



Shanghai premia Vito Palmieri

See You in Texas l'opera prima del regista italiano Vito Palmieri ha vinto il Gran Premio della Giuria allo Shanghai International Film Festival (SIFF, 11-19 giugno) diretto da Wenxia Fu. Prodotto da Ascent Film con Rai Cinema, il film si è aggiudicato il secondo premio per importanza tra gli otto assegnati dalla giuria presieduta da Emir Kusturica.

SUL SET

◆ Sono in fase di ultimazione le riprese di *Che vuoi che sia* diretto da Edoardo Leo, autore e interprete della commedia scritta con Alessandro Aronadio, Marco Bonini e Renato Sannio. Prodotto da Fulvio e Federica Lucisano per IIF e da Warner Bros., il film verrà distribuito da Warner il 10 novembre. Nel cast Edoardo Leo, Anna Foglietta e Rocco Papaleo

IDM FINANZIA SIANI



IDM - Film Fund & Commission ha approvato il finanziamento di nove progetti per 1.790.000 euro. Di questi, cinque provengono dall'Italia, tre dalla Germania e uno dall'Austria. Tra le produzioni italiane c'è *Mister Felicità* di Alessandro Siani che tornerà a girare in Alto Adige dopo *Il principe abusivo*. Oltre allo stesso Siani, nel cast saranno presenti Diego Abatantuono e Carla Signoris. A produrre il film, sostenuto da IDM con 200mila euro, è Cattleya. Altro progetto italiano, finanziato con 110mila euro, è quello diretto dall'alpinista Reinhold Messner, *Der Heilige Berg*. Due i progetti delle case di produzione altoatesine di Bolzano: con 480mila euro è stato finanziato il film *Zweitland* diretto da Michael Kofler e prodotto da Echo Film (con Austria e Germania), e il documentario per la TV *Oswald von Walkenstein* di Klaus Roman, prodotto da Videocap, a cui sono andati 30mila euro. Chiude il cerchio delle produzioni italiane Kino Produzioni, che riceve un sostegno alla pre-produzione di 20mila euro per *Sole* di Carlo Sironi, coprodotto con la Francia.

A Bari gli Italian Screenings

Si è tenuta presso il Multicinema Galleria di Bari, dal 29 giugno al 3 luglio, la tredicesima edizione degli Italian Screenings organizzati da Istituto Luce Cinecittà, che ha visto la presenza di manager e buyer internazionali. Gli Italian Screenings, infatti, sono il mercato annuale dedicato alle produzioni italiane recenti che vengono presentate a potenziali compratori provenienti da tutto il mondo: sono stati 130 gli operatori presenti, 30 i Paesi rappresentati, 20 i film in anteprima mondiale, oltre alle anteprime internazionali, 60 le proiezioni complessive.



Ricerche

Studiare il problema estate

“Progetto destagionalizzazione” è lo studio realizzato da una squadra di NBCUniversal (trasversale alle società del gruppo che si occupano di theatrical, tv e home video) con lo scopo di realizzare una ricerca per indagare le abitudini del pubblico in estate e le ragioni che lo portano o meno ad andare al cinema. Lo studio si divide in quattro parti: Perché destagionalizzare; Gli attori del mercato e le loro aspettative; Definire il consumatore cinema; Next Steps. Nella prima parte vengono presentati dati relativi ai mercati cinema, home video e tv nel triennio 2013-2015. Per quanto riguarda il cinema, il periodo maggio-agosto in media vale il 20% delle presenze annuali, che scendono all'8% nel bimestre luglio-agosto. In estate crolla il consumo di cinema italiano: 8% del totale presenze da maggio ad agosto (24% per il cinema internazionale) ma solo dell'1% a luglio e agosto (10% per il cinema internazionale). Lo studio mostra che la concentrazione di uscite di cinema italiano è massima tra ottobre e aprile mentre luglio e agosto sono sguarniti di film. Sfruttare la stagione estiva fa bene alle teniture; la vita in sala dei film stranieri tra maggio e agosto è mediamente superiore a quella del resto dell'anno (escludendo Natalizia). Nella seconda parte vengono presentati i vantaggi che tutti gli attori del mercato, e anche il pubblico, potrebbero trarre da un calendario di uscite più organico,

mentre nella terza sono stati presentati i risultati della ricerca Sala & Salotto del 2013. Il pubblico viene suddiviso in diverse categorie: Cine-MAI (0 biglietti all'anno); Cine-MENO (1-2 biglietti); Cine-MEDIO (3-4 biglietti); Cine-MOLTO (5-10 biglietti) e Cine-MAD (11-20 biglietti). Sala & Salotto ha calcolato, poi, che il 70% della frequenza è dovuta alle categorie Cine-MOLTO e Cine-MAD. L'ultima parte è concentrata sull'annuncio della ricerca GfK-Eurisko sulle abitudini del pubblico in estate, suddivisa in tre fasi. La prima, analizzerà il consumatore cinema sulla base del database GfK; la seconda (Qualitativa), avrà il compito di approfondire una serie di temi specifici del campione selezionato (scenari vissuti, esperienza di fruizione, rapporto con il cinema); la terza (Quantitativa), ruoterà attorno a un questionario sottoposto a 1.600 persone rappresentative dei fruitori di cinema over 14. La ricerca dovrebbe partire a inizio settembre e concludersi per fine anno.



NBCUniversal
Progetto Destagionalizzazione



La luce è glamour

XBO® continua a creare nuove stelle

Con un incantesimo di luce, OSRAM XBO® trasforma un'attrice sconosciuta in una affascinante star. Con un pizzico di magia, OSRAM XBO® trasporta gli spettatori in mondi nuovi ed emozionanti, lontano dalle loro poltrone. Grazie ai suoi continui miglioramenti, OSRAM XBO® non solo crea stelle, ma le fa brillare allo stesso modo. La recente evoluzione di OSRAM XBO® supera ogni aspettativa in termini di qualità e rapporto costo-vita utile. Conta su OSRAM XBO® per creare nuove stelle e farle risplendere sullo schermo.

La luce è OSRAM

OSRAM

69°
Festival del film Locarno
3-13 | 8 | 2016

Main sponsors:

UBS aet MANOR swisscom

Institutional partners:
Republic and Canton of Ticino with **EMISLOS**
Federal Office of Culture
Swiss Agency for Development and Cooperation SDC
City and Region of Locarno

Destination sponsor:
**ASCONA
LOCARNO**