

Industria dello spettacolo

33

STRATEGIE AL BOTTEGHINO

VISION E MEDUSA LA SCOMMESSA INIZIA IN SALA

L'accordo tra le due società riguarda la distribuzione. Intanto l'azienda controllata da Sky al 60% e nata da pochi mesi annuncia venti titoli in produzione. Il primo arriva a Ferragosto. Il ceo Maccanico: «Una scelta simbolica»

di **Stefania Ulivi**

Un broadcaster televisivo (Sky) più cinque produttori (Cattella, Wildside, Lucisano Media Group, Palomar e Indiana Production). Uguale, una nuova società di distribuzione, la Vision Distribution. Nata nel dicembre 2016, tra i primi atti, annunciato nei giorni scorsi, ha chiuso un accordo di partnership con uno dei principali concorrenti, la Medusa Film. Nicola Maccanico è l'amministratore delegato di questo nuovo soggetto che non nasconde le ambizioni di porsi come un interlocutore importante nel panorama dell'industria cinematografica italiana. «Il nostro è un prototipo, un modello innovativo», racconta all'Economia il manager, 45 anni, già direttore generale di Warner Bros. «L'obiettivo è contribuire all'evoluzione di un sistema rimasto statico per troppo tempo. Questa è la prima volta che si riesce a unire cinque produttori con un broadcaster per fare distribuzione cinematografica».

E l'ingresso di Sky nella distribuzione è certo destinato a impattare sugli scenari. Avrà il controllo dei diritti cin-



Volte Un'immagine del nuovo film di e con Alessandro Gassmann, «Il premio», con Gigi Proietti, Anna Foglietta e Rocco Papaleo

vinti che esistano importanti margini di miglioramento per il cinema italiano: l'importante è ripensare ai modelli operativi. Noi puntiamo al 10% di quota del mercato, non è facile: si può fare solo se cresce tutto il comparto».

Il business plan, spiega Maccanico, prevede di «arrivare a venti titoli all'anno, film italiani molto diversi tra loro ma tutti di forte appeal commerciale». Tra quelli annunciati, *Il pre-*

mio, nuova regia di Alessandro Gassmann con Gigi Proietti, Anna Foglietta e Rocco Papaleo, produzione IIF («Un road movie sulla famiglia che farà ridere e emozionare»); *Sono tornato*, commedia diretta da Luca Marniero con Massimo Popolizio, prodotta da Indiana («Remake del film tedesco *Lui è Tornato*, che immagina in tono comico il ritorno di Mussolini nell'Italia di oggi»). Mentre il primo

gennaio 2018 arriverà nelle sale il nuovo film di Riccardi Milani con Paola Cortellesi e Antonio Albanese.

La prima uscita è *Monolith* di Ivan Silvestrini, tratto dal fumetto cult di Roberto Recchioni e targato Sky. «Lo mandiamo in sala a Ferragosto, in controtendenza, è una scelta strategica e simbolica. Crediamo alla sala come luogo di eccellenza per la fruizione dei contenuti».

Alleanze

Intanto, gli occhi sono puntati sull'accordo di partnership con Medusa per la distribuzione cinematografica dei rispettivi listini. «La finalità dell'accordo è rafforzare l'ingresso di Vision nel mercato. Poter condividere la rete commerciale con un operatore come loro aumenterà la nostra incidenza immediata sull'esercizio cinematografico e accelererà il percorso di crescita».

Medusa, a sua volta, ha già rapporti stretti con diversi produttori. «L'accordo Vision-Medusa implica totale autonomia editoriale, di marketing e commerciale per le due aziende, che sono libere di determinare come credono le proprie scelte strategiche. Questo vale anche nel rapporto con i produttori» spiega Maccanico. Sul fronte economico, questa partnership aumenta l'ottimismo. «Siamo più forti e quindi ancora più convinti di poter raggiungere gli obiettivi che ci siamo posti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Gioco di squadra
Nicola Maccanico, 45 anni, è l'amministratore delegato di Vision Distribution. La nuova società è controllata al 60% da Sky

nematografici dei film che distribuirà, sia pay che free. «Il modello Vision implica per tutti una maggior trasparenza e confidiamo nell'apporto di tutti i soci, Sky e produttori, per costruire film più forti e rilanciare la cinematografia nazionale così come è accaduto per serialità tv».

In Vision, Sky è socio di maggioranza con il 60%, ognuno degli altri soci ha l'8%. Il cda è composto da Andrea Scrosati (presidente), Margherita Amedei, Luisa Borella, Carlo Degli Esposti, Mario Gianani, Benedetto Habib, Domenico Labianca, Federica Lucisano, Nicola Maccanico, Luca Sanfilippo, Riccardo Tozzi. «Abbiamo un obiettivo comune, per raggiungerlo dobbiamo far coesistere sensibilità, lingue ed esigenze diverse in tutto il processo di produzione e distribuzione, fino all'interlocuzione con l'esercizio. Sono mondi che si parlano ancora troppo poco. Per andare oltre i perimetri attuali del nostro cinema dobbiamo costruire film più solidi, scriverli meglio e difenderli in sala», sostiene l'ad.

La stagione

La nuova società arriva in un momento molto critico del settore, con il box office in sofferenza. Nel mese di giugno 2017 gli incassi sono stati intorno ai 25 milioni di euro (pari a 3 milioni e 800 mila presenze), contro i 29,7 milioni di euro e un milione in più di presenze del 2016. «La situazione è chiara a tutti, ma noi siamo con-

Nctm
Nctm Studio Legale
Innovative Law Firm
(FT 2012 - 2013 - 2014 - 2015 - 2016)

Milano Roma London Brussels Shanghai

www.nctm.it
info@nctm.it

L'Economia del Cinema

Cattivissimo me, incassi e like: l'assalto dei nuovi cartoon

Il concetto del film di animazione si è spostato sull'asse 3D, dollari e fantasia. La cassa, pure. Parodia, non solo disegno, tagli di sceneggiatura acidi e dialoghi alla Woody Allen, pulizia digitale, tematiche ambientali, pessimi soggetti in trincea. Addio dolcezza Disney, addio lezioni morali e ghirigori sentimentali. Restano gli incassi da urlare e i like che vengono dal giro dei social network.

Nella stagione in corso sono tre i titoli nella top ten: *Alla ricerca di Dory*, con 14,9 milioni di euro, *Oceania*, 14,3 milioni, e *Pets - Vita da animali*, 13,3 milioni. Non solo disegni, largo al graphic computer. Il best seller dell'anno, *La Bella e la Bestia*, che ha incassato 20,4 milioni di euro, pur non essendo un film d'animazione, ha un target infantil-adolescenziale. Quanto basta per spingere la distribuzione a tentare di sfondare, subito dopo l'estate, con i cartoon più attesi. Prendi i soldi e scappa.

La guida dell'assalto animato sarà, già il 24 agosto, il terzo *Cattivissimo me*, saga di una famiglia controcorrente, fuori controllo, fuori di testa. Il *world movie* allarga gli orizzonti: arriva lo zio ricco. Un tempo si sarebbe detto lo zio d'America: oggi, nella nuova scala di valori globali, non funziona, è politicamente scorretto. Dru è il gemello di Gru. I minions, con una dimensione sempre più demenzial-Looney Tunes, bisticciano e folleggiano: protagonisti di un riuscito benché petulante spin-off, sono il collante di un'operazione eccentrica, non trascurabile. Agnes

deve trovare un unicorno vero per sostituire quello di pezza, Lucy si sente inadeguata come madre adottiva. Il villain di turno è un bimbo prodigo che ha perso il lavoro, ha chiesto aiuto al Maligno, e ovviamente finisce male.

Il discorso di Chris Meledandri, apparentemente contro il mercato della nostalgia, è invece la sua glorificazione. Melassa e ritmo. La carica degli eroi di cartone proseguirà in forze fino a Natale con *Cars 3* (14 settembre), *Emoji - Accendi le emozioni* (28), *Lego Ninjago*

Personaggi

Gru è uno dei protagonisti della serie di cartoni animati *Cattivissimo Me*, arrivata al terzo episodio, in sala il prossimo 24 agosto



(12 ottobre), *Moster Family* (19), *Vampiretto* (26), *Capitan mutanda* (1 novembre), *Nut Job 2 - Andiamo a comandare* (16), *Bigfoot Junior* (6 dicembre). Oltre l'animazione: per il Natale 2018 prenotate i posti per *Mary Poppins Returns* diretto da Rob Marshall (Chicago) con Emily Blunt (Mary Poppins, la governante volante che fu il cavallo di battaglia di Julie Andrews), Meryl Streep, Colin Firth, Angela Lansbury, Ben Whishaw. Cose da cartoon svalvolato, con attori in carne e ossa.

Paolo Baldini

@pabaldini

© RIPRODUZIONE RISERVATA