

22 Giovedì 16 Luglio 2020

GUIDA MANAGERIALE ALL'EMERGENZA VIRUS

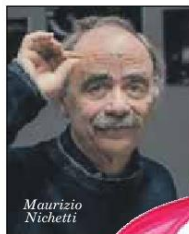
Italia Oggi

Format in più puntate per attirare gli spettatori alla Netflix. Arriva il festival Visioni dal mondo

Il documentario imita le serie tv All'estero le televisioni investono in nuove produzioni

DI MARCO A. CAPISANI

Anche i documentari si adeguano ai nuovi gusti dei telespettatori e sperimentano il formato «serie tv». Dopo i film in un unico episodio per grande o piccolo schermo, si aggiunge così un terzo formato che organizza fin dall'inizio produzioni e montaggi suddividendoli in più puntate. Una trasformazione già in atto all'estero che adesso si fa strada anche in Italia, complice l'arrivo di nuovi generi che influenzano il mondo dei documentari, specialmente quelli sullo stile dei gialli o in generale dei racconti di suspense, che possono mantenere col fiato sospeso il pubblico fino all'ultimo episodio. Evoluzione del genere documentario è, non a caso, tra i temi che verranno discussi alla sesta edizione del Festival internazionale del documentario Visioni dal mondo, per quest'anno non aperto fisicamente al pubblico da Milano ma in versione digitale (dal 17 al 21 settembre prossimo, in concomitanza con la settimana Movie week Milano, www.visionidalmundo.it).



Maurizio Nichetti

Tra le novità oltre al nuovo logo della kermesse e alla direzione artistica affidata a Maurizio Nichetti, c'è soprattutto la nuova selezione di 30 titoli che, per argomenti, spaziano dall'ambiente allo stretto legame tra arte-innovazione tecnologica-diritti dei cittadini, dall'istruzione all'immigrazione. Trenta titoli in tutto con un focus particolare su quelli italiani. Il fil rouge dell'edizione 2020 è il coraggio, con un occhio particolare a quello femminile. Tra

le anteprime quelle sull'artista Banksy, *most wanted*, su Artemisia Gentileschi, *pittrice guerriera* e *Human*, incentrato sull'intelligenza artificiale e su come sta trasformando l'uomo.

A Visioni dal Mondo si parlerà però, tra sessioni dedicate e incontri web, in particolare modo del futuro del documentario, dentro le sale cinematografiche e fuori sulle varie

piattaforme online alla Netflix, oltre che della sua trasformazione secondo nuove formule.

Ma, se il documentario diventerà un po' serie tv, lo chiameremo ancora documentario? «Certo. A voler essere più precisi, possiamo chiamarlo serie documentaria», spiega a Italia Oggi Cinzia Masotina, a capo di Visioni Incontra, la sezione business rivolta ai professionisti per far incontrare gli autori di 12 progetti working in progress (la cui produ-

ne non è ancora completata) e investitori tra cui network tv e agenti cinematografici. «Anche il documentario a puntate resta un documentario. Del resto, parliamo di uno dei generi più ibridi. Infatti, anche se siamo abituati a pensare al documentario come a un reportage, in realtà ne esistono di tipi, compresi quelli più fieri, quelli legati alla realtà o ancora le storie nate da un'idea creativa dell'autore.

«All'estero le televisioni si sono già messe a produrre documentari secondo il nuovo stile delle serie tv. In Italia, il trend sta nascendo e, al momento, i network tv tendono piuttosto ad acquisire produzioni già finite», prosegue Masotina. «Nel caso delle proposte di Visioni Incontra, si tratta di working in progress che cercano un completamento a livello produttivo». A conferma della vivacità del mondo dei documentari, da quest'anno ci sono pure i rappresentanti dei vari festival sparsi in giro per il mondo che si aggiungono come possibili sostenitori durante la sezione business del festival ideato, fondato e presieduto da Francesco

Bizzarri. Come per i quotidiani e i magazine, anche per il video la formula del lungo racconto, da fruire in diversi momenti temporali, a giudizio di Masotina, è quello che viene maggiormente ricercato dal pubblico e, quindi, dagli addetti ai lavori.

C'è differenza tra le proposte selezionate al Festival e quelle proposte, nello specifico, a Visioni Incontra? «Noi non dettiamo nessuna linea editoriale a priori», chiarisce Masotina. «Ci può essere semmai una differenza considerando che la sezione industry ragiona su progetti più recenti, non ancora completati per l'appunto, che in media sono iniziati circa un anno fa», rappresentando così i temi più interessanti e d'attualità secondo gli autori che, per il 2020, hanno scelto argomenti (al momento ancora top secret nello specifico) sia di denuncia sia di storia (parlando di partigiani), sia di giovani e ovviamente di pandemie. A proposito di ragazzi, a Visioni dal mondo approda *Millennials* - non c'è futuro per i figli di Michele Bizzarri, già pensato secondo il format serie tv.

© Riproduzione riservata

Lagardère, Vivendi sale e diventa primo azionista

Vivendi aumenta la propria partecipazione in Lagardère fino al 21,19% e diventa azionista principale della società media francese. L'investimento arriva a tre mesi di distanza dall'acquisto di Vivendi di una prima quota del 10,6%. Secondo quanto annunciato ieri dall'Amf, la Consob francese che vigila sulla Borsa di Parigi, oltre all'incremento di quota aggiornato allo scorso 10 luglio (con relativi diritti di voto al 16,01%), Vivendi medita anche se candidare uno o più membri per il consiglio di sorveglianza (cds), ossia l'omologo cda italiano. Invece, tre mesi fa, al momento della prima mossa del colosso media guidato da Vincent Bolloré, quest'ultimo aveva escluso l'intenzione di proporre dei candidati per la nomina nel cds. Non solo, ora Vivendi non esclude di salire ulteriormente nel capitale di Lagardère, senza però puntare al controllo dell'azienda. La decisione dipenderà dalle condizioni del mercato ma Bolloré può contare sulla liquidità ottenuta dalla cessione di una quota di minoranza in Universal music group.

E' un momento agitato questo per Lagardère che da circa quattro anni si sta scontrando con l'hedge fund Amber Capital, socio al 18%. Lo scorso maggio, gli azionisti di Lagardère hanno dovuto serrare i ranghi per respingere le richieste avanzate da Amber Capital di sostituire il consiglio di sorveglianza, visto l'importante indebitamento del gruppo impegnato, tra l'altro, come editore dei settimanali *Paris Match*, *le Journal du dimanche* e della radio Europe 1. In aiuto della famiglia Lagardère è sceso in campo pure Bernard Arnault, a capo del colosso internazionale del lusso Lvmh (quello di Bulgari, Celine, Fendi e Louis Vuitton), che ha investito nella holding di Arnaud Lagardère.



Vincent Bolloré

CHESSIDICE IN VIALE DELL'EDITORIA

Community primo gruppo in Italia nella classifica mondiale degli adviser di comunicazione finanziaria. Community, gruppo di reputation management fondato e guidato da Auro Palomba, si posiziona come primo unico adviser italiano di comunicazione finanziaria, raggiungendo il 6° posto della classifica globale secondo Mergermarket. La classifica considera il valore delle operazioni seguite nei primi sei mesi dell'anno in corso: la società ha comunicato in tutto il mondo 17 operazioni per un controvalore di 27,046 miliardi di dollari (pari a 23,6 miliardi di euro). Per valore delle operazioni Community è anche il primo adviser italiano nella classifica nazionale e al 4° posto in quella europea.

Google investe in Jio Platforms. Google investirà 337,37 miliardi di rupie (3,93 miliardi di euro) in Jio Platforms, diventando così l'ultima società estera a prendere una quota nel gigante tech indiano e acquisendo una quota del 7,7%. L'accordo prevede che Jio e Google collaborino per elaborare un sistema operativo Android per l'India e la produzione degli smartphone 4G e 5G a basso costo nel Paese.

Mediaset: primo semestre storico per l'audience. Da gennaio a maggio 2020, le reti generaliste Mediaset hanno trasmesso oltre 1.500 ore di tg e approfondimenti in diretta, con il TG5 ai suoi massimi d'ascolto (21,7% alle ore 20 di gennaio-marzo, 15-64 anni) e picchi in tutti i programmi di approfondimento. Lo ha

comunicato il gruppo di Cologno Monzese che sottolinea anche i risultati nell'intrattenimento. Mediaset ha raggiunto così il 36,7% di share in prima serata sui 15-64 anni rispetto al 32,7% della Rai sulla stessa fascia. Per quanto riguarda gli altri mezzi, la radio ha raggiunto i 10,8 milioni di ascoltatori nel giorno medio, mentre sono 1.792.000 video visti nel giorno medio sui siti del gruppo che nel 2020 supera da solo la somma dei video visti sui siti di tutti gli altri editori tv. TgCom24 inoltre si conferma primo sito di news video in Italia con 15,4 milioni di video visti nel giorno medio. Mediaset Play inoltre nel 2020 ha aumentato del 50% i visitatori unici al giorno (1.009.000). Il gruppo, prosegue la nota, ha ottenuto risultati anche nel cinema con Checco Zalone e Ficarra e Piconi.

L'editoria in Piazza Affari

Indice	Chiusura	Var. %	Var. % 30/12/19	
FTSE IT ALL SHARE	22.074,37	1,93	-13,87	
FTSE IT MEDIA	8.232,32	1,22	-30,03	
Titolo				
	Rif.	Var. %	Var. % 30/12/19	Capitaliz. (mln €)
Cairo Communication	1,5060	1,76	-44,53	202,4
Caltagirone Editore	0,7340	-0,27	-33,27	91,8
Class Editori	0,1240	0,81	-30,34	21,3
Gedi Gruppo Editoriale	0,4600	-	0,66	234,0
Il Sole 24 Ore	0,4625	-1,18	-30,35	26,1
Mediaset	1,5180	1,20	-42,93	1.793,1
Mondadori	1,0860	2,26	-47,28	283,9
Monrif	0,1045	-0,95	-32,36	21,6
Rcs Mediagroup	0,6420	2,72	-36,31	335,0

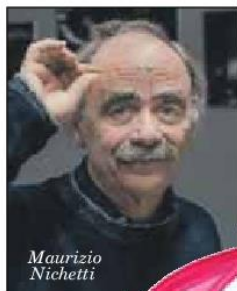
Format in più puntate per attirare gli spettatori alla Netflix. Arriva il festival Visioni dal mondo

Il documentario imita le serie tv

All'estero le televisioni investono in nuove produzioni

DI MARCO A. CAPISANI

Anche i documentari si adeguano ai nuovi gusti dei telespettatori e sperimentano il formato «serie tv». Dopo i film in un unico episodio per grande o piccolo schermo, si aggiunge così un terzo formato che organizza fin dall'inizio produzioni e montaggi suddividendoli in più puntate. Una trasformazione già in atto all'estero che adesso si fa strada anche in Italia, complice l'arrivo di nuovi generi che influenzano il mondo dei documentari, specialmente quelli sullo stile dei gialli o in generale dei racconti di suspense, che possono mantenere col fiato sospeso il pubblico fino all'ultimo episodio. L'evoluzione del genere documentario è, non a caso, tra i temi che verranno discussi alla sesta edizione del Festival internazionale del documentario Visioni dal mondo, per quest'anno non aperto fisicamente al pubblico da Milano ma in versione digitale (dal 17 al 21 settembre prossimo, in concomitanza con la settimana Movie week Milano, www.visionidalmondo.it).



Maurizio Nichetti

Tra le novità oltre al nuovo logo della kermesse e alla direzione artistica affidata a **Maurizio Nichetti**, c'è soprattutto la nuova selezione di 30 titoli che, per argomenti, spaziano dall'ambiente allo stretto legame tra arte-innovazione tecnologica-diritti dei cittadini, dall'istruzione all'immigrazione. Trenta titoli in tutto con un focus particolare su quelli italiani. Il fil rouge dell'edizione 2020 è il coraggio, con un occhio particolare a quello femminile. Tra

le anteprime quelle sull'artista **Banksy**, *most wanted*, su **Artemisia Gentileschi**, *pittrice guerriera* e *iHuman*, incentrato sull'intelligenza artificiale e su come sta trasformando l'uomo.

A Visioni dal Mondo si parlerà però, tra sessioni dedicate e incontri web, in particolare modo del futuro del documentario, dentro le sale cinematografiche e fuori sulle varie piattaforme online alla Netflix, oltre che della sua trasformazione secondo nuove formule.

Ma, se il documentario diventerà un po' serie tv, lo chiameremo ancora documentario? «Certo. A voler essere più precisi, possiamo chiamarlo serie documentaria», spiega a *ItaliaOggi* **Cinzia Masòtina**, a capo di Visioni Incontra, la sezione business rivolta ai professionisti per far incontrare gli autori di 12 progetti working in progress (la cui produzio-

ne non è ancora completata) e investitori tra cui network tv e agenti cinematografici. «Anche il documentario a puntate resta un documentario. Del resto, parliamo di uno dei generi più ibridi». Infatti, anche se siamo abituati a pensare al documentario come a un reportage, in realtà ne esistono vari tipi, compresi quelli più fiction, quelli legati alla realtà o ancora le storie nate da un'idea creativa dell'autore.

«All'estero le televisioni si sono già messe a produrre documentari secondo il nuovo stile delle serie tv. In Italia, il trend sta nascendo e, al momento, i network tv tendono piuttosto ad acquisire produzioni già finite», prosegue Masòtina. «Nel caso delle proposte di Visioni Incontra, si tratta di working in progress che cercano un completamento a livello produttivo». A conferma della vivacità del mondo dei documentari, da quest'anno ci sono pure i rappresentanti dei vari festival sparsi in giro per il mondo che si aggiungono come possibili sostenitori durante la sezione business del festival ideato, fondato e presieduto da **Francesco**

Bizzarri. Come per i quotidiani e i magazine, anche per il video la formula del lungo racconto, da fruire in diversi momenti temporali, a giudizio di Masòtina, è quello che viene maggiormente ricercato dal pubblico e, quindi, dagli addetti ai lavori.

C'è differenza tra le proposte selezionate al Festival e quelle proposte, nello specifico, a Visioni Incontra? «Noi non dettiamo nessuna linea editoriale a priori», chiarisce Masòtina. «Ci può essere semmai una differenza considerando che la sezione industry ragiona su progetti più recenti, non ancora completati per l'appunto, che in media sono iniziati circa un anno fa», rappresentando così i temi più interessanti e d'attualità secondo gli autori che, per il 2020, hanno scelto argomenti (al momento ancora top secret nello specifico) sia di denuncia sia di storia (parlando di partigiani), sia di giovani e ovviamente di pandemie. A proposito di ragazzi, a Visioni dal mondo approda *Millennials - non c'è futuro per i figli di Michele Bizzi*, già pensato secondo il format serie tv.

— © Riproduzione riservata —