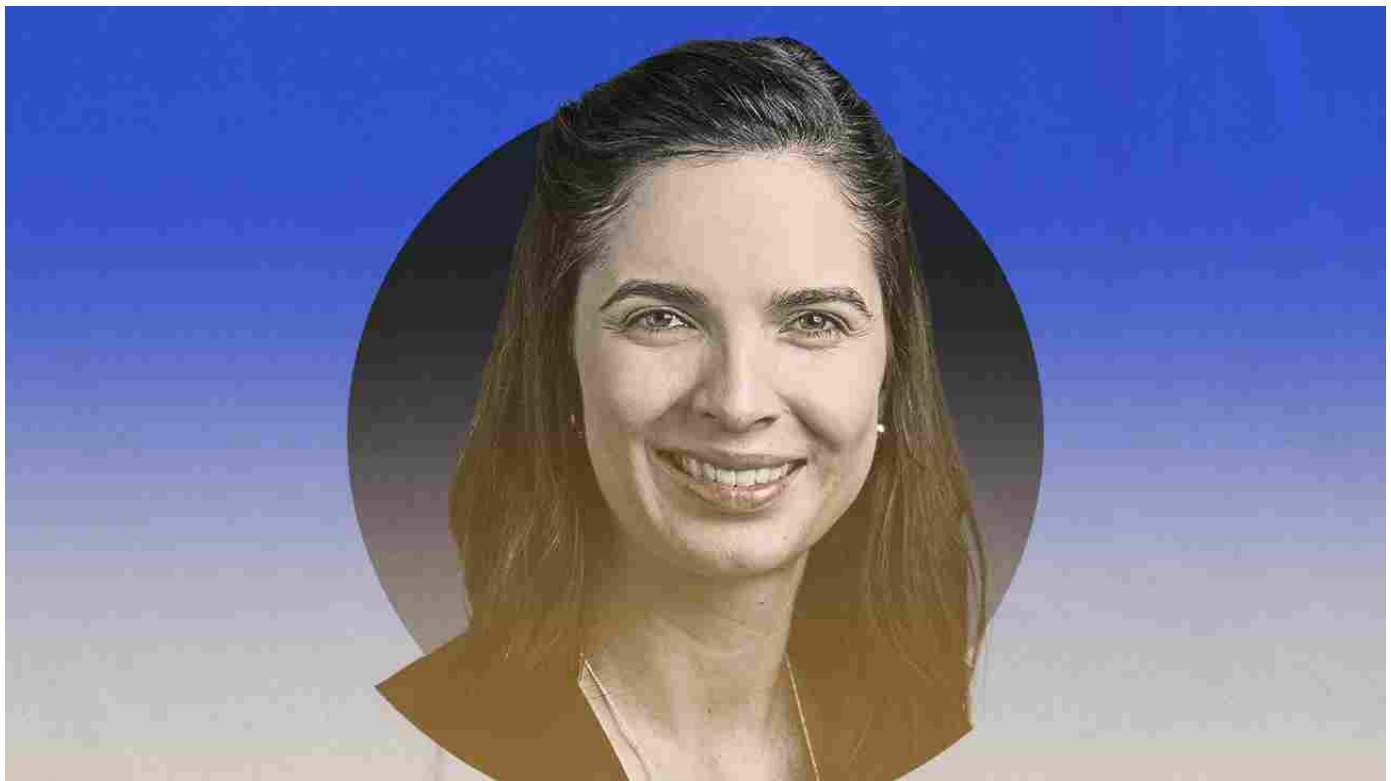
HOME BUSINESS **BUSINESS NEWS**

What Box Office and Streaming Video Will Look Like By 2027: PwC Expert Explains Forecast

A new report from the accounting firm predicts that cinema revenue is "on target to reach pre-pandemic levels by 2025, when it's forecast to be worth \$46.5 billion" — even with lower admissions.

BY **GEORG SZALAI**

JUNE 19, 2023 6:15AM



PwC's CJ Bangah COURTESY OF PWC

Hollywood reset its streaming ambitions in 2022 with a focus on profitability instead of pure subscriber growth. And macroeconomic clouds have affected advertising trends in the media and entertainment space. Now, PwC's annual closely-watched "Global Entertainment & Media Outlook" is providing latest data and forecasts for these and other sectors.

Covering the 2023-2027 period, it dives deeper into everything from cinema, "traditional TV" and streaming to music/radio/podcasts, video games/esports, print media and newer areas, such as NFTs and the metaverse.

ADVERTISEMENT

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

125121

Related Stories



IES
naz Hajiha's 'Like a Fish on the Moon' Wins
ansylvania Film Festival



arner Bros. Discovery Unveils Three HBO
iginals in Thailand

The Hollywood Reporter talked to PwC principal CJ Bangah about key big-picture takeaways, some of the more surprising forecasts for cinema and what's next for advertising and streaming.

Global cinema admissions dropped sharply in 2020 to 1.9 billion from just over 7.9 billion in the two preceding years. 2021 was also challenging, but we have seen an upwards trend since then. However, PwC forecasts that global theatrical admissions will reach 7.2 billion in 2027, noting that is “still at a lower level than before the pandemic.” I think I know the answer, but can you explain why global cinema revenue is forecast to exceed pre-pandemic levels in the coming years despite this?

What you are seeing is cinema is commanding a premium price point. Going to the theater used to cost five bucks, and then seven, and then nine, and now it's getting closer to \$20. Folks are kind of complaining about it a little bit. But that's enabling the theaters to command the price corresponding to the investments that they have made, including in more comfortable seats, less packed theater, better food, dining and all those other things that we have seen that have just made it more attractive again. That is driving the revenue forecast.

What is the overall media and entertainment data showing for 2022 and the macroeconomic hit to advertising?

We are forecasting that global (total) advertising revenue is going to become the first category to reach a trillion dollars in annual revenue by 2027 globally. So advertising is the lifeblood of this industry and it is absolutely the growth engine of this industry. You are seeing video game companies embrace advertising for the first time in a meaningful way, because of slowdowns in subscription spend. (PwC projects gaming advertising revenue to nearly double by 2027.) You are seeing cinema embrace advertising. It's become an effective revenue stream for them as well. Obviously, you are seeing OTT embrace it. So we definitely have a strong growth story around advertising, even though the industry has had a decelerated growth rate, just given the broader economic pressures.

ADVERTISEMENT

Beyond advertising, streaming video continues to be a core focus for entertainment and technology companies. Your latest PwC Outlook report forecasts global revenue here rising from \$116.5 billion in 2022 to \$133.0 billion in 2023 and \$174.6 billion in 2027 for a compound annual growth rate of 8.4 percent. That will be led by 13.8 percent growth in advertising, followed by 7.0 percent growth in subscription revenue. The entire industry has shifted its focus from pure subscriber growth to profitability. Some argue that Netflix has basically won the streaming race, while others say there is room for more than one winner. But

it seems that despite challenges PwC is not forecasting an end in the expansion of streaming video...

We are forecasting continued growth but declines in the growth rate. So in 2027, we think the U.S. is going to grow 4.3 percent, which is like a fifth of what we forecast in 2020, which was like 35 percent. So our underlying data forecasts see a world where the growth starts to decelerate, because there are only so many subscriptions consumers are going to pay for and there are only so many consumers that are going to want an OTT service.

But advertising is one element of the growth. Some of the more sophisticated digital advertising measurement solutions, the ability to look across a more precise customer journey, is going to unlock spend in ways that are hard to even call right now. I would not say that there's not a ceiling to how much you can take from linear TV. The ceiling is how much can you connect the dots across the omni-channel experience and drive return on investment and impact in different ways than marketers have had to do in the past.

ADVERTISEMENT

The legacy knowledge about how media budgets were allocated was: if I want to grow OTT, I have to take it from linear television. I would argue that is flawed. Today, data suggests 27-plus people can get involved in approving a purchasing decision. And we have a generation of consumers that doesn't place the same value on historically strong brands. They follow their favorite person on a short-form video, social media application. It's very different dynamics from what we are used to.

You mentioned that there is a ceiling for how many streaming services people are willing to pay for at the same time. For a while the consensus seemed to be that people are happy to pay for several, 3-5, streamers, then inflation rose. Some recent studies argued that Americans are spending more than ever on subscription streaming, but other research suggests they are using fewer services. Any latest insight?

We used to publish this series called Videoquake where we surveyed U.S. consumers. You are completely right, it was three, it was five, then it was seven. This is absolutely an area where I think what consumers say in the research, and what they actually do with their choices is a bit different. So we don't have a specific forecast on how many subscriptions consumers are willing to pay for. We have seen that in a constrained economic environment they're paying a little more attention to how many they have, and they are canceling the ones that they don't watch. But we are starting to see more positive economic signals, including the Fed declining to raise interest rates. So I don't have a really clean answer beyond: people will say one thing, but do another. And we are not seeing a massive shedding of subscriptions.

ADVERTISEMENT

Has the content appeal of streaming services contributed to this?

The OTT providers have all done a good job of kind of having different things that they are bringing to bear, and all you need is that one show that somebody loves – and then for them to forget about canceling their subscription until that one show comes back again.

There has been much talk about hopes and plans for more bundling of streaming services as of late. Is there any insight you can add on that topic and who is trying to lead these bundling efforts?

We have been talking about bundling for years in our Entertainment & Media Outlook. We talked about bundling as the new way to differentiate. We are starting to see the telcos, because they all sold off their media business, offering now to either augment or give away for free a subscription to an entertainment platform. They don't own the entertainment or media asset, but they are saying, "hey, we'll pay for your subscription to one of these providers."

We are also seeing the streaming providers and the big tech companies trying to bring together video plus gaming. We are seeing all these kinds of interesting partnerships. (People can have) their own stack, that brings together fitness, news, video games, TV. So, everyone's trying to figure out the right model. I don't think there's a clear front-runner here.

I think the market dynamic in terms of profitable growth, which obviously came much more into focus over the last couple of years, is going to be the dynamic here as well. Where do I go acquire a company and then bundle that way, versus where do I partner, where do I revenue share, or do I have a different model that really makes the mechanics work?

ADVERTISEMENT

Let's talk about film! I noticed in the PwC Outlook report that total global cinema revenue, made up of box office and cinema advertising, is "on target to reach pre-pandemic levels by 2025, when it's forecast to be worth \$46.5 billion." For the latter part of the forecast period, you predict "further growth, with revenue expected to be at \$52.1 billion in 2027. Box office revenue will make up \$48.4 billion of the total, and the rest will come from cinema advertising." How different is this forecast from previous PwC predictions?

It's absolutely more optimistic. Two years ago, our Entertainment & Media Outlook was saying we don't know


if we are going to return to pre-pandemic revenue levels in the time horizon forecast. And then last year, we got a little more optimistic. This year, we got a little bit more optimistic. This continues to be driven by the big titles and helped out by video game publishers embracing cinema in new ways and having really big hits that are video game-related.

I honestly think part of it is also that cinema is still really cost-effective. I know folks complain about the price of concessions and things like that. But overall, it's a really cost-effective way for people to come together and connect as a community. We have seen consumers across segments really be interested in live experiences. And the cinema actually is kind of a digital experience, but it still feels like a live experience. And that sense of wonder and joy that comes from it I really think is what's contributing to the forecast optimism.

ADVERTISEMENT

I know you are usually not allowed to mention specific companies, but you mentioned video game-based films as a success story...

Yeah. We have the big superhero movies, and those are doing really well. And then we have a new tranche of healthy middle competitors, including some video game-affiliated content, some content that's really relevant to a global audience. We also have overseas studios starting to do really well with some of their films. So it's a nice balance of really great product. And when I say product, I'm talking about the films that are being produced and I'm talking about the theater experience. The premium theater-going experience, the amazing sound that's right behind you in your seat.

So you have got a great product at a super reasonable price, particularly compared to paying for a concert or going to a music festival or some other things. It's just creating an environment where we are seeing consumers go back, and we think that's going to continue to be the case in the future. 

READ MORE ABOUT:
INTERNATIONAL

THR NEWSLETTERS

Sign up for THR news straight to your inbox every day

SUBSCRIBE

MORE FROM THE HOLLYWOOD REPORTER



Comunidad Valenciana

ALMINUTO / INTERNACIONAL / POLITICA / OPINIÓN / SOCIEDAD / DEPORTES / ECONOMÍA / LOCAL / GENTE / CULTURA / SUCESOS

SUSCRÍBETE

AYUNTAMIENTO

Cinema Jove celebra la Capital Verde con el documental 'Green City Life' y una charla con sus directores

• La 38 edición del festival Cinema Jove acoge este sábado 24, en La Filmoteca de València, la proyección del documental francés 'Green City Life' con motivo de la distinción de la ciudad como Capital Verde Europea 2024.

AGENCIAS

19/06/2023 15:40

VALÈNCIA, 19 (EUROPA PRESS)

La 38 edición del festival Cinema Jove acoge este sábado 24, en La Filmoteca de València, la proyección del documental francés 'Green City Life' con motivo de la distinción de la ciudad como Capital Verde Europea 2024. Esta proyección especial tendrá lugar a las 19.00 horas en el cine Turina y François Marqués, que estrenada este año en el Festival de Cinema Jove, muestra a jóvenes urbanitas que viajan en bicicleta por el corazón de las ciudades.

Una línea argumental que se repite en los últimos años, y que ha sido reconocida por la Generalitat.

¿Cómo construimos la ciudad sostenible? ¿Cuáles son las ventajas del mundo urbano? ¿Cómo buscamos respuestas. En su recorrido, el documental aborda el calor, la contaminación, el ruido y el tráfico. Apoyándose en la opinión de expertos, el documental busca soluciones. Su objetivo era crear conciencia sobre la necesaria transición hacia un futuro sostenible.

A continuación le informamos del uso que hacemos de los datos que recabamos mientras navega por nuestras páginas. Puede cambiar sus preferencias, en cualquier momento, accediendo al enlace al Area de Privacidad que encontrará al pie de nuestra página principal.

Con su consentimiento, nosotros y [nuestros socios](#) utilizamos cookies o tecnologías similares para almacenar, acceder y tratar datos personales como su visita a esta página web, las direcciones de IP y los identificadores de cookies. Algunos socios no requieren su consentimiento para tratar sus datos y se amparan en su interés comercial legítimo. Puede retirar su consentimiento o rechazar el tratamiento de los datos en función de su interés legítimo en cualquier momento, pulsando en "Más información" en nuestra Política de privacidad de esta página web. [Ver nuestros socios](#)

Nosotros y nuestros socios hacemos el siguiente tratamiento de datos:

Almacenar o acceder a información en un dispositivo, Anuncios y contenido personalizados, medición de anuncios y del contenido, información sobre el público y desarrollo de productos, Datos de localización geográfica precisa e identificación mediante las características de dispositivos, Finalidades propias de La Vanguardia, Uso de cookies técnicas o de preferencias

Más información →

Aceptar y cerrar

ciudades. Mañana será el 85%. Es una cuestión urgente". DE MÉXICO A CHICAGO
'Green City Life' se divide en tres capítulos. El primero lleva a México, ciudad que ha conseguido reducir la contaminación con una iniciativa experimental: revegetar los pilones que bordean el anillo periférico. "Lo que vivimos durante las dos semanas que pasamos en México superó con creces nuestras expectativas. Descubrimos una población que vivía a otro ritmo, con una manera de entender la transición de las ciudades completamente diferente de la nuestra. México no solo está probando, a su propia escala, un espectro muy amplio de soluciones, sino que también involucra en estas a filósofos, investigadores y ciudadanos", explican los directores del documental.

Otra de las paradas es Chicago, una de las ciudades del mundo con más cantidad de terrazas verdes en los edificios. Allí se ponen en contacto con la responsable de una de las empresas especializadas en este sector, que relata cómo es posible cubrir con vegetación un techo sin correr el riesgo de agrietar el edificio. Su técnica, que no utiliza ninguna tecnología, hace posible que crezcan bosques reales en tejados de cien años de antigüedad.

El último capítulo de 'Green City Life' trata sobre el compostaje. "Uno de los objetivos de la película es mostrar que es inútil esperar a que los ayuntamientos pongan a nuestra disposición contenedores para empezar a gestionar y reutilizar nuestros residuos orgánicos, que ocupan un tercio de nuestros cubos de basura --señalan los directores--. Hay métodos relativamente sencillos para hacerlo nosotros mismos".

Mostrar comentarios

Local
Comunidad Valenciana

© La Vanguardia Ediciones, SLU Todos los derechos reservados.

[Quiénes somos](#)

[Contacto](#)

[Aviso legal](#)

[Política de cookies](#)

[Otras webs del sitio](#)

[Política de privacidad](#)

[Área de privacidad](#)

[Sitemap](#)



Search our site



BOX OFFICE

'The Flash' rules global box office on \$138.7m launch; 'Elemental' starts staggered roll-out

BY JEREMY KAY | 19 JUNE 2023





SOURCE: WARNER BRIS
'THE FLASH'

World box office June 16-18

Credit: Comscore. All figures are estimates.

'The Flash' hampered by disappointing North American debut

UPDATED: Warner Bros DC's *The Flash* has launched across the world and led weekend global box office by a large margin on a confirmed \$138.7m and opened at number one in 50 territories, even though the number must be viewed as lacklustre for a superhero adaptation.

The feature starring Ezra Miller and Michael Keaton is projected to earn a lowly \$64.2m over four days in North America, where the US is celebrating the Juneteenth federal holiday.

The international gross reached \$74.5m from 78 markets led by China on \$13.7m in 24,010 sites, a number one debut which came in 30% ahead of *The Batman* and 19% above *Black Panther: Wakanda Forever*. Both those films came out in 2022 when China was still imposing lockdowns.

In other top grosses, *The Flash* grossed \$8.7m from 3,580 sites in Mexico and opened top, 12% ahead of recent release *Transformers: Rise Of The Beasts*, 42% ahead of December 2022 release *Black Adam* and 34% ahead of 2019's *Shazam!*

The tentpole delivered \$5.3m in the UK to finish the weekend at number one, some 43% ahead of *Transformers: Rise Of The Beasts*, which was in its second weekend. The UK has been enjoying a warm and sunny early summer although the weather is forecast to change, which could mark an improvement in box office.

In other highlights for *The Flash*, South Korea produced \$3.6m, Brazil \$3.4m, Australia \$3m, France \$2.7m, Indonesia \$2.6m, India \$2.5m, and Taiwan \$1.8m.

The Batman finished on \$770.9m worldwide and based on early indicators *The Flash* will face a mountainous task getting near to that total. The character appeared in DC's *Justice League* which opened in October 2017 and finished on \$657.9m worldwide. Marvel Studio' *Ant-Man And The Wasp: Quantumania* opened earlier this year and reached \$476m, which is also regarded as a lowly performance for a superhero tentpole.

Warner Bros executives showed the Ezra Miller tentpole at CinemaCon in April and it was generally liked, however Hollywood executives spent the weekend asking why the \$200m-plus feature underperformed and that will undoubtedly be a talking point at CineEurope in Barcelona this week.

One reason could be the character is a lesser superhero and may require more screen time to become familiar to cinema-goers. Miller's starring role – playing two versions of the character – earned solid reviews although they were sidelined during the marketing campaign due to their ongoing personal difficulties.

To add to the studio's challenges it – like all its peers – has been unable to bring talent onto late night US talk shows after talk shows went off air the day the writers strike started on May 2.

'Transformers: Rise Of The Beasts' drops to second place

In its second session last weekend's champion, Paramount/Skydance's *Transformers: Rise Of The Beasts*, added an estimated \$57.2m for a \$274.9m running total.

China led the way on \$11.5m to rank second and propel the cumulative tally to \$60.6m for the market, which is traditionally a strong one for the franchise and returned more than \$228m when all was said and done on 2017 release *Transformers: The Last Knight*, and \$170.8m for *Bumblebee* in 2018.

Mexico earned \$3.1m for \$13m; Peru continued its excellent run – part of the film shot there – with a \$2.5m haul for \$9.1m after two weekends; Indonesia grossed \$1.9m for \$8.2m; France \$1.8m for \$6.1m; Malaysia \$1.4m for \$5.4m; and the UK \$1.4m for \$6.1m.

In terms of final global tallies *Bumblebee* finished on \$468m and *Transformers: The Last Knight* \$605.4m. 2014's *Transformers: Age Of Extinction* finished on \$1.1bn and *Transformers: Dark Of The Moon* reached \$1.12bn in 2011. Both were directed by Michael Bay, as were *The Last Knight* and *Transformers: Revenge Of The Fallen* in 2009, which finished on \$836m.

Bay is a producer on the latest entry in the *Transformers* canon, which is directed by Stephen Cagle Jr and lacks the star power of earlier episodes when the likes of Shia LaBeouf and Mark Wahlberg did battle for the humans. Anthony Ramos (*Hamilton, In The Heights*) leads the cast.

Rise Of The Beasts will open in Australia and New Zealand on June 22, and in Japan on August 4.

'Spider-Man: Across The Spider-Verse' nearing \$500m worldwide

Spider-Man: Across The Spider-Verse has been a 2023 success story for box office and Sony's Columbia Pictures and Sony Pictures Animation. The Spidey spin-off brought in a further \$55.4m to reach \$489.4m after a 48% weekend-to-weekend international marketplace drop – already well ahead of the \$384.3m final gross of 2018 predecessor *Spider-Man: Into The Spider-Verse*.

Top of the territory table is China on a \$3.7m weekend for a \$41.3m running total; followed by the UK on \$3.2m for \$25.3m; Mexico, which is producing strong numbers at the box office this year, on \$2.5m for \$23.7m; Australia on \$2.1m for \$14.6m; and Brazil on \$1.2m for \$10.1m.

The acclaimed animation debuted in Japan at number one on \$2.8m to beat the opening of *Spider-Man: Into The Spider-Verse* by 82%.

'Elemental' fails to catch fire

As with *The Flash*, Disney/Pixar's *Elemental* posted sluggish results and ranked second on the weekend global charts on \$44.5m.

In true Pixar fashion this is a staggered international roll-out and there are plenty of major markets still to open. Executives hope the family release gathers pace in a marketplace where such films are in short supply. *Elemental* opens in several territories this week including France, Mexico, and Germany and the UK launch comes in July.

Some \$29.5m of the global haul came from North America, while \$15m came from 17 territories led by three heavyweights: China on a dispiriting \$5.2m in third place, South Korea on \$3.2m as the number two non-local release, and Australia on \$1.1m at number three. Argentina and Philippines generated \$1m in first place and \$600,000 in third, respectively.

By comparison, Disney executives noted that the launch was 45% ahead of *Inside Out* in 2015 (that Pixar release ended on \$15.3m in China and \$501m internationally) although *Elemental*'s social scores were excellent with Maoyan at 9.3, TPP at 9.2, and Douban at 7.5. The upcoming Thursday to Saturday Dragon Boat Festival public holiday may provide an opportunity to sell tickets even though local releases fare better in this period.

Pixar has traded for so many years on its a reputation as a commercial and critical hit factory and is facing a tough time getting back on track after the pandemic. *Elemental* closed Cannes where it played out of competition.

Meanwhile Disney's family title *The Little Mermaid* brought in an estimated \$26.9m to reach a \$466m global running total. Rob Marshall's fantasy adventure ranks number one in Japan, where it has amassed \$10.5m, and third in a swath of territories including the UK, where the cumulative tally stands at \$27.5m and is the top market.

Next come Mexico on \$19.7m, Brazil on \$14.8m, Italy on \$12.3m, Australia on \$11.9m, and France on \$11.2m.

Marvel Studios' *Guardians Of The Galaxy Vol. 3* used a \$7.9m global session to elevate the running total to a highly respectable \$820.9m that ranks second in the franchise behind 2017's *Guardians Of The Galaxy Vol. 2* on \$863.8m worldwide. (*Guardians Of The Galaxy* in 2014 finished on \$773.4m.)

International box office for the third entry in the sci-fi canon dropped 59% and *Vol. 3* stands at \$476.5m overall, led by China on \$86.6m, the UK on \$45.1m, Mexico on \$36.1m, South Korea on \$33.4m, and France on \$30.5m.

'The Super Mario Bros Movie' exits top 10 after sensational run

Universal/Illumination's *The Super Mario Bros Movie* no longer ranks in the global top 10 however the latest data from Universal executives shows the animation smash earned \$4.5m over the weekend for a \$1.327bn global tally. International and North American box office stand at \$754.8m and \$572.1m, respectively.

- **'The Flash', 'Elemental' disappoint at North American box office**

Box Office
International Roundup
United States



RELATED ARTICLES



News

'The Flash' tops UK-Ireland box office with £3.2m; 'Greatest Days' opens fifth

19 JUNE 2023

Warner Bros blockbuster started below that of other DCEU standalone character titles.



Newsletters for you
 Click to add new email alerts



UK & European Daily



US Daily



Search our site



NEWS

'The Flash' tops UK-Ireland box office with £3.2m; 'Greatest Days' opens fifth

BY BEN DALTON | 19 JUNE 2023





SOURCE: WARNER BROS / ELYSIAN
 'THE FLASH', 'GREATEST DAYS'

Rank	Film (distributor)	Three-day gross (June 16-18)	Total gross to date	Week
1.	<i>The Flash</i> (Warner Bros)	£3.2m	£4.3m	1
2.	<i>Spider-Man: Across The Spiderverse</i> (Sony)	£2.5m	£20.2m	3
3.	<i>The Little Mermaid</i> (Disney)	£1.3m	£22m	4
4.	<i>Transformers: Rise Of The Beasts</i> (Paramount)	£1.2m	£5m	2
5.	<i>Greatest Days</i> (Elysian Film Distribution)	£389,235	£536,955	1

GBP to USD conversion rate: 1.28

Warner Bros' *The Flash* topped the UK-Ireland box office on its opening weekend, with a £3.2m session.

Opening in 670 sites, the film took a £4,739 average. Its opening is the 10th-highest of 13 DC Extended Universe films to date, behind previous DC standalone character openings *Man Of Steel* (£11.2m), *Wonder Woman* (£6.3m), *Aquaman* (£5.2m), *Shazam!* (£4.1m) and *Black Adam* (£5.6m).

Including previews, *The Flash* is up to almost £4.3m. The film's low UK-Ireland performance mirrored that of its flat \$55.1m start in North America.

Sony's *Spider-Man: Across The Spider-Verse* added a further £2.5m on its third weekend in cinemas – a 37.8% drop. It is up to £20.2m, approaching double the £10.9m of 2018's first *Spider-Verse* film.

Disney's *The Little Mermaid* held better than most titles on its fourth weekend in cinemas, dropping 38% with £1.3m. It is just beyond the £22m mark – well

down on previous live-action remakes *The Lion King* (£76m) and *Aladdin* (£37.3m), but ahead of post-pandemic Disney title *Cruella* (£9.5m).

On its second weekend in cinemas, *Transformers: Rise Of The Beasts* dropped 52.8% with £1.2m. It is up to £5m for Paramount; it will aim to overhaul the £9.5m of 2017's *The Last Knight*, the current lowest-grossing title of the franchise.

Elysian Film Distribution's Take That musical *Greatest Days* opened to £389,235 from the 585 sites to have reported so far, with 18 still to report and a £665 location average. It has £536,955 including previews.

Takings for the top five came in at £8.6m. This was down 11.1% on the previous weekend – a disappointing result given the presence of two new wide-release films plus strong holdovers at cinemas, although explained partly by the warm weather across much of the country. The next blockbuster with potential to increase takings is Disney's *Indiana Jones And The Dial Of Destiny*, in cinemas from June 28.

Guardians rises up MCU chart

Guardians Of The Galaxy Vol. 3 dropped 51% on its seventh weekend in cinemas, adding £251,592 to cross the £36m mark for Disney. It is the 14th-highest-grossing of 32 Marvel Cinematic Universe films to date, ahead of the £28.6m of 2014's *Guardians Of The Galaxy* but still behind the £41m of 2017's *Vol. 2*.

Franchise car-racing title *Fast X* leads Universal's slate, and added £208,641 this weekend – a 56% drop. After five weekends the film is up to £14.7m, as the seventh-highest grossing of 11 *Fast & Furious* films to date, behind the £16.5m of 2021's *Fast & Furious 9*.

The Boogeyman dropped 50% on its third weekend for Disney, adding £139,790 to reach £1.4m.

Former number one *The Super Mario Bros. Movie* added £93,019 on its 11th weekend in cinemas – a 29% drop – and is up to £53.5m for Universal, in the top 40 highest-grossing films of all time in the UK and Ireland.



SOURCE: 2022 NINTENDO AND UNIVERSAL STUDIOS
 'THE SUPER MARIO BROS. MOVIE'

Disney's *Chevalier* added £35,060 on its second weekend – a 69% drop – to reach £256,822.

Pretty Red Dress, the debut feature from 2019 *Screen Star of Tomorrow* Dionne Edwards, opened to £14,729, with £18,282 including previews.

Lionsgate's **Are You There God? It's Me, Margaret** is closing out its run with £9,000 on its fifth weekend in cinemas taking it to an £895,000 total.

Claire Dix's Screen Ireland-backed drama **Sunlight** opened to £4,467 from 13 cinemas in Ireland, with £5,421 in total for Wildcard Distribution.

Verve Pictures opened Fridtjof Ryder's UK drama **Inland** to £2,672, with £5,641 including previews.

Peccadillo Pictures' lesbian Jehovah's Witness drama **You Can Live Forever** opened to £700 from five locations, following a world premiere at Tribeca last year.

- **Sheffield DocFest reveals 2023 film, pitch winners; records delegate attendance increase**

Box Office UK/Ireland



RELATED ARTICLES



News

Koji Fukada's Venice 2022 title 'Love Life' secures UK-Ireland theatrical deal

19 JUNE 2023

The film played in Competition at Venice before heading to TIFF and LFF.



Newsletters for you
 Click to add new email alerts



UK & European Daily



US Daily

The Flash' and Elemental' Flops Send Red Alerts for 2 of Hollywood's Biggest Box Office Brands | Ana

Do the theatrical woes for Pixar and DC send signals for the entire moviegoing sector? It might get worse before it gets better. Pixar and DC are supposed to be the crown jewels for Disney and Warner Bros., respectively. But the dismal opening weekends for DC's *The Flash* and Pixar's *Elemental* have continued the recent slumps for these two brands and it's time to call a red alert. Whether that red alert is for the box office in general or these two titanic brands in particular is something Hollywood is likely to be debating intensively in the coming days and weeks. *Elemental*'s poor opening comes on the heels of underperformer *Lightyear* in 2022 and the Disney+ titles *Turning Red* in 2022, *Luca* in 2021 and *Soul* in 2020, which had poor international box office amidst the COVID-19 pandemic. And DC is suffering new pain after the underperformance of *Black Adam* and *Shazam!: Fury of the Gods* earlier this year. Become a member to read more. You've reached your article limit. Unlock premium content with a subscription. [Click Here](#)

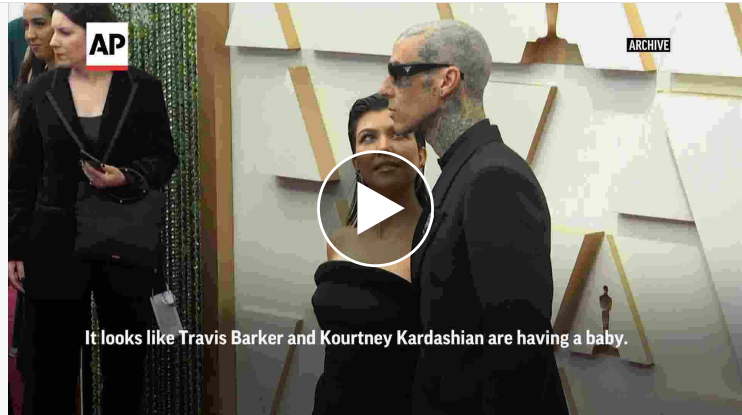
Already a subscriber? Login Brands can only get you so far. It's about the movies themselves, and they have to deliver said Comscore analyst Paul Dergarabedian. Audiences these days are very savvy and discerning, and in today's world only the films that have an overwhelmingly positive critical and/or audience response are the ones that break through at the box office. Also Read: [The Flash' Crashes With \\$55 Million Box Office Opening; Elemental' Bombs With \\$29.5 Million Start](#) By failing to clear that higher bar, *Flash* and *Elemental* have triggered a wave of large-scale questions that two of Hollywood's top studios must face: What are the implications for the Pixar hit machine that drives so much of Disney's global business? And what are the implications for Warner Bros. Discovery CEO David Zaslav's plan to rebuild the superhero business under the DC brand? Does this suggest that the theatrical business cannot recover post-COVID? Dergarabedian noted that there are no easy answers to those questions, but feels confident that Pixar and DC are not stuck in a hole so deep that one big hit can't get them out of, whether that hit is a future Pixar film with a premise that hooks a larger number of moviegoers or a successful reboot by DC with *Superman: Legacy*, which is currently casting ahead of a release in summer 2025. Look at what happened with Fox and the *X-Men*' movies, which for years were doing poorly with audiences until they released *Logan*, which was a big box office hit, he said. Having a poor reputation with moviegoers because of past films may make marketing harder, but audiences have shown they're willing to listen to strong word of mouth. Also Read: [The Flash' Review: A Vague, Confusing Trip to the Multiverse](#) Since its first trailer was released on Super Bowl weekend to strong social media reception, *The Flash* was expected to do better at the box office than the \$140 million global opening weekend of *Black Adam*. Instead, it crashed to a \$55 million domestic and a \$139 million global three-day opening, earning a B from CinemaScore audience polls. Considering that *Black Adam* earned a B+ from CinemaScore yet fell sharply in its second weekend, *The Flash* is now in a position where it could very well fail to even match the lackluster \$393 million global total of *Black Adam* while carrying a \$200 million-plus budget before marketing costs, with both films joining this past spring's *Shazam!: Fury of the Gods* among the recent streak of DC flops. *Elemental* also carries a \$200 million budget as is customary for Pixar films and it's doing even worse, with a \$29.5 million domestic opening weekend. *Elemental* was never expected to do well at the box office with opening projections topping out at \$40 million, but this is now the worst start in Pixar history after inflation adjustment. While theaters aren't necessarily suffering right now given the plethora of movies they have to screen, including the Sony hit *Spider-Man: Across the Spider-Verse*, Pixar and DC stood prior to the pandemic as some of the film industry's most reliable producer of tentpole hits. A market in which they return to that high performance standard is one with a much better chance of seeing theatrical grosses return to pre-COVID levels. But it's clear from *The Flash* and *Elemental* that these franchises and the studios that produced them are not resonating with audiences the way they once did, and there's plenty of hard lessons to be learned about why these films struggled and where Pixar and DC go from here. Warner Bros. Yes, Ezra Miller was a factor. Having the lead actor of your big budget superhero film get into a series of violent and erratic run-ins with the law after production is completed is a studio's nightmare. And while Warner Bros. tried to work around the multiple arrests of *The Flash* star Ezra Miller, it proved to be too much to overcome. Miller's behavior certainly soured the social media buzz surrounding *The Flash* in the weeks leading up to release, but the vast majority of moviegoers don't engage in such discussions. The scandals, however, have other effects outside the Internet, as Warner Bros. decided to not make Miller available to the media. Consequently, the actor only appeared at the film's premiere and made a brief speech to the attendees. Having the lead star go on a big media tour to support a tentpole film doesn't ensure box office success



just look at how Black Adam did despite Dwayne Johnson promoting it with all his might but such an absence can be a huge hurdle. This is especially the case for comic-book films as studios need to get audiences to embrace the pairing they have made of actor and superhero to ensure long-term franchise potential. With scandals sidelining Miller and their legendary costar Michael Keaton skipping the premiere and press tour to continue shooting a sequel to Beetlejuice for Warner Bros. in London, The Flash didn't have its two biggest stars to promote it. While director Andy Muschietti and co-star Sasha Calle, who plays Supergirl, carried on in their absence, that marketing hurdle was too much to overcome. Also Read: Ezra Miller Praises The Flash' Director in First Public Appearance Since Legal Troubles

Pixar films are no longer theatrical events Eight years ago, Inside Out hit theaters right after Jurassic World, a film that would become Universal's highest grossing film ever. Despite that stiff competition and not having the advantage of a preexisting franchise, Inside Out opened to \$90.4 million and grossed \$857 million worldwide. The director of that film, three-time Oscar winner Pete Docter, is now the creative chief of Pixar. But Docter, along with the theatrical team at Disney, have a significant challenge on their hands, as the Pixar name is no longer enough to sell tickets on its own as Elemental has now handed the studio its second straight midsummer flop. It joins last June's Toy Story spin-off Lightyear, whose director Angus MacLane and producer Galyn Susman were among the 75 Pixar employees recently laid off. Disney gave Elemental a full marketing campaign and a premiere at the Cannes Film Festival, doing everything it could to sell the film as one that must be seen on the big screen and preferably with 3D glasses. But the story of a sweetheated water creature named Wade and a hot-tempered fire being named Ember falling in love in a city full of element beings failed to intrigue would-be moviegoers, as the pre-release social media buzz dismissed the film as too similar to the Disney animated movie Zootopia to be interesting. James Gunn and Peter Safran, the two new CEOs of DC Studios. (Photo illustration by TheWrap, Warner Bros.; Getty Images) The DC brand is toxic and James Gunn has work to do When Shazam!: Fury of the Gods flopped this past spring, its poor numbers were chalked up in part to its tepid reviews; but both Warner Bros. insiders and analysts who spoke to TheWrap pointed to the recent news that new DC Studios chiefs James Gunn and Peter Safran were rebooting the DC universe as another factor. With recent films like Wonder Woman 1984 getting poor reception and the end of the cinematic universe where films like Shazam 2 resided, the hook that most contemporary superhero films have by teasing setups for future sequels and a larger, interconnected plot is no longer there for DC. With its timeline-bending story and its references to past movies from Tim Burton's Batman to Man of Steel, there was hope that The Flash could still draw interest from DC fans curious to see what surprise cameos and potential reboot setups were in store. Instead, the plummeting fortunes of The Flash and its tepid CinemaScore grade have shown that audiences no longer trust DC movies as we know them today to deliver quality. While the Marvel Cinematic Universe has lost some fan approval in the last year or so and hasn't avoided posting a recent flop itself, the recent success of Guardians of the Galaxy Vol. 3 has shown that it can still yield a big hit. The DC Extended Universe has had no saving grace, as the sole post-COVID DC hit has been The Batman, a film set in its own timeline and whose sequel will be separate from the new universe that Gunn will launch with Superman: Legacy in 2025. Whether moviegoers will be willing to give the Guardians of the Galaxy director's new vision a chance remains to be seen. Also Read: Asteroid City' Lights Up Specialty Box Office With Best Theater Average Since 2016 Pixar's budget model may be unsustainable While some creative Hollywood accounting may be afoot, many of the Hollywood studios' animation divisions from Illumination and DreamWorks at Universal to Sony Pictures Animation and Paramount's Nickelodeon produce their films at budgets between \$70-\$90 million. Illumination's massive hit The Super Mario Bros. Movie was produced on a \$100 million budget, a price tag that is unusually high for Chris Meledandri's animation house. But Pixar and Walt Disney Animation regularly produce films at double that amount, with Lightyear and Elemental both reported \$200 million budgets according to insiders. For Pixar, big budget animation has been a successful model for years, investing in new software to advance the visuals of its computer animation. Combined with stories cultivated by former Pixar chief John Lasseter, the studio yielded big hits from Finding Nemo in the early 2000s to Coco and Incredibles 2 in the late 2010s. But recent animated hits like Mario and Spider-Man: Across the Spider-Verse have wowed audiences with their visuals, taking away the edge Pixar once had. With Disney's upcoming Thanksgiving animated movie Wish also with a \$200 million budget and Pixar's 2024 original film Elio likely to do the same, both of Disney's animation houses may have to face the prospect of belt-tightening if these films continue to struggle theatrically, even given Disney's ability to turn their films into fountains of merchandising revenue. Disney Pixar DC's nightmare year may get worse If audiences have abandoned DC until Gunn's reboot plans hit the big screen, then the two remaining superhero movies Warner Bros. has to release this year may be in just as much trouble as The Flash. In August, the DC film Blue Beetle will hit theaters looking to draw Latino audiences to see Xolo Maridueña play Jaime Reyes, with the particular hope that Mexican audiences will turn out in a

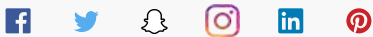
way that they didn't for In the Heights. But with a reported \$120 million budget, Blue Beetle needs to succeed across demographics, and the poor public image DC has right now may poison that. The same may also happen with Aquaman and the Lost Kingdom, which is coming out during the holiday season alongside two other Warner Bros. films, Wonka and The Color Purple. While the best case scenario is that those films cater to the interests of very different audiences and find a way to coexist, Aquaman 2 is supposed to be the big four-quadrant play, and the conversation around that release may be more about DC's bad track record and the offscreen troubles of the film's co-star Amber Heard rather than anything that actually happens in the film. Pixar's problem may be larger than just one studio. While some may attribute Pixar's problems to the quality of their recent films, the audience reception of Elemental doesn't bear that out. Elemental earned an A on CinemaScore and has an audience Rotten Tomatoes score of 91%. Several of Pixar's COVID-era films developed under Pete Docter, including Soul, Luca and Turning Red, have also earned strong reviews from critics and audiences despite being moved to streaming release. So the problem isn't necessarily word of mouth, but more how Disney and Pixar sell these original films in a world where audiences don't immediately buy a ticket the moment they see that logo with the hopping desk lamp. Unfortunately, there's no recent original successes that Disney can learn from. The last animated movie that was not a sequel or based on pre-existing IP to gross over \$500 million worldwide is Pixar's Coco back in 2017. Also Read: [Elemental' Is an Immigrant Tale, but It Also Cuts Deep as a Story About Disability \(Commentary\)](#) Since theaters reopened, the big animated hits have been sequels to Minions, Puss in Boots, and Spider-Man: Into the Spider-Verse, as well as Mario, a movie about the most famous video game character ever. Disney's Encanto might have been that big post-shutdown original hit, but the COVID-19 Omicron variant that arrived in November 2021 kept families at home, where they quickly embraced the film when it hit Disney+ at Christmas. And the toughest part is that the next big original animated movie doesn't come until the holidays, with Disney's Wish arriving on Thanksgiving. After that, Illumination will test their growing popularity with an original film of their own: Migration, a movie about a family of ducks flying south for the winter written by The White Lotus creator Mike White. If Migration can leg out and become a big holiday hit, Illumination may end up showing the rest of Hollywood, including Pixar, just what sort of original movies families and general audiences are interested in, and further cement the belief that it has supplanted Pixar as the top animation studio in town. Also Read: [Avatar' Delay Pushes Disney Film Schedule](#) and [Can Make or Break Bob Iger's Legacy | Analysis](#)



ShowBiz Minute: Kardashian, BTS, US Box Office

Kourtney Kardashian announces pregnancy at Blink-182 concert; K-pop superstar RM makes an appearance at 2023 BTS FESTA in Seoul; "The Flash" opens to \$55 million in U.S., a step off the typical superhero pace. (June 19)
AP

[Help](#) · [Terms of Service](#) · [Subscription Terms & Conditions](#) · [Your California Privacy Rights/Privacy Policy](#) · [Privacy Policy](#) · [Site Map](#) · [Accessibility](#) · [Our Ethical Principles](#) · [Do Not Sell My Info/Cookie Policy](#)



© Copyright Gannett 2023

VANITY FAIR

France ▾ Abonnez-Vous ☰
Pouvoir Culture Célébrités Mode Vanités Et Aussi Festival de Cannes

ÉCRANS

Pourquoi «The Flash» déçoit au box office ?

Avec un budget pourtant impressionnant, *The Flash* peine à convaincre au box office. Quelles sont les raisons de ce démarrage timide ?

PAR ALEXIS DELIDAI

19 JUIN 2023

En salle depuis le 14 juin dernier, *The Flash*, le dernier long-métrage de l'univers DC peine à trouver son public. Pire encore, le projet initié il y a déjà une dizaine d'années est proche du flop complet au vu de son budget vertigineux. Après quatre jours d'exploitation, le film d'**Andy Muschietti** peine à dépasser les 64 millions de dollars (59 millions d'euros) au box-office américain, loin d'être suffisant pour un projet au coût de 220 millions de dollars (200 millions d'euros). Ces chiffres sont en-dessous de l'objectif fixé par Warner Bros, selon *Deadline*, surtout pour un week-end de quatre jours avec le lundi férié (Juneteeth). Quelques éléments apparaissent assez clairement pour expliquer le désamour entre cette grosse production et les fans des salles obscures.

Pour comprendre les réticences d'une partie du public, il faut se pencher sur le casting du film et particulièrement le choix de l'acteur principal. Un certain **Ezra Miller**, qui en dépit de quelques rôles marquants au cinéma dans des films indépendants comme *We need to talk about Kevin* et *Another Happy Day* ou bien dans des productions de plus grande ampleur comme *Les animaux fantastiques*, est aujourd'hui largement remis en question par ses fans de la première heure. En cause, une succession d'affaires tragiques et sordides : conduite en état d'ivresse, agressions, violences et amitiés étranges avec des mineurs. Suffisamment de scandales pour que l'acteur passe de héros à zéro et que sa réputation vienne plomber la promotion de *The Flash*.

- **À lire** : [Ezra Miller, gloire et chute d'une ex-future icône d'Hollywood](#)

Un problème d'effets spéciaux

En plus d'un problème évident de casting, le film se heurte à un souci de qualité d'effets spéciaux. Un domaine qui tient pourtant à cœur aux amateurs de films de super-héros. Bien que le réalisateur ait tenté d'expliquer chez *io9* que le résultat « un peu

bizarre » selon ses mots était voulu, les fans ne semblent pas vraiment aussi convaincus.

- **À lire : Ezra Miller conservera son rôle dans «The Flash 2» malgré son comportement**

Enfin, la production a dû faire face à la concurrence de projets bien reçus de manière générale, à savoir le Pixar *Élémentaire*, la nouvelle adaptation de *La Petite Sirène* ou encore le dernier *Spider-Man: Across the Spiderverse*. La sortie plus ou moins simultanée de ces projets aura eu raison du nouveau bébé de DC pour l'empêcher d'atteindre les prévisions espérées par les studios.

LES PLUS LUS

Le (très mauvais) restaurant de Salt Bae ferme à New York

PAR VANITY FAIR

Harry et Meghan : Spotify et Archewell mettent fin à leur contrat, le podcast de la duchesse n'est pas renouvelé

PAR VALENTINE SERVANT-ULGU

5 choses qui vous rendent attirant(e) selon votre signe du zodiaque

PAR PAOLA SÁNCHEZ

Alexis Delidais

A LIRE AUSSI

CÉLÉBRITÉS

Le (très mauvais) restaurant de Salt Bae ferme à New York

La star d'Internet Salt Bae, surnom de Nusret Gökçe, connue pour saupoudrer du sel en le faisant tomber le long de son avant-bras, avait ouvert un restaurant de burgers à New York il y a trois ans. L'établissement était considéré comme « le plus mauvais restaurant en ville ».

PAR VANITY FAIR

ROYAUTÉS

Harry et Meghan : Spotify et Archewell mettent fin à leur contrat, le podcast de la duchesse n'est pas renouvelé

Le podcast féministe de Meghan Markle, *Archetypes*, n'est pas renouvelé par Spotify.

PAR VALENTINE SERVANT-ULGU

After Elemental' Bombs, Can Pixar Restore Its Box Office Touch?

Pixar's chief creative officer Pete Docter recently told the press that he doesn't think of Pixar as making children's programming. By the look of box office returns for the studio's recent animated offerings, it would appear that kids have taken notice and haven't been so inclined to watch those movies in theaters. Over the weekend, Elemental collapsed at the domestic box office with a \$29.5 million opening, by far the worst debut in Pixar's 28-year history. Even forgettable Pixar adventures, like 2015's The Good Dinosaur (\$39 million), 2020's Onward (\$39 million) and last year's massive money-loser Lightyear (\$51 million), managed to fill more seats in their opening weekends. The film didn't rebound much at the international box office with \$15 million from select markets, bringing its global tally to a disastrous \$44.5 million. There's a bigger issue for Pixar: it's not just youngsters, but general audiences, too, who are rejecting the studio's theatrical movies. At this rate, the \$200 million-budgeted Elemental is shaping up to be its third consecutive misfire following Lightyear and Onward. It's a depressing streak for the animation empire that spent decades as the gold standard of family films, and one that has industry analysts wondering: Can Pixar restore its former box office glory? It's going to be difficult, but it's not a mountain they can't climb, says Jeff Bock, a box office analyst with Exhibitor Relations. It'll just be perilous. Pixar has been struggling since the pandemic, when its corporate overlords at Disney used the pedigree of the animation brand to prop up its new streaming service. During that period, new offerings Soul, Luca and Turning Red were sent directly to Disney+ and family audiences became accustomed to expect those movies at home. It's more expensive for a family of four to go to a theater when they know they can wait and it'll come out on the platform, Docter has since admitted to Variety. Now, the studio is attempting to reverse course. In an effort to remind the public that Pixar is once again making movies for multiplexes, Disney shelled out to send Elemental to the Cannes Film Festival, where it was greeted with a five-minute standing ovation. We're trying to make sure people realize there's a great deal you're missing by not seeing it on the big screen, Docter added. In fairness, says Shawn Robbins, the chief analyst at Box Office Pro, the shifting of consumer behavior is less on the Pixar team itself and more on the former Disney leadership that siphoned three of the animation hub's films to streaming as part of a broader strategy. In that time, though, family audiences became more discerning on the kinds of movies that they felt are worth leaving the house for. Brand recognition has been a big part in the success of recent family films, such as The Super Mario Bros. Movie and Spider-Man: Across the Spider-Verse. For original films like Elemental, it's been an especially unforgiving movie market. Directed by Peter Sohn, the story is set in a world inhabited by anthropomorphic elements of nature and revolves around a fire element named Ember and water element called Wade. (Surprise they have more in common than meets the eye!) Elemental' is not based on established IP, says David A. Gross, who runs the movie consulting firm Franchise Entertainment Research. Of the recent animation titles, this is clearly the most challenging to open. In the past, Pixar has thrived on ambitious, sophisticated stories that took bold artistic risks, like the nearly silent Wall-E, the metaphysical comedy Inside Out and Ratatouille, the story of an aspiring chef who just happens to be a rodent. Those films, all critical and commercial darlings, paid off with big profits. It's left audiences expecting a lot from Pixar. So even though Elemental landed decent reviews and a promising A CinemaScore, ticket buyers weren't quite talking up the film as the next Up or Coco. Reviews for original movies need to knock your socks off to cut through the noise, says Bock. There are a lot of choices out there. Pixar doesn't have a new theatrical release until 2024, when Elio, which follows an 11-year-old misfit on an intergalactic adventure, opens on March 1; and Inside Out 2, a sequel to the 2015 cerebral hit, is set for June 14. Loading comments...



Damp squib Poor 'Elemental' opening adds to fears that Disney's Pixar has lost its touch



All-time low: 'Elemental' may not recoup its estimated \$200mn budget, based on its opening weekend — Disney/Pixar

CHRISTOPHER GRIMES — LOS ANGELES

Pixar's latest film *Elemental* posted the worst opening weekend results in the studio's 28-year history, intensifying concerns that the Disney-owned studio behind the *Toy Story* franchise has lost its way.

Although *Elemental* has enjoyed favourable audience ratings, its North American opening weekend gross of \$30mn was below modest expectations and signals that the film may not recoup its estimated \$200mn budget.

Pixar's previous wide-release film, *Lightyear*, was also a disappointment with its gross of \$227mn in 2022, roughly a quarter of the \$1bn haul from *Toy Story 4* in 2019.

"Pixar is held up to a high standard because of the many, many years when they had an unbeatable record — perhaps the most consistent in all of film," said Paul Dergarabedian, senior media analyst at Comscore. "But

Pixar has had mixed results over the past few years."

The underwhelming performance of *Elemental* represents another challenge for Bob Iger, Disney's chief executive, who returned to the company in November.

"Pixar's just not working," said Rich Greenfield, an analyst at LightShed Partners. "The challenge in the movie business is there's no quick fix."

Disney said *Elemental*'s strong ratings — it has an "A" CinemaScore and 91 per cent score on Rotten Tomatoes — should translate into a strong cinema run over the summer season.

But the broader film industry is having its healthiest year since 2019. There will be 42 "summer movies" in wide US release this year, compared with 22 last year and one in 2020.

Besides *Elemental*, this past weekend also saw the opening of *The Flash*, a film that carried the weight of high expectations from its studio, Warner

Bros. The superhero film came in at number one at the US box office, but its gross of \$55mn was well short of the expectations of \$65mn-\$70mn.

The film cost \$200mn and comes as Warner's superhero franchises are being rethought under director James Gunn and producer Peter Safran, who act as co-chief executives for DC Studios. They were recruited last year by David Zaslav, Warner Bros Discovery's chief, who is eager to compete with Marvel, which under Disney has released dozens of films and taken in about \$30bn, making it Hollywood's most successful film franchise.

"[*The Flash*] is a very important movie" for Warner Bros, said Dergarabedian. "DC has been looking to hit the reset over and over."

A healthy warm weather season at the US box office tends to gross at least \$4bn, a figure that was previously reached in the pre-pandemic summer of 2019.

Au Festival d'Annecy, « Linda veut du poulet ! » domine le palmarès

Le film d'animation français de Chiara Malta et Sébastien Laudenbach a reçu la plus haute récompense, le Cristal du long-métrage

La 47^e édition du Festival international du film d'animation d'Annecy, qui s'est tenue du dimanche 11 au samedi 17 juin, occupera désormais une place particulière dans les esprits. Ouvert trois jours après l'attaque au couteau survenue, jeudi 8 juin, dans la ville de Haute-Savoie, le rendez-vous annuel s'est tenu comme prévu, bravant la sidération et l'effroi, s'affichant durant plusieurs jours comme un acte de résistance contre la barbarie et la laideur du monde. Tel que l'avaient défini et souhaité les organisateurs ainsi que le maire écologiste de la ville, François Astorg. Tous avaient tenu à rappeler, lors de la première soirée du festival, combien il était nécessaire, dans ce douloureux moment, de s'essayer à faire triompher la convivialité, la bienveillance, les « beaux regards et les couleurs » posés sur la vie, pour mieux lui rendre hommage.

Plus que jamais a donc régné à Annecy cette volonté d'union des peuples, des cultures et des origines dont la diversité se confond en un seul et même langage : l'animation, un genre qui, par la dimension universelle de son expression, s'exporte plus que les autres et peut rassembler les familles autour d'un même film. Comme on le vérifie, en particulier, lors des projections nocturnes qui ont lieu chaque

année en plein air. Reportées lors de cette édition du dimanche 11 au lundi 12 juin, « en signe de soutien aux familles et aux victimes », celles-ci ont rencontré le même succès que dans les éditions précédentes.

Sept jours au lieu de six

Dans les salles (archi-combles du matin jusqu'au soir), il en fut de même. Et ce pendant toute la durée du festival, qui, pour la première fois, s'est tenu durant sept jours au lieu de six, en raison d'une demande accrue d'accréditations et du nombre croissant d'excellents films reçus, en prove-

nance de pays de plus en plus nombreux. Parmi eux, vingt-trois longs-métrages d'une extrême qualité ont été légitimement retenus pour concourir dans les deux sections compétitives, L'Officielle et Contrechamp.

Dans la première catégorie, la plus haute récompense a été attribuée à *Linda veut du poulet!*, du duo français Chiara Malta et Sébastien Laudenbach. Présenté en mai à l'ACID, au Festival de Cannes, le film, qui est donc reparti d'Annecy avec le Cristal du long-métrage (raflant aussi le prix de la Fondation GAN), est une petite merveille d'impertinence dont la profondeur se dessine à mesure d'une histoire rocambolesque. Linda, petite fille

qui vit seule avec sa mère, s'entête un beau jour à vouloir manger un poulet aux poivrons. Si l'on ne sait qu'à la fin ce que cet apparent caprice revêt, il nous mène en attendant dans une course folle, burlesque, jusqu'à l'absurde parfois, durant laquelle interviennent des personnages au caractère bien trempé.

Définis chacun par une couleur précise (qui évoque leur personnalité) et quelques traits ouverts, sans cesse en mouvement, tous s'incarnent avec fermeté et audace dans des décors stylisés, points de repère familiers, rendus merveilleux par la grâce du dessin et des couleurs. A Annecy, le film s'est imposé de la même manière que le firent *Ma vie de courgette*, du Suisse Claude Barras, en 2016, et *J'ai perdu mon corps*, du Français Jérémie Clapin, en 2019.

C'est à l'un des plus beaux films de la sélection officielle qu'est revenu le Prix du jury : *Four Souls of Coyote*, du Hongrois Aron Gauder, conte amérindien sur la création du monde dont la splendeur originelle, saisie ici avec une grande pureté, sert à remettre en perspective les guerres menées par les hommes. Leur rappelant au passage que, s'ils doivent désormais en conduire une, c'est celle de la préservation de la Terre.

Films destinés aux enfants

Le prix Paul-Grimalt a, quant à lui, été attribué à *The Tunnel to Summer, the Exit of Goodbyes*, du Japonais Tomohisa Taguchi, qui met en scène, dans la tradition manga, deux lycéens osant s'aventurer dans le long tunnel qui, selon la légende, est susceptible de réaliser leur vœu le plus cher. Encore faut-il oser le traverser.

Dans la catégorie Contrechamp, le Grand Prix est revenu à *Robot Dreams*, de l'Espagnol Pablo Berger, long-métrage tout en finesse, aux couleurs tendres comme l'amitié qui lie ses deux héros, le chien Dog et le robot. Et c'est un Tchèque, Filip Posivac, qui a remporté le Prix du jury de cette catégorie, avec son très poétique *Tony, Shelly and the Magic Light*, récit d'ombres et de lumière qui raconte là encore, à travers deux charmantes figurines, une histoire d'amitié.

Les films destinés aux enfants ont donc fait carton plein cette année, puisque le public a choisi d'attribuer son prix à *Sirocco et le royaume des courants d'air*, du Français Benoît Chieux. Long-métrage d'aventure que le réalisateur a investi avec un lyrisme quelque peu déroutant. Profusion des couleurs et des formes, superposition des volumes, des influences et des genres ayant ainsi pour fâcheux effet de saturer le récit et de nous perdre en route. ■

VÉRONIQUE CAUHAPÉ

Petite merveille d'impertinence, l'histoire rocambolesque de Linda a raflé aussi le prix de la Fondation GAN



Tom Cruise, une star hollywoodienne qui défie le temps

Cascades, «pétages de plombs», scientologie... Ambre Chalumeau retrace le parcours exceptionnel de l'acteur américain

TMC
MARDI 20 - 21 H 25
DOCUMENTAIRE

Sorti le 25 mai 2022, *Top Gun: Maverick* est «le» film qui a redonné envie au public d'aller au cinéma après la crise sanitaire. Un exploit salué d'un tonitruant «*Tu as sauvé les fesses d'Hollywood*», lancé par Steven Spielberg lors du dîner des Oscars, le 14 février, à l'adresse du producteur et héros du film, Tom Cruise.

Dès lors, la question est pour quoi? Pourquoi, même en France, où le nom de l'acteur est avant tout associé à la Scientologie, cette suite du *Top Gun* de 1986 a dépassé les 6 millions d'entrées en trois mois?

Autrice du documentaire, Ambre Chalumeau apporte une ré-

ponse professionnelle et réjouissante, en décortiquant «le système Tom Cruise» en plusieurs actes: cascades, physique, look, «pétages de plombs» - lors du «Oprah Winfrey Show» en 2005, sur le tournage de *Mission impossible 7* pendant la pandémie... - et Scientologie. Avec la touche de fantaisie polie qui fait son succès dans «Quotidien», le magazine de TMC dans lequel la jeune journaliste présente une chronique culture depuis la rentrée 2020.

Coppola, Kubrick, Ridley Scott, Scorsese, Michael Mann, Oliver Stone... la filmographie de Tom Cruise est qualifiée «de dingue». Elle procure même «un orgasme cinéphilique» à Geoffrey Crété, rédacteur en chef d'*Ecran large*, particulièrement intéressant tout au long du film, tout comme Thomas Croisière, chroniqueur ci-

néma. Ils s'accordent à dire que son succès tient en une formule: «*It looks real because it's real*» («ça a l'air vrai parce que c'est vrai»). Sauter d'un avion de ligne, piloter un coucou, s'accrocher à un TGV lancé à 300 km/h (scène incroyable): comme Jean-Paul Belmondo en son temps, Tom Cruise fait lui-même les cascades.

Les extraits de films et entretiens sont ponctués d'interventions dans lesquelles Ambre Chalumeau se met en scène. Pour n'en citer qu'une, elle refait une cascade de *Mission impossible 1*. C'est rigolo. Cela ouvre surtout les portes de l'école de cascadeurs entraînés par Jérôme Gaspard, qui révèle les coulisses du tournage du «saut à moto» qui est déjà un moment culte de *Mission impossible 7*, dont la sortie est prévue le 12 juillet.

On retiendra encore les choix de carrière de l'acteur décryptés par la scénariste Julie-Anna Grignon: la scène en chemise, slip et chaussette de *Risky Business* (1983); les souvenirs de Lorraine Gaully Amie, la camarade de lycée de Thomas C. Mapother (nom de naissance du comédien)...

Tom Cruise a aujourd'hui 60 ans. Au début de *Top Gun: Maverick*, il s'oppose à son colonel, qui lui prédit un avenir où les avions n'auront plus besoin de pilote, et donc de lui, pour voler. «*Peut-être*, répond l'intéressé, *mais pas encore*.» Un *Mission impossible 8* est annoncé en 2024, et *Edge of Tomorrow 2* en 2025. ■

CATHERINE PACARY

Le Système Tom Cruise, écrit par Ambre Chalumeau, réalisé par Elise Le Bivic (Fr., 2023, 81 min).

