

# Cinema

## LA MAGIA SI REINVENTA

◆ **Sfide** Video on demand e streaming le nuove potenti realtà del mercato: un tema trattato al Festival del film di Locarno. Ma le sale non sono ai titoli di coda. Meno che meno quelle del Palacinema. — GIORGIA VON NIEDERHÄUSERN

**A**ndiamo meno al cinema, eppure non abbiamo mai visto così tanti film prima d'ora. Soprattutto online. Un fenomeno su cui i prossimi *Industry Days*, giornate d'incontro per i professionisti del settore cinematografico organizzate dal Festival del film di Locarno, punteranno i riflettori. I profondi cambiamenti subiti negli ultimi tempi dal mercato del cinema hanno colpito quelli che erano i maggiori punti di fruizione: oggi le sale di tutto il mondo devono affrontare le nuove esigenze reinventandosi e adattandosi per non rischiare di scomparire. Ne abbiamo parlato con alcuni esperti. Un'occasione per capire meglio le dinamiche che hanno preso piede.

### Più produzione e il web si gonfia

Non abbiamo mai avuto così tanta scelta in fatto di film. A confermarlo sono i «circa 3mila, fra lungometraggi e corti, prodotti selezionati l'anno scorso dalla Direzione artistica», come spiega Nadia

Dresti, delegata alla Direzione artistica del Festival del film di Locarno e Head of International. «Dieci anni fa – afferma – sarebbero stati la metà. Merito della rivoluzione digitale, che, facilitando la produzione, ha portato un forte aumento dei film in circolazione». Non per tutti questi prodotti audiovisivi c'è un festival o una sala pronti a lanciarli. Ecco perché, spiega Luca Morandini, imprenditore dello spettacolo e gestore del Multisala e del Plaza a Mendrisio, la fruizione in rete «esiste anche per tutti quei film che dalle sale non passano o solo per poco tempo». D'altronde, aggiunge, «è un mezzo di marketing come un altro». Un punto di vista condiviso da Marco Cucco, docente all'Università della Svizzera italiana e studioso di economia del cinema: «Pure la videocassetta ai tempi suscitava panico. Il web, ci si è però accorti, pubblicizza i prodotti che vi si trovano e quindi ravviva la cultura cinematografica. Oggi si è inoltre capito che



“Il mercato deve adattare il prodotto al consumatore”

Nadia Dresti, delegata alla Direzione artistica del Festival del film di Locarno

GUARDA il video su:  
[www.cooperazione.ch/cinema](http://www.cooperazione.ch/cinema)

Il post pellicola: più produzione, più film in rete. È il risultato della rivoluzione digitale.



Marco Cucco.

Ci sono film per i quali si preferisce ancora il grande schermo al tablet.



“Il web ravviva la cultura cinematografica. Oggi si è capito che chi scarica va anche a vedere i film in sala”

Marco Cucco, docente universitario e esperto di economia del cinema

PIÙ SCHERMI E MENO CINEMA  
IL TREND DELLE SALE IN TICINO



Fonte: Ufficio federale di statistica

In Ticino, nel 1966 ad ogni cinema corrispondevano una sala e uno schermo. Erano 45 per un totale di 14.260 posti a sedere. Nel 2014 i monosala sono diminuiti a 9, mentre i multisala sono 5. I posti totali sono scesi a 4.810.

... chi scarica in rete va anche a vedere i film in sala». Non tutto ciò che nuota sul web è per forza di cose un pericolo. Il caso del pesciolino pagliaccio più amato di tutti i tempi ha fatto scuola: «Alla ricerca di Nemo è stato un film molto scaricato che comunque ha attirato molta gente al cinema», conclude Luca Morandini.

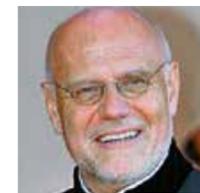
Tutto, subito e da casa

Fatto sta, che, complici sia l'indulgente Legge federale sull'uso privato di opere protette da copyright (ai sensi dell'articolo 19 sul diritto d'autore) che i tempi sempre più brevi tra il lancio di un film e la sua apparizione in internet, spesso alle poltroncine della sala preferiamo il divano del nostro salotto. «Vado poco al cinema. I film li vedo in TV», dichiara a tal proposito Paola, 59enne di Mendrisio.

«Guardo tanto cinema, ma in streaming» afferma Jamie, adolescente di Gordola. Le stesse risposte ci sono state date dalla maggior parte dei passanti intervistati per le strade della Svizzera italiana (in parte ripresi nel video da questa settimana sul nostro portale). Una situazione ben nota agli addetti ai lavori e alla quale gli *Industry Days* dedicheranno due giornate di dibattito. In particolare, l'iniziativa *StepIn.ch*, che prenderà il via il prossimo 8 agosto, mira a proporre un momento d'incontro tra esperti della distribuzione cinematografica in Svizzera. Fra le parti coinvolte figurano piattaforme di video on demand, l'Ufficio federale della cultura, la SRG SSR, nonché distributori e produttori elvetici. Domenica 9 agosto, all'Hotel Belvedere di Locarno, il tema sarà affrontato a livello internazionale, e nel pomeriggio il pubblico sarà a sua volta invitato a partecipare al dibattito. «Si è affermato un nuovo modello di fruizione. Il mercato deve adattare il prodotto al consumatore» conclude Nadia Dresti, che nel 2010 ha lanciato le giornate dedicate all'industria. La realtà emersa dal sondaggio «Quante volte l'anno andate al cinema?» uscito l'agosto scorso su *Cooperazione* ...

Il ruolo del Palacinema

◆ Domande a Marco Müller e a Carla Speziali Il già direttore di Festival del film come Locarno, Roma, Venezia, e ora responsabile dei programmi internazionali del Festival di Pechino, è a capo del Gruppo di lavoro che definisce i contenuti del Palazzo del Cinema. L'ex sindaca di Locarno è la presidente della PalaCinema Locarno SA.



Marco Müller

Signor Müller, il Palacinema, come futuro centro di competenza delle attività audiovisive della Svizzera italiana, formerà professionisti. Come si prevede di prepararli alle nuove esigenze dell'industria?

L'ipotesi suggerita è la creazione di un *Centro delle culture visive digitali* che colleghi la Svizzera ai paesi emergenti. Una piattaforma di ricerca, progettazione e scambi che offra sbocchi professionali. Inoltre, il digitale ha reso labile il confine fra cinema e arti visive: il curatore/programmatore/gestore deve confrontarsi con nuovi parametri artistici, metodologici, tecnici e giuridici che vanno oltre l'organizzazione di un programma di proiezioni. Tali competenze vengono offerte nell'ambito della formazione in *Film and moving image curating*.

Signora Speziali, le tre sale pianificate per il PalaCinema sollevano domande tra professionisti del settore: troppi posti a sedere in proporzione al bacino di fruitori e, dovesse esserci un'attività commerciale, pesante concorrenza alle altre sale del Locarnese. Quale funzione avranno le sale?

Sono il cuore del progetto. Per quanto riguarda l'aspetto culturale, le sale serviranno come strumento di lavoro per tutti gli attori che saranno attivi nel centro. Inoltre è prevista anche un'attività commerciale durante tutto l'anno (tranne durante il periodo in cui vi sarà il Festival del film). E presto dovremo decidere se porre la gestione nelle mani della nostra società o se metterla a concorso. Secondo le nostre valutazioni, le sale non sono eccessive. Inoltre, scopo del Palazzo del Cinema è consolidare l'audiovisivo e portare nuova linfa e una maggiore partecipazione del pubblico in Ticino. Guai se fosse il contrario.

Foto: Sandro Mahler, mod. Flicler/Nicolas Gemin. Si ringraziano i cinema Irde di Lugano e Riatto di Murillo.



Il bozzetto della futura lobby del Palazzo del Cinema.

... (con uno schiacciante 64% di ticinesi che aveva risposto con un secco «Mai») è stato confermato dagli ultimi dati (risalenti allo scorso aprile) pubblicati dall'Ufficio federale di statistica. Nella Svizzera italiana nel 2014 si è registrato il numero più basso di entrate dal 1995 e cioè 315.300, quasi duecentomila in meno rispetto al 2010.

**Sale: «The End»?**

A fine giugno il buio è calato in un'altra sala ticinese: il Cittadella. Una perdita prevedibile secondo Luca Morandini: «Non era commerciale». Su una cosa tutti e tre gli esperti interpellati sono d'accordo: i cinema non possono sperare di sopravvivere senza sapersi reinventare. «A soffrire di più – spiega Marco Cucco – sono le piccole infrastrutture monoschermo. Tenendo conto dell'aumento di multiplex, che offrono molti più film in contemporanea e tutta una serie di comfort – parcheggio, possibilità di cenare e orario continuato, per citarne alcuni – bisogna saper proporre contenuti alternativi, che prevedono l'organizzazione di serate evento che offrano un plusvalore alla proiezione del lungometraggio o l'uso delle sale per programmi diversi». Come serate teatrali, collegamenti dall'opera o visite video a musei: tutte soluzioni in cui anche Luca Morandini crede.

Ma non sarà anche il prezzo del biglietto a scoraggiare il pubblico? «Per Avatar – dove oltre al costo dell'entrata bisognava calcolare pure il noleggio degli occhiali 3D – la gente è stata disposta a spendere» fa notare il docente universitario. Ci sono film, quindi, prodotti per il grande schermo e che riempiono ancora le sale. Per il resto «puoi avere i rubinetti d'oro e le poltroncine con la cioccolata calda, ma è il film che riesce ad attirare pubblico al cinema», commenta eloquentemente l'imprenditore mendrisiense.

**Sipario giù, sipario su: il Palacinema**

E vista la sfida di creativa reinvenzione che i gestori delle sale ticinesi devono affrontare per mantenere l'audience, c'è chi davanti alla futura apertura delle tre

«Al cinema vado poco. I film li guardo a casa»: è questa la risposta più comune delle persone intervistate nella Svizzera italiana.



Luca Morandini.

“È il film che riesce ad attirare pubblico al cinema”

Luca Morandini, imprenditore dello spettacolo e gestore del Multisala e del Plaza a Mendrisio.

sale del Palazzo del Cinema a Locarno rimane perplesso. I preannunciati 784 nuovi posti a sedere destano timori: «Se offriranno una programmazione commerciale tutto l'anno, noi chiudiamo. I giovani andranno tutti là, essendo la novità», è la dichiarazione di un proiezionista del Locarnese che preferisce restare anonimo. Secondo Luca Morandini, che a Ascona gestisce la programmazione del cinema Otello, «a Locarno non c'è potenziale per tutte quelle sale. Sono già pochi adesso i clienti... È una struttura che non ha ragione di essere nell'ambito commerciale. Sarà solo un costo».

La presidente della PalaCinema Locarno SA Carla Speziali, interpellata da *Cooperazione* (vedi riquadro a p. 17) ha confermato l'intenzione di offrire tutto l'anno una programmazione commerciale. C'è solo da vedere cosa accadrà fra due anni, quando, secondo le previsioni, la futura Casa del cinema sarà pronta. Sempre che le nuove abitudini dei fruitori, nel frattempo, non rimestino le carte sul tavolo. ●



Nadia Dresti davanti ai manifesti del Festival.

**SEMAINE DE LA CRITIQUE  
I DOCUMENTARI IN CARTELLONE**

Sarà K2. *Dotknąć nieba* (K2. *Touching the Sky*) di Eliza Kubarska, in programma il prossimo 7 agosto, a dare il la alla XXVI edizione della «Semaine de la critique», la sezione indipendente del Festival di Locarno organizzata dall'Associazione svizzera dei giornalisti cinematografici e sostenuta da Coop cultura. La sera seguente sarà la volta di *Bracia* (*Brothers*) di Wojciech Staroń, per poi proseguire con *Als die Sonne vom Himmel fiel* di Aya Domenig (il 9 agosto), *Mów mi Marianna*

(*Call Me Marianna*) di Karolina Bielawska (il 10 agosto), *My Name is Gary* di Blandine Huk e Frederic Cousseau (l'11 agosto), *Lampedusa In Winter* di Jakob Brossmann (il 12) e *The Ground We Won* di Christopher Pryor (il 13). Oltre al Premio SRG SSR (del valore di 8.000 franchi), la giuria (composta da Thierry Lounas, Andreas Furler e Anke Leweke) attribuirà anche il Premio Zonta Club Locarno al film che «meglio promuove l'etica».

⇒ [www.semainedelacritique.ch](http://www.semainedelacritique.ch)

Foto: Sandro Mahler