

Testata: www.cinemonitor.it
Data: 18 settembre 2009
Tipologia: sito on-line



Un momento del convegno | Cineshow II edizione

CINESHOW | CINEMONITOR C'E'

Redazione | venerdì 18 settembre 2009

Sezione: **CINEMONITOR**

Sottosezione: **NEWS**

Dal 18 al 20 settembre Cinemonitor segue il Cineshow, il primo salone per il cinema, la televisione e il multimedia che si svolge a Torino presso il Lingotto Fiere.

Alle ore 10.00 abbiamo partecipato alla prima sessione del convegno "Cinema e nuovi media in azione - Dai fratelli Lumière a You Tube", organizzato da Somedia - La Repubblica, dove sono stati affrontati vari temi sulle nuove finestre di sfruttamento delle pellicole. Ha moderato il giornalista de "La Repubblica" Roberto Nepoti, il quale ha subito fatto notare alla platea un interessante particolare: tutti gli interventi, nel titolo, presentavano la parola "nuovo" o "progresso" o "evoluzione" o ancora "rivoluzione" questo a testimonianza del fatto che siamo in un campo sicuramente pieno di scoperte, di sperimentazioni e delle volte veri e propri esperimenti per il cinema, per i film e per il suo pubblico e la sua industria.

Il rapporto dello spettatore con il cinema di oggi è sicuramente un rapporto che va oltre il semplice immaginario della storia. Lo spettatore è più competente, usa maggiormente diversi supporti, è più attento ad avere apparecchiature che diano alto rendimento, è collezionista anche se la sua visione è spesso immateriale (si pensi allo "streaming" del film).

Ci si è addentrati quindi nel primo intervento con una domanda "i film si vedono ancora al cinema?"

Il primo intervento è quello di Fabrizio Montanari, ricercatore presso l'Università di Modena e Reggio Emilia, che ha presentato alcuni report tratti dalla ricerca "Schermi di qualità", curata dal prof. Severino Salvemini presso l'Università Bocconi di Milano. E' attraverso questo intervento che emerge l'opportunità per il cinema di comunicare e comunicarsi attraverso tutte quelle piattaforme che oggi sono usate per "socializzare". Ha presentato una tabella riepilogativa di tutti i social network (che lunedì sarà on line anche su Cinemonitor.it) che contribuiscono in maniera massiccia a creare nuove opportunità di comunicazione che il cinema deve cogliere, sia in fase promozionale sia infase distributiva. Targettizzare, frammentare e moltiplicare le informazioni sembrano le parole d'ordine. Cos' come l'idea (geniale?) di estendere le storie dei film e dei loro personaggi attraverso il web. Per parlare in maniera semplice è come se i protagonisti di un film vivessero la loro storia sullo schermo e delle storie parallele sui social network che andrebbero a coinvolgere e invogliare l'utente per portarlo in sala o per indurlo ad acquistare il dvd.

Il secondo intervento, dal titolo "Le nuove finestre di sfruttamento dei film" ha visti come protagonisti due relatori degni di nota. Riccardo Tozzi, presidente dell'Anica e Andrea Stratta, direttore generale di UCI Italia, una famosa catena di multisala.

Tozzi, ha prospettato alcuni utiizzi "positivi" del digitale sul cinema. Nonostante il 3D penalizza l'area cinema Italia/Europa e di tutto il cinema indipendente, non si può e non si deve negare che la forza d'attrazione del film 3D è incredibile. E' il cinema delle major ad avere più successo, a discapito soprattutto di quel cinema meno "appariscnte", meno tecnologico, come quello italiano. Tra le novità che Tozzi però elenca con l'avvento del digitale c'è la possibilità di una riqualificazione del circuito delle sale urbane; non puntare solo ed esclusivamente sui multisala immersi nei centri

Testata: www.cinemonitor.it
Data: 18 settembre 2009
Tipologia: sito on-line

commerciali, ma fare in modo di estendere la tecnologia anche a quelle sale che tra l'altro sono frequentate da fruitori più attenti ed esigenti in quanto a cinema e a qualità. Un'altra interessante iniziativa (a quanto pare promossa da Anica) è quella dell'offerta legale di film su Internet. Tozzi stesso dice che non possiamo non essere consapevoli che la pirateria possiede, dietro gli aspetti sicuramente negativi, un alto potenziale che è quello del numero degli spettatori. Bisogna switchare dunque dalla illegalità della pirateria alla legalità di un'offerta filmica sul web. Sicuramente questo impatterà sull'Home Video, e soprattutto su quella parte di mercato che è il retail (il noleggio), ma non si può non prendere in giusta considerazione il carattere potenziale del mercato cinematografico sul web. Infine, terzo ed ultimo elemento positivo è l'anello televisivo. Grazie alla moltiplicazione dell'offerta si cerca di "combattere" la politica della tv generalista di non inserire film (o inserirne sempre meno) nei palinsesti.

Andrea Stratta, ha mostrato alcune tabelle di valori importanti sul 3D. Il box office è in aumento (nel 2009) del 3%, soprattutto perché il prezzo del biglietto per vedere un film in 3D è più alto. Questa nuova tecnologia ha provocato un incremento di incasso e un aumento esponenziale del numero di sale. Nel novembre 2008 quando uscì nelle sale Bolt in 3D le sale con questa tecnologia erano 31; lo scorso agosto 2009 all'uscita di Ice Age 3D le sale erano 250: in vista dell'arrivo il prossimo dicembre del film di Cameron "Avatar", le sale aumenteranno ancora. Inoltre quello che aumenta è anche la percentuale di spettatori 3D sul totale degli spettatori.

Nils Hartman, direttore dei canali cinema di Sky, ha scelto come titolo del suo intervento "Quando le pellicole arrivano nelle case: come evolve l'home entertainment". Il dibattito qui si è fatto interessante quando si è iniziato a parlare di "utilizzo sociale" del film. Il passaggio SKY dei film, delle volte agisce come vera e propria promozione per la visione sulla free tv. Dai dati auditel emerge che moltissimi utenti SKY, dopo dodici mesi, rivedono lo stesso film sulle reti generaliste perché percepiscono in questo secondo caso il film come "evento" e come "momento sociale". Se ne può parlare dopo la visione con gli amici sul web, il giorno dopo a lavoro o con gli amici. E' una catena che invece di essere segmentata, deve essere ampliata, curata, modellata in ordine alle esigenze culturali e sociali dei nuovi spettatori. In merito alla multiprogrammazione, Hartman, prevede che serviranno via via sempre più canali specifici per nicchie di pubblico specifiche, tendenzialmente anche più esigenti.

Hanno chiuso la prima sessione del convegno due "uomini manager" di importanti aziende. Silvano Colombo per Microsoft e Francesco Ponticelli per Vodafone. "Il cinema su internet e sui nuovi media: telefonini computer player portatili multimediali sono pronti a raccogliere l'eredità delle vecchie sale", questo l'impegnativo titolo dell'intervento che ha spaziato su vari percorsi.

Colombo ha davanti a sé uno spettatore che vuole giocare, condividere, socializzare. Quindi spiega alla platea come Microsoft con l'avanguardista Xbox Live, possa permettere di rendere l'evento filmico una condivisione in tempo reale anche se in luoghi diversi. Sta nascendo dunque un nuovo tipo di esperienza cinematografica con uno spettatore che vuole vivere l'intrattenimento molto liberamente a prescindere dai device e dai luoghi. Si va sempre di più verso il desiderio di avere qualcosa di unico e personalizzato (dunque anche il rapporto con il film scelto). Ponticelli di Vodafone ha presentato alcune possibilità che l'azienda sta sperimentando per avvicinarsi al cinema. Sicuramente è già una realtà la visione attraverso il cellulare, anche se questa diciamo ha sempre meno successo in quanto è una modalità "frenetica" e quindi meno adatta a fruire di un contenuto "compatto" come può essere quello dei film. La tv sul cellulare è molto usata, ad esempio, per rivedere un goal di una partita di calcio, se si è fuori casa, ma poco per fruire di un contenuto di un intero film. E' invece massiccio l'utilizzo che si fa del cellulare per altre operazioni, come la consultazione delle sale, dei trailer, l'acquisto del biglietto, il noleggio del dvd. In questo senso il cellulare è uno strumento che può aiutare il cinema.

La seconda sessione inizierà alle ore 15.00 e noi di Cinemonitor saremo sempre qui per seguirla e farvi partecipi di cosa succede, anche se non siete qui a Torino.