

**NEWS**



**INCENTIVI HOLLYWOODIANI**

Una copertura delle spese fino al 25 % del totale, per un tetto massimo di sei milioni e mezzo di euro: questi i fondi che l'Italia offrirà alle produzioni cinematografiche internazionali (Hollywood in primis), per incoraggiarle a scegliere il nostro Paese come set per le riprese. Soprattutto gli studi di Cinecittà hanno ultimamente perso il loro "set - appeal" a causa del dollaro debole e degli scarsi incentivi. Attirare le produzioni straniere non è solo questione di "immagine": l'indotto legato a questo settore frutta all'economia nazionale circa trecentocinquanta milioni di dollari all'anno.

**ANCHE KIRK HA L'INFLUENZA**

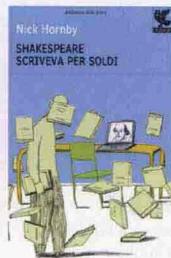
Anche l'industria cinematografica di Los Angeles fa i conti (nel vero senso della parola) con la nuova influenza "suina". A causa del virus H1N1, infatti, in Messico sono state cancellate diverse cerimonie di premiare e fatte slittare le uscite di numerosi film, tra cui grosse produzioni come *Star Trek*, *X-Men - Le origini: Wolverine* e *Angeli e Demoni*, procurando perdite per dieci milioni di dollari.



**UN MUSICAL PER CHRISTINA**

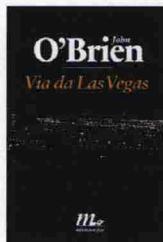
Canterà e ballerà sul palco, ma non lo farà in concerto, bensì in un film. Dopo Bejonce, Jennifer Hudson, Norah Jones, Avril Lavigne e, prima fra tutte, Lady Ciccone, anche la popstar Christina Aguilera, venticinque milioni di album venduti nel mondo e quattro Grammy all'attivo, approderà su un set, quello di *Burlesque*, musical di Steven Antin (le riprese inizieranno a fine anno), in cui si racconta la storia di una ragazza di provincia che si trasferisce a Los Angeles e ottiene successo esibendosi in un locale di neo burlesque.

**DAL CINEMA ALLA LIBRERIA**



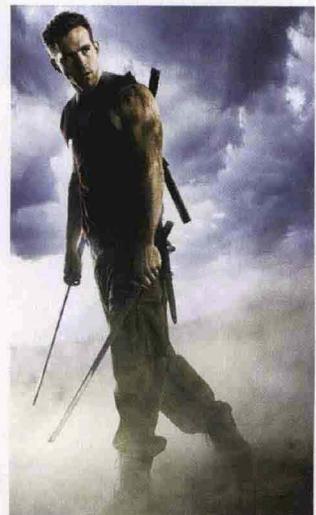
**Il piacere di scrivere**

L'autore di *Alta fedeltà* e *Un ragazzo (About a Boy)* viaggia tra gli "scaffali" della memoria, partendo da Shakespeare e arrivando alla graphic novel, in un testo un po' saggio e un po' diario in cui parla appunto di libri. C'è anche una sezione sul cinema. *Shakespeare scriveva per soldi* di Nick Hornby, Guanda (pp. 182, € 14,50)



**Un brindisi per l'Oscar**

Torna in libreria il romanzo-rivelazione da cui fu tratto *Via da Las Vegas*, film del 1996 che valse a Nicolas Cage l'Oscar come miglior attore. Afflitto da problemi di alcolismo, l'autore si è suicidato nel 1994, due settimane dopo aver firmato il contratto cinematografico. *Via da Las Vegas* di John O'Brien, minimum fax (pp. 230 € 13,50)



**L'INVASIONE DEI MUTANTI**

Forte del successo ottenuto dal prequel *X Men - Le origini: Wolverine*, che ha sbancato i box office di tutto il mondo, stabilendo il record stagionale (finora) d'incassi relativi al primo weekend di programmazione (73 milioni di dollari in cento Paesi, dei quali 3,5 in Italia), la 20th Century Fox ha già in cantiere due progetti legati alla saga dei mutanti: un sequel, con Hugh Jackman ancora protagonista (il quale sarà prossimamente impegnato anche nei musical *Carousel*, sul grande schermo, e *Houdini*, a Broadway) e lo spinoff *Deadpool*, sull'omonimo personaggio interpretato da Ryan Reynolds (in alto): Wade Wilson, malato terminale di cancro, si sottopone all'esperimento di alterazione genetica Arma X, trasformandosi in un indistruttibile antieroe. Nella parte, quasi sicuramente ancora Reynolds, ma stavolta come protagonista.



**SORRENTINO SALVATION**

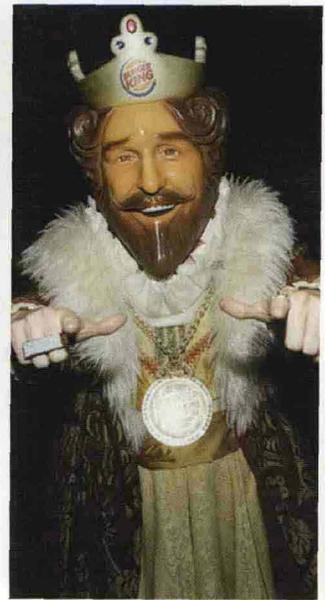
Paolo Sorrentino? Salverà il cinema mondiale. Lo sostiene il *New York Times*, che ha elencato cinque motivi per cui il regista italiano reduce da Cannes e assurtto alla ribalta internazionale con *Il Divo* l'anno scorso, avrebbe nelle sue mani il destino della fabbrica dei sogni:

- 1 Se Stanley Kubrick, Martin Scorsese e Federico Fellini avessero un erede "morale", sarebbe senz'altro lui: "I suoi film respirano e danzano con l'esuberanza stilistica americana, ma non rinunciano a un'indagine psicologica assai profonda".
- 2 Rende affascinante la politica: *Il Divo* ha un ritmo tutto suo che lo distingue dai comuni biopic. Andreotti sembra quasi un gangster di Scorsese".
- 3 Le sue pellicole interpretano il cambiamento: "Tanto in *Le conseguenze dell'amore* quanto in *L'amico di famiglia* o *Il Divo*, personaggi fossilizzati in convinzioni e convenzioni subiscono un mutamento radicale".
- 4 I suoi film non fanno sconti a nessuno.
- 5 Ha coraggio.



**ROBERT, TI (RI)PRESENTO EDWARD**

Sono appena cominciate le riprese di *Stone*, thriller psicologico indipendente diretto da John Curran (*Il velo dipinto, I giochi dei grandi*), che sta anche lavorando a *The Beautiful and the Damned*, con Keira Knightley. *Stone* segna il ritorno sul grande schermo della coppia Edward Norton e Robert De Niro, già insieme in *The Score* nel 2001: De Niro, qui nei panni di un agente penitenziario sedotto dalla moglie di un condannato, sarà presto impegnato anche nelle riprese di *Little Fockers*, terzo capitolo della serie *Ti presento i miei*. Fedele al cinema indie, Norton sarà invece a breve sul grande schermo con *Leaves of Grass*.



**THIS (BURGER) KING RULES**

Oltre che al botteghino, è nei fast food che ormai si sfidano i film. La loro uscita è infatti sempre più spesso accompagnata da una promozione "a morsi" di panino. In questo periodo, Burger King ha letteralmente inghiottito la concorrenza, acquisendo i diritti di merchandising di ben tre produzioni Paramount: *Star Trek* (uscito a maggio), *Transformers: La vendetta del caduto* (questo mese in sala) e *G.I. Joe: La nascita del cobra* (nei cinema a fine estate). L'operazione, del valore di decine di milioni di dollari, prevede la realizzazione di spot televisivi, menù a tema e gadget vari. Per *Star Trek*, ad esempio, sono stati creati i "Kingsons", incrocio tra il personaggio simbolo del fast food (nella foto) e gli alieni della saga, al centro di un gioco on line lanciato da Burger King per l'occasione. Ma i rivali non sono da meno: il volto di Wolverine campeggia sui cartoni della pizza di Papa John's, mentre Pizza Hut ha stretto una partnership con la Sony per *Terminator Salvation*. Subway promuoverà invece *Land of the Lost*, che uscirà a luglio.



**DISNEY PIANTA BIGLIETTI**

La Disney terrà fede alla parola data in occasione dell'uscita di *Earth* e, in nome della battaglia contro il riscaldamento globale, planterà due milioni e settecentomila alberi in Brasile, uno per ogni biglietto venduto nella prima settimana di programmazione del film, che negli Usa ha totalizzato il record d'incassi per un documentario naturalistico, con oltre sedici milioni di dollari in sette giorni.