



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PADOVA

DIPARTIMENTO DEI BENI CULTURALI:

Archeologia, Storia dell'arte, del cinema e della musica

Corso di laurea magistrale in Scienze dello Spettacolo e Produzione
Multimediale

L'ESERCENTE CINEMATOGRAFICO TRA PANDEMIA ED EPOCA
POST-COVID

Relatore:

Prof. Francesco Bonsembiante

Correlatore:

Prof.ssa Rosamaria Salvatore

Laureando:

Martina Paggio

Matricola:

1217731

Anno Accademico 2021/2022

INDICE

Introduzione.....	pag.3
Capitolo 1.....	pag.5
Capitolo 2.....	pag.18
Capitolo 3.....	pag.36

INTRODUZIONE

In questo mio lavoro di tesi sono descritte le problematiche che deve affrontare ogni giorno un esercente cinematografico, dalla scelta dei film da proiettare in sala, all'organizzazione di eventi volti ad attirare il pubblico in sala, soprattutto in seguito a un periodo difficile come il 2020, anno caratterizzato dalla totale chiusura delle sale e degli altri luoghi della cultura.

Nel primo capitolo intitolato "La figura dell'esercente nel mondo del cinema" è presente un'analisi riguardante la sala cinematografica, l'esercizio cinematografico per eccellenza. In particolare viene descritta la sua storia e la sua evoluzione, dal nickelodeon alla sala cinematografica dei giorni nostri. È inoltre presente un approfondimento riguardante l'ANEC (Associazione Nazionale Esercenti Cinema) e l'ACEC (Associazione Cattolica Esercenti Cinema). La conclusione del capitolo è data dalla descrizione della figura dell'esercente e del suo ruolo, spiegato nel dettaglio da alcuni "addetti ai lavori".

Nel secondo capitolo dal titolo "L'esercizio ai tempi della pandemia" è presente un'analisi su come è cambiata la fruizione dei film da parte dello spettatore durante la pandemia, cambiamento causato dalla chiusura delle sale e dalla grande diffusione di piattaforme on demand come Netflix o Amazon Prime Video. Nel capitolo vengono anche presentate alcune strategie messe in atto da case di distribuzione (come Vision) e cinema (come il Beltrade di Milano) per assicurare al proprio pubblico la visione di film d'autore seppur in una sala "virtuale" tramite piattaforme streaming.

Nel terzo e ultimo capitolo intitolato "Il cinema nell'era post-covid" sono invece descritte le preoccupazioni e le numerose sfide affrontate dagli esercenti nel momento in cui, secondo le indicazioni del Governo, i luoghi

della cultura e quindi anche le sale, hanno potuto riaprire ,con una piccola parentesi sul cinema drive-in e il progetto CineDrive che hanno potuto consentire la visione di numerosi film anche quando, durante la pandemia a prevalere era l'incertezza sul "cinema di domani". In conclusione l'intervista ad Alberto Fassina, direttore del cinema Multiastra di Padova che spiega la sua strategia per far tornare il pubblico in sala dopo il lockdown fornendo il suo punto di vista sul ruolo di un "bravo" esercente.

CAPITOLO I

LA FIGURA DELL'ESERCENTE NEL MONDO DEL CINEMA

In quanto diretto interlocutore dell'utenza finale, l'esercizio rappresenta il perno dell'intero sistema cinema. Il comparto della proiezione cinematografica nelle sale è caratterizzato da una molteplicità di operatori con caratteristiche e dimensioni diverse, dalle monosala ai multiplex. Il comparto dell'esercizio continua da anni a modificare la propria struttura, alla ricerca di una morfologia in grado di garantire indici di occupazione e frequentazione capaci di elevare il rendimento medio delle sale.

1.1 Le sale cinematografiche

“Nel corso del Novecento la sala è stata una specie di tempio laico con lo schermo al posto dell'altare e con gli spettatori al posto dei fedeli ordinatamente disposti in platea ad assistere al rito della transustanziazione del mondo in immagini e gli esercenti delle sale erano un po' gli officianti di questo rito.”

(Gianni Canova, critico cinematografico)

Se l'esercente è colui che gestisce una sala cinematografica, l'esercizio è la sala stessa.

Comunque la si voglia considerare e qualsiasi forma e dimensione abbia avuto (baraccone ambulante, nickelodeon, o palazzo da 6214 posti, come il Roxy di New York) la sala cinematografica è stata nel Novecento la cattedrale del desiderio per miliardi di persone, il luogo di celebrazione di un'infinita serie di riti di tipo mondano e laico, emotivo, erotico, conoscitivo,

ideologico. Tornando indietro nel tempo per guardare alle prime esperienze di proiezioni nei baracconi ambulanti e nelle sale cittadine ricavate da locali con precedenti destinazioni d'uso, si può constatare come la memoria della sala si trasmetta con una forza non inferiore a quella dei film. Molti dei racconti sulla “prima volta al cinema” hanno la caratteristica comune dell'accostamento a una sorta di fonte battesimale e della nascita a nuova vita. La sala vive nella memoria meno per le immagini che si animano sullo schermo che per la vita che pulsa al suo interno, per le emozioni e le tensioni che colpiscono e lacerano spettatori di ogni età, sesso e classe sociale. Se si risale alle primissime proiezioni, in Francia, Italia e nel mondo, il racconto degli spettatori restituisce lo stesso senso di perdita dei confini dell'io individuale e di naturale fusione in un io collettivo. E ovunque la luce che si accende nel buio trasmette il senso di apertura e conquista di un mondo nuovo più vero del vero, proponendosi anche come chiave di accesso privilegiata al futuro e alla modernità.

Alla fine del XIX secolo, la nascita del cinema portò alla creazione di luoghi adibiti alla proiezione dei film. Inizialmente la proiezione avveniva in maniera itinerante e tutto il materiale veniva spostato in diversi luoghi, in occasione di feste e fiere. All'epoca quindi bastava una bottega o un retrobottega arredato con quattro sedie. Nelle regioni più calde erano sufficienti uno schermo e un proiettore e bastava aspettare che calasse la notte. La proiezione del film era spesso inframmezzata con spettacoli di lanterna magica, con numeri musicali o con sketch di vario tipo.

Il primo vero e proprio spazio coperto dedicato esclusivamente alla proiezione di film per un pubblico pagante fu il cosiddetto “ Nickelodeon” . Il nome deriva dall'unione del termine “odeon” che nell'antica Grecia era utilizzato per designare gli edifici destinati alle rappresentazioni musicali, con il termine “nickel” ossia la monetina di cinque centesimi di dollaro (il nichelino) che veniva utilizzata per pagare l'ingresso e assistere così a un programma di un'ora , un programma costruito per attirare le classi medie,

soprattutto le donne, che all'inizio del cinema non frequentavano quei luoghi malfamati dove si proiettavano i primi film. In queste sale il cinema compì la definitiva metamorfosi da strumento di curiosità scientifica e divertimento, simile a molte altre meraviglie ottiche e scientifiche esibite nelle fiere e nei parchi dei divertimenti, a mezzo di comunicazione di massa capace di far nascere una vera e propria industria dello spettacolo completamente nuova.



Nickelodeon a Toronto, Canada, 1910

Il primo nickelodeon risale al 1905, anno in cui a Pittsburg in Pennsylvania, John Paul Harris decise di trasformare alcuni hangar in una sala destinata alla proiezione continua di brevi spettacoli della durata media di 20\30 minuti, facendo pagare al pubblico un solo nichelino. Nacquero così i Nickelodeon, i "teatri da 5 cents" la cui sala tipo era ricavata dalla ristrutturazione di un negozio, un ristorante, o una sala da

ballo, aveva dimensioni modeste e il numero di posti non superava i duecento. Si caratterizzavano per « un nome vistoso a luci elettriche, un interno da pseudoteatro dell'opera e la musica del piano come accompagnamento al film. Il primo nickelodeon con 96 posti a sedere e un biglietto di ingresso di 5 cent illustrava così i suoi elementi di richiamo: spettacoli della durata media fra i 20 e i 30 minuti si susseguivano ininterrottamente (...) gli introiti complessivi superavano i mille dollari settimanali, indicando una media d'affluenza superiore al 90 per cento rispetto alla capienza¹»

Il programma quindi durava meno di mezz'ora e in media, in una giornata le sedute erano una ventina, per un totale di tre-quattromila biglietti.

Quello fu l'origine della sala cinematografica che poi si sviluppò rapidamente nel corso del Novecento occupando i centri delle grandi metropoli con luoghi e teatri in pietra deputati specificamente alla proiezione di film e alla magia del cinema.

Dunque la sala divenne presto un luogo di socializzazione e di incontro: qualche gestore iniziò a organizzare conferenze educative e gli educatori stessi cominciarono a prendere in considerazione le possibilità d'uso del cinema per l'educazione di bambini ed emigrati. Se per i ragazzi il nickelodeon diventò il luogo incantevole da cui si viene cacciati alla fine dell'adolescenza, per le donne lo schermo fu lo spazio verso cui trasferire sogni, desideri, aspirazioni a svolgere un ruolo da protagonista sulla scena sociale. Fin dai primissimi programmi le donne assunsero un ruolo di primo piano sia nel buio della sala sia sullo schermo: venivano infatti rappresentate donne che lottavano da pari a pari con i gangster, che guidavano l'automobile e assumevano ruoli di responsabilità in lavori fino ad allora riservati agli uomini. Le eroine del cinema popolare statunitense del primo Novecento correvano , sugli schermi dei nickelodeon , a un ritmo uguale, se non superiore a quello degli uomini.

¹ W.F. Hellmuth jr., *L'industria cinematografica americana*, Marsilio, Venezia 1982.

Fin dalla nascita delle prime sale, grazie alla visione del film si produceva nel pubblico un accumulo di tensione emotiva non riscontrabile in alcun'altra manifestazione pubblica. Il fatto che gli operatori, muovendo manualmente la manovella del proiettore, potessero sintonizzare il ritmo del film con quello del pubblico, anticiparlo o accelerarlo, indica che ogni spettacolo veniva costruito su misura per quel particolare gruppo di spettatori che guidava idealmente la mano dell'operatore.

Un'emozione straordinaria che la sala cinematografica fa provare ancora oggi allo spettatore attraverso un'esperienza unica e irripetibile.

«La sala è ancora oggi in grado di darti qualcosa che nessun mezzo ti può dare : ha il buio, ha la socialità e soprattutto ha la diversa scala di dimensione e la diversa scala di rapporto tra te e lo schermo perché vedere un film sul proprio tablet sarebbe come illudersi di aver goduto di tutte le emozioni che può sprigionare una visita alla Cappella Sistina solo perché se ne è vista la riproduzione su un francobollo. È soltanto quando l'immagine ci sovrasta che possiamo avere con essa un rapporto mitico mentre se l'immagine è più piccola di noi siamo noi a dominarla e questo non ci dà emozioni.² »

Ecco perché in origine come oggi all'epoca di internet , vedere un film in sala permette al pubblico di provare un'emozione completamente unica, un'emozione che deve essere garantita anche dall'esercente il quale deve essere in grado di « saper innovare, saper dotare la sala di servizi aggiuntivi, saper fare una programmazione che crei diversi pubblici, saper affezionare il pubblico al cinema e non essere soltanto un bottegaio che spera di guadagnare qualche dollaro in più con i popcorn o con le bibite gassate³» .

² Video di Gianni Canova, *I mestieri del cinema. La professione dell'esercente*, 2015

³ Ibidem.

1.2 L'Associazione Cattolica Esercenti Cinema (ANEC) e l'Associazione Nazionale Esercenti Cinema (ACEC).

Gli esercenti sono divisi in associazioni di categoria : l'Associazione Cattolica Esercenti Cinema (ACEC) e l'Associazione Nazionale Esercenti Cinema (ANEC).

Promossa dal CCC (Centro Cattolico Cinematografico) su sollecitazione della Vigilanti Cura, l'enciclica dedicata al cinema scritta da Pio X il 29 giugno 1936 e costituita il 18 maggio 1949 da alcuni sacerdoti romani, l'ACEC (Associazione Cattolica Esercenti Cinema) è l'organizzazione delle sale cinematografiche cattoliche italiane. Nello statuto, approvato il 2 giugno 1952, l'associazione si configura come aderente all'Azione Cattolica Italiana e si prefigge lo scopo di rappresentare gli interessi morali e materiali degli esercenti delle sale associate nei confronti delle Amministrazioni dello Stato, di Enti pubblici e privati e degli organismi sindacali, e di assicurare ai soci servizi di consulenza ed assistenza legale, amministrativa e fiscale. La visione unitaria degli strumenti di comunicazione sociale, suggerita dal Concilio Vaticano II e dalle riflessioni culturali e pastorali successive, ha indotto l'ACEC ad allargare la sua area di interesse al di là del cinema, a introdurre il concetto di "sala della comunità" come luogo e spazio di incontro, di testimonianza, di dialogo, di confronto. I primi anni Cinquanta vedono quindi l'associazione impegnata nell'opera di qualificazione e organizzazione del circuito di sale dipendenti dall'autorità ecclesiastica: la convenzione con l'ANEC (Associazione Nazionale Esercenti Cinema) e l'ingresso nell'AGIS (Associazione Generale Italiana dello Spettacolo) preludono all'interessamento della Presidenza del Consiglio dei Ministri, che con il decreto del 14 aprile 1950 interviene a disciplinare l'attività dei cinema con licenza parrocchiale, riconoscendone le specifiche finalità educative e morali. Tale intervento propizia lo sviluppo e il consolidamento di tutta una rete di sale cattoliche: nel volgere di un decennio nascono e regolarizzano la propria posizione

più di 4000 cinema, una struttura che l'ACEC provvede ad assistere mediante l'istituzione di un apposito servizio: il SAS (Servizio Assistenza Sale), la principale fonte di reperimento delle pellicole per le sale cattoliche. È interessante notare come, secondo un'indagine svolta da Università Cattolica del Sacro Cuore commissionata dalla stessa ACEC⁴, le Sale della Comunità siano realtà economicamente autosufficienti capaci di superare i periodi di crisi che ha attraversato il consumo cinematografico tradizionale, attraverso la diversificazione della sua proposta culturale. Lo studio mette in evidenza come queste strutture siano luoghi privilegiati di aggregazione e laboratori culturali riconosciuti, ai quali la popolazione attribuisce forte credibilità. Anche la maggior parte dei sacerdoti, sul cui territorio operano queste realtà, ritiene che la sala sia una risorsa a disposizione di una pastorale più vasta e "laica", necessaria oggi per mantenere un dialogo aperto con le diverse componenti della società.

L'Associazione Nazionale Esercenti Cinema (ANEC) invece, fondata nel 1947 è un'associazione di diritto privato a carattere sindacale, cui aderiscono le imprese che svolgono attività di esercizio cinematografico.

Lo scopo primario dell'Associazione è quello di garantire la rappresentanza a livello nazionale, comunitario ed internazionale dei propri associati nei confronti delle autorità, dei terzi e delle altre associazioni di imprenditori e di prestatori d'opera, per tutto quanto concerne questioni di carattere imprenditoriale; la tutela degli interessi ed il sostegno dello sviluppo economico delle sale, anche attraverso la realizzazione di iniziative a carattere promozionale; la prestazione ai propri associati di servizi di consulenza ed assistenza relativi al settore di appartenenza.

Oggi l'ANEC è articolata in 15 sezioni regionali e interregionali che coprono l'intero territorio nazionale e ha il compito di iscrivere i circuiti cinematografici nazionali direttamente alla Presidenza nazionale.

⁴ Famigliacristiana.it

Possiede 3800 schermi associati in tutte le Regioni italiane, di cui 400 chiusi negli ultimi 12 mesi , i quali rappresentano tutte le tipologie di esercizio cinematografico, dai multiplex alle monosale, ma anche i circa 500 schermi del cinema d'essai che vanno a costituire la FICE (Federazione Italiana Cinema d'Essai). Alcuni di questi ultimi però vanno ricondotti all' ACEC , l'associazione delle sale delle comunità ecclesiali.

L'ANEC aderisce, in qualità di socio fondatore, all'Associazione Generale Italiana dello Spettacolo (AGIS) ed è associato alla FAPAV, Federazione per la Tutela dei Contenuti Audiovisivi e Multimediali, di cui (attraverso AGIS) è socio fondatore.

Ogni anno verso i primi di dicembre l'associazione organizza a Sorrento l'evento nominato "Giornate Professionali di Cinema", il principale momento di aggregazione dell'industria del Cinema in Italia, per la presentazione dei listini dell'anno successivo, con anteprime, convegni, convention, i Biglietti d'Oro⁵ per i successi del mercato sala italiano, il Trade Show e numerosi appuntamenti per la città. In un'intervista pubblicata nella rivista Elle, il presidente di Anec Mario Lorini ha voluto sottolineare come l'edizione del 2021 sia stato il primo passo verso la ripartenza dopo la crisi del settore causata dalla pandemia : « L'esercizio è stato estremamente colpito dalla pandemia ma non ha mai perso il contatto con noi, abbiamo organizzato diversi incontri online. Con queste giornate abbiamo la prova di quanto tutti i nostri colleghi avevano voglia di incontrarsi dopo la chiusura, abbiamo infatti esaurito tutti i posti disponibili. C'è dunque una grande partecipazione che ha dato soprattutto la risposta a quello che si va dicendo e che ora va marcato bene come la linea concreta della ripartenza »⁶.

A livello europeo partecipa in qualità di socio fondatore all'UNIC, l'Unione Internazionale dei Cinema, e alla Global Cinema Federation. Attraverso i

⁵ I Biglietti d'oro sono premi assegnati dall'Anec ai film e ai cinema che hanno venduti il maggior numero di biglietti durante la stagione.

⁶ [Elle.com/it/showbiz/cinema](https://www.elle.com/it/showbiz/cinema)

circa 180 cinema associati è rappresentata in Europa Cinemas, il circuito di sale per la promozione dei film europei.

1.3 La figura dell'esercente e il suo ruolo

Come spiegato precedentemente, la sala cinematografica oggi svolge due funzioni sociali: è un luogo di aggregazione e rappresenta un momento unico di condivisione delle emozioni. Salvaguardare queste due funzioni è il compito principale dell'esercente.

Nel mondo del cinema l'esercente è « il responsabile della gestione di una sala cinematografica »⁷ . In genere è deputato a tutti gli aspetti che regolano l'attività pubblica della sala: dalla contrattazione dei film presso i vari distributori, assolvendo così anche il compito di programmatista⁸ , al rapporto con la SIAE (Società Italiana Autori Editori) e con tutti gli organismi che hanno attinenza al pubblico esercizio. Oggi quindi l'esercizio cinematografico può essere considerato un ambito di mercato a due versanti : quello della vendita di biglietti agli spettatori e quello della raccolta pubblicitaria nelle sale.

Gli esercenti sono divisi in associazioni di categoria: l'Associazione Cattolica Esercenti Cinema (ACEC) e l'Associazione Nazionale Esercenti Cinema (ANEC). Queste due associazioni costituiscono, insieme ad altri organismi come le associazioni di cultura cinematografica , il comparto cinema dell'Associazione Generale Italiana dello Spettacolo (AGIS). L'ANEC e l'ACEC hanno dato vita alla Federazione Italiana dei Cinema d'Essai (FICE), la quale associa sale ANEC e ACEC che svolgono in modo esclusivo o prevalente attività d'essai.

⁷ Viganò Dario E. , *Esercente*, in Franco LEVER - Pier Cesare RIVOLTELLA - Adriano ZANACCHI (edd.), *La comunicazione. Dizionario di scienze e tecniche*, www.lacomunicazione.it (08/12/2021).

⁸ Nel cinema, l'incaricato di programmare una o più sale cinematografiche trattando con i distributori e mettendo in data i film nelle sale stesse su incarico degli esercenti.

La qualifica di esercente è attribuita anche al responsabile della gestione di una qualsiasi sala che svolge attività di pubblico spettacolo diversa dal cinema come ad esempio teatro o musica.

Per poter comprendere meglio il ruolo che ha l'esercente cinematografico è importante ricordare l'intervista realizzata dal docente Paolo Frignani dell'Università Degli Studi di Ferrara all' esercente cinematografico ferrarese Gabriele Caveduri in cui quest'ultimo racconta di come è iniziata la sua attività di esercente cinematografico. Da organizzatore di rassegne tematiche presso la Sala Estense, pian piano, si è spostato con proiezioni in una vera sala cinematografica nel centro di Ferrara: il Manzoni.

«Ho iniziato a interessarmi di cinema nel '75 entrando a far parte di un circolo di cultura cinematografica che si chiamava Paolo Rossi. Entrai prima come socio e poi iniziai a far parte del gruppo dirigente con cui iniziai a organizzare alcune rassegne nella Sala Estense che il Comune di Ferrara ci metteva a disposizione il venerdì e il sabato sera. Le prime sono state nel '75 ed erano rassegne di cinema americano poiché era l'anno in cui quelli che poi sarebbero diventati i grandi registi di fama mondiale come Spielberg stavano iniziando la loro carriera. Le rassegne andavano bene tant'è che gli esercenti "veri" di Ferrara ci mandavano spesso controlli della Siae e della Questura perché il nostro era un circolo privato ma poiché spesso veniva tanta gente facevamo entrare anche i non tesserati. Ci osteggiavano anche nell'acquisizione dei film e così ad un certo punto presi contatto con il gestore del cinema Manzoni per riuscire a fare lì quello che non riuscivamo a fare nella sala Estense, allargando la nostra attività con una rassegna anche il mercoledì sera fino all'82, quando il direttore del Manzoni mi chiese di entrare in società iniziando a proiettare film di seconda visione a un prezzo molto ribassato.»

Non sono poche le difficoltà che l'esercente ferrarese ha dovuto affrontare durante la sua carriera : « Nei primi mesi dell'anno successivo arrivò la prima botta negativa per il mio lavoro di esercente. In seguito ad un incendio in un cinema torinese, anche a Ferrara aumentarono i controlli

di vigilanza con le conseguenti richieste di ammodernamento dei locali. Questo ovviamente portò ad un primo grande momento di crisi del cinema della città perché non dimentichiamoci che era anche il periodo della grande diffusione della televisione che permetteva la visione di film a tutte le ore. Decisi di tirare la cinghia e presi in gestione anche il cinema Rivoli. Nel frattempo tra televisione e videocassette, anche pirata, la seconda visione al Manzoni iniziava a non avere più senso. Per questo abbiamo deciso di trasformare la sala dedicata alle seconde visioni in una sala dedicata esclusivamente al cinema d'essai con prime visioni d'autore, il che ci portò ad avere una certa potenza sul mercato. Avere più spazi a disposizione a Ferrara ci ha permesso di mettere il film giusto nella sala giusta in accordo con altri esercenti. Il cinema d'essai al Manzoni andava molto bene tanto che abbiamo iniziato a confrontarci anche con gli equivalenti del Manzoni di altre città e così noi esercenti ci siamo riuniti in un'associazione a Bologna nominata FICE (Federazione Italiana Cinema d'Essai). »

Durante l'intervista Caveduri mette in evidenza come il ruolo dell'esercente non sia solo quello di scegliere i film da portare al pubblico in sala, ma un "vero esercente" deve anche essere in grado di trovare strategie capaci di catturare l'attenzione del pubblico e attirarlo in sala andando così ad aumentare i guadagni: « Con l'arrivo dell'assessore Corticelli di Ferrara, i fondi che la regione Emilia Romagna dava ai cinema iniziarono a diminuire. "Fondi in cambio di un progetto valido", queste le parole dell'assessore. Così noi esercenti abbiamo dovuto riunirci per risolvere questo problema pensando oltre a una serie di rassegne comuni, ad incontri con gli attori e con i registi. Abbiamo quindi iniziato a utilizzare i fondi che la Regione non dava più al singolo cinema come fondi di un'associazione. Un'iniziativa molto utile per la crescita sia del cinema sia del pubblico. »⁹

⁹ Audiovisivo realizzato nell'insegnamento di Nuovi media per la didattica, docente prof. Paolo Frignani, Università degli Studi di Ferrara, 2014.

Il compito di un esercente però non è solo questo. Silvano Andreini , gestore di Il Nuovo Cinema di La Spezia e Astoria di Lerici, sostiene infatti che il compito di un esercente vada ben oltre l'offrire una programmazione accattivante e ponderata ma che si debba garantire la possibilità di instaurare un rapporto con il pubblico: «Gli spettatori tornano perché la volta precedente hanno visto un bel film. Questo rapporto ovviamente si basa sulla scelta che l'esercente fa con passione e determinazione. Frequentare i festival di Venezia, di Cannes, di Roma, non significa andare a vedere gli attori e le attrici, ma assistere a quattro o cinque proiezioni al giorno e selezionare poi i film da mettere in programmazione. Gestire un monosala significa sorridere ogni giorno a questo lavoro, per riuscire a creare con entusiasmo e duro lavoro un piccolo/grande evento dietro ad ogni film. Ci sono molti registi disponibili, magari anche non conosciutissimi, che arricchiscono la proiezione e rendono l'evento interessante ed unico. »¹⁰

Della stessa opinione è Giulio Savi, responsabile della multisala Movieplanet di Borgo Vercelli, la cui attenzione è rivolta principalmente al rapporto con gli spettatori e a garantire loro non una semplice visione di un film, ma una vera e propria esperienza. «Costruire una multisala qui, in questo piccolo comune ai piedi di Vercelli, è stata una vera e propria sfida ma abbiamo voluto dare ai cittadini quello che non avevano : un luogo dove ritrovarsi, dove godersi la visione di un bel film in compagnia e anche fare festa. Con un accordo che abbiamo voluto stipulare con la pizzeria qui accanto, diamo la possibilità agli spettatori di mangiare una buona pizza in compagnia aspettando l'inizio della proiezione, che abbiamo deciso di garantire nel weekend anche a orari tardivi. Uno spettacolo molto gettonato è infatti quello delle 22.30. Quello che cerchiamo di fare è offrire un'esperienza, far sentire lo spettatore accolto. In questo senso la nostra attenzione è rivolta soprattutto ai più piccoli. Fino all'inizio del periodo "nero" caratterizzato dalla pandemia, nel nostro cinema era possibile organizzare feste di compleanno a tema. Mi viene in mente

¹⁰ Gianmarco di Traglia, *Storia di un esercente d'essai*, pubblicato in *minima&moralia*, 2016

quella a tema “Frozen” : le bambine erano tutte vestite come la principessa del film e dopo una buona fetta di torta hanno potuto assistere alla proiezione.» La multisala in questione mette in atto anche diverse strategie per attirare il pubblico, la più curiosa è sicuramente la presenza di attori nella hall che, vestiti e truccati come i personaggi del film, accolgono il pubblico e lo accompagnano in sala. «Qualche anno fa Jack Sparrow , il pirata diventato famoso per la saga di “ I Pirati dei Caraibi” era venuto a farci visita» scherza Savi, aggiungendo come questa sia una strategia messa in atto ancora oggi : «Durante la prima serata di proiezioni di “Spiderman- No Way Home” gli spettatori hanno potuto vedere e conoscere di persona il supereroe, i bambini ne erano entusiasti».

Una strategia differente è quella messa in atto da Niccolò Tomelleri, un giovane esercente del Cinema Ambra di Valperga, in provincia di Torino. «Siamo una realtà piccola e competere con i grandi cinema di Torino non è semplice. I grandi multiplex hanno sicuramente più possibilità di venire incontro alle esigenze dello spettatore con numerosi servizi come bar e aree giochi per i bambini, noi abbiamo solo due sale e per rialzarci dopo la crisi causata dalla pandemia ci siamo dovuti adattare : abbiamo lasciato da parte i film d’autore per venire incontro alle richieste del pubblico con i grandi film del momento come “Matrix Resurrection” , il sequel di “Spiderman” e “Sing 2” per i più piccoli. »

Garantire una programmazione accattivante per il pubblico, attirarlo in sala con eventi e instaurare un legame con gli spettatori : questo è il ruolo degli esercenti il cui compito è sempre più « quello non tanto di fare i giapponesi che combattono sull’ultima isola per tenere aperte le sale ma quello di far capire al pubblico che vedere un film in sala è comunque un’esperienza unica e irripetibile. »¹¹

¹¹ Video di Gianni Canova, *I mestieri del cinema, la professione dell’esercente*, 2015

CAPITOLO II

L'ESERCIZIO AI TEMPI DELLA PANDEMIA

“Il cinema non morirà mai, ormai è nato e non può morire: morirà la sala cinematografica, forse, ma di questo non mi frega niente.”

(Mario Monicelli, regista)

Con l'avvento della pandemia da Coronavirus si può affermare che il 2020, e in parte anche il 2021, è stato l'anno del “cinema senza cinema”. La pandemia ha infatti portato alla chiusura totale dei cosiddetti “luoghi della cultura” e il conseguente lockdown ha rinchiuso i possibili spettatori nelle proprie abitazioni. Questo ha aperto piano piano un nuovo scenario dove lo stato emergenziale si è tramutato in norma, con il conseguente ridimensionamento del ruolo della sala cinematografica come spazio della première del film e con lo sdoganamento di pellicole in uscita esclusiva su piattaforme online, seguendo il sentiero già aperto negli scorsi anni, tra molte polemiche, dai grandi festival internazionali.

Non è però la prima volta che si verifica la chiusura dei cinema a causa di una pandemia: infatti nel 1918 a causa dell'influenza “Spagnola” i cinema di tutto il mondo furono costretti a chiudere e di conseguenza, chiusero anche gli studios. Questa situazione causò una grande crisi nel sistema di produzione cinematografica poiché le compagnie di produzione temevano che il pubblico non sarebbe più tornato in sala una volta terminata la pandemia. Per fronteggiare questo possibile scenario gli studios più audaci decisero di investire oltre che nella produzione anche nella distribuzione dei contenuti e nella costruzione di cinema. Pratica che nel

1948 fu vietata negli USA, per impedire la creazione di gruppi di potere che potessero ostacolare la presenza di produttori indipendenti.

Se quindi il mondo del cinema si è rialzato dopo una pandemia che ha causato la morte di 100 milioni di persone nel 1918, sicuramente si rialzerà anche dopo la pandemia causata dal coronavirus. La domanda è: a quale costo?

Nel primo dopoguerra oltre al cinema non vi erano altre modalità di distribuzione di contenuti se non la costruzione di nuovi edifici per consentire al maggior numero di persone possibile la fruizione di un film, oggi la soluzione sembra essere una sola : utilizzare le piattaforme di streaming come “sale cinematografiche virtuali” per la distribuzione di nuovi film e nuovi contenuti.

2.1 Meno sale, più streaming : come la pandemia ha cambiato il mondo del cinema.

Come anticipato nel paragrafo precedente , il problema maggiore causato dalla pandemia è stato quello riguardante i cinema intesi come spazi fisici, luoghi destinati alla visione del film : l'assenza delle sale, a cui il pubblico si è adattato, si è tramutato nella morte di moltissime sale che non hanno retto a una ripartenza contingentata, indebolita da una campagna di informazione contro il Coronavirus che ha per prima cosa demonizzato i rischi connessi a rinchiudersi per un paio d'ore nel buio di una sala, proponendo implicitamente la facile soluzione delle tante piattaforme di streaming.

A tal proposito è opportuno aprire una parentesi per spiegare di cosa si tratta quando si parla di video on demand. I video on demand o VOD corrispondono a una modalità di trasmissione di contenuti multimediali in cui l'utente può scegliere da un elenco specifico il contenuto che desidera consumare, senza dover attendere secondo l'orario di trasmissione

programmato per usufruire dei propri contenuti preferiti. Nel tempo, numerose aziende hanno provato questa modalità di trasmissione senza molta fortuna, a causa di vari fattori, tra cui il prezzo, la velocità di internet e sicuramente le mode. È stato soltanto pochi anni fa che il VOD è diventato finalmente popolare e hanno iniziato a farsi sentire aziende come Netflix. Grazie a questo clamoroso successo, le aziende tradizionali hanno iniziato a studiare la possibilità di creare le proprie piattaforme dando vita a nuovi progetti come Disney+, Amazon Prime Video e HBO Go. Durante la pandemia questa modalità è presto diventata il nuovo modo di consumare la televisione e ha provocato una svolta nel settore poiché, grazie allo streaming, l'utente ha la possibilità di scegliere il contenuto che desidera e l'orario in cui fruirne, un concetto questo che cerca una disconnessione dalla forma tradizionale di trasmissione e che viene utilizzato sia per definire la modalità di trasmissione sia per inglobare i diversi servizi che ne derivano.

È inoltre necessario ricordare che il mondo del VOD può essere suddiviso in tre principali segmenti: SVOD, TVOD, AVOD. I servizi SVOD, acronimo per Subscription Video On Demand, sono quelli che presuppongono il pagamento di un abbonamento per poter essere fruiti. Si tratta quindi della trasposizione in ambito digitale di un modello di business già presente nel campo della pay-tv satellitare o del digitale terrestre. Con questo servizio viene dunque offerta all'utente la possibilità di usufruire, attraverso il pagamento di una quota fissa mensile, di un ampio catalogo di contenuti, spesso dopo un primo periodo di prova gratuito. L'acronimo TVOD invece si riferisce ai Transactional Video On Demand ossia i servizi in pay-per-view, dove ogni singolo contenuto può essere acquistato separatamente. Anche in questo caso si tratta di un modello di business già sperimentato dalla pay tv tradizionale, e che è la diretta evoluzione del sistema "blockbuster", la catena di negozi nei quali era possibile acquistare o affittare le videocassette o i Dvd. Trasportato nel digitale, il modello si divide in "electronic sell-through", la modalità cioè grazie alla quale si può acquistare definitivamente un contenuto, scaricandolo con un download o

avendolo sempre a disposizione nella libreria digitale, oppure nella formula “download to rent”, che rende possibile fruire del contenuto per un periodo di tempo limitato. Il costo di questo servizio è di solito minore rispetto all’acquisto del film, e consente di fruire di contenuti più “freschi”, quelli usciti da poco dal circuito delle sale cinematografiche. Tra i servizi più diffusi di TVOD sono da citare Chili, Google Play Video. Infine l’AVOD, acronimo per Advertising-based Video On Demand, consente lo streaming gratuito e si finanzia attraverso la pubblicità che viene trasmessa prima dell’inizio del video o tra un contenuto e l’altro. Si tratta nella maggior parte dei casi di piattaforme che mettono online contenuti prodotti dagli stessi utenti, che ricevono una contropartita a seconda di quante volte vengano visualizzati i loro video. Non mancano però i servizi che mettono a disposizione degli utenti contenuti come serie Tv, o che ripropongono i contenuti delle reti televisive. Esempi di questo genere di VOD sono Youtube, Twitch e RaiPlay.

I cinema che hanno riaperto dopo la chiusura dovuta allo scoppio della pandemia, si sono trovati dunque a dover fronteggiare la concorrenza diretta e poderosa di piattaforme come Netflix, Amazon Prime Video, Chili, Mubi, Youtube e Disney+, la cui diffusione ha registrato un forte aumento durante il lockdown. Oltre a questi colossi, si sono aggiunti anche i tanti altri spazi di visione nati proprio in quei mesi di emergenza sanitaria. Alcuni di questi “cinema online”, nati dalla volontà di distributori ed esercenti, come ad esempio #iorestoinsala¹² o MioCinema¹³, sono diventati un semplice supporto in streaming di una rinnovata e precaria programmazione in sala, altri invece, come Iwonderfull¹⁴, Wantedzone¹⁵ o

¹² Nata nel maggio 2020 dall’accordo tra alcuni esercenti di tutto il territorio nazionale e alcuni distributori per affrontare le incertezze finanziarie e culturali conseguenti alle limitazioni imposte per contenere la diffusione della pandemia da Coronavirus, #iorestoinsala è un circuito di sale cinematografiche virtuali la cui offerta cinematografica è fruibile online.

¹³ Piattaforma inedita complementare alla sala, punto di riferimento per gli amanti del cinema d'autore.

¹⁴ Library di trentaquattro titoli dal catalogo I Wonder, creata dalla casa di distribuzione I Wonder Pictures.

¹⁵ Sala virtuale targata Wanted Cinema dedicata al “cinema ricercato”.

RaroVideo¹⁶, si sono man mano trasformati in maniera stabile in strumenti di proposta di intere library di distributori o circuiti, andando a potenziare, le offerte di piattaforme quali Prime o MyMovies.

Il caso di quest'ultimo è, in questo senso, interessante. La pandemia ha trasformato MyMovies da sito di informazione sui film, nel principale diffusore di film dei distributori minori, avviando nella primavera 2020 “#iorestoacasa”, che ha avuto due milioni e mezzo di spettatori. Successivamente, la struttura è cambiata e il sito è diventato collettore di library di distributori, come appunto Iwonderfull o Wanted zone, dei quali propone anteprime e nuove uscite e, soprattutto, è diventato lo snodo di tutti i festival di cinema di piccole e medie dimensioni che hanno sperimentato l'online con entusiasmo e buoni esiti, e che anche a pandemia finita, non hanno abbandonato questa modalità di visione che consente loro di raggiungere pubblici lontani, liberando lo spettatore dalla presenza in sala.

Queste piattaforme di streaming quindi sono state le uniche fonti di cinema durante la pandemia. La loro crescita è avvenuta in parallelo alla chiusura dei cinema, che in alcuni casi, come quello di Regal cinemas, la seconda rete di sale più grande degli Usa, è diventata permanente. Un cambiamento, dunque, che viene attribuito alle logiche del “progresso”, soprattutto economico: quelle alla base della decisione di Disney, uno dei principali player del cinema mondiale, di riorganizzarsi per puntare sempre di più sullo streaming sull'onda del successo di Disney+, che ha raggiunto oltre 70 milioni di abbonati a un anno di vita¹⁷. In questo scenario, le case di produzione hanno dovuto rivedere le loro strategie per l'uscita di nuovi film. Molte hanno deciso di attendere la riapertura delle sale invece di rilasciare le pellicole direttamente sulle piattaforme di video on demand (vod), rimandando alcuni dei titoli più attesi del 2020 come “Mulan” o il nono capitolo della saga “Fast and Furious”. È stata quindi inevitabile

¹⁶ Rarovideo è la divisione editoriale di Minerva Pictures dedicata alla distribuzione di opere cinematografiche di elevato e riconosciuto valore artistico.

¹⁷ Lifegate.it/cinema-pandemia.

l'uscita di molti dei film più attesi direttamente in streaming, saltando quindi quella nelle sale. La casa di produzione cinematografica Universal ha adottato questa strategia per la pellicola di animazione "Trolls World Tour", uno dei sequel più attesi dopo il successo di "Trolls" del 2016.

L'eliminazione del periodo in cui una pellicola è disponibile solo al cinema prima di passare ai canali VOD non soddisfa però i proprietari delle sale, visto che questo lasso di tempo è particolarmente prezioso per gli incassi. Ma i tempi sono inevitabilmente cambiati. Se negli Usa il periodo standard tra l'uscita nelle sale e in VOD è di settanta giorni, Universal e la catena American multi-cinema hanno stilato un accordo per accorciarlo a 17.

Molte sale, inoltre, si sono adoperate direttamente per offrire le pellicole in streaming. Un buon esempio lo forniscono i cinema indipendenti italiani. A Milano il Beltrade ha lanciato il canale VOD "Il Beltrade sul sofà", e la Fondazione Cineteca ha reso disponibile il suo archivio in streaming, con una crescita fino a due milioni di visualizzazioni. Anche altre sale in tutto il paese hanno adottato questa strategia come Lab80 di Bergamo, Parallelo41 di Napoli, il PostModernissimo di Perugia, il Cineteatro Orione di Bologna, lo Streen di Torino e il Cineclub internazionale di Reggio Calabria.

Anche i festival cinematografici sono stati travolti dalla pandemia. Molti hanno dovuto cancellare le loro edizioni 2020, come quelli di Pechino, Praga, Istanbul e Tribeca. Altri, come il Festival di Cannes, sono stati rimandati e altri ancora si sono tenuti in versioni più ridotte, come è successo a Toronto e a Venezia. Una tendenza che va a discapito dei film d'autore, per cui il circuito dei festival è un veicolo importante per poter accedere ai premi e a maggiore visibilità.

Altre rassegne si sono spostate online. Il Bfi London film festival (Lff), ad esempio, si è tenuto a ottobre 2020 con un'edizione ibrida in cui alcuni film erano accessibili nelle sale e altri in formato digitale insieme a contenuti speciali come le presentazioni dei registi. La digitalizzazione ha dato

impulso anche a un discorso più ampio sulla sostenibilità degli eventi cinematografici. Poiché i festival riuniscono persone da tutto il mondo, con un enorme impatto negativo sull'ambiente, durante la pandemia gli organizzatori hanno cercato di sviluppare modelli che fossero innanzitutto digitali e quindi geograficamente più accessibili.

La pandemia ha colpito anche i set cinematografici. La sospensione di questi ultimi ha toccato pellicole del calibro dei sequel di Avatar, Jurassic world: Dominion, il film su Elvis Presley di Baz Luhrmann e Matrix 4.

« Il Covid-19 ha reso più rischioso finanziare i film a causa di costi più alti di assicurazione e nel garantire la sicurezza del personale » , analizza il World Economic Forum¹⁸. « Potrebbe dunque essere più difficile trovare investimenti per le case di produzione indipendenti, con conseguenze come la riduzione della varietà di contenuti cinematografici ».

La prima ondata della pandemia ha fatto chiudere molti set in tutto il mondo, ma con l'arrivo del 2021 sono state adottate nuove strategie per continuare con le riprese tutelando la sicurezza dello staff, come test a tappeto, l'utilizzo della quarantena e la creazione di bolle di isolamento. Ad esempio, è ripartita la produzione di "Mission Impossible 7" grazie anche a provvedimenti ad hoc come l'esenzione dal periodo di quarantena per il personale quando il set si è spostato in Regno Unito.

Nel suo momento di più grande crisi, il cinema si è confermato uno dei veicoli principali di contatto tra le persone , l'arte e la cultura, nonché uno strumento di aggregazione ,non necessariamente fisica, estremamente importante in un periodo di avversità.

Se la digitalizzazione del consumo di film e la necessità di ripensare il modo in cui vengono creati sono le conseguenze principali della pandemia, in parallelo molte parti della filiera hanno lavorato insieme per superare le difficoltà. Per la prima volta in Italia, tutto il mondo del cinema

¹⁸ Lifegate.it/cinema-pandemia.

si è unito sotto l'ala protettiva di Movie-ment¹⁹: associazioni, distributori, produttori, esercenti e istituzioni insieme per «rilanciare il cinema come forma di intrattenimento, culturale e sociale, attiva tutto l'anno ... garantendo un'offerta di grande cinema»²⁰.

I distributori di film d'autore italiani insieme a circa 150 cinema indipendenti hanno firmato una lettera aperta per il sostegno all'esercizio cinematografico indipendente italiano, che come nel resto del mondo rischia di essere penalizzato rispetto ai grandi colossi. «Vogliamo utilizzare questa sospensione per progettare insieme un futuro del cinema plurale, sostenibile, equo ». E se «il cinema spesso è l'unico avamposto culturale di una comunità e il più facilmente fruibile, trasversale a tutte le età e le fasce sociali, un luogo dove le emozioni vengono amplificate dalla visione condivisa », i molti esercenti e lavoratori che hanno aderito all'appello respingono la possibilità che siano le piattaforme di streaming e non le sale a diventare la "casa" principale dei film. «Nessun altro posto, reale o virtuale che sia, dovrebbe essere chiamato 'Cinema'»²¹.

2.2 Il cinema ai tempi del covid : la strategia di Vision.

«L'emergenza ha colpito molti settori, sicuramente il cinema è tra i più colpiti. Ma, come in tutti i grandi stravolgimenti della storia, bisogna saper cogliere anche le opportunità che ogni crisi apre. Il cinema non morirà, perché la magia che può regalare l'esperienza in sala è insostituibile. Piuttosto, dovremo trovare tutti insieme, come già stiamo facendo, nuovi equilibri, in cui ogni prodotto possa trovare una sua dimensione, anche di schermo ». Con queste parole Laura Mirabella, direttrice marketing di Vision Distribution spiega la strategia adottata dalla casa di distribuzione durante l'emergenza sanitaria.

¹⁹ Moviemment è una società specializzata nella gestione artistica e nel management di talenti nell'ambito del cinema, della televisione, del teatro e della pubblicità e rappresenta oggi più di un centinaio di artisti.

²⁰ [Lifegate.it/cinema-pandemia](https://lifegate.it/cinema-pandemia).

²¹ ibidem

Il lockdown non ha infatti fermato la casa di distribuzione cinematografica, che ha lanciato i suoi film su diverse piattaforme on demand mantenendo la data di uscita. Un 'trasloco' che in quei mesi bui per il mondo del cinema ha rappresentato l'alternativa più concreta per il settore.

«Dalla partenza del lockdown è apparso chiaro a tutta l'industry, produttori, esercenti e distributori, che ci sarebbe stato bisogno di gestire questo periodo in modo da non perdere il contatto con il pubblico. In questo scenario, Vision si è mossa da subito per trovare un accordo con tutti i soggetti coinvolti e riuscire a fornire nuovo prodotto agli italiani, portando le nostre storie nelle loro case»²² spiega Laura Mirabella sottolineando come la valutazione dell'opportunità del lancio del film su una piattaforma streaming e della conseguente strategia di comunicazione debba essere una scelta condivisa sia con la produzione che con i registi. Essere quindi « tutti allineati e alleati nella scelta di raggiungere il pubblico dove si trova, soprattutto in un periodo così difficile in cui l'entertainment è ancora più importante nelle vite di tutti noi, come unico mezzo di evasione²³» è stata l'idea che ha spinto Vision a questa prendere questa decisione.

Non tutte la case di distribuzione però hanno intrapreso questa strada poiché « In un momento così eccezionale e caratterizzato dall'incertezza, ci sono tanti elementi da mettere insieme e da valutare, e ci sono specificità diverse per ogni realtà, quindi la strada da intraprendere è dipendente da troppi fattori per essere univoca. Noi di Vision abbiamo creduto fortemente nella scelta che abbiamo operato e i risultati testimoniano che il pubblico ha capito e accolto questa opportunità, specificamente legata alle nuove regole del vivere sociale »²⁴.

Dopo aver scelto di dar vita ai film mediante lo streaming e il noleggio, con l'obiettivo di non perdere il contatto con il pubblico nel periodo di

²² [Today.it/speciale/post-coronavirus/economia/cinema-fil-on-demand-vision-distribution.html](https://www.today.it/speciale/post-coronavirus/economia/cinema-fil-on-demand-vision-distribution.html)

²³ ibidem

²⁴ [Today.it/speciale/post-coronavirus/economia/cinema-fil-on-demand-vision-distribution.html](https://www.today.it/speciale/post-coronavirus/economia/cinema-fil-on-demand-vision-distribution.html)

lockdown, « Vision torna ad offrire i propri titoli sul grande schermo accompagnando sin dal primo giorno la riapertura delle sale cinematografiche »²⁵ prevista per il 15 giugno 2020 con film come “D.N.A. – Decisamente Non Adatti” di Lillo e Greg, “Favolacce” dei Fratelli D’Innocenzo e “State a casa”, il film di Roan Johnson definito dallo stesso regista “il film in quarantena”.



Locandina di “State a casa” di Roan Johnson

« lo spunto per questa storia viene dall’ineluttabilità di quello che è accaduto nella nostra vita con la pandemia. Coinvolgerà un paio di generazioni, che dovranno fare i conti su com’erano le cose prima, dopo e cosa facevano durante. È una linea di confine della storia, quella che abbiamo tracciato in questi mesi e credo che anche una serie o un film che non parlerà del covid dovrà farci i conti»²⁶. Un film in cui il virus ha un ruolo, è infatti una scusa, qualcosa in grado di far emergere il peggio della natura umana o quantomeno amplificare le luci e le ombre. « Il Covid ci ha fatto guardare allo specchio e questa storia racconta, come in un piccolo laboratorio, cosa sarebbe accaduto se tutto fosse andato proprio male

²⁵ Cinematographe.it/news-cinema

²⁶ Comingsoon.it/cinema/news

male, se avessero trionfato gli istinti peggiori: gelosia, egoismo, avidità, sfiducia. Questo film vorrebbe essere, e portare in giro la sua natura di vaccino »²⁷.

2.3 La perfetta sinergia tra esercenti e alcune piattaforme: il caso di MioCinema.

Per contrastare la grande crisi del settore cinematografico causata dalla pandemia, il 18 maggio 2020 è nata la piattaforma MioCinema, una piattaforma che vede il cinema e lo streaming fondersi insieme per venire incontro agli appassionati, nata in un momento in cui non era possibile recarsi nelle sale e godere del piacere di una pellicola sul grande schermo.

MioCinema è una nuova piattaforma cinematografica che mira a creare un luogo, inizialmente solo digitale, di aggregamento a sostegno del cinema d'autore, rimarcando il ruolo centrale della settima arte come punto di riferimento sociale e culturale sul territorio. È un modo, anche sperimentale, di sostenere l'industria cinematografica auspicando a un nuovo momento di aggregazione fisica, in sala, per vivere di proiezioni e incontri.

Definito « la prima piattaforma per il pubblico dei cinema d'essai che mette al centro la sala cinematografica e i suoi spettatori²⁸», MioCinema non è una semplice piattaforma on demand, ma uno strumento dinamico, ideato per chi ama frequentare le sale d'essai, che offre prime visioni e una ricchissima library in costante aggiornamento a cui si aggiungono promozioni, contenuti originali, servizi, informazioni, masterclass e anteprime esclusive.

Il progetto nasce dall'idea e dalla sinergia di Lucky Red, Circuito Cinema e MyMovies.

²⁷ Ibidem

²⁸ Circuitocinema.com/miocinema

Lucky Red, guidata da Andrea Occhipinti, è una delle società indipendenti più dinamiche del settore audiovisivo, pronta ad accogliere tutte le distribuzioni che vorranno aderire al progetto.

Circuito Cinema, di cui Occhipinti ad oggi risulta essere socio di maggioranza relativa, è il circuito di sale dedicato al cinema di qualità che si fa portavoce di MioCinema coinvolgendo non solo le sale del circuito, ma tutte le sale che nell'arco dell'anno programmano film d'autore che vorranno aderire. Secondo Antonio Medici, ceo di Bim e presidente di Circuito Cinema, « questa non è un'esperienza alternativa alla fruizione in sala, ma vuole arricchirla e integrarla, all'insegna di un dialogo maggiore tra distributori ed esercenti»²⁹.

MyMovies è il partner che supporta l'aspetto tecnologico del progetto, oltre ad essere il primo sito di cinema in Italia.

MioCinema nasce quindi da queste tre entità diverse come un'opportunità per valorizzare l'offerta cinematografica e che in questo momento storico caratterizzato dalla pandemia va letta e vista come un importante strumento di innovazione, integrazione ed estensione digitale delle sale cinematografiche.

«Senza la presenza delle sale cinematografiche la piattaforma MioCinema non esisterebbe, non avrebbe motivo di esistere», ci tiene a specificare Antonio Medici. «Fin dall'inizio noi tutti abbiamo sentito la necessità di mantenere aperto il dialogo fra le nostre sale ed il nostro pubblico, accompagnandolo in questi mesi difficili – che noi consideriamo solo transitori – e soprattutto accompagnandolo al momento della riapertura delle sale. MioCinema è per noi un luogo privilegiato dove coltivare la propria passione per il buon cinema, dove prepararsi per quando potremo nuovamente e finalmente dire 'questa sera andiamo al cinema'»³⁰.

²⁹ Cinematografo.it

³⁰ Atribune.com/artiperformative/cinema

Riguardo a questo progetto, Andrea Occhipinti, fondatore di Lucky Red , sottolinea come la società di distribuzione e produzione cinematografica italiana abbia aderito alla creazione di questa piattaforma con l'obiettivo di offrire al pubblico la possibilità di vedere i grandi film che sarebbero dovuti uscire in sala durante i mesi di lockdown comodamente da casa attraverso appunto una piattaforma digitale che serva anche a tenere informato il pubblico sui film che usciranno in sala dopo lo stato di emergenza, con l'auspicio « che la piattaforma diventi, quando la situazione sarà tornata normale, un'estensione digitale del cinema, dove poter trovare tutto quello che non è più in sala, nel rispetto delle finestre di sfruttamento»³¹.

MioCinema quindi non si propone come una piattaforma che vuole sostituire la sala cinematografica ma vuole essere uno strumento creato per sostenere quest'ultima durante un momento molto difficile per gli esercenti caratterizzato dal lockdown, come specifica Gianluca Guzzo , amministratore delegato e co-fondatore di Mymovies « MioCinema, con la sua rete di sale dislocate su tutto il territorio, si prefigge lo scopo di arrivare alle persone con un colloquio prossimo e diretto, che la rende ineguagliabile tra tutte le altre offerte attualmente online »³².

La sinergia tra sala "reale" e sala virtuale si ha nel momento della registrazione alla piattaforma. All'utente sarà infatti richiesto di scegliere la sua sala di riferimento tra i cinema aderenti nel proprio comune di residenza. La scelta del cinema sarà necessaria per accedere a tutte le promozioni online e offline senza sottoscrivere alcun abbonamento, l'utente potrà infatti acquistare direttamente la visione del singolo film, che sarà a sua disposizione per 30 giorni e per 48 ore dopo il primo "play". Una volta indicato il proprio cinema, sarà possibile consultare l'offerta di film in premium video on demand e dei film della library on demand accuratamente selezionati e tematizzati.

³¹ ibidem

³² ibidem

La piattaforma MioCinema aiuterà anche gli esercenti e il 40% degli introiti sul noleggio andranno appunto alle sale.

Il primo film a sbarcare sulla piattaforma è stato “I Miserabili” di Ladj Ly, al quale poi si sono andate ad aggiungere altre quindici pellicole, vincitrici della Palma D’Oro e tanti altri titoli in continuo aggiornamento, tra cui esclusive e Original, film pubblicati esclusivamente sulla piattaforma a cadenza mensile. Per quanto riguarda i film già usciti nelle sale prima della chiusura causata dal Coronavirus COVID-19, la piattaforma ha rispettato la legge dei 105 giorni secondo la quale un film uscito nelle sale non può essere trasmesso in TV o su una piattaforma streaming prima di almeno 105 giorni. Tutti i film caricati sulla piattaforma sono disponibili sia in versione originale, sia nella versione con il doppiaggio, in modo che l’utente possa scegliere appieno la sua esperienza su Mio Cinema.

Sono già molti i cinema ad aver preso parte al progetto lanciato da Mio Cinema. Insomma, il cinema ha deciso di unirsi allo streaming per dar vita a un’iniziativa che permette agli appassionati di recarsi virtualmente nelle loro sale di fiducia e non rinunciare al piacere di guardare grandi film, anche da casa.

2.4 Dalla sala al sofà : la sfida del cinema Beltrade di Milano

Sono diversi i cinema indipendenti chiusi che, durante il difficile periodo di emergenza e distanziamento sociale, hanno deciso spostare la loro programmazione sul web. Così, al di là delle offerte programmate dalle più note piattaforme di streaming, anche il cinema di qualità ha deciso di farsi strada per trovare un suo spazio virtuale in rete.

Il caso più interessante è quello del cinema Beltrade di Milano , che per fronteggiare la grave crisi del cinema indipendente causata dalle numerose restrizioni conseguenti allo scoppio della pandemia, nel marzo 2020 ha deciso di offrire la sua proposta in streaming on demand

inaugurando l'iniziativa "Il Beltrade sul sofà", con cui è possibile godere dei film comodamente dal divano di casa.



Schermata online de "Il Beltrade sul sofà"

Con l'hashtag #CIVEDIAMOALBELTRADE, la piccola sala storica milanese famosa per il sostegno al cinema indipendente, ha così attuato una forma di resistenza al momento negativo del cinema italiano e mondiale e dopo un'iniziale paralisi delle sue attività ha voluto aprire un canale VoD, rendendo disponibili a tutti gli appassionati una lista di opere della sua programmazione tramite la piattaforma di streaming on demand Vimeo.

«In un momento così complicato, noi del Beltrade pensiamo che il nostro ruolo continui ad essere principalmente quello di offrire agli spettatori del buon cinema e delle chiacchiere sui film, ovviamente nei modi ora consentiti. Nello stesso tempo abbiamo pensato di mettere in atto azioni

volte anche al sostegno, seppure minimo, della nostra realtà e della filiera indipendente³³» spiega Monica Naldi, esercente del cinema milanese.

I film sono infatti visionabili dietro pagamento di un biglietto, il cui costo è variabile: sono gli spettatori a decidere se usare il biglietto sostenitore, il più costoso dal costo di nove euro, o accedere a un'altra fascia di prezzo, secondo proprie possibilità fino ad arrivare al prezzo minimo di un euro e settanta.

Per ogni pellicola in lista, fruibile per un periodo di tempo di settantadue ore dopo l'acquisto, esistono dei codici sconto inseribili nella fase di pagamento con cui è anche possibile ottenere il noleggio ad un prezzo ridotto.

Sul sito della sala, per ogni film sono associati delle approfondite introduzioni e il relativo trailer. Per guardare i film, la cui lista è in continuo aggiornamento, è sufficiente recarsi sul sito del Beltrade e selezionare la locandina della pellicola scelta.

Per mantenere un legame con il proprio pubblico costretto alla quarantena, il cinema milanese ha proposto anche forme di intrattenimento sui social per tutta la durata del lockdown. Sulla sua pagina Facebook infatti ogni giorno venivano inseriti brevi video, cortometraggi selezionati per qualche minuto di poesia, di divertimento o di passione cinefila.

L'iniziativa è stata quindi creata per « mantenere il filo con lo spettatore, permettergli di vedere dei film selezionati nel panorama della distribuzione italiana indipendente e supportare noi, per le spese ingenti che dobbiamo sostenere anche nelle settimane di chiusura e le difficoltà prevedibili alla riapertura. Al di là del nostro orto privato, però, c'è anche chi sta dietro al nostro lavoro, i piccoli produttori e distributori che in questo momento sono

³³ Birdmanmagazine.com/cinema-beltrade-streaming

in sofferenza quanto le sale. Il biglietto VOD funzionerà come i biglietti normali: una quota andrà ai distributori, come sempre»³⁴.

“Il Beltrade sul Sofà” è dunque il nome dell’iniziativa con il quale la storica realtà milanese permette al suo pubblico di continuare a visionare opere di piccole distribuzioni, ma di grande qualità e ricerca. In questo senso, il cinema di Milano che da sempre accoglie l’arte e suoi appassionati, ha scelto di rimanere profondamente ancorato alla sua ragione d’esistere: difendere chi ancora crede nell’arte, cinematografica in primis, ma non solo; accogliere chi vorrebbe trovare qualcosa che oggi, nell’era dove tutto è ovunque grazie ad internet, sembra sempre più introvabile.

Attraverso uno spazio virtuale come “Il Beltrade sul Sofà” possiamo anche porci una piccola riflessione: il cinema infatti ci concede la possibilità di scegliere quanto pagare, attraverso il format del “biglietto responsabile”, arrivando a prezzi davvero irrisori.

La bellezza di questa possibilità che come sempre include anche gli ultimi, è anche uno spunto per chiedersi: quanto è importante aiutare chi ha sempre protetto quel cinema d’autore, quell’artista incompreso? E, andando oltre il genere e il contenuto, quanto è importante aiutare chi oggi ha bisogno di sostegno per poter ancora, domani, essere a un isolato dalla nostra casa a sorriderci?

Altra, simile, iniziativa quella del Cinema Eden di Brescia, che ha lanciato “L’Eden in salotto”, canale on demand dedicato al cinema indipendente, che riprende virtualmente la programmazione della sala specializzata in cinema d’essai. I titoli disponibili sono in continuo aggiornamento e il prezzo base del biglietto è di cinque euro. Tra i titoli al momento disponibili “Le Grand Bal”, un inno senza tempo alla magia del ballo e all’armonia di anime e corpi nella diversità, e “The Connection”, lungometraggio d’esordio di una delle registe più influenti del New American Cinema,

³⁴ ibidem

Shirley Clarke, oggi considerato una pietra miliare del cinema indipendente.

CAPITOLO III

IL CINEMA NELL'ERA POST-COVID

“Non credo che la pandemia eliminerà l’atto di andare al cinema. Ma è possibile che vedere film che non siano blockbuster nelle sale diventerà qualcosa di più simile ad andare a un concerto di musica classica; un’esperienza di lusso disponibile a un prezzo più alto.”

(Alyssa Rosenberg, giornalista del Washington post)

Come sottolineato nel precedente capitolo, l’impatto del Covid-19 non è stato omogeneo in tutto il comparto cinematografico e i vari segmenti della filiera hanno messo in campo rimedi differenti per far fronte alla crisi. I distributori hanno spostato molti contenuti online, vincolati dalla scelta di preservare i titoli già pronti in attesa della riapertura delle sale o di renderli disponibili sulle varie piattaforme; le produzioni hanno cercato di abbattere tempi e costi facendo leva sulle nuove tecnologie, come la realtà aumentata, virtuale, interattiva; l’esercizio e i festival si sono attivati attraverso piattaforme proprietarie o appoggiandosi a servizi specializzati come My Movies, definito dagli addetti ai lavori come un vero e proprio “pronto soccorso” del cinema per non perdere il contatto con il pubblico.

Il primo effetto della pandemia è stato sicuramente il crollo delle entrate al box office. I cinema italiani infatti, nel 2020 hanno registrato un incasso complessivo di € 182.509.209 per un numero di presenze in sala pari a 28.140.682. Rispetto al 2019 si è registrata una diminuzione degli incassi e delle presenze rispettivamente del 71,30% e del 71,18%.³⁵

Il secondo effetto è stata l’interruzione della catena di fornitura dei contenuti: i set cinematografici si sono fermati o hanno rallentato l’avvio di

³⁵ Cinetel, Il cinema in sala 2020: i dati del box office, https://www.cinetel.it/pages/studi_e_ricerche.php

nuove produzioni che tuttavia, nel nostro Paese, sono ripartite in sicurezza dopo il primo lockdown grazie all'adozione tempestiva e condivisa di protocolli sanitari.

L'effetto più evidente è stato il grande aumento dei servizi di streaming che hanno avuto un'impennata di nuovi abbonati nel periodo di lockdown: nel 2020 l'S-VOD ha registrato il numero record di 1,1 miliardi di abbonamenti nel mondo (+26% sul 2019). L'intrattenimento digitale nel 2020 vale 61,8 miliardi di dollari, 5 volte di più del box office, sceso da 42,3 a 12 miliardi di dollari nel 2020³⁶.

Inoltre, ad eccezione del Festival di Venezia, tutte le manifestazioni principali in ambito cinematografico si sono svolte online o con formule ibride, andando così a esaltare il ruolo delle piattaforme digitali e consentendo un forte ampliamento del pubblico di riferimento. I primi esperimenti sono stati avviati nella primavera del 2020 per poi moltiplicarsi nei mesi successivi: oltre un centinaio di festival e rassegne, da quelli più prestigiosi a quelli più di nicchia, è sbarcato sulle piattaforme con differenti formule di sottoscrizione e partecipazione. Le cifre sono state incoraggianti, circa mezzo milione di ore di visione e mezzo milione di euro di incassi, molto più di quanto i festival avrebbero riscosso in presenza confermando un interesse crescente del pubblico attratto da offerte autoriali di qualità. Sono dati che, letti insieme alla contestuale nascita di nuove piattaforme di contenuti e servizi informativi promossi da singoli festival o dalle società di distribuzione, dimostrano una dinamica di reciproco vantaggio. Alcuni esperti sostengono che la diffusione dei festival on line abbia generato un benefico effetto sulla "democratizzazione del sapere cinematografico", recuperando la funzione formativa da sempre connotata al cinema come fenomeno sociale. È un dato di fatto che studenti e giovani cinefili possono oggi partecipare ai festival a costi quasi azzerati rispetto a quelli prima necessari e accedere

³⁶ Cfr. MPA, Theme Report 2020, marzo 2021, <https://www.motionpictures.org/wp-content/uploads/2021/03/MPA-2020-THEME-Report.pdf>

a un'offerta sempre più ampia di contenuti extra (incontri e interviste con autori, lezioni di cinema tenute da esperti, ecc.) inclusi, di solito, nell'abbonamento.³⁷ Insomma un fenomeno destinato a non esaurirsi al termine dell'emergenza pandemica : in un'indagine statistica di Piattaforma Festival il 62% dei festival ha dichiarato d'immaginare la prossima edizione post Covid in un formato ibrido, arricchendo così la manifestazione con contenuti multimediali disponibili sulle piattaforme online.³⁸

In questo nuovo scenario ibrido e in movimento i festival saranno chiamati a lavorare in un'ottica strategica connettendo mondo reale e mondo virtuale, integrando nelle progettualità soggetti differenti, facendo dialogare il pubblico con le diverse piattaforme, con i canali social e i territori di riferimento³⁹.

Oggi quindi lo sguardo è rivolto al futuro, a quando , passata l'emergenza, verrà il momento di ripartire. Uno dei pilastri sui cui lavorare, in tutte le fasi della filiera, è senza dubbio l'innovazione e la qualificazione dell'esperienza poiché lo scenario competitivo è condizionato dalle alternative del tempo libero. La produzione dovrà fare leva sulle nuove tecnologie per abbattere tempi e costi utilizzando, nella preparazione di un film, tecniche di realtà virtuale e aumentata. Queste ultime sono già da anni diffuse nella produzione di videogiochi, per i quali l'atmosfera immersiva abilitata dalla VR è motivo di grande attrazione presso il pubblico. Tuttavia non mancano esplorazioni anche da parte del settore cinematografico. Pochi anni fa il regista premio Oscar Alejandro Iñárritu ha presentato un cortometraggio girato con tecnologia Virtual Reality, "Carne y Arena", un prodotto a metà strada tra l'opera d'arte e il contenuto cinematografico. Infatti è stato presentato al Festival di Cannes 2017, come parte della selezione ufficiale, e proposto successivamente presso

³⁷ Cfr. Sergio Di Giorgi <https://www.tuttequellescose.com/cronache-dal-post-cinema-2-luoghi-memoria-futuro/>

³⁸ <http://www.aficfestival.it/2021/03/29/piattaforma-festival-risultati-sondaggio/>

³⁹ Cfr. Sergio Di Giorgi *ibidem*

la Fondazione Prada a Milano. L'installazione ha guadagnato l'attenzione di critica e pubblico per la sua enorme innovazione tecnica e per il forte messaggio politico. La tecnologia è dunque sul mercato già da tempo, ma gli elevati costi degli apparati per fruirne e la carenza di contenuti di qualità ne ha limitato la diffusione. Tuttavia i principali produttori, compresi Facebook e Google, stanno riducendo i prezzi dei dispositivi e nel 2020, complice i lockdown e le misure restrittive adottate a livello mondiale per contenere la pandemia da SARS-Covid19, le vendite di apparati per la fruizione della VR sono esplose, raggiungendo i 5,5 milioni lo scorso anno e, secondo le previsioni, potrebbero raddoppiare nel 2021.

Nel cinema la maggior parte delle iniziative in ambito VR assume la forma della cosiddetta "experience": «contenuti para-cinematografici che facciano da traino transmediale al film e al suo universo narrativo ». ⁴⁰ Disney propone la app Disney Movies VR, che permette un'esperienza immersiva nel mondo delle storie Disney, Marvel e Lucasfilm, e l'interazione con i personaggi nel loro "habitat" naturale. Altre iniziative rilevanti sono "The Dunkirk Experience", dall'ultimo lavoro di Christopher Nolan; "Ashes to Ashes", commedia grottesca, un cortometraggio narrato dall'inusuale punto di vista delle ceneri del defunto, che in qualche modo individuano un punto di osservazione privilegiato, allo stesso tempo privandolo della presenza fisica. Ciò dimostra come l'utilizzo delle nuove tecnologie vada passo a passo con la ricerca di nuovi linguaggi: in un'opera del genere tutto il lavoro della messa in scena, della narrazione, la costruzione degli effetti speciali deve rispondere a esigenze diverse da quelle tradizionalmente cinematografiche.

Anche in Italia si registra un'attenzione verso questi nuovi modi di fare cinema. Negli ultimi due anni, la produzione copre soprattutto cortometraggi e il genere non fiction/documentario, che ben si presta a esperienze immersive e interattive, ma non mancano anche opere di

⁴⁰ Simone Arcagni, Immersi nel futuro. La realtà virtuale, nuova frontiera del cinema e della TV. Cfr. <https://www.rai.it/raicinema/news/2020/09/Immersi-nel-futuro-il-primolibro-bianco-sulla-Realta-virtuale-586df64d-92fd-4d33-8788-f4040c9dec2a.html>

natura diversa. Citiamo qui “Edipo Re in Virtual Theatre”, che ripercorre la produzione teatrale della celebre tragedia in VR; “Materre VR Experience”, lungometraggio a episodi ambientato a Matera, “H.O.M. VR”, corto sul tema della salute mentale; “Happy Birthday”, un racconto sul fenomeno dell’Hikikomori, i giovani che si rifugiano nelle loro camere rifiutando il mondo esterno.

Sono poi numerosi i festival che dedicano una propria sezione alle nuove tecnologie e alle nuove forme di storytelling immersivo: solo per citarne alcuni: Trieste Film Festival, River Film Festival a Padova, Giffoni VR Experience ed anche Venice VR, la sezione dedicata alle produzioni in VR della Mostra Internazionale del Cinema di Venezia, che ospita già dal 2016 una selezione di lavori tra opere in concorso, selezioni di Best Of e progetti sia completati che da produrre.

E mentre Netflix sta già pensando di diversificare proponendo un catalogo di videogiochi in streaming per dar vita a formule di intrattenimento interattivo, ci si interroga su come le case di produzione potrebbero allargare anche il proprio tradizionale raggio di azione, sia in termini di linguaggi sia in termini di ibridazioni e collaborazioni, esplorando nuovi terreni di sperimentazione. Un interessante esempio è rappresentato dal progetto di “Indigo” in collaborazione con la Fondazione del Teatro dell’Opera di Roma che ha condotto alla produzione di un vero e proprio film documentario tratto dall’opera verdiana “il Rigoletto”, a partire dalla rappresentazione dal vivo messa in scena nell’estate 2020 al Circo Massimo di Roma. Un’opera con un forte impatto visivo e visionario, che racconta come nasce un’opera lirica, un evento quasi irriproducibile, di cui si è voluto lasciare una traccia in un momento storico unico, facendo vedere il processo di costruzione, capire come un grande regista teatrale italiano conosciuto per le sue produzioni nei maggiori teatri e festival europei come Damiano Michieletto possa lavorare per creare uno spettacolo, quanta visione porti dentro una macchina così complessa. Il progetto è l’emblema della rinascita culturale che mette insieme cinema,

teatro, musica. Così il documentario, non ancora andato in onda nel momento in cui si scrive, racconterà anche la necessità di mescolare più spesso questi ambiti culturali, aprendo a nuovi linguaggi e modelli produttivi capaci di far dialogare istituzioni culturali e audiovisivo, valorizzando il binomio creatività-innovazione⁴¹. Per Michieletto questo progetto molto composito « è nato come il tentativo di dare un segnale all'Italia, in piena pandemia, dimostrando che dopo mesi di chiusura si poteva fare qualcosa con la partecipazione del pubblico. Con questo film abbiamo cercato di restituire l'esperienza di Rigoletto al Circo Massimo. Grazie a Indigo è nato poi anche un documentario, "Rigoletto 2020", di Enrico Parenti, che racconta la nascita dello spettacolo »⁴².

C'è anche chi si è spinto oltre i confini terrestri, con il varo di progetti a dir poco futuristici come la Iervolino Entertainment, società di produzione audiovisiva quotata in Borsa, che ha lanciato "Space 11", una business unit volta a realizzare una serie di produzioni ed eventi live nello spazio. Nei prossimi anni è previsto un ulteriore sviluppo di tali tendenze con la diffusione di nuove forme di narrazione caratterizzate da un elevato livello di interazione con il pubblico, «un cinema espanso e persino aumentato, capace di attraversare media, display e device, che colonizza nuovi spazi costruendo nuove forme, nuove pratiche e nuovi modelli di esperienza⁴³ » come spiega il Prof. Simone Arcagni, uno dei massimi esperti in materia.

Le sale, segmento più vulnerabile della filiera, dovranno rinnovarsi orientando il proprio modello di business non più , o non solo , sul prodotto, ma anche sullo spettatore, partendo da un lavoro di riqualifica e ammodernamento delle strutture di coinvolgimento e fidelizzazione, che vadano oltre la fruizione.

Un esempio interessante per favorire l'accesso al mercato di numerosi film non distribuiti , indipendenti, o che trattano tematiche sociali e di attualità,

⁴¹ <https://news.cinecitta.com/IT/it-it/news/54/82728/francesca-cima-un-opera-live-che-parla-della-nostra-epoca.aspx>

⁴² News.cinecittà.com

⁴³ <https://www.segnocinema.it/index.php/il-nuovo-numero>

viene da Movieday, piattaforma web in grado di ottimizzare la distribuzione di film nei cinema di tutta Italia, attraverso un servizio di prenotazione e fruizione personalizzata che mette in stretta connessione tre target strategici per il mercato: proprietari di film (registi, produttori e case di produzione), cinema e pubblico. Il servizio sfrutta l'enorme potenziale inespresso costituito dalla scarsa capacità di riempire le proprie sale attraverso un sistema di prenotazione online: la proiezione avviene solamente al raggiungimento di un numero minimo di biglietti pre-acquistati, stabilito dall'esercente. Nata come start up, in pochi anni ha ottenuto l'adesione di circa 350 cinema (di cui più di cento di provincia) cui guardare per dimostrare che il cinema può essere sostenibile sia dal lato dell'offerta sia da quello della domanda e inclusivo anche grazie alla tecnologia⁴⁴. Bisogna considerare che già prima della pandemia il mercato sala aveva un grande potenziale inespresso che ora va necessariamente liberato. Assodato dunque che non c'è un evidente problema di domanda, viene il momento di pensare alla qualificazione dell'esperienza, all'offerta, che deve essere ben organizzata e di qualità.

Così, dunque, il cinema si prepara alla ripartenza, con la certezza che nonostante la crisi, non ha mai perso la sua capacità unica di emozionare e coinvolgere il pubblico. Il consumo casalingo in streaming di cinema e ancor di più di serie tv e altri prodotti di intrattenimento, cresciuto notevolmente durante il lockdown del 2020 e nei primi mesi del 2021, era già un modello consolidato di consumo e, da almeno dieci anni, la norma per le generazioni più giovani. La chiusura dentro le case ha solo reso il fenomeno più diffuso e socialmente trasversale rispetto a età, abitudini e gusti cinematografici. Per operatori e istituzioni è ineludibile mettere mano ad una riforma strutturale delle finestre che tenga conto del nuovo

⁴⁴ Movieday si definisce la prima piattaforma italiana di Sharing e On Demand Economy applicata all'industria cinematografica. Il servizio è in grado di: ottimizzare i costi di gestione/promozione dei film, che vengono proiettati a condizione che – a una settimana dalla data stabilita – il numero di preventivate sia sufficiente a coprire i costi richiesti; diversificare la scelta e le modalità di fruizione dei contenuti (disponibili su altri canali dopo la proiezione); promuovere una fruizione cinematografica attiva e partecipe, in grado di coinvolgere – anche attraverso eventi specifici – giovani, over 60 e non frequentatori.

scenario e regole di ingaggio efficaci ed equilibrate nei rapporti tra mondo della produzione, settore distributivo tradizionale e la platea, sempre più ricca e diversificata degli “streamers”, mettendo mano alla questione giuridico-economica dei diritti di sfruttamento delle opere. Sarà strategico avviare un piano nazionale di formazione per rafforzare le competenze professionali di chi opera in un settore in fortissima evoluzione, con particolare riferimento allo sviluppo editoriale delle opere e alla loro gestione produttiva e distributiva. È in gioco il destino di un settore resiliente che, da oltre un secolo, mostra una grande capacità di rigenerazione, a patto che si scommetta su strategie lucide e coese e sulla consapevolezza che le piattaforme sono un elemento dell’ecosistema con il quale è possibile coabitare, considerato che l’appetito di contenuti è cresciuto a dismisura.

3.1 Il cinema di domani: il futuro della sala cinematografica dopo l'emergenza.

Durante il lockdown del 2020, periodo durato circa quattro mesi in cui cinema e luoghi della cultura sono stati costretti a fermarsi e a chiudere le loro porte, la preoccupazione di esercenti e lavoratori del settore era solo una: quanti schermi saranno davvero in grado di riaccendersi? E soprattutto, come sarà tornare al cinema da spettatore?

A queste domande ha cercato di dare una risposta l’inchiesta condotta da Cinemaitaliano dal titolo “Cinema, Domani” volta a esplorare i possibili scenari che potrebbero coinvolgere il mondo del cinema una volta superata l’emergenza sanitaria.

Michele Crocchiola, fondatore della Fondazione Stensen di Firenze, ha sottolineato come un esercente debba mantenere attivo il suo lavoro nonostante le serrande abbassate della sala: « Personalmente cerco di mantenermi attivo nelle attività lavorative e per fortuna ci sono anche altri esercenti che sono rimasti operativi e propositivi. Manteniamo viva una

rete di relazioni che è precedente a questa situazione per confrontarci sullo stato attuale ma anche sulle prospettive future. Magari rimarranno progetti, magari no e dal confronto continuo potranno nascere innovazioni e nuove opportunità.⁴⁵ »

Riguardo alle piattaforme VOD, l'esercente fiorentino non si mostra preoccupato sottolineando l'enorme differenza esistente tra « vedere un film e vivere un'esperienza. Questa tendenza di visione casalinga era già esplosa prima della crisi attuale. La realizzazione della piattaforma Disney+ era già stata decisa anni fa, anche se ora come ora sembra che la major americana abbia avuto un tempismo perfetto. Quello che il virus ha messo in crisi non è la possibilità di vedere film (tra offerta online legale e illegale, televisione, home video – per quanto residuale – c'è una quantità quasi infinita di contenuti audiovisivi) ma è la nostra socialità, la condivisione fisica di un'esperienza – che sia fare una corsa insieme o vedere un film al cinema con gli amici⁴⁶. » Ciò che il virus ha tolto al pubblico quindi, secondo Crocchiola è la possibilità di stare insieme, la possibilità di godersi la compagnia altrui e un attimo di socialità, cosa che sarà ricercata anche dopo l'emergenza. « Quando la quarantena finirà cercheremo prima di tutto una socialità sicura, con i nostri cari, con gli amici e avremo fatto una scorpacciata di film, a quel punto il cinema non sarà in cima ai pensieri dei tanti ma sicuramente di un agguerrito e appassionato numero di fedeli frequentatori. Poi torneranno anche tutti gli altri.⁴⁷ »

Altra preoccupazione riguarda le possibili reazioni che il pubblico potrà avere quando le attività torneranno a riaprire : alcuni esercenti pensano che trionferà la paura del “ vicino”, altri invece sono sicuri che a vincere sarà la voglia di socialità. Nell'uno o nell'altro caso Michele Crocchiola sostiene che la sala di domani sarà « molto simile a quella di adesso, ma che si accentueranno alcune tendenze già in atto: maggiore automazione,

⁴⁵ [Stensen.org/attività/1737/](https://www.stensen.org/attività/1737/)

⁴⁶ [Stensen.org/attività/1737](https://www.stensen.org/attività/1737/)

⁴⁷ *ibidem*

a partire dall'acquisto dei biglietti; maggiore identità territoriale del cinema e rapporto più stretto (e di fiducia) con lo spettatore. Quello che cambierà sicuramente – e non so come – saranno le responsabilità del nostro personale, attenzione, sorveglianza, sanificazione... A livello macro ci sarà anche un'altra tendenza – una maggiore integrazione verticale tra esercizio e distribuzione/produzione⁴⁸. »

3.2 Drive-in: la risposta cinematografica al tempo del covid.

Pop corn, bibite, auto e film proiettati sul maxi schermo all'aperto. Potrebbe ricordare le scene dei film americani degli anni '50, invece per molti, durante l'estate 2020 è stata la risposta alla crisi che il cinema ha subito a causa della pandemia tramite un " ritorno alla passato per salvare il futuro". Secondo il Wall Street Journal « i drive-in sembrano essere stati fatti apposta per una pandemia globale⁴⁹» essendo l'auto un mezzo perfetto per limitare i contagi e garantire un ottimo distanziamento sociale facendo da barriera senza bisogno di costruire innesti invalidanti. Così in attesa della riapertura delle sale, molti esercenti hanno cercato la soluzione alla crisi che il mondo del cinema ha affrontato durante la pandemia, direttamente negli anni Cinquanta, quando la formula maxi schermo e pubblico a bordo dell'auto divenne particolarmente popolare negli Stati Uniti. In realtà la nascita del drive-in si data molto prima, nel 1933 in New Jersey, quando Richard Hollingshead brevettò la sua idea nata per aiutare la madre sovrappeso che non riusciva a sedersi nelle normali poltrone dei teatri. A inaugurare le proiezioni nel suo cinema, che poteva accogliere ben 400 auto e aveva uno schermo largo 12 metri e alto 5, fu il film "Wives Beware" di Fred Niblo.

Nonostante la grande diffusione di multiplex in tutto il mondo, negli Stati Uniti, luogo di nascita del cinema drive in, questo tipo di sala cinematografica non è mai scomparsa. Tutt'ora se ne contano oltre 305 e

⁴⁸ ibidem

⁴⁹ [Harpersbazaar.com/it/cultura/cinema](https://www.harpersbazaar.com/it/cultura/cinema)

si annunciano aperture di nuove arene tra cui quella più grande al mondo, in Florida, con cinque maxi schermi.

Per quanto riguarda l'Italia, il primo drive-in italiano fu inaugurato nell'agosto del 1957 non molto lontano dal litorale romano. Lo schermo cinematografico di 540 metri quadrati si affacciava su un'area complessiva di 60.000 metri quadri e poteva ospitare 750 automobili, ognuna della quali fornita da altoparlante da agganciare alla portiera. Una novità assoluta per quei tempi, che oggi sembra affascinare milioni di nuovi giovani spettatori. I motivi sono semplici : passare due ore all'aperto è per molti più sicuro che stare in un locale chiuso e la presenza di automobili garantisce la distanza tra gli ospiti. Ecco allora che anche a Roma, più precisamente a Cinecittà World, il 24 luglio 2020 è stato inaugurato un nuovo drive-in dove il pubblico ha potuto gustare una rassegna cinematografica tutta italiana con i più grandi comici del nostro Paese, da Aldo, Giovanni e Giacomo a Checco Zalone. Il marchio di birre Stella Artois ha invece scelto Milano per il suo cinema drive-in dove era possibile assistere alla proiezione pagando un biglietto dal costo di due euro, devoluti poi in beneficenza al Fondo di mutuo soccorso del Comune di Milano.

Da nord a sud quindi gli esercenti si sono "riadattati" per far tornare il pubblico al cinema, in una sala all'aria aperta, ognuno con strategie diverse.

A Milano, il format del cinema all'aperto in macchina è stato tutto tecnologico per consentire il rispetto delle norme per la sicurezza e il distanziamento sociale. Nel Bovisa Drive-in, che prende il nome proprio dalla periferia della città meneghina in cui si trova lo spazio, le auto erano distanziate e il biglietto si comprava online validandolo virtualmente con un QR code. Snack e bibite venivano ordinate tramite un'app e consegnate dal personale del drive-in, ovviamente con guanti e mascherine, direttamente in auto. La proiezione non ha mai perso il suo fascino sonoro e visivo: ogni auto era dotata di uno speaker, che veniva sanificato a ogni

utilizzo, e le pellicole proiettate in 4K. A Napoli il drive in- Pozzuoli propone tutt'ora un'ampia programmazione che accontenta tutti, spaziando dai più grandi blockbuster ai film d'autore.

Ma non è solamente l'Italia ad aver riscoperto il fascino del drive-in a causa dell'emergenza sanitaria : il numero di drive-in in Inghilterra è passato da 3 a 40 dall'inizio della crisi legata al coronavirus.

Nell'attesa di un futuro più sicuro, il mondo sembra quindi aver scelto di tornare al passato.

3.3 Il progetto CineDrive

In merito alla "riscoperta" del cinema drive-in, è interessante aprire una parentesi sul progetto CineDrive.

CineDrive è il progetto che fonde innovazione e creatività, al servizio del cinema post-crisi Coronavirus.

L'idea nasce dalla collaborazione tra la Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa (CNA) e una rete di esercenti, uniti nel cercare di offrire una soluzione ai problemi legati alla fruizione cinematografica ai tempi della pandemia grazie alla tecnologia fornita dalla piattaforma Tixter⁵⁰. Riprendendo l'idea del drive-in, simbolo degli Stati Uniti negli anni cinquanta, con CineDrive è possibile vedere i film più amati in totale sicurezza, al sicuro dell'autovettura.

In merito a questo progetto, significative sono le parole di Stefano Di Niola, segretario della CNA di Roma: «E' un piacere sostenere questa iniziativa sia per l'importantissimo valore di supporto ad una rinnovata modalità di fruizione dei film e di evidente sostegno al comparto del cinema che per l'aver voluto garantire ai cittadini il recupero di un aspetto assai rilevante della vita sociale. Questo primo passaggio porta il

⁵⁰ Tixter è una piattaforma di investimenti innovativa dedicata al mondo del cinema e dell'audiovisivo.

CineDrive a fare da apripista per le successive aperture delle Arene cinematografiche ed infine alla riapertura delle nostre sale⁵¹ »

Stando a quanto sottolinea sul sito della confederazione il presidente di CNA Cinema e Audiovisivo, Mario Perchiazzi, il valore aggiunto del progetto CineDrive è la collaborazione con Moviemedia, concessionaria leader in Italia per la pubblicità al cinema. Secondo Perchiazzi infatti «con Moviemedia si apre una finestra essenziale sul panorama nazionale, per poter vincere la sfida al supporto del settore, mettendo forza, conoscenza e grandi risorse nel progetto⁵²». Un'iniziativa quindi riservata esclusivamente agli esercenti, in attesa della tanto auspicata riapertura delle sale cinematografiche.

3.4 Le riaperture e le nuove sfide affrontate dagli esercenti.

Come già anticipato, a seguito dell'emergenza da Coronavirus (COVID-19), da marzo 2020 erano stati sospesi, su tutto il territorio nazionale, i servizi di apertura al pubblico degli istituti e luoghi della cultura, nonché gli spettacoli di qualsiasi natura, inclusi quelli teatrali e cinematografici. Successivamente, erano stati consentiti, a determinate condizioni, da maggio 2020, il servizio di apertura al pubblico dei musei e degli altri istituti e luoghi della cultura e, dal mese successivo, lo svolgimento di spettacoli aperti al pubblico in sale teatrali, sale da concerto, sale cinematografiche e in altri spazi. A ottobre 2020, in considerazione del carattere particolarmente diffusivo dell'epidemia e dell'incremento dei casi sul territorio nazionale, erano state nuovamente introdotte, progressivamente, le stesse limitazioni disposte precedentemente. Qualche nuova possibilità di riapertura era poi stata prevista fra dicembre 2020 e gennaio 2021. Ulteriori riaperture, inizialmente previste a decorrere dalla fine del mese di marzo 2021, sono poi slittate alla fine del mese di aprile 2021. Da tale momento, la possibilità di partecipazione è stata

⁵¹ leasenews.it/mercato/coronavirus-il-cinema-riscopre-il-drivein

⁵² [Initalia.virgilio.it/roma-cinema-drive-in-post-coronavirus](https://initalia.virgilio.it/roma-cinema-drive-in-post-coronavirus)

progressivamente ampliata, sia pur nel rispetto di misure di sicurezza, incluso, da ultimo, il possesso di certificazione verde COVID-19.

Ma partiamo dall'inizio. Dal 15 giugno 2020 i cinema italiani hanno potuto riaprire i battenti dopo lo stop forzato di quasi quattro mesi causato dalla pandemia. La riapertura delle sale è stata quindi un calcolo molto soggettivo : ogni esercente si è trovato costretto a fare una scelta.

Uno dei cinema che hanno deciso di ripartire è stato il Beltrade di Milano, con una programmazione interessante e particolare : film d'autore, spesso lontani dal circuito mainstream, in lingua originale. Monica Naldi, gestore del cinema milanese insieme a Paola Corti ha sottolineato come le riaperture siano dipese molto dalle caratteristiche delle singole sale poiché il problema principale che ogni esercente ha dovuto affrontare è stato quello di garantire il distanziamento sociale per rispettare le misure volte a contenere la diffusione del virus. Nonostante fossero previsti incassi più che dimezzati, nel cuore dei gestori del Beltrade ha prevalso la voglia di ripartire e ricreare un contatto con gli spettatori. È proprio il contatto con il pubblico ciò di cui gli esercenti hanno sentito maggiormente la mancanza durante la chiusura forzata delle sale. Durante una conferenza stampa sulla riapertura Lionello Cerri, amministratore delegato di Anteo SpazioCinema di Milano, circuito di riferimento per i cinefili lombardi, ha ammesso che « La cosa che ci è mancata di più in questi mesi è stato il contatto con il pubblico che ci ha permesso in questi anni di migliorarci⁵³».

Il 15 giugno 2020 è ripartito invece a Milano presso il Chiostro dell'Incoronata AriAnteo, la tradizionale rassegna cinematografica all'aperto di Anteo con film come "La vita invisibile" di Euridice Gusmão, film già distribuito a fine 2019 e "Tornare" di Cristina Comencini che sarebbe dovuto uscire a marzo 2020 ma che a causa della pandemia ha dovuto rivoluzionare la sua distribuzione, prima su piattaforme digitali e poi finalmente sul grande schermo.

⁵³ [Panorama.it/lifestyle/cinema](https://www.panorama.it/lifestyle/cinema)



AriAnteo Chiostro dell'Incoronata

La novità dell'edizione 2020 è stata la collaborazione, nella speranza di un rapido ritorno alla normalità, delle forze culturali del capoluogo della regione d'Italia più colpita dal Coronavirus come Triennale Milano e Zelig Media Company. Dal 17 giugno è stata infatti inaugurata la nuova location AriAnteo Triennale e a partire dalla seconda settimana di programmazione (22-28 giugno) una volta alla settimana per ciascuna arena un artista di Zelig ha intrattenuto gli spettatori con sketch comici prima della visione del film.

3.5 Si torna in sala.

A un mese dalla possibilità di riapertura per i cinema scoccata il 26 aprile 2021 con capienza massima del 50%, sono state circa 500 le strutture che hanno riaperto i proiettori su circa 1250. Con la riapertura di Uci e The Space, le catene più importanti insieme ad alcuni grandi imprenditori indipendenti, si è poi registrata una lenta ma graduale accelerazione. Questo perché, a differenza della prima riapertura ai tempi della pandemia prevista per il 15 giugno 2020, enormemente penalizzata dalla scarsità di

nuove uscite, la riapertura del 2021 è stata caratterizzata dall'uscita in sala di film importanti come il premio oscar "Nomaland" di Chloé Zhao e "Rifkin's Festival" di Woody Allen. Il successo di "Nomaland" ha colpito Mario Lorini, esercente toscano e presidente dell'ANEC che ha sottolineato come l'esperienza della visione di un film in sala sia rimasta un'esperienza sociale anche dopo la chiusura delle sale. «In questa fase straordinaria e transitoria, il fatto che "Nomaland", uscito tra l'altro con tante sale ancora chiuse e in contemporanea su una piattaforma, trovi ancora pubblico in sala, sottolinea la forza del cinema come esperienza sociale, la voglia di rivedere un film tutti quanti insieme. Il pubblico lo ha scelto in sala: ha prevalso con gradualità la voglia di tornare alla normalità⁵⁴ ».

Un ritorno alla normalità avvenuto quindi per gradi nel corso del 2021 prima con la possibilità di avere una capienza massima in sala pari all'80% e poi dall'11 ottobre 2021 pari al 100%.

La maggior paura degli esercenti, una volta giunti alla totale riapertura della sala con l'occupazione di tutti i posti a sedere è stata se il pubblico sarebbe tornato in sala o se avesse prevalso la paura "dell'altro", la paura del mancato distanziamento e la conseguente paura di infettarsi nonostante la protezione data dal vaccino. « Siccome è qualche mese che lavoriamo con i posti vuoti in sala, dobbiamo spiegare al nostro pubblico che se si trova qualcuno vicino è perchè comunque la sicurezza è garantita» ha spiegato Alberto Fassina, direttore del cinema Multiastra di Padova, in un'intervista a Tv7 Triveneta sottolineando come il cinema padovano abbia organizzato molti eventi e iniziative per far tornare il pubblico in sala senza timori. «Il compito di un esercente non è solo quello di organizzare la proiezione di un nuovo film in sala, bisogna anche rassicurare il pubblico in un momento così difficile, fargli riscoprire cosa vuol dire andare al cinema e passare una bella serata fuori casa. Noi del Multiastra abbiamo organizzato molti eventi proprio per far riscoprire al

⁵⁴ [Panorama.it/lifestyle/cinema/riapertura-bilancio-mese-incassi](https://www.panorama.it/lifestyle/cinema/riapertura-bilancio-mese-incassi)

pubblico il piacere di tornare in sala, ad esempio abbiamo deciso di proiettare i film della settimana della critica di Venezia 78 con un biglietto gratuito, una volta alla settimana abbiamo deciso di mandare in onda i grandi classici del cinema, uno su tutti “À bout de souffle” del grandissimo Godard, in versione restaurata. Ci sono poi le proiezioni con gli artisti in sala, ad esempio la serata con il regista Andrea Segre ha avuto un enorme successo. Un bravo esercente è in grado di creare un contatto con il pubblico, creare un legame con gli spettatori garantendo loro una piacevole esperienza anche grazie a iniziative originali. »

FONTI

[Aficfestival.it/2021/03/29/piattaforma-festival-risultati-sondaggio](https://aficfestival.it/2021/03/29/piattaforma-festival-risultati-sondaggio)

Arcagni Simone , *Immersi nel futuro. La realtà virtuale, nuova frontiera del cinema e della TV*, pubblicato in news.cinecitta.com.

Audiovisivo realizzato nell'insegnamento di Nuovi media per la didattica, docente prof. Paolo Frignani, Università degli Studi di Ferrara, 2014.

Atribune.com/artiperformative/cinema

Cinematografo.it

Cinematographe.it/news-cinema

Cinetel, *Il cinema in sala 2020: i dati del box office*, pubblicato in cinetel.it

Circuitocinema.com/miocinema

Comingsoon.it/cinema/news

Birdmanmagazine.com/cinema-beltrade-streaming

Elle.com/it/showbiz/cinema

Famigliacristiana.it

Gianmarco di Traglia, *Storia di un esercente d'essai*, pubblicato in *minima&moralia*, 2016

Harpersbazaar.com/it/cultura/cinema

Initalia.virgilio.it/roma-cinema-drive-in-post-coronavirus

Leasenews.it/mercato/coronavirus-il-cinema-riscopre-il-drivein

Lifegate.it/cinema-pandemia

News.cinecittà.com

Cfr. MPA, Theme Report 2020, marzo 2021, in motionpictures.org

Cfr. Sergio Di Giorgi in tuttequelledicose.com/cronache-dal-post-cinema-2-luoghi-memoria-futuro

Segnocinema.it/index.php/il-nuovo-numero

Stensen.org/attività/1737/

Panorama.it/lifestyle/cinema

Today.it/speciale/post-coronavirus/economia/cinema-fil-on-demand-vision-distribution.html

Video di Gianni Canova, *I mestieri del cinema, la professione dell'esercente*, 2015.

Viganò Dario E. , *Esercente*, in Franco LEVER - Pier Cesare RIVOLTELLA - Adriano ZANACCHI (edd.), *La comunicazione. Dizionario di scienze e tecniche*, www.lacomunicazione.it (08/12/2021)

W.F. Hellmuth jr., *L'industria cinematografica americana*, Marsilio, Venezia 1982.