

# EXIBIDOR

ANO VII - Nº 26 | JUL-SET/2017

## MERCADO LATINO

Cenário de dificuldades não freia crescimento do cinema

### MERCADO

EVOLUÇÃO DO CONCEITO VIP NO BRASIL

### MARKETING

INFLUÊNCIA DO LICENCIAMENTO NAS BILHETERIAS

### ENTREVISTA

FORMATO DOLBY CINEMA



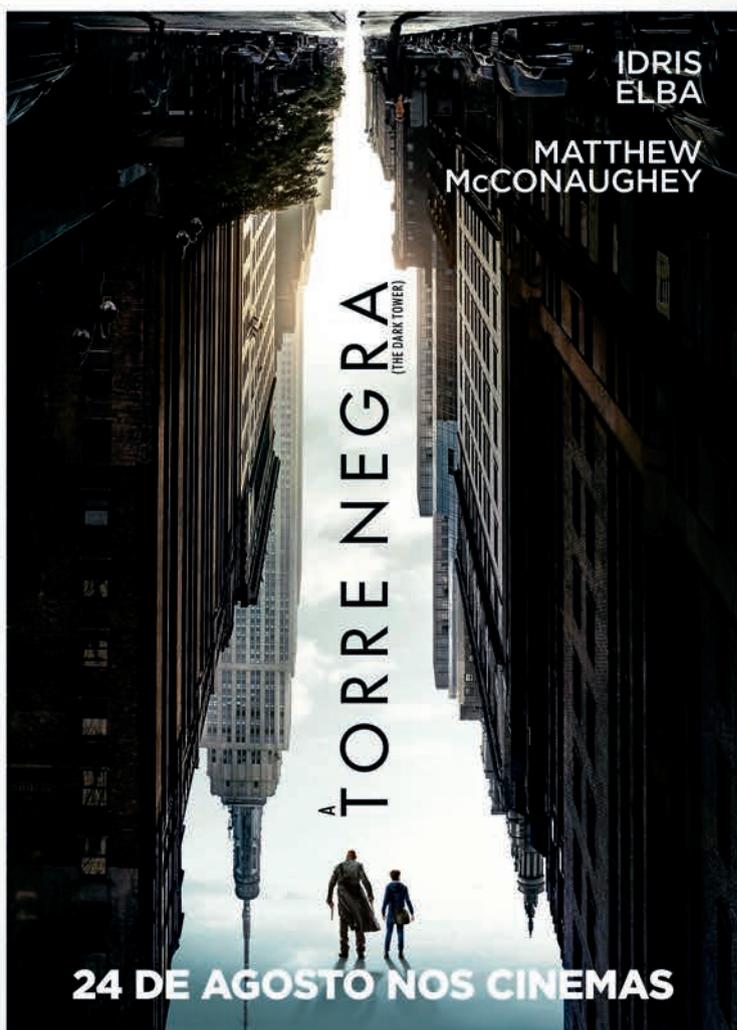
# OS PRÓXIMOS SUCESSOS DA SONY PICTUR

Exiba nossos trailers e materiais. Entre em contato com nossa equipe de vendas.





ES VÃO ENTRAR EM AÇÃO. E VOCÊ?



# EXIBIDOR, PAIXÃO PELO CINEMA

A **IMPrensa** e alguns analistas do mercado têm visto com certo pessimismo as bilheterias dos últimos filmes, mas o fato é que o cinema passa constantemente por ciclos e se você, assim como eu, já viu muitos deles, não se deixe contaminar pelos pessimistas de plantão.

Em vez de ficarmos reclamando, estamos ao lado do Exibidor porque nossa paixão é o cinema e acreditamos nele, mais do que em qualquer previsão negativa. Se somos positivistas ao extremo, não saberei dizer, mas somos apaixonados pelo que fazemos e com esse sentimento enfrentaremos as dificuldades ao seu lado.

O cenário político e econômico continua uma incógnita, o País tem sido visto com muita cautela pelos investidores e isso tem refletido na chegada de novidades por aqui. Isso não acontece só no Brasil, mas também em quase toda a América Latina, que passou ou passa por dificuldades no contexto político e, para discutir esse assunto, trazemos as dificuldades que a região apresenta e o que pode ser melhorado. Queremos refletir com os exibidores o processo de adoção de novas tecnologias e assim repensarmos o mercado.

Ainda no tema tecnologia, entrevistamos um executivo da Dolby para saber os detalhes do Dolby Cinema, um novo conceito de exibição *premium* que chama a atenção onde chega. Ainda não temos no Brasil, mas levando em consideração o potencial e a qualidade, esperamos que chegue logo.

Por enquanto, a experiência *premium* no Brasil se concentra nas salas VIP. Nesta edição trazemos uma matéria sobre a evolução desses locais no País e como o formato pode ser possível até em redes menores.

Seguindo pelo mesmo assunto, nosso articulista convidado, Luiz Morau, também discute os PLFs. Ainda, a relação entre cinema e produtos licenciados é discutida em matéria com participação de distribuidoras e fabricantes.

Assim, terminamos mais uma edição, aquecendo os motores para encontrá-lo na Expocine, que será mais cedo, em setembro, nos dias 27, 28 e 29. O evento terá novidades, a principal é um curso de gestão para bombonnières. Prepare-se, será um encontro ainda melhor do que nos anos anteriores.

Boa leitura e nos vemos lá!

MARCELO J. L. LIMA

DIRETOR E EDITOR CHEFE DA REVISTA EXIBIDOR

## EXPEDIENTE

### EDIÇÃO E DIREÇÃO

Marcelo J. L. Lima

### REDAÇÃO

Natalí Alencar (MTB 51480),  
Vanessa Vieira e Fernanda Mendes

### PROJETO GRÁFICO E DIREÇÃO DE ARTE

Raphael Grizilli

### REVISÃO

Vanessa Vieira

COMERCIAL E ANÚNCIOS  
www.exibidor.com.br/anuncie  
Tel.: (11) 4040 4712

ASSINATURAS  
www.exibidor.com.br/assine  
Tel.: (11) 4040 4712

COLABORADORES  
Luiz Morau, Marcos Bitelli, Omelete,  
Espaço/Z

IMPRESSÃO  
Vox Editora  
www.voxeditora.com.br  
Tiragem de 3000 exemplares

FECHAMENTO DESTA EDIÇÃO  
12/06/2017

CORRESPONDÊNCIA  
Rua Ênio Voss, 78  
São Paulo (SP) | 02245-070  
Tel: (11) 4040 4705  
www.exibidor.com.br

A Revista Exibidor é uma publicação  
trimestral da:

**tonks**

www.tonks.com.br

Os artigos assinados não refletem  
necessariamente a opinião  
da **Revista Exibidor**.

Proibida a reprodução parcial ou total do  
conteúdo sem autorização da **Tonks**.



## O INDICADOR DE PERFORMANCE EM TEMPO REAL PARA SEU CINEMA



### CINEVIEW**WALL**

Acompanhe os melhores indicadores do seu cinema com sua equipe e tome decisões ainda mais assertivas

→ Cineview Wall no Espaço Itaú de Cinema

### CINEVIEW**MOBILE**

Leve seu cinema na palma da mão, em tempo real



### CINEVIEW**DESKTOP**

Todos os indicadores que você precisa, de forma aprofundada



# EMPRESAS CITADAS NESTA EDIÇÃO

## #

4DX (CJ 4DPLEX)

## A

ABRAL

ANCINE

ARGF

ASSISTA TECNOLOGIA

## B

BARCO

BARDAN

BNDES

BRAVOLUZ

## C

CANACINE

CCSP JP

CENTAURO

CHRISTIE

CINE BRASIL

CINEMACON

CINEMARK

CINEMEX

CINÉPOLIS

CINESYSTEM

CONSCIÊNCIA

CORAÇÃO DA SELVA

## D

D-BOX

DC

DISNEY

DOLBY

DOWNTOWN FILMES

DREAMWORKS ANIMATION

## E

EL CAPITAN

E-MOTION (LUMMA)

EMPIRE CINEMA

ESPAÇO/Z

ESPM

EXPOCINE

## F

FECOMÉRCIO-RJ

FESTIVAL DE BERLIM

FESTIVAL DE CANNES

FESTIVAL DE SAN SEBASTIÁN

FLAVORED POPCORN

FUNDAÇÃO DOM CABRAL

## G

GDC

GERTECH SOLUTIONS

GNC CINEMAS

## H

HOTSOUND

## I

IFTA

IMAX

IMD

IMAGEM FILMES

INCAA

INEGI

INORCA

## K

KELONIK

KINOPLEX

## L

LANÇA FILMES

LEADCOM SEATING

LEGO

## M

MALCO THEATERS

MARVEL

MAXILLUSION

MOVIECOM

MPAA

MX4D (MEDIAMATION)

## N

NAC

NEC

## P

PALLISER

PARIS FILMES

PLAYARTE

PRIMEPASS

## Q

QUANTA DGT

## R

RIOLE

## S

SANTA CLARA

SECULT

SERTHA

SEVERTSON SCREENS

SONY

STRONG|MDI

## T

TCL

THE HOLLYWOOD REPORTER

THE VINE

THX

TOEI ANIMATION

TONKS

TWITTER

## U

UCI

UNIVERSAL

USHIO

## V

VANITY FAIR

VARIETY

## W

WARNER BROS. PICTURES

# EMPRESAS ANUNCIANTES NESTA EDIÇÃO

BARCO

[www.barco.com/pt](http://www.barco.com/pt)

CHRISTIE DIGITAL

[www.christiedigital.com/pt-br](http://www.christiedigital.com/pt-br)

CINEMARK

[www.cinemark.com.br](http://www.cinemark.com.br)

CONSCIÊNCIA

[www.consciencia.com.br](http://www.consciencia.com.br)

ESPAÇO/Z

[www.espaco.z.com.br](http://www.espaco.z.com.br)

EXPOCINE

[www.expocine.com.br](http://www.expocine.com.br)

HOTSOUND

[www.hotsound.com.br](http://www.hotsound.com.br)

IMAGEM FILMES

[www.imagemfilmes.com.br](http://www.imagemfilmes.com.br)

PRIMEPASS

[primepass.club](http://primepass.club)

RIOLE

[www.riole.com.br](http://www.riole.com.br)

SANTA CLARA POLTRONAS

[www.santaclarapoltronas.com.br](http://www.santaclarapoltronas.com.br)

SONY

[www.sonypictures.com.br](http://www.sonypictures.com.br)

TONKS

[www.tonks.com.br](http://www.tonks.com.br)

USHIO

[www.ushio.com](http://www.ushio.com)

# Riole®

## Soluções Audiovisuais: Acessibilidade



AUDIO-DESCRIÇÃO



LIBRAS



LEGENDAS

Rua Luiz Andreta, 209, Atuba  
CEP: 83 413-240 - Colombo - PR  
Fone: +55 41 3256 1986  
[atendimento@riole.com.br](mailto:atendimento@riole.com.br)  
[www.riole.com.br](http://www.riole.com.br)

## A magia do cinema ao alcance de todos.

JUL-SET 2017

CAPA | 30

# MERCADO LATINO

Cenário de dificuldades não freia crescimento do cinema

## SUMÁRIO

### NOTÍCIAS | 08

Giro pelo mercado

### INFOGRÁFICO | 12

A força das heroínas nas bilheterias

### CLAQUETE.COM | 16

Novidades do cinema

### ENTREVISTA | 22

Executivo considera Dolby Cinema um novo patamar de exibição

### MERCADO | 26

Salas VIP evoluem do conforto para a experiência

### ARTIGO EXIBIÇÃO | 37

A busca pela imersão nos formatos PLF

### MARKETING | 40

Produtos licenciados influenciam sucesso de franquias

### CONVENÇÃO | 44

Expocine 2017 traz curso internacional e mais novidades para o mercado

### AGENDA | 48

Próximos lançamentos

### TRAJETÓRIA | 50

Severtson inovou partindo de simuladores para telas de cinema

### ARTIGO LEGISLAÇÃO | 52

O futuro da regulação do Cinema



EXPOCINE 2017 | 44

PORTAL

EXIBIDOR

## CANNES

O principal vencedor do 70º Festival de Cannes foi o drama sueco **The Square**. Outro destaque do evento foi a presença de filmes latino-americanos, mais de 20 produções. Entre elas, a coprodução entre Brasil e França **Gabriel e a Montanha** ([tonk.es/Cannes2017](http://tonk.es/Cannes2017)).

## LASER

São Paulo recebeu em maio a Tecno Multimedia InfoComm Brasil, voltada ao audiovisual. O encontro teve palestras importantes sobre *digital signage* e projeção a laser, além de novidades das fabricantes de projetores ([tonk.es/Infocomm2017](http://tonk.es/Infocomm2017)).

## SEMANA E PRÊMIO ABC

**Elis**, protagonizado por Andreia Horta, que inclusive foi a mestre de cerimônias da premiação, recebeu três troféus. Já na programação de debates, um dos temas abordados de maior relevância foi o cinema latino-americano ([tonk.es/SemanaABC2017](http://tonk.es/SemanaABC2017)).



@RevistaExibidor



/RevistaExibidor

[WWW.EXIBIDOR.COM.BR](http://WWW.EXIBIDOR.COM.BR)

# EXPOCINE 17

27-28-29 SET 2017



CURSO DE CAPACITAÇÃO

## GESTÃO DE BOMBONIÈRES



Ministrado pelo executivo **Larry Etter**, conselheiro na área de alimentação nas Olimpíadas de **Atlanta-96**, vice-presidente da rede de cinema norte-americana **Malco Theatres** e professor na Universidade de Memphis (EUA). Larry é especialista em gerar lucros por meio de serviços alimentares.

26 de Setembro 2017  
Espaço Itaú de Cinemas  
Shopping Frei Caneca

Coordenado pela:



Acesse e saiba mais:  
[www.expocine.com.br/curso](http://www.expocine.com.br/curso)

## CINEMEX EM TODOS OS ESTADOS DO MÉXICO



Tlaxcala (México) recebeu seu primeiro complexo da Cinemex, oficializando assim a presença da rede em todos os Estados do país.

Com nome de Cinemex Galerías Tlaxcala, o cinema teve custo de US\$ 4,6 milhões. O local é o 311º da exibidora no território, onde tem cerca de 2,6 mil telas em 91 cidades, sendo a segunda maior rede em operação do país. A primeira ainda é a Cinépolis.

“Estamos muito contentes com essa localidade e continuaremos trabalhando em inovação para oferecer cinemas de vanguarda com tecnologia de ponta”, declarou Rolando Maggi, diretor de expansão e infraestrutura da Cinemex. O executivo ainda confirmou os planos da exibidora para abrir mais 18 cinemas no México e outros cinco nos Estados Unidos.

## CINEMA É HÁBITO CULTURAL DO BRASILEIRO

A Federação do Comércio do Estado do Rio de Janeiro (Fecomércio-RJ) divulgou uma pesquisa sobre os hábitos brasileiros de consumo de cultura. E o cinema recebeu destaque.

Assistir a filmes na telona foi a atividade cultural que mais cresceu no comparativo com dados de 2007 – 17% – e ainda foi a segunda mais citada pelos respondentes (34%). A mais mencionada foi a leitura de livros com 37%, registrando aumento de 6% em relação a 2007.

Nos aspectos gerais da pesquisa, a Fecomércio-RJ apontou que 56% dos brasileiros entrevistados, o que representa 86 milhões de pessoas, afirmam ter frequentado ao menos uma atividade cultural em 2016. Esse resultado aponta crescimento de 13% em relação aos dados de 2008. No entanto, a pesquisa alerta para o fato de que os brasileiros estão menos dispostos a pagar pelos programas culturais do que em 2015, por exemplo.

A pesquisa incluiu as entrevistas de mais de 150 milhões de pessoas de 64 cidades do País e oito capitais.

## EDITAL PREVÊ SALAS EM PEQUENAS CIDADES

A ANCINE divulgou o edital “Cinema da Cidade” com foco nos governos estaduais, que devem manifestar interesse na abertura de salas em cidades com mais de 20 mil habitantes que não tenham cinema.

O edital, que também faz parte do Programa Cinema Perto de Você, pode incluir a digitalização de salas públicas ou modernização de cinemas que correm risco de fechamento quando forem os únicos na cidade onde estão.

A ideia é que, da parte dos municípios, sejam disponibilizados espaços adequados, desoneração de tributos e auxílio no processo de contratação dos operadores.

Está previsto o aporte de até R\$ 8,3 milhões vindos do Fundo Setorial do Audiovisual – FSA, sendo que o Estado deve contribuir com pelo menos R\$ 2 milhões. A meta é abrir cinemas em três cidades de cada Estado. As inscrições se encerraram em 7 de julho.

# CERTIFICAÇÃO DAS SALAS XD

©DIVULGAÇÃO



A Cinemark anunciou uma parceria com a THX, empresa especializada em certificação de áudio e vídeo com foco em cinema e outros mercados. A ideia é que a companhia certifique a experiência audiovisual nas atuais 225 salas XD da rede nas Américas, além das próximas previstas para inauguração, o que seria uma demonstração de sua qualidade.

Assim, a THX deve certificar sala por sala da marca *Premium Large Format* – PLF da Cinemark. Todo o processo deve demorar em torno de um ano.

“Nossas salas XD oferecem os mais altos níveis de exibição e som, assim nos esforçamos para criar o melhor entretenimento possível. A certificação THX vai reforçar ainda mais a experiência da XD para os nossos espectadores”, afirmou Mark Zoradi, CEO da Cinemark.

## NOVO CIRCUITO EXIBIDOR

O governo do Ceará lançou o Ceará Filmes, que abrange diversas ações no campo audiovisual, com editais para TV, cinema e vídeo, além de um circuito de exibição formado por 13 complexos com 23 salas de cinema em dez municípios cearenses.

A criação da Rede Cearense de Exibição consiste em um circuito público de exibição comercial e cultural que, segundo a Secretaria de Cultura do Estado do Ceará, terá ênfase na produção brasileira e na formação de público.

Dentre as novas salas, vinte são resultado da parceria firmada entre a Secult, a ANCINE e mais dez municípios cearenses. Já estão licitadas 14, prestes a ter a construção iniciada. O investimento é de R\$ 20 milhões pela ANCINE e R\$ 12 milhões pela Secult.

## “A CABANA” IMPRESSIONA NO BRASIL

©DIVULGAÇÃO



*A Cabana* (*The Shack*) estreou nos cinemas nacionais em 6 de abril e enfrentou, semana após semana, a acirrada disputa com os *blockbusters*.

O que impressiona nos números de bilheteria, é que o filme se manteve por semanas no Top 10 Brasil com bons números, um feito alcançado por poucas produções e incomum para o histórico, inclusive dos *blockbusters*.

Comparando a bilheteria mundial, o Brasil foi o País com os melhores números, excluindo a participação doméstica. Nos Estados Unidos o filme teve bilheteria de US\$ 57 milhões. Globalmente, a renda total já ultrapassou US\$ 93,5 milhões, sendo o Brasil responsável por US\$ 22 milhões, um importante território na somatória total. O orçamento da produção foi estimado em US\$ 20 milhões.

## SALAS DA CINÉPOLIS EM ITAQUAQUECETUBA



©DIVULGAÇÃO

A Cinépolis abriu seu 48º cinema no Brasil, em Itaquaquecetuba (SP) no Itaquá Garden Shopping.

Este foi o 1º complexo da rede no município. São cinco salas, sendo três delas no formato 3D e capacidade total para 1.153 lugares. Todas são *stadium*, com poltronas reclináveis, braço removível (tipo namoradeira) e som 100% digital. A projeção 3D ainda conta com óculos em tamanho infantil e adulto.

A cidade, que possui população de aproximadamente 350 mil habitantes, já conta com um complexo da Moviecom.

## CINEMA VIP COM POLTRONAS D-BOX

O complexo da Empire Cinema em Ipswich (Inglaterra) se tornou pioneiro ao inaugurar as duas primeiras salas VIP do mundo com todas as poltronas em tecnologia D-BOX.

Os dois espaços contêm 14 assentos cada e foram abertos em meados de maio.

“50% de nosso público já escolhe ingressos diferenciados. Eles estão optando por uma experiência diferenciada, que representa um novo patamar de exibição”, afirmou Jon Nutto, diretor de marketing da rede de cinemas.

## DISTRIBUIDORA GAÚCHA APOSTA EM ESTRATÉGIA SEGMENTADA

A distribuição de filmes nacionais e internacionais fora do circuito comercial é vista como um grande desafio para muitas empresas. Enxergando esta dificuldade das distribuidoras e o desafio de fazer uma boa campanha para um filme, a Lança Filmes surgiu para contornar esse atual cenário no mercado cinematográfico brasileiro adotando estratégias bem diferenciadas.

A companhia, que é a única empresa do Rio Grande do Sul totalmente dedicada à distribuição, foi criada há três anos e já conta até com o lançamento de uma produção internacional no ano de 2014, o filme **Dromedário no Asfalto**.

Agora, em 2017, o primeiro longa internacional foi **Sobre Viagens e Amores** (*L'estate Addosso*), coprodução Itália-EUA do diretor Gabriele Mucino, que teve uma campanha de marketing bastante segmentada. Daniela Menegotto, diretora da empresa, falou à **Revista Exibidor** sobre essas estratégias. Veja em: [tonk.es/lancafilmes](http://tonk.es/lancafilmes).

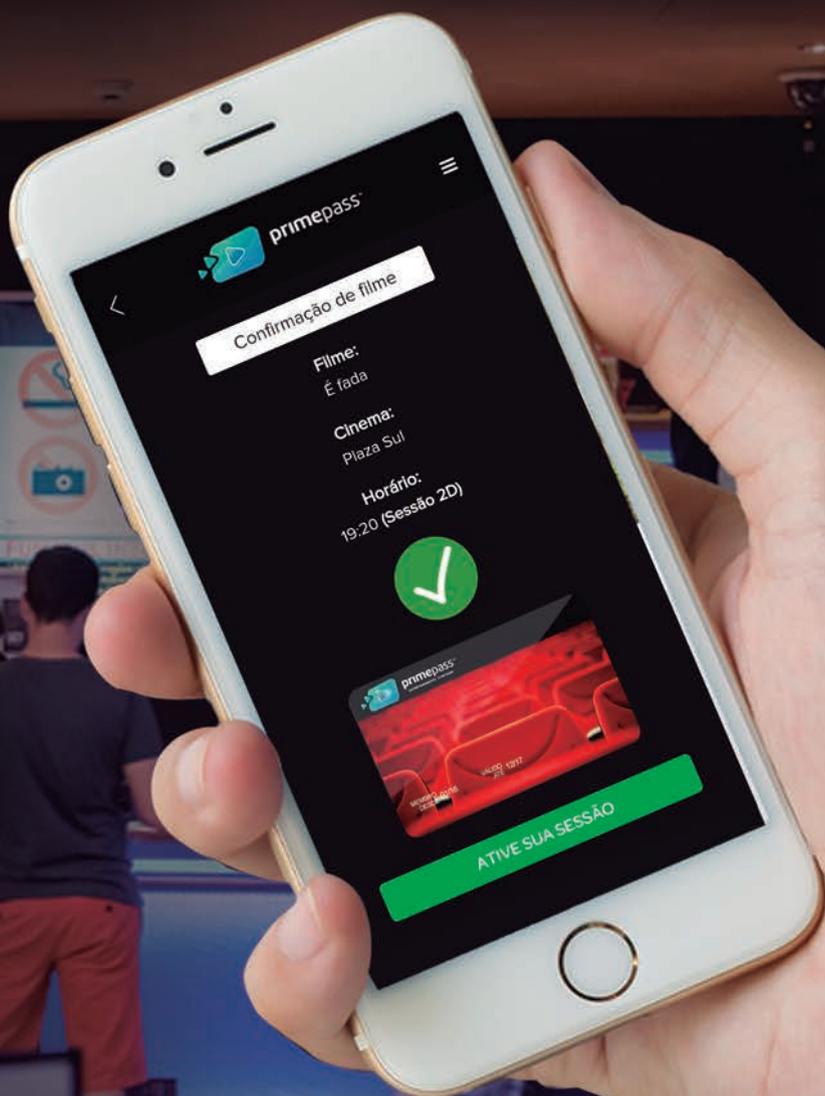


# DESCUBRA SEU NOVO CANAL DE VENDAS

Adicional:

**+Frequência +Receita +Espectadores +Bomboniere**

- ✓ O único serviço de assinatura mensal de cinema que aumenta a frequência de visitas por espectador
- ✓ Tenha maior taxa de ocupação nas sessões durante a semana





Impulsione suas Vendas



Promova seu Filme



Personalize seu conteúdo

Baixe nosso aplicativo Grátis



Tel: (11) 2599-8292 | (11) 2599-8235  
info@primepass.club

primepass.club



PARCEIROS



# #GRLPWR

POR **MARCELO FORLANI** | DESIGN **MAY TANFERRI**

Por muito tempo, se dizia que atrizes não funcionavam como protagonistas de filmes de ação. E assim foi por muitos anos. Mas agora chega, né? Mulheres também podem querer ir ao cinema ver filmes com explosões e lutas. Mas como elas são mais espertas, é preciso que tenha uma boa história também.

**1977**



**LEIA**

A princesa de Star Wars não tem nada a ver com aquelas que a Disney desenhava em suas animações. Ela nunca ficou esperando um príncipe encantado. Ela liderou os Rebeldes e lutou batalhas. Por isso tem nossos corações.

**2003**



**LARA CROFT**

Em 2001, Tomb Raider ultrapassou Aliens - O Resgate e se tornou a maior bilheteria de um filme de ação estrelado por uma mulher. Angelina Jolie voltou para uma sequência, porém, o filme fez pouco mais da metade do anterior.

**2003**



**A NOIVA**

Personagem feminina forte e referências da cultura pop. Foi assim, em dois filmes, que Tarantino contou a história da Noiva (Uma Thurman) e sua vingança contra o ex-namorado, Bill, e outras pessoas que cruzaram seu caminho.

**2004**



**MULHER-GATO**

Nas HQs da DC Comics, o nome da Mulher-Gato é Selina Kyle. Nem isso foi mantido no longa dirigido por Pitof. Halle Berry é Patience Phillips no filme que lhe rendeu o merecido "prêmio" Framboesa de Ouro de Pior Atriz.

**2005**



**ELEKTRA**

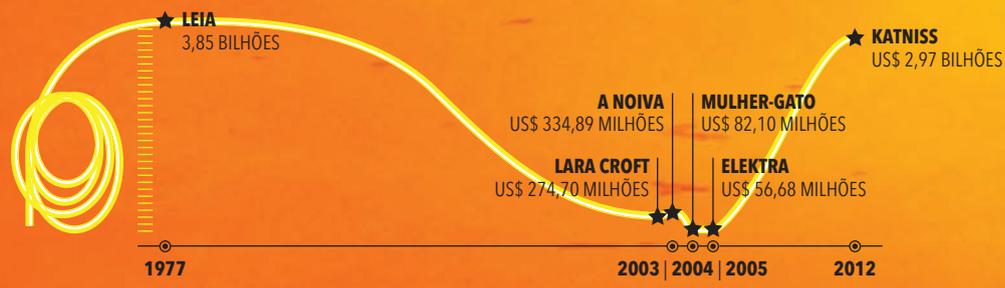
Depois da criticada adaptação do Demolidor em 2003, Jennifer Garner ainda conseguiu voltar ao papel da ninja Elektra Natchios em um filme solo que todos os fãs da personagem de Frank Miller se esforçam até hoje para esquecer.

**2012**



**KATNISS**

Foram anos até que uma heroína voltasse a liderar um filme de ação sozinha. Coube a Jennifer Lawrence o papel de Katniss Everdeen, que trouxe aos cinemas a mesma esperança que sua personagem trouxe ao seu mundo.





2017

## MULHER-MARAVILHA

O filme se chamava Batman Vs. Superman, mas quem mais chamou a atenção foi a Mulher-Maravilha interpretada por Gal Gadot. Agora, aos 75 anos, a guerreira amazona ganhou sua primeira chance no cinema e fez bonito. No fim de semana de estreia já se tornou a maior abertura para uma diretora mulher, além de conseguir levar um número enorme de mulheres para os cinemas, algo incomum no gênero de ação.

### DESTAQUES

Números do fim de semana de estreia

Estados Unidos

US\$ **100,5** MILHÕES

China

US\$ **38** MILHÕES

Brasil

US\$ **8,3** MILHÕES

O longa  
custou  
US\$

**150**  
MILHÕES

Atraiu um  
público



2018



### VESPA

A Vespa apareceu só no finzinho do filme do Homem-Formiga, mas agora isso vai mudar. A atriz Evangeline Lilly já experimentou o uniforme da heroína e está empolgada em dividir o protagonismo das telas com o diminuto herói da Marvel. Novamente dirigido por Peyton Reed e com Paul Rudd, Michael Douglas e Michael Peña no elenco, o filme tem estreia prevista para julho de 2018, em pleno verão americano.

2019



### CAPITÃ MARVEL

Apesar da Viúva Negra estar por aí desde Homem de Ferro 2, a primeira heroína da Marvel a receber um filme solo será a Capitã Marvel. O papel ficou com a ganhadora do Oscar Brie Larson, que apresentará ao público a super-heroína Carol Danvers. Anna Boden e Ryan Fleck, conhecidos por Se Enlouquecer, Não Se Apaixone e Billions, serão os diretores. A estreia está marcada para março de 2019.

DIVERSÃO  
em  
DOSE  
TRIPLA

CONHEÇA A FAMÍLIA MAIS SELVAGEM DA REDONDEZA



STUDIOCANAL E NWAIVE PICTURES APRESENTAM

# BIG PAI BIG FILHO

7 DE SETEMBRO NOS CINEMAS

5 DE OUTUBRO  
NOS CINEMAS

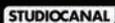
ATOR CONVIDADO TONY RAMOS

VERIFIQUE A  
CLASSIFICAÇÃO  
INDICATIVA  
DO FILME



©2017 MOV3D SPRL - Todos os direitos reservados.

VERIFIQUE A CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA DO FILME



© 2017 IMAGEM DISTRIBUIDORA LULA. TODOS OS DIREITOS RESERVADOS.

AUGUSTO CASÉ • BRUNO MAZZEO em coprodução com IMAGEM FILMES, GLOBO FILMES, RIOFILME • ORION PICTURES apresentam

BRUNO MAZZEO

LUCIO MAURO FILHO

MARCUS MAJELLA

BRUNO GARCIA

PEDRO NESCHLING

# Chocante

dirigido por Johnny Araujo • Gustavo Bonafé  
produzido por Augusto Casé



**NINGUÉM PEDIU, MAS ELES VOLTARAM.**

com **DEBORA LAMM** e **KLARA CASTANHO**



# PADDINGTON 2

**9 DE NOVEMBRO NOS CINEMAS**

© 2017 STUDIOCANAL S.A.S. Todos os Direitos Reservados.  
Paddington Bear™, Paddington™ e PB™ são trademarks da Paddington and Company Limited. [www.paddington.com](http://www.paddington.com)

**VERIFIQUE A CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA DO FILME**

STUDIOCANAL

HEYDAY FILMS



## J.K. ROWLING TERMINA ROTEIRO DA SEQUÊNCIA DE “ANIMAIS FANTÁSTICOS”



©DIVULGAÇÃO

O segundo filme da franquia **Animaís Fantásticos e Onde Habitam** (*Fantastic Beasts and Where to Find Them*) avançou mais um passo. Em seu Twitter, ao ser questionada por uma fã se já havia terminado de escrever o roteiro da sequência, J.K. Rowling respondeu bem-humorada.

“Sim, eu terminei, mas eu não posso te falar nada ainda garota!”, brincou.

As filmagens devem começar em agosto e sua estreia está indicada para novembro de 2018.

No elenco da produção, nomes como Johnny Depp e Jude Law estão confirmados, além do retorno de Eddie Redmayne como Newt Scamander.

## ATOR DE “STRANGER THINGS” PODE INTEGRAR ELENCO DE PRÓXIMO X-MEN

O ator da série *Stranger Things*, Charlie Heaton, pode integrar o novo filme da saga de **X-Men**, **Novos Mutantes** (*X-Men: The New Mutants*).

Segundo informações do *The Hollywood Reporter*, Heaton deve interpretar Míssil, um adolescente que se lança no ar, como uma bola de canhão.

O longa, que será o começo de uma nova trilogia, pode ter as atrizes Ana Taylor-Joy e Maisie Williams. Rosario Dawson também está em negociações.

A direção será de Josh Boone.

## LARISSA MANOELA E INGRID GUIMARÃES ESTÃO EM “FALA SÉRIO, MÃE!”



©DIVULGAÇÃO

Depois de **Meus 15 Anos**, Larissa Manoela é protagonista em outra produção.

A atriz de 16 anos atua ao lado de Ingrid Guimarães no filme **Fala Sério, Mãe!**, uma adaptação do *best-seller* homônimo escrito por Thalita Rebouças.

Com distribuição da Downtown Filmes e Paris Filmes, a comédia deve estrear em dezembro e irá mostrar a doce e intensa relação entre mãe e filha.

Outro lançamento das distribuidoras é **Gaby Estrella**, filme inspirado em uma novela televisiva que irá contar as aventuras de uma jovem cantora (Maitê Padilha) que se esforça para manter a fama.

## PRÓXIMO “O PODEROSO CHEFINHO” PODE CHEGAR EM 2021

O longa **O Poderoso Chefinho** (*The Boss Baby*), que arrecadou US\$ 468,4 milhões neste ano, ganhará uma sequência em 2021, segundo informações da revista Variety.

Alec Baldwin deve voltar a dublar o personagem principal na versão americana. A produção continuará com a DreamWorks Animation.

No primeiro filme, Tim com 7 anos e seu irmão mais novo entram em uma aventura contra uma conspiração secreta que ameaça destruir o equilíbrio do amor no mundo.



## LEANDRO HASSUM INTERPRETA HUMORISTA EM CRISE

Em **Chorar de Rir**, Hassum interpreta Nilo Perequê, o humorista número 1 do Brasil. Apesar do sucesso, ele está decidido a dar uma guinada na carreira e resolve se dedicar ao drama.

Essa decisão afetará todos ao seu redor: seu cunhado e empresário, Jaimelito (Otávio Müller); seus pais, Romeu (Perfeito Fortuna) e Julieta (Jandira Martini); sua irmã, Kitty (Natália Lage); seu grande amor, a atriz Bárbara (Monique Alfradique); e até seu arquirrival, o comediante Jotapê Santana (Rafael Portugal). O elenco conta ainda com as participações especiais de Felipe Rocha e Sidney Magal.

Com os três filmes da série **Até que a Sorte nos Separe**, Leandro Hassum se tornou um dos comediantes de maior público do cinema com mais de 3 milhões de espectadores em cada um dos longas.

Filmado em São Paulo e Campinas, **Chorar de Rir** é produzido pela Coração da Selva, coproduzido e distribuído pela Warner Bros. Pictures e está previsto para chegar às telas no início de 2018.

## PRODUÇÃO DO LIVE-ACTION DE “CAVALEIROS DO ZODÍACO”

O filme *live-action* de **Cavaleiros do Zodíaco** começou a ser produzido. As empresas Toei Animation, do Japão, e ARGF, companhia chinesa, deram início à produção do filme que já estava sendo desenvolvido há dois anos.

Yoshi Ikezawa e Joseph Chou serão os produtores do longa inspirado na obra japonesa.

“Isto é para os nossos fãs leais que apoiam os Cavaleiros pelos últimos 30 anos, assim como os novos fãs”, afirmou Masami Kurumada, criador do mangá original.

## SANDRA BULLOCK PROTAGONIZA LONGA DE AÇÃO

Ainda sem data de estreia, o filme **Cash Truck**, também sem título em português, terá Sandra Bullock como protagonista.

O longa trará a atriz em cenas de ação e suspense, sendo inspirado pela produção francesa **Le Convoyeur**, de 2004.

Na história, Sandra Bullock interpretará Alex, uma americana que passou por um processo de falência e agora trabalha em uma empresa que vende carros blindados em Londres, no Reino Unido.

Alex logo conquistará a confiança de todos da empresa, mas isso fará com que alguns segredos venham à tona.

A direção do longa será de Josef Wladyka e o roteiro será de Ethan Erwin, Albert Hughes e John Hodge.

## TOM CRUISE COMUNICA INÍCIO DAS FILMAGENS DE “TOP GUN 2”



Em 1986, os cinemas do mundo receberam a estreia de **Top Gun: Ases Indomáveis** (*Top Gun*), protagonizado por Tom Cruise, que interpretava o jovem piloto Pete Mitchell. A produção somou US\$ 345 milhões de bilheteria mundial, um número expressivo para a época.

E foi o próprio Tom Cruise quem confirmou a sequência do longa. O anúncio se deu na Austrália, enquanto o ator promovia **A Múmia** (*The Mummy*), filme que estrela ao lado de Sofia Boutella.

Além de confirmar a existência da continuação, Cruise já informou também o início das filmagens: em meados de 2018.

## ANUNCIADA DATA DE ESTREIA DO SEGUNDO “ANGRY BIRDS”



O segundo filme de **Angry Birds** já tem data de estreia: 20 de setembro de 2019. O dia coincide com o 10º aniversário do aplicativo de celular.

Segundo o *The Hollywood Reporter*, a direção do longa da Sony será de Thurop Van Orman e a codireção ficará por conta de John Rice. Já o roteiro é de Peter Ackerman.

O primeiro filme da franquia estreou no ano passado e arrecadou US\$ 350 milhões mundialmente, tendo a segunda maior bilheteria de todos os tempos para uma adaptação de *videogame*.



# Um visual cativante merece um som poderoso

Ninguém conhece de Cinema como a Christie®. Nossos projetores permitem você escolher o nível de brilho e potência desejado, acessórios e a melhor fonte de iluminação para seu cinema. Complete a experiência total com o Christie VIVE Audio™: a tecnologia de vanguarda para um som perfeito em qualquer cinema.

Contate nossos representantes  
para criar uma experiência imersiva.  
[christiedigital.com](http://christiedigital.com)



A experiência completa para cinema

**CHRISTIE®**



**UM PAÍS  
COM TANTAS  
DIFERENÇAS  
E UMA AGÊNCIA  
QUE ENTENDE  
TODAS ELAS.**





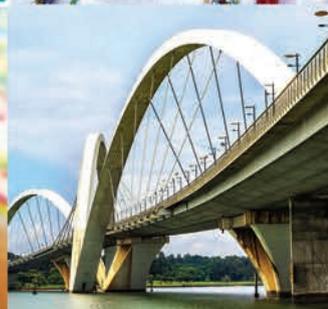
O Brasil é um país plural,  
rico em diversidade e cultura.  
Por isso, para você falar com  
o seu público de norte a sul  
e atender as particularidades  
de cada região, a Espaço/Z  
está presente em 9 cidades  
estratégicas por todo  
o território nacional.  
Fale com todos e fale de perto.

**ESPAÇO/Z**

UMA AGÊNCIA · VÁRIOS SOTAQUES

RIO DE JANEIRO | SÃO PAULO | BELO HORIZONTE | BRASÍLIA  
CURITIBA | FORTALEZA | PORTO ALEGRE | RECIFE | SALVADOR

[WWW.ESPACOZ.COM.BR](http://WWW.ESPACOZ.COM.BR)



# UM NOVO PATAMAR DE EXIBIÇÃO

DIRETOR DE CONTEÚDO E RELAÇÕES CRIATIVAS DA DOLBY LABORATORIES CONTA PORQUE O DOLBY CINEMA ESTÁ SENDO CONSIDERADO UM MARCO NO MERCADO CINEMATOGRAFICO

POR NATALÍ ALENCAR | FOTOS DIVULGAÇÃO

O DESENVOLVIMENTO de novas tecnologias tem chegado ao mercado exibidor com uma velocidade absurda. Uma das mais recentes, o Dolby Cinema, é um conceito desenvolvido pela Dolby, com projeção a laser 4K e HDR em parceria com a Christie (Dolby Vision), som imersivo (Dolby Atmos) e padrões de excelência elevados em design e conforto.

A solução foi apresentada pela primeira vez aos exibidores na CinemaCon 2015 e um dos fatores que mais impressionou quanto à qualidade na projeção foi a exibição do “preto absoluto” e não mais o “leitoso” das exibições atuais. A diferença é impressionante em resolução, profundidade, cores mais vivas e contraste (Veja vídeo em [tonk.es/dolbycinema](http://tonk.es/dolbycinema)).

O sistema Dolby Vision pode atingir uma alta relação de contraste em comparação com outros projetores a laser e com os que utilizam lâmpadas xênon, estes inclusive estão na maioria dos cinemas. Já o som imersivo Atmos permite que o áudio percorra toda a sala, acompanhando a movimentação das cenas e também criando uma atmosfera de aproximação entre o espectador e o longa.

Recentemente, a convite da Dolby, a **Exibidor** visitou um cinema de testes da empresa, localizado na Hollywood Boule-

vard (Los Angeles), o The Vine, que era um antigo cinema fechado há alguns anos. O local foi todo remodelado e projetado para atender exclusivamente cineastas e convidados VIP para conhecer o Dolby Cinema.

Diferente de todos os PLF (*Premium Large Format*), aos quais a exigência se limita apenas ao projetor, som e tela, a Dolby vai além e se preocupa com todos os detalhes, incluindo a fachada da entrada da sala, detalhes da arquitetura, iluminação e até mesmo o *layout* das paredes e poltronas.

O *lobby* recebe, por exemplo, uma projeção de curto alcance combinada com sete projetores, permitindo que a arte do filme interaja com toda a parede, criando um ambiente imersivo já nos corredores de acesso à sala.

Dentro do auditório, tudo foi pensado para que o espectador tenha apenas um foco: a tela. Até as caixas de som ficam camufladas e todo o interior do cinema é preto, incluindo as paredes, poltronas e escadas. Tudo isso para evitar que ocorra interferência de luminosidade na exibição.

Atualmente existem 100 complexos Dolby Cinemas ao redor do mundo. Stuart Bowling, diretor de conteúdo e relações criativas da Dolby Laboratories, comenta porque esse formato é considerado um sucesso e ‘a cereja do bolo’ na exibição.



#### EXIBIDOR - COMO FUNCIONA A PROJEÇÃO DO DOLBY CINEMA?

**STUART BOWLING** - O Dolby Cinema possui o sistema de projeção a laser Dolby Vision, que usa ótica de ponta e processamento de imagem para entregar uma exibição em HDR (*high dynamic range*), com tecnologia de cores aprimorada e uma relação de contraste que excede os parâmetros de qualquer outra tecnologia no mercado.

O resultado é uma experiência de visualização mais rica e detalhada

com imagens impressionantes e mais realistas, o que faz com que os espectadores sintam que estão dentro do universo do filme.

#### E A PARTICIPAÇÃO DA CHRISTIE. QUAL É O PAPEL DELA?

O sistema de projeção a laser Dolby Vision foi desenvolvido em parceria com a Christie, que fornece, instala e

presta serviços de manutenção do projetor. É uma tecnologia que só pode ser experimentada em Dolby Cinema. O conceito inclui ainda a tecnologia de som Dolby Atmos, que permite que o áudio seja colocado precisamente em qualquer lugar da sala de cinema, mesmo por cima, trazendo assim mais vida para a história exibida na tela. A qualidade de som é de tirar o fôlego e oferece clareza, riqueza de detalhes e profundidade impressionantes.

**E O PROCESSADOR?**

Os recursos de áudio e imagem do Dolby Cinema são feitos pelo processador de áudio CP850 ou pelo novo combo de processador e servidor IMS3000. A reprodução do som ocorre por meio de recursos de alto-falante de terceiros ou da linha SLS da Dolby. Nosso novo amplificador, o multicanal Dolby, também está sendo incluído na lista de equipamentos.

**UM DOS ITENS QUE TAMBÉM CHAMA A ATENÇÃO É O DESIGN, TAMBÉM É TOTALMENTE DIFERENCIADO?**

O design do cinema foi desenvolvido com um tom bem-humorado para atrair o público e fazê-lo embarcar de verdade no filme. O design do Dolby Cinema pode ser personalizado para as necessidades dos exibidores com um conjunto seletivo de recursos, incluindo uma entrada com assinatura e uma exibição audiovisual dinâmica que fornece aos estúdios a possibilidade de desenvolverem conteúdos criativos que comecem a contar a história do filme antes mesmo da exibição começar.

As características adicionais incluem ainda iluminação ambiente e painéis acústicos projetados para melhorar a qualidade do som e aumentar a sensação de imersão.

**ENTÃO ESSE COMBO É O QUE COMPÕE A FÓRMULA PREMIUM DO CONCEITO?**

Todos os locais Dolby Cinema passam por um sofisticado tratamento visual e acústico para criar a experiência *premium*. A combinação das nossas tecnologias com o design e o conforto do Dolby Cinema faz com que o público se sinta ainda mais próximo da ação na tela, entregando uma experiência totalmente imersiva.

**QUANTAS SALAS HÁ NESSE FORMATO AO REDOR DO MUNDO E COMO ESTÁ A PROCURA PELO FORMATO?**

Existem cerca de 100 complexos Dolby Cinema instalados e operando em todo o



STUART BOWLING

**“ACREDITAMOS QUE O DOLBY CINEMA ENTREGARÁ UM NOVO PATAMAR DE EXCELÊNCIA NOS PADRÕES QUE COMEÇAM A SURGIR NOS CINEMAS”**

**E QUANTO AO BRASIL?**

Neste momento, não temos notícias relacionadas ao Dolby Cinema no Brasil, mas fiquem atentos!

**COMO ESSE FORMATO IMPACTARÁ A INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA? É UM NOVO PATAMAR DE EXIBIÇÃO?**

Acreditamos que o Dolby Cinema entregará um novo patamar de excelência nos padrões que começam a surgir nos cinemas. Alta qualidade de som e imagem e design inovador criarão uma experiência muito mais imersiva que não pode ser replicada facilmente em ambientes que não sejam o cinema. **E**

mundo e um total de 325 Dolby Cinemas, contando os que estão em fase de implantação. Existe um nível muito alto de interesse no Dolby Cinema e os pedidos estão vindo de maneira considerável de muitos países.

**HÁ PREVISÃO DE EXPANSÃO PARA OUTROS TERRITÓRIOS?**

O foco é garantir que cada Dolby Cinema aberto seja da mais alta qualidade e que o negócio gerado em cada país selecionado esteja funcionando bem, antes de avançar para novos territórios.

SÃO 20 ANOS DEDICADOS  
ÀS PRINCIPAIS HISTÓRIAS DO  
CINEMA DENTRO E FORA DA TELA.

EMOCIONAR É NOSSO GÊNERO.



 [cinemark.com.br](http://cinemark.com.br)

    [cinemarkoficial](#)

**CINEMARK** 20 anos  
A EXPERIÊNCIA QUE TOCA SEU CORAÇÃO.



# EVOLUÇÃO DO CONCEITO “VIP”

AS SALAS DIFERENCIADAS PREZAM NÃO SÓ PELO CONFORTO, MAS PELA EXPERIÊNCIA COMO UM TODO, QUE INCLUI TECNOLOGIA, ATENDIMENTO E IDENTIFICAÇÃO DA MARCA

POR NATALÍ ALENCAR | FOTOS DIVULGAÇÃO

HÁ SEIS ANOS a **Revista Exibidor** trouxe em sua 2ª edição uma reportagem sobre as Salas VIP ([tonk.es/salavip2011](http://tonk.es/salavip2011)) como uma tendência que despontava no mercado. Hoje, é possível perceber o quanto esse conceito evoluiu e como os exibidores aprimoraram a experiência e o cuidado.

Essa visão parte muito do cenário internacional, que trata como ‘Premium’ os espaços que têm as melhores condições de projeção, som, poltronas e atendimento.

Segundo levantamento do TonksProg, que reúne informações do parque exibidor nacional, há 165 salas com esse conceito no Brasil. A região Sudeste é a que mais concentra esses espaços, sendo São Paulo o Estado e a cidade com maior número de salas. Cinépolis, Kinoplex e Cinemark são as redes que possuem cinemas com esse diferencial.

O que antes era algo embrionário agora está mais elaborado. O conceito evoluiu, ampliou e cresceu com inaugurações em redes até de médio e pequeno portes como a PlayArte e GNC Cinemas.

## A EXPERIÊNCIA

Hoje não é só o conforto que conta, mas sim todo o universo que engloba a ida ao cinema, sendo necessário um conjunto de ações por parte da exibidora para tornar a experiência inesquecível, algo que o cliente final comprovará que valeu cada centavo investido e ainda poderá indicar.

“Uma sala VIP deve ser totalmente diferenciada, desde a concepção do projeto, criando toda uma identidade visual própria, que passa pela criação da marca, identidade visual e aplicação no cinema: na bilheteria, nos descartáveis utilizados, no uniforme dos funcionários, no *lobby* e no *website*”, explica Marcelo Lima, CEO da Tonks, que presta consultoria para exibidores.

“O espaço precisa ser VIP em todos os detalhes: poltronas, acabamentos, som, iluminação e atendimento”, adiciona o diretor comercial da Santa Clara, Lucas Silva.

O diretor comercial de novos negócios da Rede Cinesystem, Luis Henrique Calil, acrescenta que “hoje há uma variedade muito maior de comodidades



dentro das salas e áreas VIP nos cinemas. O cliente não quer mais apenas uma poltrona confortável, ele quer degustar um cardápio diferenciado, quer ter mesas de apoio para seus alimentos e atendimento dentro da sala”.

Para Patricia Cotta, gerente de marketing do Kinoplex, “o conceito se tornou mais abrangente, englobando, além de tudo isso, guichês exclusivos para compra de ingressos e bombonière, *foyer* exclusivo, cardápio *gourmet* harmonizado com bebidas selecionadas, serviço de entrega de alimentos e bebidas na sessão, entre outros detalhes”.

## FORMATOS EXISTENTES

A Cinépolis possui 40 salas no formato VIP. No *lobby* exclusivo, o cliente

pode aproveitar para desfrutar de produtos diversificados e serviços da bombonière como combos e balas tematizados. O menu inclui pipocas, chocolates, café, pão de queijo, *hot-dogs*, nachos e crepes. Há aberturas previstas para Cuiabá (MT), Olinda (PE), Mesquita (RJ), Santa Maria (RS) e mais três em São Paulo (SP).

“As inaugurações são recebidas com bastante entusiasmo. O público procura cada vez mais conforto e qualidade, e é por isso que a Cinépolis investe tanto nesses pontos com experiências diferenciadas em tecnologia e serviços, para que o público busque o cinema como o principal entretenimento”, comenta Paulo Pereira, diretor comercial da rede no Brasil.

Com 24 salas Platinum, o que corresponde a 9,2% do total de suas telas (260), a Kinoplex tem em média duas por complexo, sendo que alguns cinemas têm mais como é o caso do Kinoplex Rio Sul com quatro salas. As poltronas são grandes e reclináveis com descanso para os pés, o número de assentos por unidade é menor e há bandeja para alimentos. Todos os novos cinemas da empresa terão, ao menos, uma Platinum. “O público respondeu muito bem a esse formato e as taxas de ocupação são muito positivas”, ilustra Patricia Cotta.



FORMATO PLATINUM CORRESPONDE A 9% DO TOTAL DE SALAS DA KINOPLEX

Propondo um novo formato, a rede Cinesystem possui duas salas VIP no multiplex do Parque Shopping Maceió (AL) e espaço VIP integrado em cinco dos nove espaços de exibição do Morumbi Town Shopping (SP), que é uma área criada para ser uma espécie de camarote aberto. As poltronas possuem mecanismo eletrônico capaz de reclinar os encostos, têm repouso para os pés e são também namoradeiras. Há entrada exclusiva, bombonière VIP com cardápio especial, atendimento dentro da sala, mesas giratórias e entradas USB para carregamento de dispositivos. Na bombonière VIP de Maceió o cardápio é assinado pelo chef Wanderson Medeiros, um dos mais renomados na gastronomia brasileira.

## GESTÃO

CONFIRA ALGUMAS SUGESTÕES QUE PODEM CONTRIBUIR PARA MELHORAR A GESTÃO DESSES ESPAÇOS:

- FAÇA UM *CHECK LIST* PARA OS FUNCIONÁRIOS GARANTIREM O BOM FUNCIONAMENTO DAS SALAS;
- FILA EXCLUSIVA PARA ATENDIMENTO E PEDIDOS DEVIDAMENTE IDENTIFICADA;
- ATENDIMENTO MAIS CAUTELOSO COM FUNCIONÁRIOS BEM TREINADOS;
- ITENS DIFERENCIADOS: BALDES DE PIPOCA, GUARDANAPOS, COPOS, TAÇAS E BANDEJAS;
- OFERECER MIMOS PODE SER DE BOM TOM;
- CARDÁPIO EM PÉ SOBREPOSTO NAS MESINHAS CONFERE MAIS CHARME AO LOCAL.



“O público tem se mostrado bem aberto às novidades propostas. O conforto e o atendimento exclusivo em nosso complexo de Maceió cativam os clientes, que tendem a voltar. Não por acaso conseguimos manter a participação nos espaços VIPs dentro do resultado geral do cinema desde a inauguração do espaço (entre 11 e 13% do público geral)”, completa Calil.

Outro ponto importante a ser observado é a programação. “Os filmes disponíveis em salas nesse formato, devem também estar nas salas convencionais, não se deve priorizar o cliente em razão de seu poder aquisitivo”, comenta Marcelo Lima.

### VIABILIDADE ECONÔMICA

De acordo com a Santa Clara, a procura por essas salas tem aumentado por parte dos exibidores. “Está crescendo muito. Cada vez mais clientes procuram essa implantação”, conta o diretor comercial da empresa, Lucas Silva.

Luís Ciocler, CEO da Centauro, explica que os exibidores têm interesse neste tipo de implantação, mas quando existe muita concorrência. Caso contrário seguem o modelo tradicional.

A Cine Brasil aponta essa busca motivada pela concorrência que, às vezes, não é concretizada por conta do custo e da quantidade reduzida de poltronas e consequente demora no investimento empregado.

O primeiro passo antes de optar por ter um local VIP é estudar se realmente vale a pena. É preciso analisar a localização e se de fato há público para consumir esse tipo de serviço.

De acordo com empresas integradoras fornecedoras de soluções e produtos para cinema, a média de salas VIP por complexo é entre uma e duas, em virtude do

pouco público que procura. Sendo que no Brasil é mais comum ter apenas uma, salvo algumas exceções.

No entanto, vale um alerta. “Para que o local realmente ofereça uma experiência diferenciada, é necessária toda uma infraestrutura e organização da equipe – apenas com uma tela o investimento não se justifica”, pondera Marcelo Lima, da Tonks.

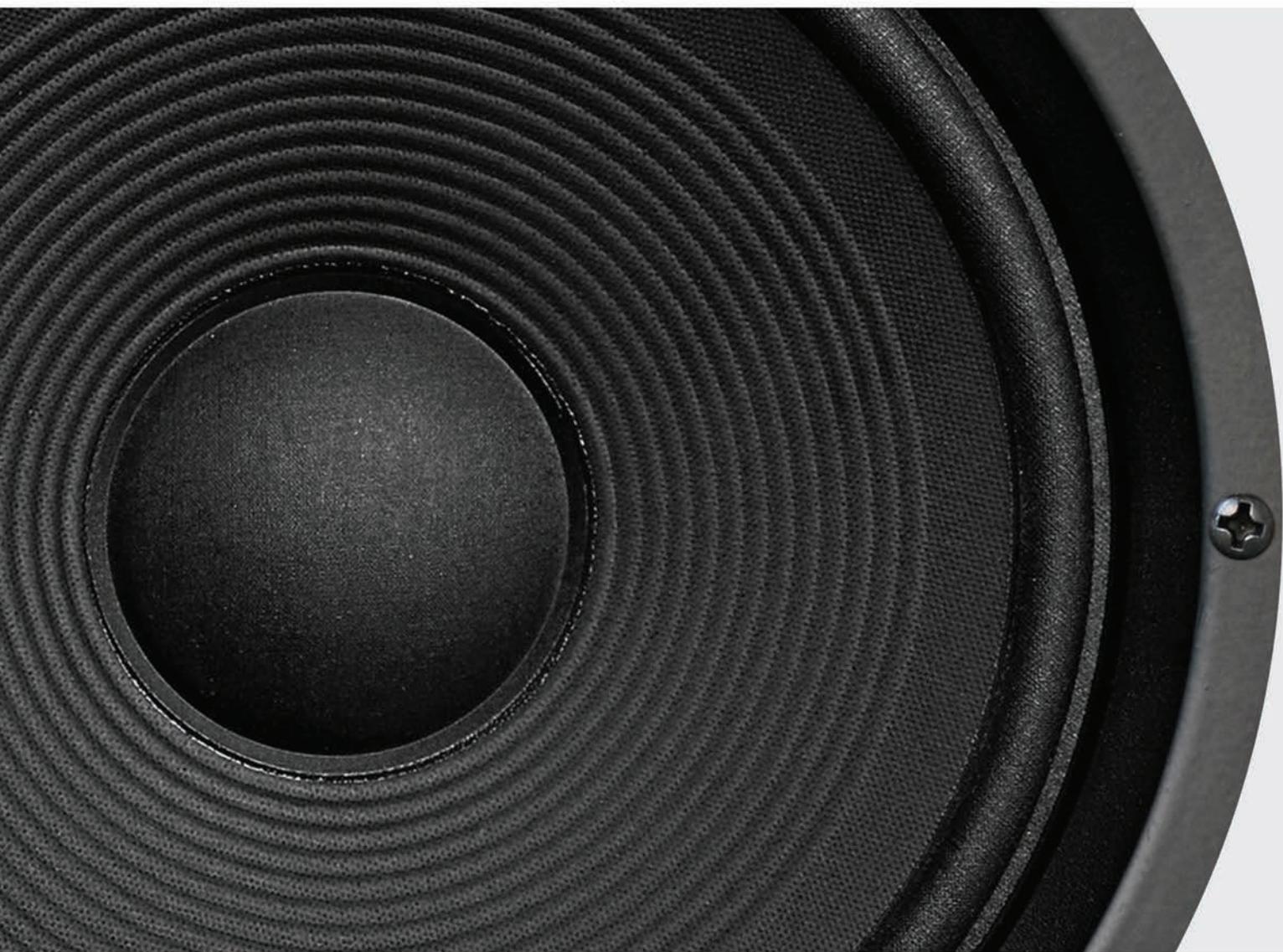
Em relação ao retorno do investimento, o tempo é maior do que o de salas convencionais, afinal elas utilizam equipamentos de última geração e possuem menos lugares, como esclarece Calil, da Cinesystem. “Mas o grande ganho que temos desde a implementação é no diferencial que elas proporcionam para o cinema como um todo. Nós conseguimos por meio delas melhorar a atratividade do multiplex na praça em que concorre, aumentando nosso público, além de incrementar a experiência do cliente e nossa receita com a bombonière VIP”.

Ele explica, por exemplo, que a taxa de ocupação das VIPs de Maceió é em média quase 20% maior do que a das salas convencionais.

Segundo o Kinoplex, as taxas de ocupação crescem ano a ano e alguns cinemas chegam a ter uma média de ocupação maior que 90% em algumas semanas. “Apesar de ter menos assentos disponíveis do que as salas padrão, a porcentagem da receita é maior, pois o PMI (preço médio do ingresso) é superior”, finaliza Patricia.

Assim, mesmo com a oferta de conteúdo nas mais diversas plataformas, o conceito VIP segue comprovando que a sétima arte ainda tem muito espaço na famosa sala de cinema. **E**

# A MAIS ALTA QUALIDADE EM SOM PARA CINEMA



A **HOTSOUND** oferece com excelência a solução completa para sonorização do seu cinema, com projetos adequados para cada tipo e tamanho de sala, inclusive para sistema **Dolby Atmos**!!  
Transforme a experiência de seu cliente em algo **MUITO** mais impactante!

**HOTSOUND** faz a diferença!





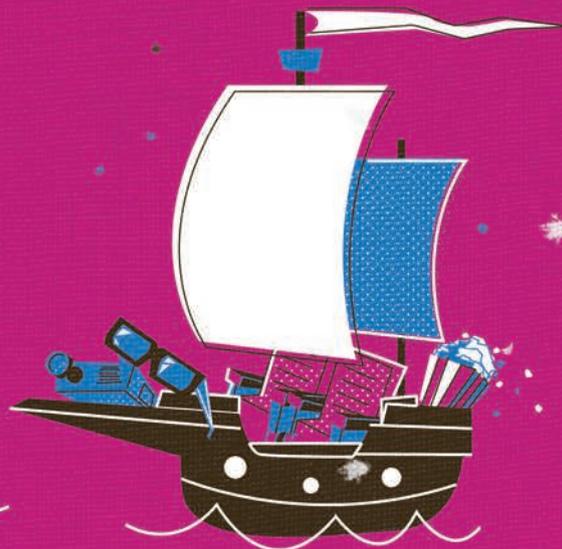
# MERCADO LATINO:

CRESCIMENTO EM MEIO A ALTAS DIFICULDADES LOCAIS

SETOR DE EXIBIÇÃO DA AMÉRICA LATINA SEGUE EM PLENO DESENVOLVIMENTO EM MEIO A ENTRAVES E NECESSIDADE DE ACOMPANHAR NOVIDADES TECNOLÓGICAS

POR VANESSA VIEIRA | ILUSTRAÇÃO THIAGO GRIZILLI

O CINEMA LATINO-AMERICANO é conhecido mundialmente por suas produções independentes que brilham em festivais internacionais como os de Cannes, Berlim e San Sebastián. Já o mercado exibidor da região aumenta gradualmente sua presença internacional, colocando-se entre os mais relevantes para a indústria global mesmo enquanto enfrenta dificuldades políticas, econômicas, logísticas e de infraestrutura em seus países.





## AMÉRICA LATINA EM NÚMEROS

Esses exibidores adotam cada vez mais novidades tecnológicas. Um exemplo é a projeção a laser. O Brasil, inclusive, teve o primeiro complexo 100% laser da América Latina, aberto em janeiro deste ano pela Cinesystem ([tonk.es/CinesystemAllLaser](http://tonk.es/CinesystemAllLaser)), com uma das nove salas com laser RGB, enquanto as demais receberam projetores a laser fósforo. Já no México, também em 2017, a Cinemex foi a primeira rede a instalar um projetor laser RGB.

O cinema 4D é outra tecnologia que vem crescendo com conquistas como a instalação das primeiras salas do formato na Argentina ([tonk.es/4DnaArgentina](http://tonk.es/4DnaArgentina)) sob as marcas D-BOX e E-Motion. No caso do Brasil, já são cerca de 15 espaços D-BOX em complexos da Cinemark, além de sete 4DX espalhados em unidades da Cinépolis e da UCI. Esta rede, inclusive, recebeu a inauguração mais recente da marca gerenciada pela sul-coreana CJ 4DPLEX, com sala aberta em junho no Rio de Janeiro (RJ) com exibição de **A Múmia** (*The Mummy*). Já a marca MX4D da MediaMation conta principalmente com salas no México e na Colômbia.

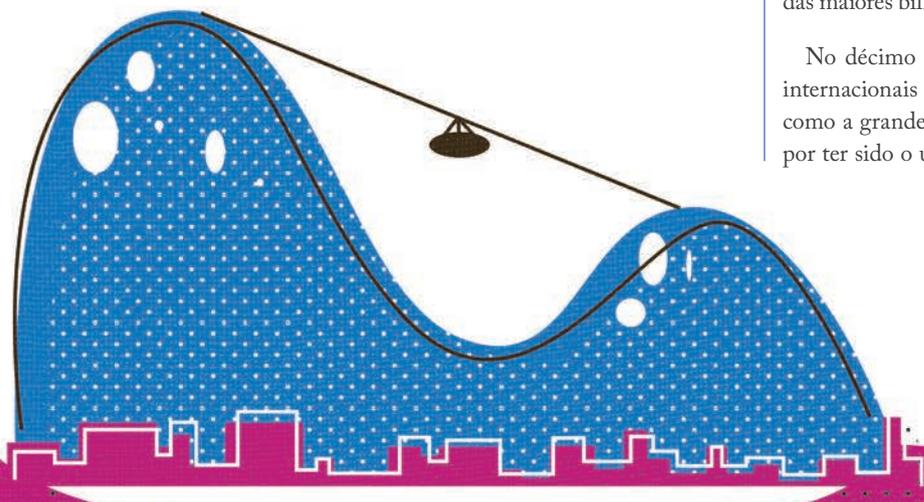
Em relação à digitalização, de acordo com o estudo “*Theatrical Market Statistics 2016*” da *Motion Picture Association of America* – MPAA, o território latino-americano é considerado 100% digitalizado e soma 12 mil telas. Dessas, quase metade (43%) conta com projeção 3D, o que evidencia a adesão desse mercado ao formato diferenciado. Já quanto às salas com tela gigante, são mais de 230 na região, representando um aumento de 50% em dois anos (Leia mais sobre o estudo da entidade em [tonk.es/MPAAtheatrical2016](http://tonk.es/MPAAtheatrical2016)).

O estudo aponta que, retirando os EUA, no ano passado os mercados internacionais contribuíram com US\$ 27,2 bilhões à bilheteria mundial de US\$ 38,6 bilhões. Dos territórios em questão, a Ásia Pacífico foi a região que mais arrecadou, com US\$ 14,9 bilhões, lembrando que essa parte do mundo conta com três dos maiores mercados de cinema em receita: China, Japão e Índia. A MPAA também une em um só grupo a Europa, o Oriente Médio e a África, que somaram US\$ 9,5 bilhões.

Em todo esse contexto, a América Latina contribuiu com US\$ 2,8 bilhões, que representa uma participação 18% menor em relação à de 2015 (US\$ 3,4 bi). Essa queda acentuada ocorreu devido às constantes desvalorizações das moedas locais em relação ao dólar. Na comparação entre 2012 e 2016, a participação latina aumentou 2%. Ainda assim, três países latino-americanos conseguiram se posicionar entre os 20 mercados internacionais com maior bilheteria, fora os EUA: México, Brasil e Argentina.

O México é o território latino que obteve a maior arrecadação em 2016 com US\$ 796 milhões, 1,8% abaixo dos números de 2015 segundo a *Independent Film & Television Alliance* – IFTA. Vale lembrar que neste mesmo ano a América Latina como um todo registrou aumento de 13% enquanto a bilheteria global cresceu 5%. A queda de receita mexicana em 2016 se deve à desvalorização do peso mexicano em relação ao dólar (-15%), a renda na moeda local aumentou 10,6%. Ao todo foram vendidos cerca de 330 milhões de ingressos, 11,7% a mais do que em 2015. Graças a esses resultados, o México conquistou a nona posição do ranking das maiores bilheterias mundiais de 2016 no estudo da MPAA.

No décimo lugar após dois anos em 11º entre os mercados internacionais de cinema, o Brasil foi apontado pela entidade como a grande exceção do mercado latino-americano em 2016 por ter sido o único território a registrar aumento na bilheteria





contabilizada em dólar. Ao todo, o País arrecadou US\$ 744 milhões (+5%). Em Real o crescimento foi de 10,5% com o total de R\$ 2,6 bilhões, somados pela venda de 6,5% mais entradas de acordo com dados da ANCINE (Veja mais em [tonk.es/InformePreliminar2016](http://tonk.es/InformePreliminar2016)). Ao todo foram mais de 184,3 milhões de ingressos vendidos com destaque para o nacional **Os Dez Mandamentos – O Filme e Capitão América – Guerra Civil** (*Captain America: Civil War*).

A Argentina está na 17ª posição do ranking da MPAA com cerca de US\$ 300 milhões, apresentando pouca diferença entre sua receita e as de três países que ocupam posições superiores: Holanda, Indonésia e Taiwan. O resultado argentino foi 2,6% menor do que em 2015, enquanto

na moeda local registrou receita recorde de 3,9 bilhões (+24,5%) segundo o *Instituto Nacional De Cine y Artes Audiovisuales – INCAA*. Quanto à venda de ingressos, o território não conseguiu bater os 52,2 milhões de 2015, caindo 2,5%.

Enquanto os números latino-americanos demonstram o forte posicionamento da região ante o mercado mundial, esses resultados demandam muito trabalho e comprometimento dos exibidores. Seja por altos impostos de importação que chegam a quase 100% ou mais do valor do produto, *impeachments*, instabilidade econômica, baixo valor da moeda local em relação ao dólar, barreiras para conseguir crédito bancário ou até baixa velocidade de internet, as redes de cinema veem situações assim atrapalharem, em maior ou menor grau, a operação e a sustentabilidade do seu negócio.

## COMPLEXIDADE DO CENÁRIO

Dentre as dificuldades enfrentadas nos países latino-americanos, a corrupção, a instabilidade econômica, a violência e a desigualdade social estão entre as mais generalizadas. O Chile, no entanto, é um exemplo de como a América Latina é uma região de contrastes. O país vê seu PIB crescer gradualmente desde 2009 sem registrar grandes recuos econômicos, o que pode colocá-lo entre os territórios que se juntarão ao grupo dos países ricos até 2020. Somente no primeiro trimestre de 2017, alguns países latinos também se destacaram como o México, que teve o 17º maior crescimento econômico do mundo. O Peru apareceu em 28º, a Colômbia em 34º e o Brasil ficou em último (39º).

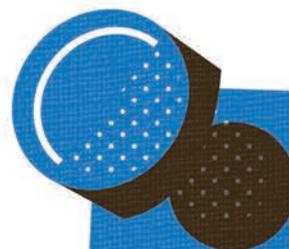
Quanto aos entraves enfrentados pelo México, maior mercado latino-americano em termos de bilheteria, a corrupção é considerada uma situação frequente por mais 80% da população segundo pesquisa do *Instituto Nacional de Estadística y Geografía – Inegi*. Além disso, estima-se que o país tenha hoje mais de 55 milhões de pessoas abaixo da linha da pobreza (Auditoria Superior da Federação – ASF).

No Brasil, a corrupção tem sido alvo de ações como a operação Lava Jato, que já dura três anos e abriu investiga-

## SALAS DE CINEMA – 2016

AMÉRICA LATINA	MUNDO
TOTAL: 12.197	TOTAL: 163.928
100% DIGITAL	TELAS ANALÓGICAS: 8.859
	TELAS DIGITAIS 2D: 67.893
3D: 5.204	3D: 87.176
PLF: 231	PLF: 2.330

FONTE: MPAA





ções contra pelo menos 260 acusados. O País passa também por uma instabilidade política com o *impeachment* da então presidente Dilma Rousseff em 2016 e as investigações contra o atual presidente Michel Temer. A corrupção é também um dos principais fatores que aumentam a desigualdade social do País, ficou em 79º no Índice de Percepção da Corrupção Global de 2017. Já na Argentina, o principal entrave para a população tem sido a inflação, que chegou a 41% no fim de 2016.

Já a Venezuela chama a atenção em termos de violência. A capital do país, Caracas, é considerada a mais perigosa do mundo segundo a ONG mexicana CCSP JP, que também aponta para o Brasil, que conta com 21 dos 50 municípios mais violentos. Essa situação atrapalha, por exemplo, os estúdios e distribuidoras que atuam na região. Por vezes, viagens de executivos internacionais e ações de divulgação são vetadas por questões de segurança.

Todos esses fatores levam à diminuição da competitividade mundial dos países latino-americanos. Uma pesquisa da brasileira Fundação Dom Cabral em parceria com o instituto suíço IMD revelou que o Brasil é o 61º território entre 63 que tiveram sua competitividade avaliada. Os primeiros lugares ficaram com Hong Kong e Suíça, enquanto abaixo do Brasil está apenas a Mongólia e a Venezuela, que hoje enfrenta uma grave situação política e econômica que culmina na saída da população do território.

Altos impostos como os registrados no Brasil e na Argentina também inibem o desenvolvimento econômico, além de que o baixo valor das moedas da América Latina em relação ao dólar dificulta a importação de equipamentos. Uma consequência preocupante desses entraves para o setor da exibição é o atraso da atualização tecnológica nos complexos ou a compra de soluções para novos cinemas.

## DESAFIOS E OPORTUNIDADES

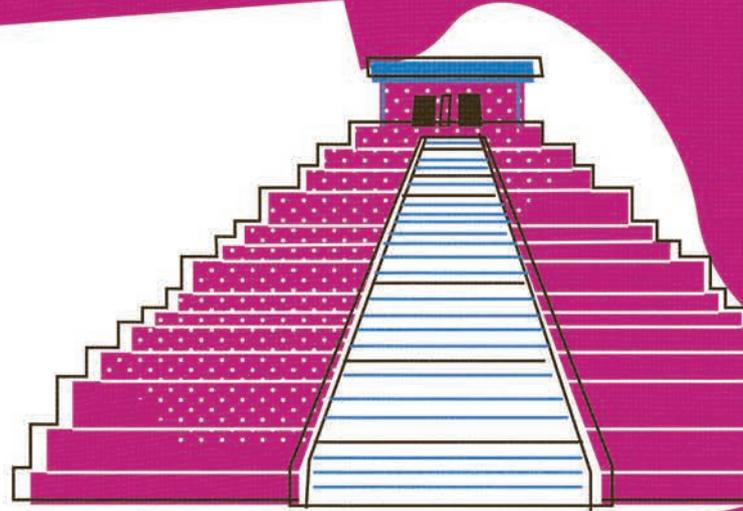
Assim como os exibidores, fabricantes e integradoras de equipamentos também precisam se adaptar para atuar na região.

Jed Harmsen, diretor sênior de produtos para cinema da Dolby Laboratories, aponta que as redes latino-americanas lidam com diferentes níveis de desafios dependendo do país em que atuam. Ele confirma diversas dificuldades como políticas econômicas restritivas, volatilidade na moeda local, impostos e taxas de importação em demasia e falta de expertise na região para adotar determinada tecnologia com segurança.

Para Juan Chavez, diretor da Christie para a América Latina, perceber uma cautela maior das redes é algo comum nesse território. Ele menciona problemas logísticos e menor abertura para contratação de seguros para os equipamentos como itens que tornam os custos de aquisição e instalação maiores do que os registrados em países desenvolvidos.

Já Carlos Siqueira, gerente de produto de cinema digital e *display solutions* da NEC, explica que a companhia trata a atualização tecnológica da região como um movimento normalmente executado em períodos mais espaçados. “A região pratica o uso mais estendido de ativos, tentando otimizar investimentos realizados. Assim, os equipamentos, via de regra, são utilizados até o limite





superior de sua vida útil”. Os problemas logísticos e os altos impostos também foram notados por Toby Severtson, CEO da Severtson Screens, que destacou a solução de telas dobráveis como uma das principais vantagens que a empresa oferece para reduzir custos de transporte do produto. Por enquanto, a companhia não tem escritórios próprios na região.

Além das dificuldades apontadas, Harmsen, da Dolby, indica que o preço médio do ingresso praticado na América Latina é mais baixo do que os da Europa ou da América do Norte, o que dificulta a sustentabilidade do negócio, pois reduz o recurso das redes na hora de adquirir tecnologia. Segundo a *Câmara Nacional de la Industria Cinematográfica* – Canacine, o México, por exemplo, tem o sexto menor preço médio de ingresso do mundo, US\$ 2,60. Nesse ranking, a Venezuela tem o menor custo médio, US\$ 0,10, e a Colômbia ocupa o oitavo lugar com US\$ 2,80.

Rodolfo Domingues, *general manager* da GDC Brasil, também destaca esse

aspecto, explicando que ele se torna mais evidente ainda na hora do exibidor gerir, por exemplo, uma sala *premium* por ser mais difícil “incluir esse diferencial no tíquete”. O executivo ainda considera a qualidade da banda larga outro fator limitante para os países latinos, principalmente por atrapalharem o *download* de soluções como os *softwares* de gerenciamento.

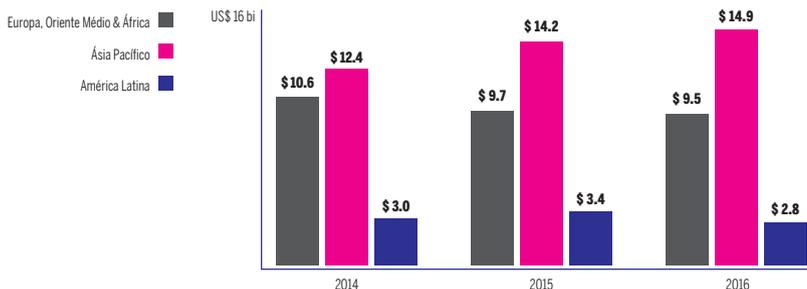
Um ponto em comum para todos os entrevistados é a busca por entender e trazer opções que atendam à alta preocupação das redes com o tempo de retorno do investimento.

Harmsen conta que é comum ver exibidores latinos aguardarem que uma

tecnologia já tenha um certo número de instalações e profissionais técnicos de suporte treinados na região antes de implementá-la. Tudo para garantir que o investimento valha a pena. “As mudanças de equipamentos são realizadas apenas quando há uma prova real de que eles melhorarão a experiência do espectador ou atrairão mais público”, complementa Chavez, da Christie.

Apesar de tantas dificuldades, é possível ver melhoras no cenário latino-americano. É o que Ricardo Ferrari, gerente de vendas da divisão de entretenimento da Barco para América Latina, afirma. “A realidade da adoção de novas tecnologias está muito mais acessível do que antigamente. Quando um produto é lançado no mercado, todos têm acesso

## PARTICIPAÇÃO DA AMÉRICA LATINA NO MERCADO MUNDIAL DE CINEMA



MUDANÇA ENTRE PERÍODOS	
<b>2016 VS. 2015</b>	<b>2016 VS. 2012</b>
■ -2%	■ -11%
■ 5%	■ 44%
■ -18%	■ 2%
TOTAL 0%	TOTAL 14%

FONTE: MPAA

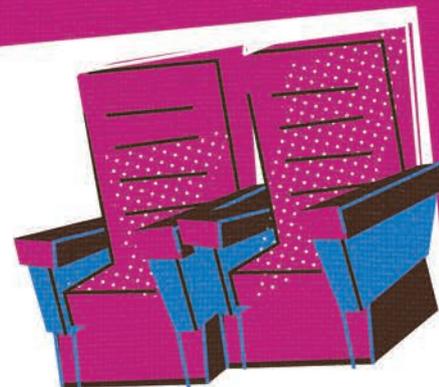


simultaneamente a ele, o que possibilita a adesão imediata”.

Os projetores a laser e a automação operacional do cinema são exemplos de soluções que estão chegando mais facilmente à região segundo Fabricio Silva, diretor comercial da integradora Santa Clara, que atende exibidores não só brasileiros, mas de outros países da América Central e do Sul.

Já Luis Ciocler, diretor geral da Centauro, destaca o cenário atual brasileiro, no qual as dificuldades de importação “sempre foram as mesmas”. No entanto, vêm sendo melhor enfrentadas graças a linhas de crédito, isenção de impostos e prêmios concedidos pela ANCINE e pelo BNDES, que têm contribuído para a modernização do circuito nacional. “Sem isso, muitos cinemas já teriam encerrado suas atividades”.

Dentro dessas opções, Domingues, da GDC, considera o desconto nos impostos oferecido pelo Regime Especial de Tributação para Desenvolvimento da Atividade de Exibição Cinematográfica – RECINE como um dos mais importantes.



## FACILITADORES

A América Latina é um território de alta importância. Assim, muitas companhias oferecem meios facilitadores para garantir o atendimento aos exibidores. “O potencial de crescimento da região é muito alto porque a maioria dos países ainda não tem tantas salas, deixando espaço para a abertura ou expansão de cinemas”, contextualiza Harmsen, da Dolby.

O executivo explica que a fabricante criou estoques de peças em países-chave como o México e o Brasil para garantir que a região receba rapidamente os equipamentos, sendo que o País tem o único escritório latino da Dolby. A empresa também treina centenas de técnicos por ano para assegurar que as assistências técnicas locais possam atender as redes, além de buscar constantemente meios de reduzir o custo de seus produtos.

A Barco, por sua vez, preocupa-se em atender as necessidades técnicas de cada país em que atua antes de lançar mundialmente um equipamento. “Incluimos toda a parte logística, capacitação de integradoras e treinamento operacional para exibidores. Todos esses fatores juntos, contribuem para uma absorção simples dessas novas tecnologias”, comenta Ferrari. A companhia conta com escritórios no Brasil, México e Colômbia.

Outra empresa com escritórios ou representantes comerciais nesses três países é a Christie que, segundo Chavez, prioriza a manutenção de um relacionamento bem próximo aos exibidores para explicar os detalhes de cada produto, com destaque especial ao retorno do investimento.

O Brasil ainda é a sede do braço latino da NEC. De acordo com o gerente de produto, Carlos Siqueira, a companhia procura apresentar modelos diversos de negócios para tornar o investimento o mais confortável possível.

Já o escritório da GDC no País atende também os vizinhos Argentina, Paraguai e Uruguai, sendo que a empresa tem outros dois escritórios latinos: um no México, para tratar também da América Central, e outro no Peru, que inclui atendimento ao Chile, Colômbia e Equador. “Fazemos questão de estar localmente com o exibidor. Não somente vendemos, trabalhamos junto no projeto”, declara. O executivo acredita que a fabricante tenha uma participação de 35% do mercado da América Latina, que representa 32% do *market share* mundial da GDC contando principalmente com o México.

Assim, seja com o crescimento dos mercados locais, a atenção dos fornecedores ou as notícias frequentes de novidades tecnológicas nos cinemas, o segmento de exibição da América Latina se mantém como um dos mais atrativos do mundo, tanto para os lançamentos quanto para empresas ligadas ao setor. Apesar dos entraves, os exibidores latinos seguem em frente para oferecer a melhor experiência cinematográfica possível e conquistar cada vez mais espectadores. **E**

# PLF, LEVANDO VOCÊ PARA DENTRO DO CONTEÚDO

POR LUIZ FERNANDO MORAU

A **PROLIFERAÇÃO DE PLATAFORMAS** de exibição nos mais diversos formatos, pressiona os exibidores na busca por diferenciais que ofereçam experiências impactantes aos cinéfilos, que não se contentam mais com o convencional numa sala de cinema.

O *Premium Large Format* (PLF) oferece uma experiência imersiva nas telas gigantes, com som e imagem muito acima do usual. Destaco a IMAX, que sempre foi a principal referência neste tipo de sala.

Os grandes exibidores estão apostando nas telas grandes, em 2016 continuou o aumento das salas PLF. O número de telas PLF em todo o mundo aumentou mais de 15%, esse acréscimo decorre do contínuo investimento dos exibidores nesse formato, em um cenário mais competitivo entre empresas como Dolby, Barco, Christie e RealD, brigando por uma fatia de um mercado dominado pela IMAX.

A IMAX é a pioneira em tela gigante, mas a tendência nos últimos anos é a de circuitos de cinema se estabelecendo e promovendo suas próprias marcas PLF, tais como XD Cinemark, AMC e Wanda com Dolby Cinema, Macro XE Cinépolis e Cinemex Premium, entre outras.

O ‘calcanhar de Aquiles’ da IMAX é sua imposição de programação, pois não dá ao exibidor a possibilidade de manter ou retirar a exibição de um conteúdo, conforme sua conveniência. Esta é uma

das razões das grandes redes buscarem seu próprio conceito em PLF.

O total dessas telas é superior a 2.000 no mundo todo. A América Latina possui 100 telas PLF, com o Brasil no segundo lugar por exibidor PLF na AL.

A IMAX é líder de mercado com mais de 40% da base mundial lançou seu laser comercial no final de 2015, incorporando a tecnologia da Barco.

Outra plataforma com tecnologia laser é o Dolby Cinema (em conjunto com a Christie). A Dolby acelerou seu acordo com a AMC para atender a 100 telas até o final de 2017 e lançou o primeiro Cinema Dolby na China, parte de um acordo de 100 telas com a Wanda. Enquanto a RealD Luxe teve uma aceitação mais lenta e ganhou alguma popularidade na China e no Leste Europeu.

A questão não é se o PLF é ou não uma tendência, pois representa apenas 1,5% das telas instaladas, mas sim um importante movimento para destacar que a experiência de assistir um filme numa tela de cinema não pode ser comparada com uma TV, *tablet* ou *smartphone*.

Uma sala PLF representa o ápice do cinema e faz com que os cinéfilos reafirmem sua fidelidade à telona, em defesa

ao avanço das demais plataformas sobre o conteúdo de Hollywood.

Para conteúdos direcionados às telas PLF, valerá a pena pagar mais para desfrutar dessa experiência, mas, para a maioria dos filmes, desde que seja apresentada numa sala de cinema moderna, isso já será o suficiente para uma agradável experiência em assistir um bom filme, sem pagar um adicional por tanto.

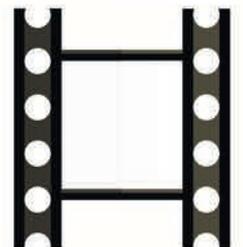
A tecnologia sozinha não resolverá a evasão de audiência das salas e, sem a integração de esforços entre fabricantes, estúdios, distribuidores, exibidores, além de um marketing profissional, nada disso faz sentido. Pois é fundamental que o cinéfilo seja convencido a testar uma experiência muito além da tradicional. **E**



**LUIZ FERNANDO MORAU – LFMORAU.COM** | PROFISSIONAL COM MAIS DE 25 ANOS DE ATUAÇÃO NAS ÁREAS DE ENTRETENIMENTO, *BROADCAST* E SERVIÇOS CORPORATIVOS, COM ATUAÇÃO DIRETA EM AÇÕES DE DESENVOLVIMENTO E ESTRUTURAÇÃO DE NEGÓCIOS NO BRASIL E EXTERIOR, *STARTUPS* E FUSÕES. VIVÊNCIA EFETIVA COMO EXECUTIVO E CONSULTOR, COM DESTAQUE PARA OS PROJETOS DA MASTERIMAGE 3D INC., QUANTA, TELEM, UNIVERSAL NETWORKS, TVA, TV BRASÍLIA E TV GOIÂNIA. EMPRESAS ONDE EXERCEU EFETIVA GESTÃO NAS DEFINIÇÕES ESTRATÉGICAS E DESENVOLVIMENTO DOS NEGÓCIOS.



# *tonks*





# AS MELHORES SOLUÇÕES PARA O MERCADO CINEMATOGRÁFICO



EXIBIDOR

EXPOCINE

Cine*tks*

*tonks* prog

CLAQUETE  
COM

WWW.TONKS.COM.BR



# LICENCIAMENTO E CINEMA UNEM FORÇAS PELO SUCESSO

O MERCADO DE LICENCIAMENTO AJUDA A IMPULSIONAR A BILHETERIA DOS FILMES, ASSIM COMO O CINEMA É UMA GRANDE VITRINE PARA A VENDA DE PRODUTOS

POR FERNANDA MENDES | FOTOS DIVULGAÇÃO

**O SUCESSO DE UM FILME** não está mais ligado somente à venda de ingressos. Um dos fatores importantes, que muitas vezes pode decidir os rumos de uma produção, é o lucro com produtos e serviços licenciados. O alto rendimento dessa área tem um peso relevante para os estúdios: instiga o interesse do consumidor no filme, impulsionando a bilheteria, além de criar seguidores e fãs do universo temático.

Para o varejo, o licenciamento também é benéfico, já que agrega valor aos produ-

tos e aumenta a competitividade do segmento. Aliás, o Brasil é um dos grandes mercados do setor de licenciamento, posicionado como sexto país com maior renda no ranking mundial. Somente no ano passado, foram R\$ 17,8 bilhões em vendas. Para 2017 já se espera um aumento de 5%, segundo informações da Associação Brasileira de Licenciamento – ABRAL.

Apesar do avanço no setor, ainda não há mapeamento e estudos nacionais aprofundados. O que se sabe é que 70%

dos produtos licenciados são direcionados ao entretenimento (o que inclui TV e cinema, por exemplo), sendo que as áreas que mais utilizam as licenças são as de confecção, brinquedos e papelaria.

Segundo a presidente da ABRAL, Marici Ferreira, a representatividade atual do cinema no setor de licenciamento no Brasil é bem significativa graças ao amadurecimento do mercado envolvendo todas as partes: estúdios, distribuidores, licenciados, varejo e proprietários da marca.

A executiva afirma que os estúdios e distribuidoras passaram a fazer um trabalho de calendário e divulgação mais coordenados com os fabricantes e lojas. Isso é importante, pois o *timing* entre a estreia, as ações promocionais e os produtos licenciados precisa ser bem sincronizado. “É um segmento hoje maduro, estável e de retorno muito positivo”, reforça.

A fabricante LEGO, por exemplo, aponta que passou a enxergar ainda mais a importância de trabalhar uma comunicação integrada após a estreia de **LEGO Batman: O Filme** (*The LEGO Batman Movie*), que foi lançado em conjunto com a Warner em fevereiro deste ano.

Enquanto a distribuidora fez uma série de ativações em mídia e divulgação para o lançamento do longa, a LEGO deu suporte especificamente às informações do longa relacionadas ao produto. Segundo Vivian Marques, diretora de marketing da fabricante, com esta estratégia, conseguiram ultrapassar as expectativas de bilheteria (cerca de 1,3 milhão de ingressos no Brasil) e registrar alta renda para a empresa.

A LEGO RESSALTA A IMPORTÂNCIA DO MERCADO TRABALHAR UMA COMUNICAÇÃO INTEGRADA



“Os lançamentos do cinema oferecem dimensão e contextualização em um nível muito superior aos demais segmentos de marcas. O investimento em divulgação, todo o burburinho realizado antes da estreia, isso gera uma urgência em estar na sala de cinema. Por isso é tão importante o trabalho coordenado entre lançamento do filme, produto e ponto de venda”, comenta Marici, da ABRAL.

A LEGO arrecada grande parte de sua renda global no setor de licenciamento: cerca de 40% a 50%. Aliás, a fabricante afirma ser a única a trabalhar com licenças simultâneas: Marvel, DC Comics e Disney, por exemplo.

Para a Universal, a franquia **Meu Malvado Favorito** (*Despicable Me*) é um de seus maiores sucessos. A estratégia da distribuidora é fornecer aos pontos de venda os produtos cerca de dois meses antes da estreia da produção. Os itens licenciados cobrem todas as categorias como confecção, brinquedos e higiene pessoal.

## VISÃO GLOBAL

Durante o maior evento mundial do mercado de licenciamento, o *Licensing Expo*, realizado em maio em Las Vegas (EUA), foram revelados os números globais para o setor em 2016. O material aponta um aumento de 4,4% na receita total de licenciados, com arrecadação de US\$ 262,9 bilhões. A organização ainda reforçou que o setor de entretenimento, mais especificamente o de cinema, foi o impulsor.

Marty Brochstein, vice-presidente sênior da *Licensing Industry Merchandiser's Association's* – LIMA, explicou que a franquia **Star Wars** foi de extrema importância com o lançamento de **Rogue One: Uma História Star Wars** (*Rogue One: A Star Wars Story*) no fim do ano e a sustentação de **O Despertar da Força** (*Star Wars: Episode VII - The Force Awakens*), de 2015. Ainda segundo a associação, apesar de não medirem as propriedades individualmente, essa franquia da Disney foi a que teve o maior rendimento no setor de brinquedos no ano passado.

O conglomerado, aliás, é uma das gigantes em licenciamento. Além de produtos, a Disney também mantém seus parques de diversão e organiza eventos como corridas tematizadas. O investimento é tanto que o grupo oferece anualmente no Brasil a Expo Disney, feira que apresenta seus lançamentos e marcas para os mercados de cinema, rádio, TV e varejo. Em 2016 participaram mais de 6 mil visitantes.



A FRANQUIA “MEU MALVADO FAVORITO” É A MAIOR MARCA DE LICENCIADOS DA UNIVERSAL

### IDENTIFICAÇÃO

No Brasil, Marici Ferreira explica que o sucesso dos licenciados se deve à necessidade da população em se sentir próxima da marca que consome. Uma das bandeiras mais procuradas é a de super-heróis, que fazem sucesso tanto com o público mais velho e *geek* quanto com crianças. “Independentemente da idade, gênero e classe social, todos se sentem tocados pelos atributos das marcas, pelo que elas dizem e pelo status que elas lhes oferecem. É sonho, diversão e *lifestyle*”, comenta.

Segundo Vivian, diretora da LEGO, a força dos grandes estúdios é uma ferramenta para impulsionar o desejo do público a comprar o brinquedo. “Para nós as licenças são importantes. Quando a pessoa vai em uma gôndola de Star Wars e encontra o LEGO, é muito relevante”.

A marca ainda acumula bastante expectativa para os próximos anos. Neste segundo semestre a fabricante já prepara o lançamento do próximo filme: **LEGO Ninjago** (Warner), que estreará duas semanas antes do Dia das Crianças. Ainda neste ano haverá o anúncio de produtos para **Homem-Aranha: De Volta Ao Lar** (*Spider-Man: Homecoming* – Sony). Para 2018, a companhia terá ofertas relacionadas a vários lançamentos.

### PERSPECTIVAS

O licenciamento também pode ser um aliado estratégico para a revitalização ou mudança da imagem de uma marca. É o caso do próximo lançamento da Universal, **Pica-Pau** (*Woody Woodpecker*), filme inspirado no personagem dos anos 40. Para tanto, o estúdio convidou cinco grafiteiros para ilustrar o pássaro em diversos pontos populares de São Paulo (SP) e ainda lançou uma coleção com a marca brasileira Reserva durante o São Paulo Fashion Week, com peças estampadas com o personagem.

Franquias como Star Wars e Batman, que possuem uma longa trajetória no mercado, também utilizam do licenciamento para rejuvenescer a marca e aumentar sua base de consumidores com produtos para o público infantil. “O Batman tem 75 anos de história, quando a Warner liga o personagem a uma marca de brinquedos que fala com um público mais jovem, é muito interessante. Assim como Star Wars, que existe há 40 anos e levamos as mensagens e o conhecimento do filme para as crianças”, explica Vivian, da LEGO.

A fabricante, aliás, já está trabalhando com a Disney em uma linha baseada em **Star Wars: Os Últimos Jedi** (*Star Wars: Episode VIII – The Last Jedi*), que estreará em dezembro. Neste caso, devido à confidencialidade da história, a fabricante disponibilizará um mês antes uma linha “*preview*” dos produtos, o que aumentará a curiosidade dos espectadores para o lançamento.

### DENTRO DA EXIBIÇÃO

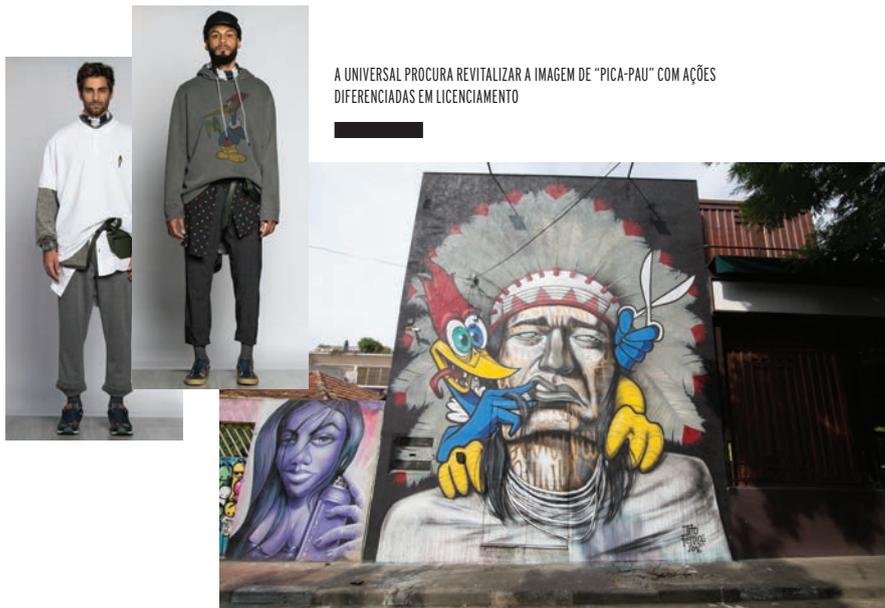
Os licenciados têm um papel importante em toda a vida útil do filme: para instigar a curiosidade do espectador e ser um fator de peso na hora dele escolher um longa, assim como ser uma ferramenta para prolongar a experiência da sala de exibição. Produtos colecionáveis de filmes que estão em cartaz, por exemplo, estimulam que o público vá mais aos complexos.

Pedro Curi, coordenador de Cinema e Audiovisual da ESPM-Rio, lembra de diferentes ofertas que geraram burburinho entre os fãs e fizeram sucesso nas redes sociais como os baldes de pipoca do universo **Star Wars** fornecidos pela Cinemark e Cinépolis, assim como os combos personalizados de **Power Rangers** nas bombonieres da Kinoplex e UCI.

“Quando falamos da importância do produto licenciado, o próprio exibidor pode se valer dessa noção em uma coleção para o público poder levar o que gosta para o dia a dia, em ofertas que o cinema faz na bomboniere”, explica.

Para ele, investir em produtos ligados ao universo do filme que podem proporcionar uma experiência coordenada e sistêmica com outros mercados é o mote. “A ideia é você pensar em um filme não como um produto isolado, mas como um universo que possa ser explorado por mais tempo. Produtos que vão ser lançados no início, que chamam a atenção, e aqueles que vão ajudar a prolongar o filme”. ■

A UNIVERSAL PROCURA REVITALIZAR A IMAGEM DE “PICA-PAU” COM AÇÕES DIFERENCIADAS EM LICENCIAMENTO





## APOIANDO SEU SUCESSO

### PROJETORES DIGITAIS



**POLTRONAS**  
**PROJETORES**  
**TELAS**  
**ILUMINAÇÃO**  
**SONORIZAÇÃO**  
**ÓCULOS 3D**  
**REVESTIMENTOS**  
de pisos e paredes.

**NOC Santa Clara.**

**Ampla estoque de peças sobressalentes.  
Frota própria para agilizar seu atendimento.  
Técnicos certificados com atendimento 24h.**

**Parceiros:**



**ESCRITÓRIO MATRIZ**  
Rua João Bizarro da Nave, 256  
Vila Diva - São Paulo - SP  
Tel. (11) 2965-0366

**FÁBRICA - SHOWROOM**  
Rodovia SP 56 Km 71,5  
Santa Isabel - SP

**ESCRITÓRIO MIAMI - EUA**  
5220 Nw72 Avenue, unit#2  
Miami - FL - 33166  
Tel. 305-591-3633

[www.santaclarapoltronas.com.br](http://www.santaclarapoltronas.com.br)

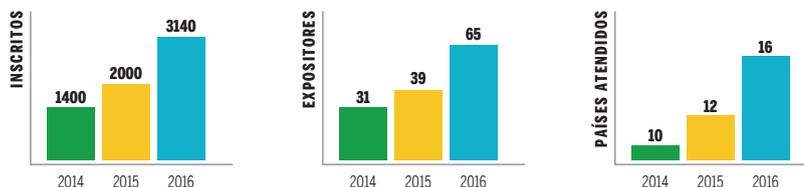
# RETRATO DO CRESCIMENTO CINEMATOGRAFICO

EXPOCINE 2017 CHEGA À 4ª EDIÇÃO COM HISTÓRICO DE DESENVOLVIMENTO CONTÍNUO E NOVIDADES PARA O SEGMENTO DE BOMBONIÈRES

POR NATALÍ ALENCAR | FOTOS DIVULGAÇÃO



## CRESCIMENTO DAS EDIÇÕES ANTERIORES



**NESTE ANO**, a Expocine 2017 será realizada mais cedo do que nas edições anteriores, em 27, 28 e 29 de setembro. Com a mudança da data, outras novidades já começam a pipocar.

A convenção vem agregando números constantes de crescimento, que refletem sua importância no mercado exibidor, distribuidor e fornecedor.

Em 2016, o evento de três dias de intensa programação contou com a participação de sete distribuidoras, 10 patrocinadoras, 16 apoiadores, 10 palestras, 65 expositores

e 3.140 inscritos. Participaram executivos de 16 países, o que demonstra que o evento é realizado no Brasil, mas está aberto a receber exibidores do mundo inteiro, especialmente os da América Latina, região que, apesar das dificuldades políticas e econômicas, tem crescido potencialmente (veja matéria de capa na página 30).

Comparando com as edições anteriores, em 2014 a Expocine recebeu 1.400 inscritos e em 2015 passou para 2.000. Já quanto aos expositores, passou de 31 em 2014 para 39 em 2015 (Veja box acima).

“A cada edição aumentamos o número de países atendidos e nos preparamos ainda mais para recebê-los. Preparamos algumas mudanças e esperamos contribuir para um evento ainda melhor”, afirma o CEO da Expocine, Marcelo Lima.

Seguindo essa rota de crescimento, para esta edição, a organização já revelou duas mudanças, uma é o credenciamento, que agora terá três opções, e a outra é um curso de Capacitação para Gestão de Bombonnières. Haverá também um coquetel e uma festa, que em breve terão os detalhes e locais confirmados.

Confira:

### CRENCIAMENTO

Pela primeira vez, a Expocine terá três tipos diferentes de credenciais: Básica, Premium e VIP. O objetivo é facilitar e dar mais comodidade aos participantes, principalmente garantindo acesso às apresentações com tranquilidade.

A opção Básica é gratuita e garante acesso ao evento e à programação, obedecendo sempre ao limite de lotação das salas, como nos últimos anos.

Já a Premium, disponível pelo investimento de R\$ 500,00 (4 parcelas de R\$ 125,00), dá acesso garantido às apresentações

de distribuidoras e palestras, além de participação nas festas, coquetéis e café da manhã.

Com o VIP, o visitante tem todos os benefícios do Premium, acesso prioritário ao credenciamento e às apresentações das distribuidoras e palestras, estacionamento, Wi-Fi, *lounge* VIP, almoço, jantar e brindes exclusivos. O valor é o mesmo da última edição, R\$ 1.800,00.

## CURSO PARA GESTÃO DE BOMBONIÈRES

Antecedendo a programação oficial, haverá na terça-feira (26/09) uma Capacitação para Gestão de Bombonières, coordenada pela NAC (*National Association of Concessionaires*) e ministrada por Larry Etter, executivo internacional com mais de 30 anos de experiência na indústria de alimentos e bebidas, vice-presidente da exibidora norte-americana Malco Theaters e diretor de educação da NAC, entidade que reúne os interesses das empresas que trabalham com ponto de venda de alimentos e bebidas.

O seminário visa contribuir para a formação dos profissionais que trabalham diariamente com esse importante espaço do cinema. Gerentes de cinema, supervisores e atendentes estão convidados.

“Sabemos das dificuldades que o exibidor tem diariamente com a bombonière e queremos propor uma formação com um executivo que é referência mundial no assunto e líder de uma associação exclusiva que trabalha internacionalmente com isso”, explica Marcelo Lima.

O investimento é de 4 parcelas de R\$ 245,00.

Serão trabalhados seis módulos:

- **METAS:** estabelecer metas e objetivos que apoiam a prática geral de gerenciamento de serviços de alimentação em cinemas. Importância do desenvolvimento pessoal, objetivos e compreensão do fator de motivação dos funcionários.
- **FINANÇAS:** apresenta o motivo de ter pontos de venda de alimento e as suas prioridades, incluindo financeira e serviços. Padrões mais eficazes e desenhos de *layout* de vitrines, além do gerenciamento de finanças com os procedimentos adequados para a construção de um orçamento. Formas de gerenciar custos e rever as variações entre custo real e custo teórico.
- **PLANEJAMENTO:** Será discutido neste módulo o planejamento de eventos reais que espelha o plano financeiro global.
- **GERENCIAMENTO DE CRISES:** pretende analisar as áreas de preocupação ao discutir os controles de custos.

- **MENU:** ajudará no desenvolvimento do menu.

- **PUBLICIDADE E PROMOÇÕES:** O último módulo acrescenta a importância de aspectos promocionais para divulgação de produtos e atividades que irão melhorar as vendas.

Mais detalhes e inscrições em:

[tonk.es/capacitacaobomboniere](http://tonk.es/capacitacaobomboniere).

“Ter um profissional com a bagagem do Etter e ao mesmo tempo um mercado sedento por informações, será um casamento perfeito. Esperamos ter nas próximas edições outros encontros do mesmo nível”, prevê Mauri Palos, diretor da Expocine.



## EXPOSITORES

A feira de serviços e produtos contará com empresas que já participam desde a primeira edição, além de outras estreantes. Estão confirmadas: Assista Tecnologia, Barco, Bardan, Bravoluz, Consciência, Flavored Popcorn, Gertech

Solutions, Hotsound, Inorca, Kelonik, Leadcom Seating, Lumma, Maxillusion, Palliser, PrimePass, Quanta DGT, Riolo, Santa Clara, Sertha, Severtson Screens, Strong|MDI e Tonks. ■



## VOCÊ NÃO PRECISA SER UM ESPECIALISTA PARA RECONHECER A MELHOR PERFORMANCE

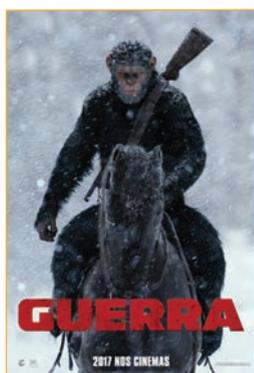
As lâmpadas USHIO oferecem a melhor performance com vida longa. Seu brilho, qualidade, contraste e cor no seu cinema sempre irá impressionar seu público. Nossa performance e confiança consistente é imbatível. Por isso os maiores exibidores de cinema pelo mundo já conhecem e confiam nos produtos USHIO. Somente a USHIO é testada, aprovada e certificada por todos os fabricantes de projetores, **incluindo Barco, NEC e Sony.**

# USHIO

Ushio America, Inc. +1.800.838.7446 | [www.ushio.com](http://www.ushio.com)

USHIO é o distribuidor  
exclusivo das máquinas  
**KOOPTECH™**  
de lavagem e secagem de óculos 3D.





FILME	DIREÇÃO	ELENCO	DISTRIBUIDORA
20/07/2017 ▶ <b>TRANSFORMERS: O ÚLTIMO CAVALheiro</b> (TRANSFORMERS: THE LAST KNIGHT)	Michael Bay	Mark Wahlberg, Gemma Chan, Anthony Hopkins, Stanley Tucci, John Goodman (voz), Laura Haddock, Josh Duhamel, John Turturro	Paramount
27/07/2017 ▶ <b>DUNKIRK</b> (DUNKIRK)	Christopher Nolan	Tom Hardy, Cillian Murphy, Mark Rylance, Aneurin Barnard, Harry Styles, Kenneth Branagh, James D'Arcy, Jack Lowden, Kevin Guthrie	Warner
<b>EM RITMO DE FUGA</b> (BARY DRIVER)	Edgar Wright	Jon Bernthal, Lily James, Kevin Spacey, Jon Hamm, Ansel Elgort, Jamie Foxx, Sky Ferreira, Eiza González	Sony
<b>COMO SE TORNAR UM CONQUISTADOR</b> (HOW TO BE A LATIN LOVER)	Ken Marino	Eugenio Derbez, Salma Hayek, Rob Lowe, Kristen Bell, Raphael Alejandro, Michael Cera, Rob Corddry, McKenna Grace, Rob Huebel, Rob Riggle	Paris
<b>A VIAGEM DE FANNY</b> (LE VOYAGE DE FANNY)	Lola Doillon	Léonie Souchaud, Fantine Harduin, Juliane Lepoureau, Ryan Brodie, Anaïs Meiringer, Lou Lambrecht, Igor van Dessel, Cécile De France	Mares
<b>EM DEFESA DE CRISTO</b> (THE CASE FOR CHRIST)	Jon Gunn	Mike Vogel, Erika Christensen, Faye Dunaway, Robert Forster, Frankie Faison	California
03/08/2017 ▶ <b>PLANETA DOS MACACOS: A GUERRA</b> (THE WAR FOR THE PLANET OF THE APES)	Matt Reeves	Andy Serkis, Woody Harrelson, Judy Greer, Steve Zahn, Sara Canning, Ty Olsson, Max Lloyd-Jones, Terry Notary, Aleks Paunovic	Fox
<b>DIÁRIO DE UM BANANA: CAINDO NA ESTRADA</b> (DIARY OF A WIMPY KID: THE LONG HAUL)	David Bowers	Alicia Silverstone, Tom Everett Scott, Joshua Hoover	Fox
<b>EM BUSCA DE VINGANÇA</b> (AFTERMATH)	Elliott Lester	Arnold Schwarzenegger, Maggie Grace, Scoot McNairy, Kevin Zegers, Hannah Ware, Mariana Klaveno	H2O
<b>JOÃO: O MAESTRO</b>	Mauro Lima	Alexandre Nero, Rodrigo Pandolfo, Caco Ciocler, Alinne Moraes, Fernanda Nobre, Davi Campolongo, Catherine Sansone, Caio Laranjeira	Sony
<b>O FILME DA MINHA VIDA</b>	Selton Mello	Vincent Cassel, Johnny Massaro, Bruna Linzmeyer, Selton Mello, Ondina Clais	Vitrine
<b>RIFLE</b>	Davi Pretto	Dione Avila de Oliveira, Evaristo Goularte, Andressa Goularte, Elizabete Nogueira, Lívia Goularte, Francisco Fabricio Dutra dos Santos, Sofia Ferreira	Vitrine
10/08/2017 ▶ <b>VALERIAN E A CIDADE DOS MIL PLANETAS</b> (VALERIAN AND THE CITY OF A THOUSAND PLANETS)	Luc Besson	Cara Delevingne, Ethan Hawke, Clive Owen, Dane DeHaan, Kris Wu, Herbie Hancock	Diamond
<b>LADY MACBETH</b> (LADY MACBETH)	William Oldroyd	Florence Pugh, Christopher Fairbank, Cosmo Jarvis, Naomi Ackie, Bill Fellows, Paul Hilton	California
<b>LOUCOS E PERIGOSOS</b> (ONCE UPON A TIME IN VENICE)	Mark Cullen, Robb Cullen	Bruce Willis, Jason Momoa, Bruce Willis, Famke Janssen, Wood Harris, John Goodman, Kal Penn, Elisabeth Röhm	Imagem
<b>MALASARTES E O DUELO COM A MORTE</b>	Paulo Morelli	Jesuíta Barbosa, Marco Nanini, Matheus Nachtergaele, Leandro Hassum	Downtown/Paris



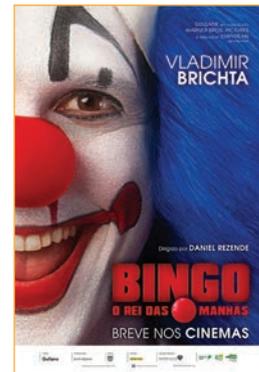
**NOVA GRADE DE CONCORRÊNCIA**  
**TODOS OS LANÇAMENTOS EM UM ÚNICO LUGAR**  
**EXIBIDOR.COM.BR/GRADE**

FILME	DIREÇÃO	ELENCO	DISTRIBUIDORA
<b>O AUGE DO HUMANO</b> (EL AUGE DEL HUMANO)	Eduardo Williams	Sergio Morosini, Shine Marx, Domingos Marenqula, Chai Fonacier, Irene Doliente Paña, Manuel Asucan, Rixel Manimtim	RT Features
<b>O ESTRANHO QUE NÓS AMAMOS</b> (THE BEQUELED)	Sophia Coppola	Elle Fanning, Nicole Kidman, Kirsten Dunst, Colin Farrell, Angourie Rice, Oona Laurence, Addison Riecke, Emma Howard	Universal
<b>O REINO GELADO: FOGO E GELO</b> (SNOW QUEEN 3: FIRE AND ICE)	Aleksey Tsitsilin	Vozes de: Larissa Manoela, João Guilherme Ávila, João Côrtes	California
<b>ROCK'N ROLL: POR TRÁS DA FAMA</b> (ROCK'N ROLL)	Guillaume Canet	Guillaume Canet, Marion Cotillard, Philippe Lefebvre, Gilles Lellouche, Camille Rowe, Kev Adams, Ben Foster	Mares
<b>ANNABELLE 2 - A CRIAÇÃO DO MAL</b> (ANNABELLE 2)	David F. Sandberg	Miranda Otto, Anthony LaPaglia, Stephanie Sigman	Warner
<b>CORPO ELÉTRICO</b>	Marcelo Caetano	Kelner Macêdo, Lucas Andrade, Welket Bungué, Ronaldo Serruya, Ana Flavia Cavalcanti, Henrique Zanoni, Marcia Pantera, Linn da Quebrada	Vitrine
<b>DOIDAS E SANTAS</b>	Paulo Thiago	Maria Paula, Marcelo Faria, Nicette Bruno, Georgiana Góes	Imagem
<b>O JANTAR</b> (THE DINNER)	Oren Moverman	Richard Gere, Laura Linney, Steve Coogan, Rebecca Hall, Chloë Sevigny, Charlie Plummer, Adepero Oduye	California
<b>UMA FAMÍLIA FELIZ</b> (HAPPY FAMILY)	Holger Tappe	Vozes de: Emily Watson, Jason Isaacs, Nick Frost, Jessica Brown Findlay, Celia Imrie	Paris
<b>BINGO: O REI DAS MANHÃS</b>	Daniel Rezende	Vladimir Brichta, Leandra Leal, Ana Lucia Torre	Warner
<b>DUPLA EXPLOSIVA</b> (THE HITMAN'S BODYGUARD)	Patrick Hughes	Ryan Reynolds, Samuel L. Jackson, Gary Oldman, Salma Hayek, Elodie Yung	California
<b>A PEQUENA SEREIA</b> (THE LITTLE MERMAID)	Chris Bouchard, Blake Harris	Gina Gershon, Poppy Drayton, Shirley MacLaine, William Moseley, Jared Sandler, Loreto Peralta	H2O
<b>A TORRE NEGRA</b> (THE DARK TOWER)	Nikolaj Arcel	Katheryn Winnick, Idris Elba, Matthew McConaughey, Abbey Lee, Jackie Earle Haley, Claudia Kim, Fran Kranz	Sony
<b>O REENCONTRO</b> (SAGE FEMME)	Martin Provost	Catherine Frot, Catherine Deneuve, Mylène Demongeot	Mares
<b>EMOJI - O FILME</b> (THE EMOJI MOVIE)	Tony Leondis	Vozes de: Anna Faris, T.J. Miller, Sofia Vergara, Patrick Stewart, James Corden, Jennifer Coolidge, Christina Aguilera, Jake T. Austin, Maya Rudolph, Rob Riggle, Steven Wright	Sony
<b>COMO NOSSOS PAIS</b>	Laís Bodanzky	Maria Ribeiro, Clarisse Abujamra, Paulo Vilhena, Felipe Rocha, Jorge Mautner, Herson Capri, Sophia Valverde, Annalara Prates	Imovision

17/08/2017



24/08/2017



31/08/2017





# SEVERTSON: DOS SIMULADORES MILITARES ÀS TELAS

SEMPRE COM IDEIAS INOVADORAS, RON SEVERTSON DESENVOLVEU TÉCNICAS DE REVESTIMENTO ÓTICO QUE CONQUISTARAM DIVERSOS MERCADOS

POR FERNANDA MENDES | FOTOS DIVULGAÇÃO



**HOJE CONHECIDA NO MERCADO** cinematográfico por suas telas flexíveis e de alta tecnologia, a Severtson Screens foi fundada em 1986 por Ron Severtson para prestar serviços para organizações militares e governamentais, principalmente na área de simuladores. Por meio de seu conhecimento em revestimento ótico, Ron desenvolveu uma técnica que cobria uniformemente as superfícies desses equipamentos, além de criar – em sua própria cozinha – um produto com propriedades reflexivas que atendia especificamente às necessidades deste mercado.

Assim, o pequeno empresário ganhou clientes em mais de 40 países e lançou outras novidades no mercado de simuladores como a introdução dos revestimentos óticos 3D em 1988 e, no ano seguinte, o aperfeiçoamento da fórmula, tornando-a mais segura, ambientalmente amigável e à base de água.

Foi em meados dos anos 90 que a companhia adentrou o mercado de cinema, por meio de um contrato com a IMAX. Com o acordo, a companhia criou um sistema para revestir as telas gigantes no próprio local.

“Esse conhecimento em revestimento deu a Ron a habilidade e expertise para começar na indústria de telas para cinema, iniciando com as principais companhias do mercado”, comentou Toby Severtson, filho de Ron e atual presidente e CEO da empresa.

Em 1998, a Severtson aplicou seu revestimento ótico na então maior tela do mundo, localizada em Sydney, na Aus-

trália. Já em meados dos anos 2000, outro importante passo foi a popularização das telas prateadas 3D.

Hoje a companhia também é gerida por Dan Maxwell, vice-presidente e gerente de vendas em cinema, e Kirk Severtson, vice-presidente e CTO. Ambos, assim como Toby, continuam propagando as ideias inovadoras de Ron para impulsionar os negócios.

Além da divisão voltada ao meio cinematográfico, o grupo se baseia em outras duas áreas: *Home Theater* e *ProAV*, que foram lançadas em 2003. Com diversos tipos de telas que utilizam o mesmo revestimento ótico das aplicadas nas salas de cinema, a linha de *Home Theater/ProAV* oferece formatos tanto em 2D quanto em 3D.

Atendendo clientes de diversas regiões do mundo, a Severtson trabalha com o desenvolvimento de telas dobráveis brancas e prateadas para fazer com

que seus clientes diminuam ao máximo suas despesas, já que o transporte e o produto se tornam mais econômicos.

Atualmente com três fábricas que já atingiram sua capacidade máxima, a companhia também planeja expandir ainda mais no futuro.

#### NOVIDADES NO MERCADO

Este ano a Severtson já divulgou diversos lançamentos no mercado. Uma das recentes novidades é o seu sistema para simular preços nas línguas portuguesa e espanhola. A ideia é que possam atender ainda mais revendedores.

“A Severtson Corp. continua a crescer e inovar, expandindo sua oferta de produtos para os clientes. Trinta anos após a companhia ser fundada, Ron não tinha ideia de que se tornaria o que é hoje”, afirmou Toby. ■



RON SEVERTSON ACOMPANHA DE PERTO OS PASSOS DA COMPANHIA

# O FUTURO DA REGULAÇÃO DO CINEMA

POR MARCOS BITELLI

A **AGENDA REGULATÓRIA ANCINE 2017/2018** foi publicada no Diário Oficial da União em 04/04/2017, por meio da Portaria ANCINE nº 53-E, de 30 de março de 2017. Este documento é um instrumento de planejamento, pois organiza e reúne os temas estratégicos que serão abordados pela ANCINE no próximo biênio, e também de transparência, pois torna públicas e previsíveis as ações que pretende colocar em prática. A ANCINE informou que a Agenda não só baliza as ações como também permite que elas sejam acompanhadas.

Basicamente, serve como indicativo e tem alguns focos:

(1) Revisão da regulamentação do envio obrigatório de relatórios de comercialização pelas empresas distribuidoras (Instrução Normativa nº 65). A ANCINE tem investido fortemente em tecnologia e provavelmente deve trazer novidades. No passado, uma característica da Agência era exagerar nas exigências para muito além daquelas necessárias e suficientes para o cumprimento das obrigações. Esses exageros levaram a conflitos e até ações judiciais. O que se espera é cautela e atenção para não criar novos embaraços burocráticos. A ANCINE tem a intenção de revisar as informações a serem enviadas nos relatórios.

(2) Regulamentação da distribuição de filmes ao segmento de salas de exibição diretamente do exterior para o país

via satélite. Esse tema é bastante complexo porque não há muito fundamento legal para que a Agência interfira. Além da questão da legalidade, merece uma justificativa plausível, uma análise da conveniência, necessidade e impactos regulatórios. Disse a ANCINE que o objetivo é mitigar potenciais riscos gerados pelo advento das tecnologias que permitem a distribuição diretamente do exterior para o país via satélite. Não é fácil identificar quais “riscos” isso possa causar, além do fato que esta possibilidade é ambientalmente correta.

(3) Revisão da regulamentação do cumprimento e da aferição da exibição obrigatória de obras cinematográficas brasileiras de longa-metragem (Instrução Normativa nº 88). Informou que fará o aperfeiçoamento dos critérios de aplicação da cota de tela à luz das mudanças na forma de programação das salas de exibição. Todo aperfeiçoamento que viabilize a desoneração da exibição é bem-vindo, mas carece de uma negociação setorial para verificar quais são os propósitos desta iniciativa.

(4) Revisão da regulamentação da utilização de mecanismos de incentivos fiscais federais para fomento a pequenos e médios exibidores brasileiros (Instrução Normativa nº 61). Pretende aperfeiçoar os procedimentos e critérios para utilização de recursos públicos federais incentivados por pequenos e médios exibidores, de modo a ampliar o acesso a obras brasileiras

independentes e estimular a diversidade do parque exibidor. Certamente, pretende reforçar a vinculação de acesso a recursos de fomento à exibição a um encargo maior de cumprimento de cota pelo exibidor “beneficiado”, o que na prática se mostra perigoso uma vez que a equação econômico financeira do pequeno exibidor depende de regras mais flexíveis e o aumento de encargos pode significar uma inviabilidade financeira. A Cota de Tela é, princípio, uma restrição à liberdade empresarial suficiente a justificar novos agravamentos. Será necessário verificar qual o conceito que acompanha essa iniciativa.

Em síntese, num momento de grave crise econômica, toda intervenção do Estado na atividade deve ser muito criteriosa e limitada para não agravar as dificuldades existentes. ■



**MARCOS ALBERTO SANT ANNA BITELLI | MARCOS.BITELLI@BITELLI.COM.BR** | DOUTOR EM DIREITO PELA PUC-SP - DIREITOS DIFUSOS E COLETIVOS - DIREITO CIVIL MESTRE EM DIREITO PELA PUC-SP, COORDENADOR DO CURSO COMUNICAÇÃO E DIREITO DO INSTITUTO INTERNACIONAL DE CIÊNCIAS SOCIAIS, PROFESSOR DOS CURSOS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DIREITO DO COGAE-PUC, ESCOLA SUPERIOR DE ADVOCACIA DA OAB-SP, ESPECIALISTA EM DIREITO DO ENTRETENIMENTO, AUTOR DE VÁRIOS LIVROS, CONSULTOR JURÍDICO DO SINDICATO DAS EMPRESAS EXIBIDORAS DO ESTADO DE SÃO PAULO, SÓCIO DE BITELLI ADVOGADOS.



SEE MORE

BARCO

FLAGSHIP  
**LASER**  
PROJECTION

## Sensacional qualidade de imagem para uma experiência emocionante

Os projetores a laser da Barco oferecem qualidade de imagem superior com um nível de brilho excepcional, com maior taxa de contraste e cores, para uma experiência de cinema que é incomparável. Nossos projetores são equipados com o exclusivo Processador de mídia de cinema integrado (ICMP) Alchemy Barco, que é capaz de exibir conteúdo de 4K a 60 quadros por segundo e filmes 3D em 4K.

Por que esperar? Descubra nossos produtos laser no nosso site:  
[www.barco.com/digitalcinemaprojectors](http://www.barco.com/digitalcinemaprojectors)



# EXPOCINE17

27 – 28 – 29 SET 2017

NÃO DEIXE DE PARTICIPAR DO **MAIOR ENCONTRO DE NEGÓCIOS DA AMÉRICA LATINA** PARA EXIBIDORES E DISTRIBUIDORES

PATROCÍNIO



APOIO



OP. DE VIAGEM



PRODUÇÃO



REALIZAÇÃO



EXPOCINE.COM.BR