



## BOXOFFICE

## NEWS

### DISNEY, NOVITÀ SULL'ANIMAZIONE

Sono diverse le novità presentate da Disney sul fronte dell'animazione durante la convention D-23 Expo, che si è svolta ad Anaheim (California) dal 14 al 16 luglio. John Lasseter, chief creative officer di Pixar Animation Studios, Walt Disney Animation Studios e Disneytoon Studios, ha annunciato che il nuovo film Disneytoon potrebbe essere il sequel di *Planes* ed è previsto per aprile 2019. Per quanto riguarda Pixar, sono state svelate le prime clip di *The Incredibles 2*, che uscirà il 15 giugno 2018, di cui la star questa volta sarà Elastigirl. Per il 21 giugno 2019 è fissato invece *Toy Story 4* di Josh Cooley. Pixar ha inoltre anticipato un progetto ancora senza titolo del regista di *Monsters University*, Dan Scanlon. Passando ai Disneytoon Animation Studios, è stato presentato il sequel di *Ralph Spaccatutto*, intitolato *Ralph Breaks the Internet: Wreck-It Ralph 2*, in programma per il 21 novembre 2018. Lo studio ha poi mostrato *Olaf's Frozen Adventure*, il corto di 21 minuti che negli Usa uscirà il 22 novembre in testa al film Pixar *Coco*. Il lungometraggio *Frozen 2* è invece stato annunciato per il 27 novembre 2019.



Prevista per gennaio 2019 l'uscita di *Toy Story 4*

### BREVISSIME

➡ Dal 28 settembre all'8 ottobre si svolgerà la 22ª edizione del Milano Film Festival. Tra i film annunciati *England is Mine*, in concorso, e il documentario *Tony Conrad. Completely in the Present*, fuori concorso.

➡ Il critico Alberto Crespi è il nuovo responsabile ufficio stampa del CSC.

➡ Gianni Amelio con *La tenerezza* è il vincitore del 36º Premio Internazionale alla migliore sceneggiatura cinematografica "Sergio Amidei" (Gorizia, 13-19 luglio). A Silvio Soldini il Premio Opera d'Autore.

➡ Il "Festival Documentario Visioni dal Mondo, Immagini della realtà", in programma dal 5 all'8 ottobre a Milano, ha siglato una partnership con il festival canadese Hot Docs, di cui saranno presentati in esclusiva una selezione di titoli, tra cui *In the Name of All Canadians*, il primo documentario prodotto da Hot Docs.



### IL PUBBLICO E IL CINEMA IN ESTATE

Quali sono le ragioni che portano gli italiani a non frequentare le sale nei mesi più caldi? L'urgenza sempre più pressante di allungare la stagione cinematografica a dodici mesi ha portato alla realizzazione della ricerca GfK presentata a inizio luglio alle Ciné - Giornate di Cinema. Intitolato "Destagionalizzazione nel cinema: cause e possibili soluzioni", lo studio è stato commissionato da Anica e Mibact a partire da una sollecitazione di Richard Borg, direttore generale e amministratore delegato di Universal. A esporre al pubblico di Riccione i risultati è stato Edmondo Lucchi di GfK. Dalla ricerca emerge una pluralità di cause che frenano il consumo di cinema in sala d'estate. C'è innanzitutto un problema logistico dovuto al fatto che si va in vacanza e che nei luoghi di villeggiatura non sono sempre presenti i cinema. Inoltre, il pubblico chiede di lavorare maggiormente sull'offerta di film nei mesi caldi, anche se non è questo il motivo della disaffezione estiva. La vera causa risiede nell'intreccio di due diverse ragioni. Da un lato, il proliferare in estate di altre numerosissime opportunità per il tempo libero, che diventano competitive del cinema. Dall'altro lato, il modo in cui sono strutturate le sale cinematografiche, che con il loro buio avvolgente sono percepite come perfette in inverno e opprimenti in estate, specialmente quando si ha voglia di una socialità diversa. In competizione con la sala, infatti, non c'è solo la fruizione domestica, bensì tutte le esperienze di vita all'aria aperta. Infine, si mette all'attenzione anche il tema del prezzo, leva da tenere in conto quando la competizione è più forte. Occorre quindi lavorare allo stesso tempo sull'offerta e sugli ambienti (spazi interni ed esterni). E il potenziale di business c'è, come dimostra la maggiore predisposizione a uscire la sera, che in estate triplica. In Italia non si va al cinema d'estate per la presenza di un forte automatismo culturale che fa associare istintivamente i mesi più caldi alla non frequentazione dei cinema e su questo punto bisogna lavorare. Interrogati su cosa proporrebbero per invertire la rotta, gli spettatori intervistati parlano della necessità di contenuti imperdibili, potenziamento dell'offerta, proiezioni in luoghi meno opprimenti e più aperti, orari più "estivi", promozioni. Positivo, infine, il 20-30% di disponibilità del pubblico a rivedere i propri comportamenti. (Silvia Mussoni)