

- Desidero ricevere gratuitamente i prossimi numeri della pubblicazione "European Cinema Journal"
 Vi prego di modificare come indicato qui sotto i miei dati in vostro possesso

Da completare e restituire a MEDIA Salles (Via Soperga, 2 - 20127 Milano - tel.: 02.66984405 - fax: 02.6691574)

Nome Cognome Funzione
 Società CAP Città
 Indirizzo
 Tel. Fax
 E-mail

Autorizzo MEDIA Salles ad utilizzare questi dati per inviarmi documentazione inerente alla sua attività.

Firma

Data



L'Europa guarda all'America - L'America ha bisogno dell'Europa

MEDIA Salles ha organizzato al Cannes Market 1999 la tavola rotonda sulla distribuzione dei film europei nel mercato statunitense

Gli americani non brillano per estero-filia. Almeno così pare, a giudicare dal fatto che solo l'otto per cento di essi ha il passaporto. Va da sé, allora, che anche l'interesse nei confronti della cultura del resto del mondo sia alquanto debole.

Geoff Gilmore, co-direttore del "Sundance Film Festival", ha aperto così a Cannes il 18 maggio scorso la tavola rotonda "L'Europa guarda all'America, l'America ha bisogno dell'Europa", organizzata da MEDIA Salles in collaborazione con Film Finders e Cannes Market, a cui hanno partecipato 200 operatori europei interessati al mercato nordamericano. L'incontro, moderato da Sydney Levine, presidente di Film Finders, e introdotto da Jérôme Paillard - direttore di Cannes Market - e dal presidente di MEDIA Salles Romano Fattorossi, mirava a presentare il panorama della distribuzione dei film "non di lingua inglese" nel Nord America ed a mettere in luce le opportunità per i film europei. Opportunità che, almeno a prima vista, non sembrano rosee, considerato che, alle 32 000 sale commerciali che negli States proiettano a ritmi serrati i film nazionali, ne fanno da contraltare solo 500 dedicate alla produzione alternativa, a sua volta divisa tra cinema indipendente americano a basso costo e film in lingua straniera.

Se tuttavia la distribuzione americana tradizionale non offre grandi prospettive al cinema europeo, segnali positivi arrivano dai nuovi mezzi di comunicazione: attraverso la TV via cavo (Sundance Channel, Independent Feature Channel ecc), il DVD e l'home video, il cinema europeo, rivolgendosi a pubblici specifici, sembra trovare la sua strada per arrivare al cuore dell'America. La costruzione di nuovi



Geoffrey Gilmore, co-direttore del Sundance Film Festival e Cary Jones, Landmark Theatres

cinema, come la Sundance Chain, lo sviluppo di Landmark Cinemas, e sistemi alternativi di distribuzione nei festival, nelle università e nelle istituzioni, come quelli attuati dalla Cowboy Booking, stanno creando un nuovo pubblico, più eterogeneo e aperto alle proposte del Vecchio Continente. E se già ora non mancano film europei di successo (il caso più recente è rappresentato da "La vita è bella"), il messaggio dei distributori nordamericani presenti alla tavola rotonda è andato non tanto nella direzione della ricerca del "record d'incasso", quanto della preparazione di un terreno più fertile alla crescita di un mercato per pellicole in lingua straniera con maggior richiamo internazionale. Tanto più che non tutto ciò che viene da fuori è per l'America davvero "straniero": il canadese Dan Lyon, Vice Presidente della Distribuzione e Marketing per Motion International, ha fatto notare che, in Canada, il francese è per un quarto della popolazione lingua familiare. Se a ciò si aggiunge l'apertura di questo paese alle coproduzioni internazionali, si può davvero parlare di un ponte considerevole - sebbene ancora non molto sfruttato - tra America ed Europa. Esistono, dunque, i presupposti e i mezzi per una maggiore diffusione del cinema europeo oltreoceano: servono interventi da parte dei produttori e degli agenti di vendite all'estero nella promozione dei film negli Stati Uniti. Per esempio la presenza di attori e registi richiamerebbe l'attenzione della stampa che è fondamentale per creare una maggiore consapevolezza del pubblico su questi film nel mercato nordamericano. Serve inol-

tre una più completa conoscenza dei meccanismi e delle reali opportunità del mercato americano. MEDIA Salles, Film Finders e Cannes Market hanno voluto contribuire a colmare questa lacuna: un elenco completo di nomi, indirizzi e profili di tutti i distributori americani di film europei, una lista dei 20 film stranieri più visti in America negli anni '90, "Focus 1999 World Market Tendencies", e la ricerca di MEDIA Salles sull'esercizio cinematografico negli Stati Uniti, insieme al rapporto sulla sua iniziativa "Focus on Europe" negli USA ideata per promuovere il film europeo a livello internazionale, comparivano tra il materiale fornito ai partecipanti alla tavola rotonda. L'Europa, ora, guarda davvero all'America.



Il pubblico presente in sala

Hanno partecipato alla tavola rotonda:

Geoffrey Gilmore, co-direttore del Sundance Film Festival
 Sande Zeig, Artistic License
 John Vanco, Cowboy Booking
 Milos Stehlik, Facets Multimedia
 Sofia Sondervan, Independent Pictures
 Don Krim, Kino International
 Cary Jones, Landmark Theatres
 Amy Israel, Miramax
 Dan Lyon, Motion International
 Joe Revitte, Fine Line
 Susan Wrubel, New Yorker Films
 Michael Nash, Paramount Classics
 Gregory Hatanaka, Phaedra Cinema
 Dylan Leiner, Sony Pictures Classics
 John Gerrans, Strand Releasing
 Bobby Rock, Trimark Pictures
 Richard Lorber, Winstar Multimedia.

Moderatore: Sydney Levine, Presidente di Film Finders.



Romano Fattorossi e Jérôme Paillard presentano la tavola rotonda